



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:

Alexander Quintero
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, 22 de noviembre de 2021

Identificación del Documento:
Informe de gestión del semillero 2021-II

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

1. <u>INFORMACIÓN DEL SEMILLERO</u>	4
1.1 <u>LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN</u>	4
1.2 <u>LOGO DEL SEMILLERO</u>	4
1.3 <u>MISIÓN</u>	4
1.4 <u>VISIÓN</u>	4
1.5 <u>OBJETIVOS</u>	5
2. ACTIVIDADES DEL SEMILLERO	6
2.1 <u>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROYECTOS</u>	6
2.2 <u>REUNIONES DE GRUPOS</u>	9
2.3 <u>INDICADORES DE GESTIÓN</u>	9

LISTA DE TABLAS

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 y la calidad del servicio al cliente de las empresas de Bucaramanga

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
- 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 PROYECTOS

Tabla 1: Cronograma de actividades del proyecto Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Dulces El Recuerdo, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2021

N °	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	Responsable	Periodicidad	FEB	MAR	ABR	MAY
1	18 de agosto (Virtual): Presentación tema del semestre: Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Dulces El Recuerdo, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2021. Explicación de la metodología de trabajo que consiste en realizar las encuestas a los consumidores de tiquetes aéreos. Para el 01 de septiembre, 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	01 de septiembre (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	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
3	01 de septiembre-20 de octubre (Virtual): Realización de las encuestas. Entrega de los resultados tabulados de la encuesta. Realización de un taller con el objetivo de crear figuras para cada pregunta, tablas de comparación de frecuencias y percentiles y análisis cuantitativa y cualitativa para cada pregunta. Para el 03 de noviembre, se debe terminar los análisis cuantitativos y cualitativos y enviarlos vía correo electrónico 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 noviembre, 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 noviembre (Virtual): Elaboración del formato R-IN-03	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Cronograma de actividades del proyecto Investigación de mercados para evaluar la calidad del servicio al usuario del Acueducto de Bucaramanga, Año 2021

N.º	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Responsable	Periodicidad	FEB	MAR	ABR	MAY
1	18 de agosto (Virtual): Presentación tema del semestre: Investigación de mercados para evaluar la calidad del servicio al usuario del Acueducto de Bucaramanga, Año 2021. Explicación de la metodología de trabajo que consiste en realizar las encuestas a los consumidores de tiquetes aéreos. Para el 01 de septiembre, cada estudiante debe revisar el modelo de encuesta enviado por el docente, sugerir modificaciones si es necesario y realizar aportes.	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
2	01 de septiembre (Virtual): Redacción y validación de la versión definitiva de la encuesta, montaje en Google Drive y entrega de instrucciones para realizarlas. Para el 17 de abril, se debe terminar la realización de las encuestas.	Cyril Castex	Reunión semanal o quincenal según las actividades a desarrollar				
3	01 de septiembre-20 de octubre (Virtual): Realización de las encuestas. Entrega de los resultados tabulados de la encuesta. Realización de un taller con el objetivo de crear figuras para cada pregunta, tablas de comparación de frecuencias y percentiles y análisis cuantitativa y cualitativa para cada pregunta. Para el 03 de noviembre, se debe terminar los análisis cuantitativos y cualitativos y enviarlos vía correo electrónico 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 14 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 noviembre (Virtual): Elaboración del formato R-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

Indicador No. 1: % de Cumplimiento del Plan Anual del SI		Meta: 1
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
Estudio de mercados para conocer el grado de aceptación de la marca Dulces El Recuerdo, en Bucaramanga y su Área Metropolitana, Año 2021	1	Repositorio institucional
Investigación de mercados para evaluar la calidad del servicio al usuario del Acueducto de Bucaramanga, Año 2021	1	Repositorio institucional
Total	2	

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

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		Meta: 15
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
Proyectos semillero	2	Indicador 1
Proyectos de aula Investigación de Mercados Cualitativa	3	En espera de entrega
Plan de marketing	18	En espera de entrega
Total	23	

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:20
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
2021-I	18	Repositorio institucional
2021-II	22	Repositorio institucional
Total	40	

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: 2
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
XIV Encuentro departamental de semilleros de investigación RedColsi Nodo Santander 2021	1	Repositorio institucional
VII Simposio internacional de investigación Aspromer	1	Repositorio institucional
VII Encuentro de semilleros de investigación Red Riaco	1	Repositorio institucional
Encuentro FCSE-ICEC	1	Repositorio institucional
Total	4	

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
2020-I Capacitación para entrada a semillero	9	R-IN-01 – Inscripción al Semillero – Integrantes 2021-II - Líneas rellenas en verde
Total	11	

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
2020-I Nuevos entrantes	11	R-IN-01 – Inscripción al Semillero – Integrantes 2021 - II - Líneas rellenas en verde
2020-I Salientes	11 de 30	
Total, en permanencia 2020-II / 2021-I	20	

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: 1
Actividades realizadas	Cantidad	Relación de Evidencias
XIV Encuentro departamental de semilleros de investigación RedColsi Nodo Santander 2021	1	Repositorio institucional
Total	1	



FIRMA RESPONSABLE (S)

Cyril Castex
Líder de Semillero SEI+MARK