



Unidades  
Tecnológicas  
de Santander

## INFORME DE GESTIÓN DEL SEMILLERO



**SEI+MARK**  
360° PROACTIVOS EN EL MERCADO

**Autor (Docente Líder)**  
**Cyril Castex**  
Director de SEI+MARK

**Dirigido a:**

**Humberto José Navarro Nigrinis**  
*Coordinador de Semilleros de Investigación*  
*Unidades Tecnológicas de Santander*

**Javier Mauricio Mendoza Paredes**  
*Jefe de la Dirección de Investigación y Extensión - UTS*

**Lugar y fecha de emisión:**  
*Bucaramanga, 30 de mayo de 2023*

**Identificación del Documento:**  
*Informe de gestión del semillero 2023-I*

Derechos Reservados © 2018. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la impresión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los derechos de autor del propietario.

## TABLA DE CONTENIDO

<b><u>1. INFORMACIÓN DEL SEMILLERO</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>1.1 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>1.2 LOGO DEL SEMILLERO</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>1.3 MISIÓN</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>1.4 VISIÓN</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>1.5 OBJETIVOS</u></b> .....	<b>5</b>
<b>2. ACTIVIDADES DEL SEMILLERO</b> .....	<b>6</b>
<b><u>2.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROYECTOS</u></b> .....	<b>6</b>
<b><u>2.2 REUNIONES DE GRUPOS</u></b> .....	<b>8</b>
<b><u>2.3 INDICADORES DE GESTIÓN</u></b> .....	<b>8</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Colombian´s tártara, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023 .....	6
Tabla 2: Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Colombian´s tártara, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023 .....	7
Tabla 3: Porcentaje de Cumplimiento del Plan Anual del SI.....	8
Tabla 4: N.º de Proyectos (Semillero, REDA, Aula, Integrador) vinculados a línea(s) de investigación de GIMA % de Cumplimiento del Plan Anual del SI.....	8
Tabla 5: N.º de Trabajos de Grado / Semestre.....	9
Tabla 6: N.º de Eventos en los que participa el S.I /Semestre.....	9
Tabla 7: Promedio de estudiantes / capacitación - año .....	9
Tabla 8: Permanencia de Estudiantes en el semillero (En meses).....	9
Tabla 9: N.º de Proyectos vinculados en Eventos RedColsi (Departamental, Nacional e Internacional) .....	9

## 1. INFORMACIÓN DEL SEMILLERO

El semillero de Investigación SEI+MARK fue creado bajo acta N.º 001 -2006 del 04 de SEPTIEMBRE de 2007, convocada por la Coordinación del programa de Tecnología en mercadeo perteneciente a la Facultad de Ciencias socioeconómicas y empresariales.

### 1.1. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Comportamiento del consumidor.
- Marketing estratégico.
- Emprendimiento e Innovación

### 1.2. LOGO DEL SEMILLERO



### 1.3. MISION

Fomentar el espíritu investigativo, en espacios académicos donde interactúan estudiantes y docentes dinamizadores con el fin de afianzar metodologías y conceptos en investigación, que permitan llegar a desarrollar nuevos conocimientos en el área del Comportamiento del consumidor, aportando a la comunidad y al sector empresarial informaciones sobre este tema.

### 1.4. VISIÓN

Para el 2025 el semillero estudiante SEI+MARK quiere ser reconocido como el líder regional de generación de ideas, conceptos y proyectos en áreas del Comportamiento del Consumidor con soluciones a la problemática empresarial y de las comunidades a nivel regional y nacional.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. GENERAL**

Realizar investigaciones de mercados relacionadas con el comportamiento del consumidor de los sectores del Clúster de Bucaramanga, en relación con la calidad del servicio al cliente de las empresas de Bucaramanga y con la aceptación de nuevos negocios, productos y tecnología.

### **1.5.2. ESPECIFICOS**

- Realizar una revisión de literatura sistemática
- Conocer las opiniones de los consumidores mediante una investigación de mercados descriptiva con el fin de explicar cuáles variables tienen influencia en el Comportamiento de estos consumidores así que las costumbres, patrones de conducta y motivaciones
- Proporcionar apoyo a las microempresas del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander mediante Planes y Auditorias de Marketing
- Proporcionar apoyo a los estudiantes emprendedores del programa de Marketing y Negocios internacionales de las UTS, a través de estudios de aceptación.
- Escribir dos artículos de investigación para ponencia y publicación en revista indexada
- Conocer las opiniones de los consumidores mediante una investigación de mercados descriptiva con el fin de definir el grado de aceptación de productos y servicios nuevos en la ciudad de Bucaramanga
- Recopilar las opiniones de los consumidores mediante una investigación de mercados descriptiva con el fin de conocer la calidad del servicio al cliente de los sectores estratégicos (Salud, telecomunicaciones, sector financiero, etc.) de la ciudad de Bucaramanga

## 2. ACTIVIDADES DEL SEMILLERO

### 2.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE PROYECTO

Tabla 1: Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Colombian's tártara, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023

Nº	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	Responsable	Periodicidad	FEB	MAR	ABR	MAY
1	24 de febrero (Virtual): Presentación tema del semestre: Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Colombian's tártara, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023. Explicación de la metodología de trabajo que consiste en realizar las encuestas a los consumidores de salsa tártara. Para el 10 de marzo, cada estudiante debe redactar 5 preguntas tentativas de la encuesta y enviarlas al docente dinamizador.	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
2	10 de marzo (Virtual): Síntesis de las preguntas enviadas, redacción y validación de la versión definitiva de la encuesta, montaje en Google Drive y entrega de instrucciones para realizarlas. Para el 21 de abril, se debe terminar la realización de las encuestas.	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
3	10 de marzo-21 de abril (Virtual): Realización de las encuestas. Entrega de los resultados tabulados de la encuesta. Realización de un taller con el objetivo de crear figuras y tablas para cada pregunta, análisis cuantitativo y cualitativo para cada pregunta. Para el 28 de abril, se debe terminar los análisis cuantitativos y cualitativos y enviarlos vía WhatsApp Web para validación	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
4	03 de noviembre (Virtual): Entrega del análisis cuantitativo y cualitativo. Para el 15 de mayo, se debe entregar un borrador del artículo realizado con base en datos anteriores	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
5	15-30 de mayo (Virtual): Elaboración y entrega del formato F-IN-03	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Limonaita, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023

Nº	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	Responsable	Periodicidad	FEB	MAR	ABR	MAY
1	24 de febrero (Virtual): Presentación tema del semestre: Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Limonaita, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023. Explicación de la metodología de trabajo que consiste en realizar las encuestas a los consumidores de limonada. Para el 10 de marzo, cada estudiante debe redactar 5 preguntas tentativas de la encuesta y enviarlas al docente dinamizador.	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
2	10 de marzo (Virtual): Síntesis de las preguntas enviadas, redacción y validación de la versión definitiva de la encuesta, montaje en Google Drive y entrega de instrucciones para realizarlas. Para el 21 de abril, se debe terminar la realización de las encuestas.	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
3	10 de marzo-21 de abril (Virtual): Realización de las encuestas. Entrega de los resultados tabulados de la encuesta. Realización de un taller con el objetivo de crear figuras y tablas para cada pregunta, análisis cuantitativo y cualitativo para cada pregunta. Para el 28 de abril, se debe terminar los análisis cuantitativos y cualitativos y enviarlos vía WhatsApp Web para validación	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
4	03 de noviembre (Virtual): Entrega del análisis cuantitativo y cualitativo. Para el 15 de mayo, se debe entregar un borrador del artículo realizado con base en datos anteriores	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
5	15-30 de mayo (Virtual): Elaboración y entrega del formato F-IN-03	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				

Fuente: Elaboración propia

## 2.2. REUNIONES DE GRUPO

Los soportes de la actividad se encuentran en el repositorio institucional (Actas de reunión y hojas de asistencia). Se realizaron las actividades tales como se contemplan en el cronograma de actividades.

## 2.3. INDICADORES DE GESTIÓN

La gestión se describe a través de los siguientes indicadores establecidos en el plan anual de los semilleros, como cumplimiento de la gestión con los semilleros.

*Tabla 3: Porcentaje de Cumplimiento del Plan Anual del SI*

<b>Indicador No. 1: % de Cumplimiento del Plan Anual del SI</b>		Meta: 4
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Colombian's tártara, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023	1	Repositorio institucional
Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Colombian's tártara, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2023	1	
<b>Total</b>	<b>2</b>	

*Fuente: Líder de SEI+MARK*

*Tabla 4: N.º de Proyectos (Semillero, REDA, Aula, Integrador) vinculados a línea(s) de investigación de GIMA % de Cumplimiento del Plan Anual del SI*

<b>Indicador No. 2: N.º de Proyectos (Semillero, REDA, Aula, Integrador) vinculados a línea(s) de investigación de GIMA % de Cumplimiento del Plan Anual del SI</b>		Meta: 31
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
Proyectos semillero	2	Indicador 1
Plan de marketing	14	En espera de entrega
<b>Total</b>	<b>16</b>	

*Fuente: Líder de SEI+MARK*



Tabla 5: N.º de Trabajos de Grado / Semestre

Indicador No. 3: N.º de Trabajos de Grado / Semestre		Meta:38
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
2023-I	38	Repositorio institucional
<b>Total</b>	<b>38</b>	

Fuente: Líder de SEI+MARK

Tabla 6: N.º de Eventos en los que participa el S.I /Semestre

Indicador No. 4: N.º de Eventos en los que participa el S.I /Semestre		Meta: 0
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
<b>Total</b>	<b>0</b>	

Fuente: Líder de SEI+MARK

Tabla 7: Promedio de estudiantes / capacitación - año

Indicador No. 5: Promedio de estudiantes / capacitación - año		Meta: N/A
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
2023-I Capacitación para entrada a semillero	15	N/A
<b>Total</b>	<b>15</b>	

Fuente: Líder de SEI+MARK

Tabla 8: Permanencia de Estudiantes en el semillero (En meses)

Indicador No. 6: Permanencia de Estudiantes en el semillero (En meses)		Meta: N/A
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
2023-I Nuevos entrantes	15	N/A
2022-II Salientes	14	N/A
<b>Total, en permanencia 2022-II / 2023-I</b>	<b>22</b>	

Fuente: Líder de SEI+MARK

Tabla 9: N.º de Proyectos vinculados en Eventos RedColsi (Departamental, Nacional e Internacional)

Indicador No. 7: N.º de Proyectos vinculados en Eventos RedColsi (Departamental, Nacional e Internacional)		Meta: 0
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
<b>Total</b>	<b>0</b>	



**FIRMA RESPONSABLE (S)**

Cyril Castex  
Líder de Semillero SEI+MARK