

**IDENTIFICACIÓN DE ATRIBUTOS EMOCIONALES Y FUNCIONALES DE LA
MARCA UNIMAGDALENA EN SUS ESTUDIANTES**

**LINA MARIA MARTINEZ YIDI
CINDY LORENA POLO LONDOÑO
LETTY EMILIA VERONESSI BARRAZA**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTA MARTA D.T.C.H.
OCTUBRE
2010**

**IDENTIFICACIÓN DE ATRIBUTOS EMOCIONALES Y FUNCIONALES DE LA
MARCA UNIMAGDALENA EN SUS ESTUDIANTES**

**LINA MARIA MARTINEZ YIDI
CINDY LORENA POLO LONDOÑO
LETTY EMILIA VERONESSI BARRAZA**

**TRABAJO REALIZADO PARA OBTENER UNA NOTA PARCIAL EN EL
DIPLOMADO DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ESTRATEGIAS
DE MARKETING.**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

SANTA MARTA D.T.C.H.

OCTUBRE

2010

TABLA DE CONTENIDO

1. TEMA
2. NOMBRE DEL GRUPO
3. OBJETIVOS
 - 3.1. Objetivo general
 - 3.2. Objetivos específicos
4. JUSTIFICACIÓN
5. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO Y TEMPORAL
 - 5.1. Delimitación del Espacio Geográfico
 - 5.2. Delimitación del Espacio Temporal
 - 5.3. Duración Estimada
 - 5.4. Forma de Identificar los atributos funcionales y emocionales
6. DISEÑO METODOLÓGICO
 - 6.1. Cronograma de actividades
7. ANTECEDENTES
8. MARCO CONCEPTUAL
9. QUE ES LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
 - 9.1. Servicios que presta la Universidad del Magdalena
 - 9.2. Que se propone la Universidad del Magdalena
10. TECNICAS DE RECOPIACION DE INFORMACION PRIMARIA
11. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A LOS ESTUDIANTES
 - 11.1 Atributos emocionales
 - 11.2 Atributos emocionales (frases)
 - 11.3 Atributos funcionales
 - 11.4 Atributos funcionales (frases)
 - 11.5 Fallas potenciales
 - 11.6 Recomendaciones
 - 11.7 Factores de éxito de la marca Unimagdalena
12. CONCLUSIÓN
13. BIBLIOGRAFÍA
14. ANEXOS (Formato de entrevistas Realizadas)

2_. NOMBRE DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN
(Lincilet)

Lina Maria Martinez Yidi

Cindy Lorena Polo Londoño

Letty Emilia Veronessi Barraza

3_. OBJETIVOS

General

- Identificar e interpretar los atributos emocionales y funcionales de la marca Unimagdalena en sus estudiantes.

Específicos

- Identificar e interpretar los atributos emocionales de la marca Unimagdalena en sus estudiantes.
- Identificar e interpretar los atributos funcionales de la marca Unimagdalena en sus estudiantes.

4_. JUSTIFICACIÓN

Son varios los motivos que han impulsado a los investigadores a desarrollar la presente investigación, en primera instancia y como factor más relevante se encuentra el hecho de pertenecer a esta institución educativa, razón por la cual se ve la necesidad y el deber de identificar como los estudiantes visualizan el servicio que están prestando la Universidad del Magdalena a través de los distintos factores sean emocionales y funcionales.

Por otro lado se hace necesario indagar o conocer que tanto los estudiantes conocen la institución, como la perciben, ya que de esto depende el cuidado, el respeto y los actos que se realicen hacia la Universidad como tal.

Por ultimo con esta investigación se podrá observar el nivel de involucramiento de los estudiantes hacia la marca Unimagdalena, de igual manera identificar las posibles falencias con el fin de buscar soluciones que permitan que la Universidad del Magdalena avance mucho más de lo que lo ha logrado hasta el momento.

5_. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO Y TEMPORAL

5.1_. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO

Nuestra investigación se llevó a cabo en el D.T.C.H. de Santa Marta, específicamente en la Universidad del Magdalena.



5.2_. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TEMPORAL

Nuestra investigación toma el periodo de tiempo comprendido entre 22 de agosto y el 22 de octubre del año 2010.

5.3_. DURACIÓN ESTIMADA

La realización de esta investigación se tardó aproximadamente 2 meses.

5.4_. FORMA DE IDENTIFICAR LOS ATRIBUTOS EMOCIONALES Y FUNCIONALES EN LOS ESTUDIANTES

Durante nuestra investigación interactuamos con la población estudiantil; esto se realizó por medio de una muestra de 10 estudiantes a los cuales se les aplicó entrevistas semiestructuradas. Las muestras se tomaron mediante una interacción diática con cada uno de los que hacen parte de dicha muestra.

6_. DISEÑO METODOLÓGICO

Para la realización de este proyecto de investigación se siguen los siguientes pasos.

- 1._ Planteamiento y afinación de la idea de investigación.
- 2._ Formulación de los objetivos y Justificación del estudio.
- 3._ Revisión de la literatura e identificación de los antecedentes.
- 4._ Selección y preparación de los instrumentos para llevar a cabo la Investigación.
- 5._ Recolección de datos en el contexto en el cual se llevó a cabo la investigación por medio de una interacción diática con la población objetivo del estudio.
- 6._ Procesamiento de datos.
- 7._ Análisis de los resultados arrojados.
- 8._ Formulación de propuestas a partir de resultados obtenidos.
- 9._ Finalización y sustentación del trabajo.

6.1_. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Meses											
	Agosto				Septiembre				Octubre			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S1Nov
1.Planteamiento y afinación de la idea de investigación												
2. Formulación de los objetivos y Justificación del estudio.												
3. Revisión de la literatura e identificación de los antecedentes.												
4. Selección y preparación de los instrumentos para llevar a cabo la Investigación												
5. Recolección de datos en el contexto en el cual se llevó a cabo la investigación por medio de una interacción diática con la población objetivo del estudio												
6. Procesamiento de Datos												
7. Análisis de los resultados arrojados.												
8. Formulación de propuestas a partir de resultados obtenidos.												
9. Finalización y sustentación del trabajo.												

Fuente: Lina, Cindy, Letty- Octubre 2010

7_. ANTECEDENTES

“1La Universidad del Magdalena es una universidad pública, cuya sede principal queda en la ciudad de Santa Marta, capital del departamento del Magdalena en Colombia. Es una de las universidades más prestigiosas e importantes de la Región Caribe Colombiana. Posee uno de los campus universitarios más grandes de la región, con un área de 50ha.

Con el restablecimiento de la democracia en nuestro país a finales de la década de los años 50, surgió en diferentes regiones un inusitado interés por su desarrollo socioeconómico. En el departamento del Magdalena vuelve a surgir la idea de crear un centro de estudios superiores que sirviera de apoyo a dicho proceso; además, porque se vivía un momento crucial que generaba inmensas expectativas sobre el futuro desenvolvimiento de las actividades económicas, políticas, sociales y culturales no sólo de la región y el país, sino también de todo el continente americano, pues el triunfo de la revolución cubana impactó tan fuertemente a la opinión pública que se convirtió en un obligado punto de referencia en la generación de nuevas ideas y esperanzas. En el ámbito regional también se materializaban hechos que creaban una situación especial para el desenvolvimiento de nuestro inmediato futuro tales como la modernización del puerto de Santa Marta, la culminación del Ferrocarril del Atlántico, la construcción de la carretera que nos comunica rápidamente con Barranquilla y, por ende, con el resto de la Costa, la troncal del Caribe, el rápido proceso de urbanización que experimentaba Santa Marta y el impulso al desarrollo agrícola que se le estaba dando a la región con nuevos cultivos, tales como: algodón, palma africana, arroz, etc. Así mismo, el cultivo del banano estaba siendo objeto de mejoramiento para incrementar su rentabilidad. Existía en esos momentos un gran interés por parte del Gobierno Nacional de darle un impulso, no sólo al desarrollo agrícola, sino también al industrial de las ciudades de la Costa Caribe, lo cual motivó a la juventud estudiosa, a los hombres de empresa, a los intelectuales y políticos a pensar seriamente en la concreción de un viejo anhelo, muchas veces abortado, para que el Magdalena Grande (Magdalena, Cesar y La Guajira) contase con una casa de estudios superiores. La Asamblea Departamental recoge ese clamor ciudadano aprobando la ordenanza N° 05 de octubre 27 de 1958, mediante la cual se le dio vida jurídica a la Universidad Tecnológica del Magdalena como establecimiento público de educación superior del orden territorial. Sin embargo, la iniciación de labores se aplaza por diversas razones hasta mayo de 1962. Corresponde al doctor Ernesto Acosta Durán en su condición de secretario de Educación y siendo gobernador el doctor Miguel Ávila Quintero, someter a consideración de la Asamblea Departamental un proyecto de ordenanza, mediante la cual se solicitaban facultades extraordinarias para tramitar un crédito bancario e incorporar al presupuesto departamental la partida anual requerida para el funcionamiento de la Universidad a partir de

1961. De tal manera, la Universidad Tecnológica del Magdalena inicia labores a partir del 10 de Mayo de 1962 con el programa académico de ingeniería agronómica, y con una planta de 12 profesores y 65 estudiantes bajo la dirección del doctor Ernesto Acosta Durán como rector encargado y Rafael Barrios como decano de la Facultad de Agronomía. Por disposición del Consejo Superior, en 1969 inicia labores la Facultad de Economía Agrícola y en 1970 la de Administración Agropecuaria. Con la puesta en marcha de este proyecto de educación superior, se trataba de llenar un enorme vacío que existía en nuestro medio con relación a la formación de profesionales y técnicos a nivel superior para atender la creciente demanda generada en virtud de la masificación del bachillerato y también para proveer de recurso humano calificado al aparato productivo que comenzaba a expandirse en virtud de los fenómenos señalados anteriormente. Este proyecto universitario inicialmente contemplaba, además de agronomía, la apertura de los siguientes programas: medicina veterinaria y zootecnia, administración de empresas y un instituto tecnológico, los cuales no se abrieron por carencia de planta física, material didáctico y suficientes recursos financieros. Nuestra alma máter, al igual que otras universidades del orden territorial y algunas de carácter nacional que fueron creadas por la misma época iniciaron labores en un marco de carencias por la falta de bibliotecas adecuadas, equipos e instalaciones modernas y laboratorios bien dotados. Así mismo, muy pronto comenzaron a generarse dificultades originadas por la constante asfixia presupuestal debido a que estas instituciones educativas fueron creadas sin llevar a cabo un proceso previo de planificación que definiera fuentes de financiación seguras, además, porque históricamente en nuestro país la educación superior ha tenido bajos índices de financiamiento estatal. Mediante el decreto N° 268 del 26 de abril de 1962 se integró el primer Consejo Superior Universitario, de la siguiente manera: doctor Miguel Ávila Quintero, gobernador del departamento; doctor Ernesto Acosta Durán, secretario de educación departamental y rector encargado; doctor Joaquín Aarón Manjares, representante del Ministerio de Educación ; doctor Rafael Campo Murcia, representante de los profesionales; doctor Pedro Antonio García, representante de los profesores y el señor José Vives de Andreis, representante de los gremios económicos. En Noviembre de 1962 la Asamblea Departamental aprobó una ordenanza mediante la cual se destinaron 52 hectáreas de terreno en el sector de San Pedro Alejandrino para construir allí la ciudadela universitaria y organizar una granja experimental; así mismo se asignó el 10% de los impuestos departamentales con destino exclusivo a la Universidad a partir de 1963. En este mismo año, el alma máter del Magdalena fue reconocida por la Fundación de Universidades y el Fondo Universitario Nacional, lo cual le permitió tener acceso a recursos financieros de la Nación. Por esta época, mediante la ordenanza N° 5 de noviembre 18 de 1963 se autorizó la incorporación de la Universidad del Magdalena a la

¹http://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_del_Magdalena

Universidad del Atlántico. Con esta medida se iniciaba el proceso de integración universitaria en la Costa Atlántica. Durante la administración del doctor Alfonso Campo Murcia se iniciaron los trámites para la consecución de los recursos necesarios para construir la nueva sede universitaria, pero sólo hasta el 25 de mayo de 1965 se colocó la primera piedra. Por esta misma época ocuparon el Ministerio de Agricultura los doctores Enrique Blair y Armando Samper Gnecco, quienes le proporcionaron un significativo apoyo a la Universidad del Magdalena para su desarrollo, principalmente en lo relacionado con la gestión de los recursos financieros necesarios para la construcción de la ciudadela universitaria. En el proceso de desarrollo histórico del principal centro de estudios superiores del Magdalena podemos distinguir tres momentos fundamentales bien definidos: El primero, que comprende los intentos iniciales para crearlo en la segunda mitad del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX, y la cristalización definitiva del proyecto universitario con la expedición del acto administrativo que dio vida a la Universidad Tecnológica del Magdalena hasta 1969. La primera etapa de existencia de la Universidad Tecnológica del Magdalena se caracteriza porque sólo ofrece un programa académico y por tanto, con una población de estudiantes y un plantel de profesores muy reducidos, pero eso sí, dando pasos firmes para lograr un significativo crecimiento que le permitiera posicionarse mejor, tanto local como regionalmente. Es así como la Universidad, no obstante su perfil tecnológico, comienza a estimular con su presencia el quehacer intelectual de Santa Marta, el Magdalena y la Región Caribe. Ante la gravedad de la situación, el Consejo Superior nombra en propiedad ex rector, Dr. Carlos Eduardo Caicedo Omar, quien inicialmente adelantó un proceso de reestructuración administrativa y financiera, para lo cual contó con el apoyo de algunas instancias gubernamentales del orden nacional tales como el Ministerio de Educación Nacional, el ICFES, Planeación Nacional, FONADE y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Para llevar a cabo el proceso de modernización institucional, se conformó un comité de reestructuración, el cual, después de un año de trabajo, decide implementar el macro proyecto "Refundar la Universidad del Magdalena, un proyecto colectivo" con la finalidad de llevar a cabo una profunda transformación estructural de la institución, así como también dotarla de un Plan de Desarrollo Estratégico para construir un nuevo modelo de universidad, moderna, integrada y comprometida con el departamento del Magdalena y la región Caribe Colombiana".²⁴ Con este proceso de refundación, se inicia el tercer momento de la Universidad del Magdalena y con él se busca concitar el interés de la comunidad magdalenense y costeña para participar colectivamente en la elaboración del nuevo modelo de universidad y la planificación de su desarrollo para los próximos 10 años. En el período 1998-2000 se reorienta la Universidad hacia la dimensión académica, se reduce significativamente el déficit financiero y se adelantan importantes obras de infraestructura y dotación de las cuales se destacan: la dotación de salones de clases, recuperación de zonas verdes, mejoramiento de edificaciones,

ampliación de vías, reconversión y creación de laboratorios, conexión a Internet, dotación de salas de consulta y modernización de la biblioteca. Todo esto se logra a partir de la liberación de recursos financieros por vía de la reestructuración de la planta de personal, la racionalización de los gastos generales y de personal, la promoción institucional y la gestión para el aumento de las transferencias de la nación. Si bien es cierto que la **Universidad del Magdalena** ha existido bajo diferentes figuras a lo largo del siglo XIX y XX, no fue hasta 1958 que la Asamblea del Departamento del Magdalena la creó, sin embargo, entró en operaciones el 12 de Mayo de 1962.

RECTOR: Ruthber Escorcía Caballero

8_. MARCO CONCEPTUAL

ATRIBUTOS: ¹“Cualidad o característica propia de una persona o una cosa, especialmente algo que es parte esencial de su naturaleza.”

ATRIBUTOS EMOCIONALES: ²“Son los relacionados con la parte emotiva del consumidor.”

ATRIBUTOS FUNCIONALES: ³“Son los que se relacionan con las características del producto.”

ESTUDIANTE: ⁴“Es la palabra que permite referirse a quienes se dedican a la aprehensión, puesta en práctica y lectura sobre alguna ciencia, disciplina o arte.”

EXPECTATIVAS: ⁵“Las expectativas son las que modelan nuestra experiencia directa del mundo determinando lo que percibimos y cómo lo percibimos.”

INSTITUCIÓN EDUCATIVA: ⁶“Es un conjunto de personas y bienes promovida por las autoridades públicas o por particulares, cuya finalidad será prestar educación.”

PERCEPCIÓN: ⁷“Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos.”

SENTIMIENTOS: ⁸“es un estado del ánimo que se produce por causas que lo impresionan. Estas causas pueden hacer alegres y felices, o dolorosas y triste. El sentimiento surge como resultado de una emoción que permite que el sujeto sea consciente de su estado anímico.”

¹<http://es.thefreedictionary.com/atributo>

²Clase de mercadeo III (Profesor Alejandro Garcia)

³Clase de mercadeo III (Profesor Alejandro Garcia)

⁴<http://definicion.de/estudiante/>

⁵<http://marketing.bligoo.com/content/view/337620/Las-Expectativas-y-el-Marketing.html>

⁶<http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-82752.html>

UNIMAGDALENA: ⁹“Institución de educación superior de carácter estatal y del orden territorial que ejerce su autonomía en el marco de la constitución y la ley y cuyo propósito fundamental es el de contribuir al desarrollo de la región y del país mediante el fomento de la educación pública, la ciencia y la cultura.”

SERVICIO: ¹⁰“Un servicio es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente”.

MARCA: ¹¹“Nombre, signo, distintivo que identifica el producto”.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: ¹²“Se refiere a las acciones físicas de los consumidores que otras personas pueden observar y medir directamente”

⁷RAE (real academia española)

⁸<http://es.thefreedictionary.com/atributo>

⁹www.unimagdalena.edu.co

¹⁰<http://definicion.de/servicio/>

¹¹Clase mercadeo I (Profesor Jose Areiza)

¹²Clase de Diplomado (Alejandro Garcia)

9_. ¿QUÉ ES LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA?

³“Es una institución de educación superior de carácter estatal y del orden territorial que ejerce su autonomía en el marco de la constitución y la ley y cuyo propósito fundamental es el de contribuir al desarrollo de la región y del país mediante el fomento de la educación pública, la ciencia y la cultura.”



Mapa Interno de una parte de la Universidad del Magdalena

Fuente: <http://www.google.com.co/imgres?imgurl=>

9.1_. ACTUALMENTE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA OFRECE LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

4“PREGRADO PRESENCIAL (FACULTADES)

CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Licenciatura En Preescolar

Licenciatura En Educación Básica Con Énfasis En Informática

Licenciatura En Educación Básica Con Énfasis En Matemáticas

Licenciatura Filosofía Y Estudios Políticos

INGENIERÍA

Ingeniería Ambiental Y Sanitaria

Ingeniería Agronómica

Ingeniería Pesquera

Ingeniería De Sistemas

Ingeniería Electrónica

Ingeniería Industrial

Ingeniería Agroindustrial

Ingeniería Civil

CIENCIAS DE LA SALUD

Enfermería

Psicología

Medicina

Odontología

CIENCIAS BÁSICAS

Biología

CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

Economía

Tecnología En Administración Hotelera Y Turística

Administración De Empresas

Contaduría

Negocios Internacionales

HUMANIDADES

Antropología

Cine y Audiovisuales

Derecho

POSTGRADOS

Doctorados

Especializaciones

Maestrías

EDUCACIÓN CONTINUADA

Programas libres (diplomados, seminarios y cursos varios)

MODALIDAD A DISTANCIA

Diplomados

Especializaciones

Técnico laboral

Tecnológica

Profesional

CENTRO DE IDIOMAS

Inglés

Francés

VICERRECTORIA DE DOCENCIA

Prácticas profesionales

Consejerías

Coordinación docente

Evaluación docente

Recursos educativos”

9.2_. ¿QUÉ SE PROPONE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA?

⁵“Formar de manera integral ciudadanos libres de alta calidad profesional, ética y humanística, con capacidad de liderazgo que les permita intervenir de manera decisiva en los procesos de mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades en las cuales se hallen inmersos y en la consolidación de la democracia, la justicia social, la preservación del medio ambiente, el respeto a los derechos humanos y la consolidación de la Paz como entorno necesario para el desarrollo social y económico.”

10_. TECNICAS DE RECOPIACION DE INFORMACION PRIMARIA

Como investigación cualitativa se utilizó la siguiente técnica:

Entrevista: Se realizaron 10 entrevistas semiestructuradas individuales cualitativas enfocadas y en profundidad, cuyo contenido se gravo en audio con una duración promedio de 12 minutos cada una). Todas las entrevistas se transcribieron textualmente.



Fuente: Lina, Cindy y Letty-October 2010

11_. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Es sorprendente la cantidad de atributos emocionales con lo que los estudiantes relacionan la marca Unimagdalena. Es grato darse cuenta como los estudiantes quieren la universidad, al momento de hacerles las entrevistas, responden con cariño, amor y sobre todo al momento de hablar de Unimag como tal, se refleja gran pasión.

Es común ver como mencionan lo orgullosos que se sienten de pertenecer a una de las mejores universidades de la costa, mencionan cosas como que es su “segundo hogar”, además aprecian los beneficios que brinda la universidad, tales como almuerzos, refrigerios, bicicletas, dicen que permite un mejor desarrollo profesional ya que muchos son de escasos recursos y estos programas son de gran ayuda.

Pero todo esto es gracias al esfuerzo realizado desde hace muchos años. Actualmente los estudiantes son prioridad en la universidad, lo que significa encontrarse en constante mejora con el fin de satisfacer las necesidades.

Pero esta percepción positiva no solo es de sus estudiantes, ya que la Universidad en estos momentos a nivel regional se encuentra entre las mejores, en cultura y deporte tiene grandes fortalezas, actualmente la Universidad obtuvo el primer lugar en Cartagena por la excelente presentación del grupo de porristas, lo que muestra el gran desempeño e involucramiento de los deportistas en la institución.

11.1_. ATRIBUTOS EMOCIONALES

- Respeto
- Cariño
- Admiración
- Paz
- Alegría
- Gratitude
- Aprecio
- Confianza
- Belleza
- Dicha
- Sentido de pertenencia
- Ambiente agradable
- Valor
- Maravilloso

11.2_. ATRIBUTOS EMOCIONALES

Entrevistado 1 “si toda la vida, es más si tengo hijos los pondría aquí, es **gratificante** todas las oportunidades que nos brinda la Universidad”

Entrevistado 2 “**aprecio**, siento que es mi universidad, **mi casa, mi hogar**”.

Entrevistado 3 “**valoro** que posee un espacio donde me pueda desarrollar personalmente”

Entrevistado 4 “Características.... Así de **bonita** ehhhh, es una **chimba** jajaaaja

Entrevistado 6 “si claro que la recomendaría, no permitiría que muchas personas de esta región no conocieran esta **maravilla**.”

Entrevistado 7 “más si cada día ha de ser mejor, siento mucha **simpatía** por **mi** Universidad”.

Entrevistado 8 “Bueno escogí esta universidad primero que todo porque se encuentra en esta ciudad y segundo pues por referencias porque mi papá es egresado de allá, le tengo mucha **confianza**.”

Entrevistado 9 “Siento un **cariño** inmenso, **alegría** y sobre todo **dicha** por saber que estoy en una de las mejores universidades.”

“**Valoro** muchas cosas, pero en especial la gran diversidad cultural, su gente, el lago... la **belleza**, la tranquilidad y la **paz** que me inspira esta universidad.”

Entrevistado 10 “fomenta la creación de una cultura de respeto y ante todo sentido de pertenencia hacia ella.

11.3_. ATRIBUTOS FUNCIONALES

- Biblioteca
- Laboratorios
- Salas de sistema
- Infraestructura
- Beneficios (refrigerios, bicicletas, becas, almuerzos)
- Grupos de investigación
- Deporte
- Cultura
- Diversidad
- Aulas Virtuales
- Proyectos de extensión
- Calidad
- Constante Mejora
- Facilidad de pago
- Cercanía

11.4_. ATRIBUTOS FUNCIONALES

Entrevistado 1 “si, ya que muchos estudiantes cuando ingresan a la universidad tienen muchas falencias y encontrarse con un primer semestre (**ciclo general**) es muy bueno, además se encuentra en **constante renovación** del plan de estudio y **facilidades pago**.”

Entrevistado 2 “valoro se le da la oportunidad a muchas personas de estudiar, **programa de becas...**”

Entrevistado 3 “la escogí porque, se encuentra en mi **ciudad natal**, básicamente unos **buenos laboratorios**.”

Entrevistado 4 “Y lleno mis expectativas en cuanto a los **beneficios** que pude obtener (**refrigerios, bicicleta, almuerzos...**).”

Entrevistado 5 “Me gusta por la parte del **bienestar universitario** el acceso a la **salas de internet, laboratorios e instalaciones deportivas**, además los **programas de extensión** son benéficos para la comunidad.”

Entrevistado 6 “Totalmente lleno mis expectativas si era lo que me esperaba, su **calidad** educativa, sus profesores, su **infraestructura**, la verdad estoy totalmente satisfecha.”

Entrevistado 9 “Los **laboratorios** de medicinas se encuentran muy bien equipados, el anfiteatro igual, brinda diferentes alternativas para las personas de escasos recurso, tales como **refrigerios, almuerzos**, posee **campos verdes** que permiten al estudiante salir un poco de la monotonía y sentirse en un ambiente más agradable.... En fin”

Entrevistado 10 “porque a nivel regional es una de la **mejores universidad** además la **cercanía** a mi familia y que es una universidad pública y puede acceder cualquier persona a ella.”

11.5_. FALLAS POTENCIALES (Emocionales y Funcionales)

- ✓ Como manejan la política
- ✓ Más investigación
- ✓ Ampliar planta docente
- ✓ Apertura de nuevos programas
- ✓ Mejor atención en admisiones
- ✓ Mayor cobertura en las prácticas profesionales
- ✓ Más apoyo a proyectos
- ✓ plan de estudios con mayor fortaleza

11.6_. RECOMENDACIONES

La universidad del magdalena como las otras entidades públicas no está exenta de problemas que quizás normalmente en muchos casos hacen parte del mundo de la academia, a pesar de ser esta universidad o de estar consolidadas como una de las mejores universidades de la región magdalena posee problemas y que en pro de mejorar la marca unimagdalena se analizara lo siguiente.

Entre aquellos factores negativos que encontramos estuvieron principalmente como es manejada la política (burocracia) en el sentido que los mejores puestos de directivos y docentes de esta, lo tienen personas que están bien posicionada o que por lo menos poseen alguna palanca, para tratar de mejorar este problema buscamos utilizar el método transparencia, donde todos los estudiantes, directivos y docentes se encuentren en puestos meritorios y pues que más haciendo valer esto en esta época de elecciones. Por otro lado un tema que aqueja de verdad a los estudiantes y docentes, la ampliación de la planta de docente calificado y la apertura de nuevos programas, para que la Unimag siga consolidándose como una de las mejores universidades de la región debemos incluir docentes con una amplia trayectoria para mejorar la educación y abrir nuevos programas en donde la Unimag se encuentre en capacidad de competir con cualquier otra universidad del país.

11.7_. FACTORES DE ÉXITO DE LA MARCA UNIMAGDALENA

Son diferentes los motivos por los cuales la marca Unimagdalena es exitosa, entre estos es importante resaltar algunas de las actividades o recursos que brinda la universidad con el fin de buscar mayores facilidades para que los estudiantes puedan desarrollarse de manera óptima. Cabe resaltar el alto involucramiento que poseen los estudiantes con la institución, lo que permite que lo que se realiza sea productivo y benéfico. Entre estos tenemos:

- Semestre Introdutorio (ciclo general).
- Proyectos de extensión.
- Campus Virtual (WebCT).
- Créditos de financiación matrícula y convenios (Icetex).
- Periódico Institucional (Campus)
- Emisora (Unimagdalena Radio)
- Boletines informativos de los programas (virtual)

12_. CONCLUSIÓN

En esta investigación, se pudo identificar cuáles son los atributos funcionales y emocionales de la marca Unimagdalena en sus estudiantes, se estableció que son más fuertes los atributos emocionales que los funcionales, ya que los sentimientos tienen más peso y son más representativos, en otras palabras los estudiantes lo demuestran más, aunque no es menos cierto que aprecian mucho los recursos que brinda la universidad para un óptimo desarrollo.

Es muy satisfactorio observar el aprecio que los estudiantes muestran por la institución, aunque coinciden en que hay que solucionar ciertos aspectos relevantes (tales como planta docente, pensum académico, menos elitismo, entre otras).

Por último es necesario mencionar que una de las finalidades de esta investigación era conocer que tanto los estudiantes conocían, querían o valoraban su Universidad, al momento de indagar, la respuesta fue que la conocen mucho y que el sentido de pertenencia es grande, ya que cuidan el plantel y tratan de que cada día sea mejor.

13_. BIBLIOGRAFIA

- Identificación de asociaciones con la mara SENA; MBA Garcia Alejandro
- http://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_del_Magdalena
- www.unimagdalena.edu.co
- ¹<http://es.thefreedictionary.com/atributo>
- ²Clase de mercadeo III (Profesor Alejandro Garcia)
- ³Clase de mercadeo III (Profesor Alejandro Garcia)
- ⁴<http://definicion.de/estudiante/>
- ⁵<http://marketing.bligoo.com/content/view/337620/Las-Expectativas-y-el-Marketing.html>
- ⁶<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-82752.html>
- ⁷RAE (real academia española)
- ⁸<http://es.thefreedictionary.com/atributo>
- ⁹www.unimagdalena.edu.co
- ¹⁰<http://definicion.de/servicio/>
- ¹¹Clase mercadeo I (Profesor Jose Areiza)
- ¹²Clase de Diplomado (Alejandro Garcia)

14_ ANEXOS

(Formato de entrevistas realizadas)

IDENTIFICACIÓN DE ATRIBUTOS EMOCIONALES Y FUNCIONALES DE LA MARCA UNIMAGDALENA EN SUS ESTUDIANTES

Universidad del Magdalena
Entrevista semiestructurada

Breve Introducción:

Los atributos funcionales son los que se relacionan con las características de la universidad. (Ejemplo laboratorios, salones, infraestructura, etc.).

Los atributos emocionales son los relacionados con la parte emotiva del estudiante (sentimientos, afectos, etc.).

Los servicios que presta la Universidad del Magdalena son de educación y/o aprendizaje. Encontramos en ella diferentes modalidades tales como:

Pregrado presencial, postgrados, educación continuada, modalidad a distancia, centro de idiomas y vicerrectoría de docencia.

- 1. ¿Qué programa estudias?**
- 2. ¿Qué semestre cursas actualmente?**
- 3. ¿Por qué decidiste escoger la Universidad del Magdalena para realizar tus estudios de pregrado?**
- 4. ¿Consideras que la universidad del Magdalena lleno tus expectativas? ¿Por qué?**
- 5. ¿Por qué te gusta la Universidad del Magdalena?**
- 6. ¿Está de acuerdo con la metodología implementada en la parte académica de la Universidad?**
- 7. ¿Qué es lo que menos te gusta de la Universidad del Magdalena?**
- 8. ¿Qué le recomendarías mejorar?**
- 9. ¿Cuál cree usted que son las características que debería tener la Universidad ideal?**
- 10. ¿Aparte de los servicios prestados por la Universidad, que otro te gustaría encontrar?**
- 11. ¿Participa usted en los eventos académicos y culturales que se realizan en la Universidad ¿Por qué?**
- 12. ¿Qué es lo que más valoras de la Universidad?**
- 13. ¿Le recomendarías a un familiar que estudiara en la Universidad del Magdalena?**

Diplomado comportamiento del consumidor estrategias de marketing

Lina Martínez Yidi
Cindy Polo Londoño
Letty Veronessi Barraza