

# **Diseño de estrategias de mercadeo para el programa de ingeniería de Materiales de una universidad del Caribe colombiano: Referentes de demanda potencial colegios en Barranquilla, Soledad, Baranoa y Piojó<sup>1</sup>**

## **Design of marketing strategies for a university in the colombian Caribbean materials engineering programme: potential demand concerning schools in Barranquilla, Soledad, Baranoa and Piojó**

**Winston Fontalvo Cerpa**

*Msc. Ingeniero Industrial, Docente Programa Ingeniería Industrial Universidad Autónoma del Caribe, winston.fontalvo@uac.edu.co*

**Beatriz María Cardozo Arrieta**

*Msc (c). Ingeniera de materiales, Docente del Programa Ingeniería de Materiales Universidad Autónoma del Caribe, bcardozo@uac.edu.co*

Recibido: abril 25 de 2013

Aceptado: mayo 31 de 2013

### **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo es realizar un estudio del mercado del programa de ingeniería de materiales, debido a la poca participación de la comunidad estudiantil activa frente a otras ingenierías que tienen mayor acogida, observándose un comportamiento de bajo número de las matrículas frente a otros programas de ingeniería, empleando para ello una serie de encuestas a 885 estudiantes de 11° grado de los diversos establecimientos educativos del área metropolitana de Barranquilla, 20 públicos y 22 privados, con el fin de conocer las preferencias por programas académicos y saber que tanta información poseen los estudiantes de secundaria acerca de esta carrera y otra encuesta a 17 estudiantes del programa de Ing. de Materiales (a quienes se denominó cliente interno). Con base en los resultados arrojados en la encuesta se diseñaron estrategias que permitan incrementar el reconocimiento y la percepción de la ingeniería de materiales, así como su impacto en la sociedad, especificando el plan de acción y el presupuesto para su implementación.

**Palabras Clave:** ingeniería de materiales, percepción, mercadeo, estrategias, impacto social.

### **ABSTRACT**

This paper purpose is to make a study of materials engineering program's market, due to low participation of student community active against other engineering that have more reception, observed behavior of low number of enrollments compared to other engineering programs, employing a series of surveys of students of various educational institutions in the metropolitan area of Barranquilla, 20 public and 22 private, in order to meet the preferences for academic programs and know that much information possessed by high school students this career and other survey to 17 students of Materials Engineering program (who are called internal customer). Based on the results obtained in the survey were designed strategies to increase the recognition and perception of material engineering materials and its impact on society, specifying the action plan and budget for implementation.

**Key words:** Materials engineering, perception, marketing, strategies, social impact.

<sup>1</sup> Debe anotarse que los colegios fuera de Barranquilla y Soledad fueron escogidos por la ubicación de los estudiantes de sexto semestre de Ingeniería Industrial.