

Segmentados

Boletín Investigativo / M&P



**PRESENTA**

***UDES***

*La vida aveces duele, la universidad aveces cansa,  
las dos aveces hieren,;  
ninguna es perfecta. ni coherente, ni fácil, ni eterna  
pero a pesar de todo, al final "el esfuerzo vale la pena"*

## ¿Que es el Boletín?

Segmentados, es un boletín realizado por los estudiantes de Mercadeo & Publicidad de diferentes semestres. Contiene información sobre los acontecimientos que surgen en la carrera, como el desarrollo de la investigación realizada por el grupo de semilleros del programa.

Este boletín profundiza en los trabajos investigativos realizados por docentes y estudiantes de la carrera, llevando más allá del aula todos los conocimientos adquiridos, para aplicarlos en acontecimientos reales. Consolidando así el programa de una forma más fuerte, dando un ejemplo y ejemplo a la región de las capacidades de los estudiantes UDES, frente a empresarios y de entidades de investigación.



**Rectora Universidad de Santander  
UDES Cúcuta**

Carmen Elisa Araque Pérez

**Coodinadora Mercadeo y  
Publicidad**

Ing, Amanda Becerra

**Directora del boletín**  
Edna Margarita Malagon Arenas

**Material Portadas del Boletín  
Diseño De Portada y Contraportada**

Valeria Cáceres  
Aguirre Alex

**Material Interno Boletín  
Diseño De Páginas**

Becerra Jhon Alberto  
Serrano Leidy  
Alba Eliana  
Hurtado Grey  
Guerrero Luisa  
Peñaranda Gabriela  
Galvis Thalia  
Picón William  
Rojas Monica  
Jaimes Laura  
Jaimes Mailyn  
Danny  
Sanguino Harold

**segmentados**  
Boletín Investigativo M&P



**Universidad  
de Santander**  
Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación UDES  
VIGILADA MINEDUCACIÓN



DOCENTES  
INVESTIGADORES

# JOSÉ CÁCERES

## PROYECTO

Un proyecto que considero muy importante en el que vengo trabajando como investigador principal es el titulado "Diseño de un modelo de diagnóstico para evaluar la competitividad y la sostenibilidad de las tiendas de barrio del área metropolitana de Cúcuta". para tal fin se ha conformado un equipo de trabajo constituido por dos docentes de la UDES y un docente de la Fundación de Estudios Superiores de Comfanorte - FESC.

Es bastante importante por el significado que tiene las tiendas de barrio para la ciudad, la región, el país y por qué no decirlo para el mundo entero. Las tiendas de barrio están en todo el mundo y son fundamentales en la vida de la sociedad y el desarrollo de una comunidad. Estas juegan un papel importante en la cadena de comercialización ya que ellas son capaces de suministrar pequeñas cantidades a escala de precios lo cual no hacen los supermercados o grandes tiendas. Además, se constituyen de fuente de generación de empleo.

Son tan importantes las tiendas de barrio, que no se acaban a pesar de la competencia con los nuevos formatos de comercialización de productos como "justo y bueno", D1, Ara, Betel, por una razón especial, las personas, las familias, la comunidad necesita de las tiendas de barrio.

## ¿POR QUÉ LA IMPORTANCIA DE ESTE ESTUDIO?

Al ser personas vinculadas al sector de mercadeo y publicidad consideramos que es válido que las tiendas de barrio sean consideradas como una unidad empresarial de tipo microempresarial que no solamente resuelve problema sino que también generan riqueza y que merecen contar con un

instrumento que les permita conocer en forma permanente como marcha el negocio, que vean cómo está creciendo su tienda, ver cuáles son sus fortalezas, sus debilidades, cuales son los elementos externos que las afectan.

Otro proyecto en el que estoy trabajando como investigador principal es el titulado "Incorporación de nuevas prácticas comerciales en empresas de calzado y de manufacturas de cuero en la ciudad de Cúcuta" el docente Jaime Pabón colabora en calidad de Coinvestigador.

En un estudio de diseño de un modelo de competitividad para las empresas de calzado se detectó la necesidad de apoyar a las empresas en la gestión comercial lo cual dió lugar al planteamiento de este proyecto el cual fué acogido por la Universidad y por la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado y Cuero ACICAM-. El proceso consiste en la elaboración de un diagnóstico sobre el área de mercadeo de las empresas y la entrega de una propuesta orientada a fortalecer la actividad.

En lo que llevamos hasta ahora, se observa una gran inquietud de los empresarios sobre el marketing digital. Dificultades que se han tenido, son también el tiempo de las empresarias para atender la visita del docente de la UDES.

## CONSEJO PARA HACER INVESTIGACIÓN

Es fundamental el trabajo de campo, hay que conocer el entorno de la investigación a fondo, con el ejemplo de la investigación a tenderos, si alguien hubiera dicho que le da miedo ir a los barrios periféricos es muy difícil cumplir con la misión de la investigación la cual implica "untarse" de todo el entorno y las problemáticas con las que viven los tenderos y no pretender trabajar con suposiciones y hacerlo todo desde el escritorio.

José Cáceres Caballero  
Docente Investigador  
UDES. Campus Cúcuta



# OMAIRA MENDOZA

## PROYECTO

EFFECTOS ECONÓMICOS DEL CAMBIO CLIMATICO EN LA CALIDAD DEL GRANO DE CAFÉ, EN EL MUNICIPIO DE TOLEDO DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER.

El objetivo general de este proyecto es Examinar los efectos económicos del cambio climático en la calidad del grano del café producido en el Municipio Toledo, Departamento Norte de Santander, como insumo de nuevo conocimiento que contribuya a delinear estrategias de mitigación y adaptación en la producción sostenible de café de buena calidad.

"IMPLICACIONES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA CALIDAD DE LAS ALMENDRAS DE CACAO EN LOS DEPARTAMENTOS DE ARAUCA Y NORTE DE SANTANDER.

Actualmente se encuentra desarrollando este proyecto en la función de coinvestigadora, en donde el principal objetivo es estimar las implicaciones económicas y comerciales del efecto del cambio climático en la calidad de las almendras de cacao en los Departamentos de Arauca y Norte de Santander para construir acciones de mitigación y adaptación enmarcadas en la sostenibilidad y competitividad.

"INVESTIGACIÓN DE MERCADOS A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES DE LA REVISTA ACTIVA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

En este trabajo de investigación la función de la docente es de directora, este trabajo se está realizando con los estudiantes de la Asignatura de Investigación de Mercados II, con finalidad de poder llevar a la práctica los conceptos teóricos vistos en el semestre. A la fecha se han realizado las siguientes etapas, el pre diagnóstico, diagnóstico, identificación de situaciones, operacionalización de variables, diseño de instrumentos de recolección de información, validación de instrumentos, se está llevando a cabo el proceso de recolección de información, estando en un 80% de avance.



## DIRECCIÓN DE TRABAJOS DE GRADO

Actualmente se encuentra liderando dos proyectos de grado, el primero es "comercialización de la almendra del cacao en norte de santander y Arauca" está en proceso de elaboración del proyecto, realizando cada una de las etapas de investigación exploratoria de fuentes secundarias y revisión de fuentes bibliográficas. está en un avance del 80% sobre el total de ejecución del mismo.

El segundo es "redacción de artículos científicos para publicación en revista scopus" el cual es un artículo en proceso de redacción y consolidación de información, en proceso de búsqueda de revista para publicación.

## PONENCIA

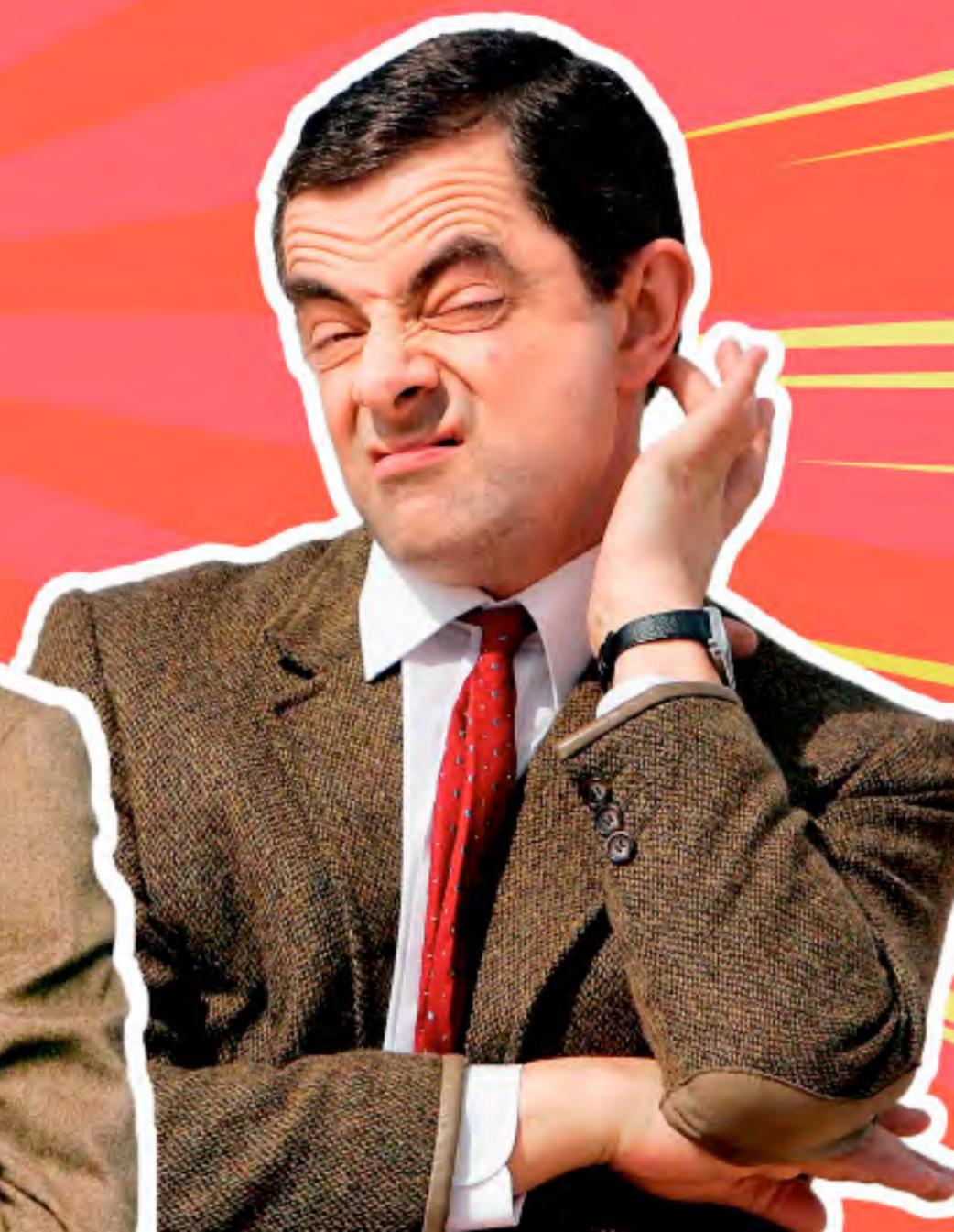
PROYECTO DE IDENTIFICACIÓN DE LAS PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA CON MIRAS A LA CULTURIZACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN MARKETING AMBIENTAL.

El proyecto está en proceso de ejecución, la investigación parte de la realización de un diagnóstico que permita identificar las situaciones que conlleven a medir el grado de conocimiento cultura y sostenibilidad de las prácticas ambientales en dos escenarios: el hogar y en el campus de educativo, tomando como población objeto los jóvenes universitarios que son enlace entre estos escenarios. La investigación requiere utilizar técnicas cualitativas y cuantitativas a partir de una fase inicial de una etapa exploratoria que permita identificar las variables a medir para obtener con base en los hallazgos.

Omaira Mendoza Ferreira  
Docente Investigadora  
UDES. Campus Cúcuta



# PASANTIAS



¿ Como llegaste a Habitat y que actividades desempeñas?

Trabajar en Habitat fue algo que llego de la nada, pero que se a formado en esas experiencias que realmente valen la pena. Esta empresa Habitat dedicada al diseño y decoración en productos del hogar, llegaron a la universidad UDES en búsqueda de un pasante de Mercadeo y Publicidad.

Tome la entrevista y me aceptaron. Ahora soy el Director de mercadeo.

Desempeño actividades como análisis de información, creación de contenido, organización y diseños de campañas y estrategias.



¿ Como ha sido su experiencia y desempeño?

Hasta el momento la experiencia ha sido muy buena, como todos, llegue con el conocimiento adquirido en la universidad, pero todo esto ha cambiado, he aprendido a ser una persona mas competente y mas razonable con los asuntos empresariales.

Creo que mi desempeño ha sido bueno, ya que he desarrollado mis habilidades de la mano de la tecnología que ha sido la base principal para la consolidación de campañas y estrategias. Con respecto en la actividad en que mayor me he desempeñado es en métodos de captación de clientes.



**EDWING ACEVEDO**

¿ Que metas empresariales se han propuesto como empresa?

Las metas que nos hemos propuesto en la empresa es claramente vender mas y entrar en nuevas plataformas para la fidelización de los clientes, que ha sido un reto para la organiza-



¿ Como te has sentido trabajando en equipo?

Trabajar en equipo es mejor de lo que crees, no te sientes solo, son mentes trabajando para el mismo objetivo en la organización, nos apoyamos, compartimos ideas, buscamos bienestar y solución, para así lograr las metas empresariales, aprendes de los demás, sobrellevando las cosas aunque parezcan a veces imposibles, siempre hay un buen resultado. Algo que he podido aprender es que pensamos que podemos hacer las cosas solos, pero realmente es necesario convivir con los demás y compartir y es en este tipo de trabajos cuando se aplica la tolerancia y el respeto, por ideas y por las personalidades de todos.



¿ Cuales son tus metas a futuro?

Mis metas a futuro son tener mi propia empresa, y esta pasantía me ha ayudado a ver nuevas formas de emprender, esta oportunidad me esta capacitando para lo que viene para mi futuro, adquiriendo conocimiento, he visto cosas nuevas que antes no captaba o interesaba pero que ahora se han vuelto importantes, espero con ansias que llegue mi momento de emprender.



¿ Que le recomiendas a los estudiantes que piensan hacer pasantías?

Les recomiendo a los estudiantes, estudien y sean versátiles, escuchen a los profesores, en las jornadas de clase cuando estemos haciendo campañas publicitarias, realizando estrategias o proyectos, tomemos en cuenta cada cosa, seamos serios hasta en los mas mínimos detalles, ahí comenzamos a capacitarnos, nuestras habilidades toman fuerza y mejoramos para todo lo que se viene en el futuro.



**Habitat**

# BRENDA FABIANA



¿Qué metas tienes luego de conseguir tu título como Mercadólogo y publicista?

Mi principal meta es terminar mi carrera profesional, ya que de ahí parte todo lo que quiero emprender, pienso impulsar mi propia empresa [www.pinkydu.club](http://www.pinkydu.club), los invito a seguir mi página. ¡Ah! y hacer un evento de lanzamiento para impulsar mi propia empresa, grande, tipo concierto.



¿En cuál empresa estás haciendo actualmente tus prácticas?

Actualmente estoy trabajando en Docuxer, es una empresa de tecnología, aquí en la ciudad de Cúcuta, que, con el respaldo y acompañamiento de marcas mundialmente reconocidas como IBM, VMware, Microsoft, DELL, Cisco, Lenovo, HP y HP Enterprise.

¿Cuánto tiempo llevas laborando en DOCUXER?

Por el momento llevo 1 mes realizando mis practicas trabajando dentro de Docuxer, aún me queda tiempo dentro de la empresa, ya que son de 6 meses a 1 año el tiempo requerido para terminar las practicas, estoy muy contenta allí.



¿Ves un futuro dentro de la empresa?

Si... la verdad me encontré con un grupo de personas muy queridas, me hacen sentir bien y cómoda en mi trabajo, crean un ambiente de trabajo muy positivo y agradable para mí como practicante. Aparte la empresa tiene reconocimiento y trabaja con marcas importantes y creo que podría abrirme campo con alguna de estas desde Docuxer.

¿Qué tal ha sido tu experiencia?

La experiencia ha sido muy enriquecedora, siempre nos da temor enfrentar estas prácticas empresariales, pero es muy bueno porque puedes aplicar todo lo que has aprendido durante los semestres cursados. Actualmente trabajo para Dell, HP, Cisco, IBM... proveedores multinacionales, ¡es genial! Es algo que jamás pensé.



# CAMILA PEÑA ROLON



¿En qué empresa estás realizando tus prácticas?

Actualmente estoy realizando mis pasantías en una de las empresas más importantes a nivel local y nacional llamada **Grupo Nova S.A.**, empresa dedicada a la fabricación y venta de calzado de seguridad y suelas para dama y caballero.



¿Ves un futuro junto al Grupo Nova?  
¿En el cargo que desempeñas o en uno mayor?

Claro que sí veo un futuro en esta organización, veo una cantidad de fortalezas y a la vez debilidades que como mercadóloga y publicista sé que estoy en la capacidad de darle un cambio a la empresa. Ahorita me encuentro como practicante de mercadeo y publicidad, más adelante me veo como líder en el área comercial y mercadeo apuntando a dar una excelente publicidad.



¿Cuánto llevas laborando con el Grupo Nova?

Hasta el momento llevo una duración de 3 meses, el tiempo establecido por la empresa y la universidad son 6 meses, voy a mitad de un camino el cual quiero que tenga mucha más trayectoria.



¿Consideras que el cargo en el que estas es el indicado de acuerdo a lo que aprendes en mercadeo y publicidad?

Si es el indicado, me encargo de investigar, innovar, dar ideas para lanzamientos de productos, analizar e identificar los factores que inciden de forma positiva y negativa para la empresa, analizar la competencia e ir más allá de los tradicional.

¿Qué tal ha sido tu experiencia laboral?

¡EXTRAORDINARIA! No se imaginan lo que he vivido, lo que estamos expuestos a aprender diariamente realizando pasantías. Lo que me ha dejado claro esta experiencia es que la vida en la universidad es totalmente diferente a cuando salimos a nuestra practica llamada realidad, por eso compañeros que están comenzando, o van en la mitad de la carrera mercadeo y Publicidad les digo de todo corazón, **VALOREN CADA CLASE CON CADA DOCENTE**, valoren cada aprendizaje diario y suelten los celulares y todas las distracciones cuando se trata de aprender, para que cuando salgamos de la universidad seamos unos profesionales íntegros y dispuestos a aprender mucho más día a día.

¿Qué metas tienes en el presente y en el futuro y a futuro con estas pasantías y con tu vida profesional?

Mis metas, para mi vida profesional en el presente son: seguir aprendiendo, investigando, leyendo, escuchando y valorando cada momento en el que pueda recibir conocimientos, y a futuro, es seguir retroalimentando lo aprendido y estar como propietaria de mi empresa viajando y conociendo muchos lugares, desarrollando mis habilidades personales y mis conocimientos que adquirí por varios años en el entorno laboral.



“**CREA  
TIVO**

**NO SE NACE**

**EN MERCADERO & PUBLICIDAD  
SE HACE”**



# PROYECTOS DE GRADO



# JUAN GALVIS SE LLEVÓ EL OSCAR AL MEJOR PROYECTO DE GRADO



Juan Carlos Galvis es nuestro estudiante MYP, egresado del colegio San Bernardo (San Bernardo de Bata) en el año 2012. Decidió estudiar mercadeo y publicidad porque desde un principio se interesó por el mercadeo y le llamo mucho la atención todo lo relacionado con la investigación. Actualmente tiene 22 años y hace parte de la empresa "Grupo MLG", generando estrategias de ventas en el departamento de mercadeo. Su proyecto de grado fue meritorio, demostrando el excelente estudiante M&P que es... le deseamos muchos éxitos en su vida laboral.

## ¿DE QUE SE TRATA ESTA PELICULA?

Como todos sabemos las prácticas empresariales son una actividad frecuente de la formación académica de nivel superior que permite la aplicación de los conocimientos adquiridos durante nuestra formación teórica. Por lo tanto, su principal objetivo es la iniciación del estudiante en el ejercicio profesional, es allí donde el programa de Mercadeo y Publicidad detecto la necesidad de conocer la interacción de los estudiantes del programa con el sector externo a partir de la modalidad de prácticas empresariales en el periodo 2014- 2017, partir de esta necesidad se realizó un trabajo de campo amplio y profundo del cual se conocieron fortalezas y debilidades por parte de todos los participantes (empresas, practicante y tutor de practica) lo cual permitió generar como resultado una GUIA DE EVALUACION PARA PRACTICAS EMPRESARIALES en la cual se tuvo en cuenta todas las mejoras pertinentes, haciendo uso de la evaluación, autoevaluación y coevaluación de todos los participantes en cada una de las etapas del proceso, con el único objetivo de mejorar las experiencias tanto de los practicantes como de los empresarios.

## ¿DE DÓNDE PARTIÓ PARA REALIZAR ESTE PROYECTO?

Mi trabajo de grado partió de un interés institucional, inicialmente la propuesta me la presento la coordinación de Mercadeo y Publicidad, me reuní con ellos, estude un poco más a fondo de que se trataba pues siempre quise desarrollar un trabajo de grado que trascendiera o fuera útil y no solo por cumplir un requisito, finalmente acepte sin imaginar que me iba a gustar tanto todo el proceso con el que fue realizado.

## ¿QUE TAN COMPLEJA FUE SU PRODUCCIÓN?

Con la profesora Sandra Quintero quien fue mi directora de trabajo teníamos tantas expectativas con la investigación y queríamos abracar todos los factores intervinientes e importantes en el desarrollo de las prácticas empresariales, que puedo asegurar que lo más complejo fue el trabajo de campo, ya que se realizaron diferentes instrumentos de recolección de información, entrevistas semiestructuradas para los coordinadores de cada uno de los programas académicos de la UDES como puntos de referencia del estudio, aunado a lo anterior se aplicaron también encuestas para los empresarios quienes habían sido escenarios de prácticas en el periodo estudiado, y por otro lado encuestas para estudiantes con prácticas culminadas, entonces eran muchos puntos de vista a tener en cuenta, además ir al ritmo en el que me podían atender para la recolección de la información fue sin duda lo más difícil.





### ¿QUIÉN HIZO PARTE DE LA TRAMA?

Son muchas en realidad, pero quiero aprovechar este espacio para contarles que fui muy afortunado de que se asignara una excelente directora de trabajo de grado, la profesional en Mercadeo y Publicidad, SANDRA MILENA QUINTERO quien fue esencial de principio a fin en este proceso, con quien hicimos un maravilloso equipo de trabajo y a la cual le estoy muy agradecido por todo el apoyo, paciencia, dedicación y conocimiento impartido no solo en la investigación sino en toda mi formación profesional.

### 1 ¿CUMPLIÓ CON SUS EXPECTATIVAS?

Sobrepaso mis expectativas, hoy puedo decir que a pesar de todas las complicaciones que tuve en el proceso ¡Me enamore de mi trabajo de grado! Y más de todas las cosas positivas que puede traer si lo implementan.

### 2 ¿QUE IMPACTO CREE QUE TUVO?

La investigación hasta el momento ha tenido un impacto bastante positivo con los resultados obtenidos, ya que se evidencio fortalezas y algunas mejoras en los procesos en relación a las prácticas empresariales, pero considero que el 70% impacto continua... y está en la implementación de los instrumentos de la GUIA DE EVALUACION DE PRACTICAS EMPRESARIALES producto final de la investigación ya que el analizar y evaluar a profundidad las prácticas y su proceso desde las diferentes perspectivas de los participantes seguramente mejorara la calidad de las experiencias tanto de los estudiantes como la de los empresarios respecto a nuestra profesión.

### 4 ¿QUE CONSEJO LE DARÍA A LOS ESTUDIANTES DE M&P EN CUANTO AL PROYECTO?

Dedíquente todo el tiempo necesario al desarrollo de sus proyectos, planifiquen sus tiempos y tengan una excelente comunicación con su director, considero que esa es la clave para realizar un excelente trabajo

### 3 ¿DE QUÉ LE HA SERVIDO DESPUÉS DEL ESTRENO?

Hoy en día reconozco la importancia de la sistematización de los procesos en cualquier área, siempre es bueno evaluar y autoevaluarnos para darnos cuenta en lo que estamos fallando, y como podemos mejorar, si queremos resultados efectivos.



## ¿DE DONDE NACE LA IDEA DE ESTE PROYECTO?

La idea nace debido a la necesidad de dar a conocer la agencia IN HOUSE ante los estudiantes de la universidad, pues estos recurrían a agentes externas de la universidad para crear la publicidad que ellos necesitan.

## SU OBJETIVO

Diseñar estrategias de Branding en la agencia IN HOUSE UDES CÚCUTA, para incrementar el posicionamiento en la comunidad académica.

## ¿COMO SE DESARROLLO?

En este proyecto de grado desarrollaron referentes teóricos como el Branding y el posicionamiento, esto con el propósito de caracterizar las bases sobre las cuales se sustenta el trabajo de grado.

## METODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación que se uso en este proyecto fue cualitativo, aplicando la técnica de Consumer Insight, técnica que busca obtener información por medio del uso de entrevistas a una muestra especifica elegida por el grupo investigador, permitiendo no solo tener un acercamiento a los principales consumidores sino además socializar con ellos los beneficios que se obtienen al adquirir los productos en IN HOUSE UDES Cúcuta.

## RESULTADOS

Luego de comprobar la falta de posicionamiento que tiene la agencia IN HOUSE en la Universidad de Santander, se plantearon las siguientes estrategias de Branding con el fin de lograr captar la atención de la comunidad académica y de esta forma incrementar el posicionamiento y la recordación de marca en la institución:

- Estrategia de creación de redes sociales a la agencia IN HOUSE UDES Cúcuta
- Estrategia de implementación de un ambiente familiar en la oficina de IN HOUSE.
- Estrategia uso de medios publicitarios para generar posicionamiento.

Proyecto realizado por:

Juan Andrés León López  
Carlos Eduardo Garavito Parada



An illustration of a young girl with long black hair and brown-rimmed glasses, wearing a teal dress, sitting on a wooden chair and holding a clipboard. She is looking towards a blue alien character with large eyes and a white collar, who is sitting on a red armchair. The alien is holding a pink box. In the background, there is a green wall, a window, a wooden table with a pitcher and a glass, and a tissue box. A large white speech bubble is positioned above the alien.

**ohana significa familia**  
la familia nunca te abandona ni  
te olvida.



# LA FAMILIA NUNCA TE ABANDONA SEMILLEROS

El semillero explorador del grupo CIMA del programa de MERCADEO y PUBLICIDAD, es un equipo conformado por estudiantes de diferente semestre de la carrera. En el cual, con la guía de la Docente Omaira Mendoza, desde el año 2016 han ido creando proyectos enfocados en la logística inversa. Lo cual lo a convertido en un semillero muy participativo en las diferentes convocatorias realizadas a nivel universitario.

Actualmente cuenta con tres proyectos en los cuales la "INVESTIGACIÓN DE ALTERNATIVAS PARA EMPAQUES ECO-AMIGABLES MEDIANTE EL USO DE PAPEL SEMILLA PERTINENTES PARA LA CIUDAD DE CÚCUTA" se encuentra finalizado y las investigaciones "DIAGNOSTICO Y DISEÑO DE UN PLAN PROMOCIONAL QUE VINCULE Y ACTIVE LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACION DE LA UNIVERSIDAD DE SANTANDER CAMPUS CÚCUTA" y "IDENTIFICACIÓN DE LAS PRACTICAS MEDIO AMBIENTALES DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA" se encuentran en proceso.

Analizando lo anterior, expondremos algunos testimonios dados por los integrantes del semillero para motivar a nuevos miembros hacer parte de esta familia.

## ¿Por qué se unió al Semillero?



**Omaira Mendoza**

En el año 2016 me asignaron el grupo de semillero, aunque al principio no tenía muchas expectativas y conocimientos de las acciones que se deben implementar en estos grupos de la universidad. Mis estudiantes me motivaron para crecer como equipo y ser lo que hoy en día somos.



**Paula Gelvez**

Había escuchado del semillero en muchas ocasiones y no había tenido la oportunidad de participar porque no me llamaba la atención en ese momento, pero gracias a los comentarios positivos de mis compañeros me motivaron a ingresar.



**Sara Londoño**

Me integre al semillero porque en el puedo adquirir más conocimiento acorde a al mercadeo y la publicidad, y adicionalmente me permite tener beneficios de selección en movilidad académica.



**Lili Rivera**

Me uní al semillero porque lo vi como una oportunidad de aprender acerca de investigación e involucrarme en las actividades de la universidad.



**Laura Cortes**

Mis razones por la cual me uní al semillero fueron aprender más sobre mi carrera, enriquecerme en la parte de investigación, aportar mis conocimientos al equipo y conocer diferentes puntos vistas.

## ¿Qué es lo que más le gusta del Semillero?

**Andrea García**

Lo que más me gusta es que es un espacio de intercambio de conocimientos entre alumnos de diferentes semestres lo que me ayudó a enriquecer un poco mi formación dentro de la universidad. Siempre hay algo nuevo que aprender y los demás en ocasiones son quienes nos enseñan.



**Integrantes Semillero de Investigación Semestre A-2019**

**Harold Sanguino**

Lo que más me gusta del semillero es que podemos relacionarnos entre los distintos semestres de la carrera y llevar lo que aprendemos a la acción con el trabajo de campo.



**Daniela Sandoval**

Lo que más me gusta de semilleros es el hecho que todas las ideas son válidas y siempre se encuentra la manera de resolver los obstáculos para desarrollar y convertirlas en gran proyecto.

**Eliana Alba**

Me gusta que es un espacio que nos permite a los estudiantes trabajar con ideas propias e innovadoras, y adicionalmente profundizar en los temas vistos en las aulas de clase.

**Sebastián Jaramillo**

Me gusta que es un espacio muy práctico, donde tratamos de verle el lado positivo a los problemas (los investigamos y planteamos soluciones) por el hecho de que logramos conocer personas de otros semestres que son creativas, apasionadas y llenas de conocimiento, y por el gran ambiente que se crea en el grupo y las actividades que hacemos.



# ¿CONSIDERAS EL GRUPO DE SEMILLERO UNA FAMILIA?

## Sebastián Jaramillo

Si considero que somos una familia, ya que en un período académico pasamos de un: "ahí va esa muchacha que es de octavo y esa que es de cuarto y esa que no se en que semestre va, pero creo que estudia merca-deo" a un "hola Leidy, ¿qué tal los trabajos? y un ¡Hey Daniela! ¿cómo estás? ¿me ayudas a grabar un comercial?" y que al final de cuentas nos alegramos todos cuando estamos pasa algo bueno y así mismo nos ayudamos o nos ayudan cuando estamos en las no tan buenas. Los resultados siempre son en equipo y siempre contaremos con alguien que nos pueda apoyar en lo que necesitemos.

## Andrea Ramírez

Si, porque poco a poco nos vamos conociendo, creando vínculos, apoyándonos para cumplir objetivos en medio de los distintos tipos de personas que nos encontramos en el grupo.



**Integrantes Semillero de Investigación  
Semestre A-2019 junto a su tutora  
Docente Omaira Mendoza**

## Omaira Mendoza

Si, porque me siento cómoda con mis alumnos que más que ser mis alumnos, son mis hijos los cuales guio y me guían para aprender juntos, y de esta manera crear proyectos dignos a representar no solo en el campus universitario sino también en espacios externos.

## Salomé Moreno

En el semillero exploradores tenemos la posibilidad de acercarnos a personas que van por el mismo camino a cumplir sus metas. Aprendemos unos de otros a caminar juntos haciendo lo que más nos gusta, convirtiéndonos en una familia.

## Andrea García

Si lo considero como una pequeña familia dentro de la universidad, es un espacio de formación, pero también se han podido vivir momentos de esparcimiento que me parecen muy agradables.



# Universidad de Santander

Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación **UDES**

VIGILADA MINEDUCACIÓN

