

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA LABORAL DE LAS EMPRESAS HACIA
LOS EGRESADOS DE INGENIERÍA DE MERCADOS DE LA
CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMÓN
BOLÍVAR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA**

LIZBETH DONADO
VIVIANA PEREZ
CLAUDIA CERVANTES
JOHANA RHENALS

CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR
DEL DESARROLLO SIMÓN BOLÍVAR
INGENIERÍA DE MERCADOS
BARRANQUILLA
2005



**ANÁLISIS DE LA DEMANDA LABORAL DE LAS EMPRESAS HACIA
LOS EGRESADOS DE INGENIERÍA DE MERCADOS DE LA
CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMÓN
BOLÍVAR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA**

**LIZBETH DONADO
VIVIANA PEREZ
CLAUDIA CERVANTES
JOHANA RHENALS**

ROBERTO OSIO
Jefe de Investigación

EFRAÍN DE LA HOZ
Asesor

**CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR
DEL DESARROLLO SIMÓN BOLÍVAR
INGENIERÍA DE MERCADOS
BARRANQUILLA
2005**



CONTENIDO

Pág.

ÁREA DE CONOCIMIENTO

ÁREA TEMÁTICA

TEMA

TÍTULO

INTRODUCCIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
2. JUSTIFICACIÓN	5
3. OBJETIVOS	7
3.1. OBJETIVO GENERAL	7
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
4. MARCO DE REFERENCIA	9
4.1. MARCO HISTÓRICO	9
4.2. MARCO TEÓRICO	11
4.3. MARCO GEOGRÁFICO	16
4.4. MARCO CONCEPTUAL	17
4.5. MARCO LEGAL	23
5. DISEÑO METODOLÓGICA	25
5.1. TIPO DE ESTUDIO	25
5.2. MÉTODO	25
5.3. UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA	26



5.4. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	27
5.4.1. Fuentes primarias	27
5.4.2. Fuentes secundarias	28
6. CRONOGRAMA	28
7. PRESUPUESTO	29
8. DESARROLLO DE LOS CAPÍTULOS	30
8.1. CAPITULO I	30
8.1.1. Metodología	30
8.1.2. Desarrollo	32
8.1.3. Análisis de resultados	33
8.2. CAPITULO II	43
8.2.1. Metodología	43
8.2.2. Desarrollo	44
8.2.3. Análisis de resultados	44
8.3. CAPITULO III	55
8.3.1. Metodología	55
8.3.2. Desarrollo	56
8.3.3. Análisis de resultados	56
8.4. CAPITULO IV	67
8.4.1. Metodología	67
8.4.2. Desarrollo	68
8.4.3. Análisis de resultados	68
9. CONCLUSIONES	76
10. RECOMENDACIONES	81
11. BIBLIOGRAFÍA	83
12. ANEXOS	

ÁREA DE CONOCIMIENTO: INGENIERÍA

ÁREA TEMÁTICA: INGENIERÍA DE MERCADOS

TEMA: DEMANDA LABORAL

**TITULO: ANÁLISIS DE LA DEMANDA LABORAL DE LAS EMPRESAS
HACIA LOS EGRESADOS DE INGENIERÍA DE MERCADOS DE LA
CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMÓN
BOLÍVAR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA**



INTRODUCCIÓN

A medida que el hombre se fue desarrollando y sus necesidades fueron más complejas se hizo necesario abordar el problema de la globalización del mercado, esta búsqueda abarca los aspectos conceptuales más importantes del Ingeniero de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar que forma profesionales con un enfoque en las áreas de mercadeo, publicidad y ventas, motivados por el fortalecimiento de la convivencia, la democracia y la participación para afrontar el reto de ser exitosos en un mercado de orden global con elementos académicos y laborales vitales para la constante actualización en virtud de su permanente sintonía con los desarrollos ocurridos alrededor del fenómeno del mercado y sus fuerzas constitutivas para la solución de problemas de consumo y ejecución de los diferentes procesos de comercialización, comunicación de ideas, bienes y servicios en compañías de los sectores públicos y privados. Aplicando métodos científicos en el estudio de los procesos administrativos y de comercialización como agente transformador de su entorno. Así mismo conocimientos y capacidades para

optimizar el proceso de mercadeo, desempeñándose como investigador de las necesidades de los clientes y valorando el talento humano.

Su presencia servirá como punto de apoyo en la realización de proyectos de mejora sustancial en los intercambios económicos orientando la integración de sus funciones hacia la optimización y satisfacción de los requerimientos sociales de consumo que se suscitan en los diversos sectores del mercado en el que está inmersa. Cuenta para ello con un elemento humano comprometido con la actualización permanente de los contenidos tratados en congruencia con las tendencias globales pertinentes, con el fin que estos posean un perfil ocupacional con características como son:

- Manejo de la tecnología de la información e informática.
- Diseño de estrategias avanzadas en el campo de los mercados.
- Administración de compras e inventarios de los distintos stocks de las empresas productoras.
- Planeación, diseño, ejecución, y control de campañas de publicidad

Por lo tanto teniendo en cuenta todo lo anterior la siguiente investigación

busca resolver una de las mayores preocupaciones que posee el área administrativa de esta facultad como es saber la demanda y la ubicación laboral del Ingeniero de mercados de Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar de acuerdo a su perfil laboral y ocupacional.

Todo esto lo incluiremos en el siguiente proyecto con el fin de dar prontas soluciones a las dificultades, basándonos en las fuentes primarias y secundarias como son las encuestas, entrevistas, Internet, otras investigaciones, para lograr solucionar cada uno de los objetivos trazados para resolver.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día los profesionales viven en un mundo cambiante y exigente, el entorno empresarial se ha vuelto estricto a la hora de contratar personal. Debido a esto las áreas que mas han sufrido son las disciplinas nuevas puesto que les cuesta mucho darse a conocer y ser aceptadas por las empresas, es por lo que muchos profesionales de estas áreas se dedican a desempeñar funciones no acordes con su perfil, las empresas al no conocer las disciplinas nuevas no ubican a estos profesionales en sus funciones específicas y son sustituidos por otros profesionales semejantes o tecnólogos en estas áreas, y estos no logran desarrollar el perfil real que posee un profesional que se encuentra en la capacidad de afrontar los cambios que se pueden presentar en el mercado.

Buscando una respuesta a los cambios sociales y económicos que presenta el entorno empresarial surge la Ingeniería de Mercados,

publicidad y ventas, disciplina nueva ofrecida por la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar que involucra todo lo relacionado con las áreas administrativas y comerciales, puesta en marcha en el segundo semestre de 1999, la cual posteriormente según las nuevas exigencias del Ministerio de Educación Nacional (MEN) cambio de nombre a Ingeniería de Mercados en el año 2004, la cual propende el desarrollo de personas orientadas a la creatividad, innovación y búsqueda de estrategias como herramientas de impulso para cambios de orden comercial, social, político y económico del entorno empresarial. Esta busca crear estrategias para darse a conocer en el campo empresarial y por medio de estas ubicar a los egresados en sus respectivas funciones, desarrollando así los conocimientos y capacidades aprendidas en el transcurso de sus estudios.

Es necesario conocer si en realidad los egresados se encuentran laborando y que funciones realizan, para poder identificar si la carrera es conocida y que nivel de posicionamiento tiene en la actualidad, puesto que la mayor preocupación de las directivas de la facultad de Ingeniería de Mercados es el posicionamiento o desenvolvimiento que poseen los

egresados de este programa. Por consiguiente para satisfacer las necesidades planteadas es de vital importancia realizar actividades que ayuden al mejoramiento del programa y reconocimiento de este en la búsqueda de soluciones a las necesidades anteriormente planteadas.

El Ingeniero de Mercados egresado de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar busca demostrar con su participación en la empresa mejorar su nivel de calidad en la prestación de servicios y la participación de estos en el mercado, ayudando así al desarrollo de su profesión en difícil camino empresarial de hoy en día, en la comercialización de bienes y servicios; con esto se logra que el perfil profesional del Ingeniero de mercados sea reconocido y posicionado, que es lo que ellos requieren y es para lo cual están capacitados.



1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cual es la demanda y ubicación laboral de los egresados de Ingeniería de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla?

2. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta los cambios que se presentan actualmente en el mundo empresarial abundan las necesidades que deben ser suplidas por las nuevas disciplinas existentes en el mercado, dentro de estas disciplinas cabe anotar que el Ingeniero de Mercados esta en capacidad de responder y satisfacer efectivamente las necesidades y exigencias del mercado establecidas por el entorno empresarial en que se esta desarrollando, ya que este es capaz de crear, diseñar, dirigir, ejecutar, plantear, organizar y elaborar estrategias en busca del mejoramiento industrial, puesto que posee conocimientos en las áreas de mercadeo, publicidad, ventas, negocios formales e informales, finanzas, estadísticas, relaciones internacionales y todas la áreas administrativas que se desarrollan en los procesos empresariales.

El proyecto se realiza con el fin de buscarle solución a las necesidades anteriormente mencionadas que presenta la carrera de Ingeniería de Mercados, ya que es una profesión nueva en Colombia principalmente en

Barranquilla, requiere posicionarse y evaluar el desempeño de sus egresados en el ámbito profesional y ocupacional.

La investigación planteada es de suma importancia puesto que a través de ella se va a obtener información que posteriormente servirá de apoyo tanto para las directivas de la facultad como para los egresados de este programa, teniendo en cuenta que esta servirá como base para su futuro desempeño en el campo laboral y así no encontrar tantos obstáculos en el desarrollo de sus conocimientos en las distintas empresas teniendo mayor claridad en las funciones que debe desempeñar y que actualmente se encuentran suplidas por otros profesionales.

En este orden de ideas, el egresado tiene una función que cumplir desde su desempeño profesional y la institución educativa debe conocer de este desempeño, apoyarlo y retroalimentarse de el.



3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

- ❖ Identificar y cuantificar las características de la demanda laboral relacionadas con el perfil ocupacional de los Ingenieros de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar en el sector empresarial de la ciudad de Barranquilla.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Analizar la oferta laboral de las distintas áreas en las que se puede desempeñar el Ingeniero de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar basándose en los anuncios publicados en prensa de la ciudad de Barranquilla.
- ❖ Identificar las percepciones que tienen otros profesionales hacia la carrera de Ingeniería de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

- ❖ Establecer la relación entre el perfil ocupacional y laboral del Ingeniero de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar y los cargos o funciones desarrollados por los profesionales egresados de este programa.

- ❖ Identificar las percepciones laborales de las empresas de la ciudad de Barranquilla hacia los ingenieros de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1. MARCO HISTORICO

La Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar fue fundada el 15 de Octubre de 1972 y a finales de Enero de 1973 comenzó a funcionar con los programas de Derecho, Economía, Ciencias Sociales, Trabajo Social, idioma, Matemática, de los cuales algunos de estos se han mantenidos en la actualidad como derecho que es la de mayor demanda de la universidad siendo sus fundadores José Consuegra H, Jorge Artel y Ana Bolívar de Consuegra. La facultad de Ingeniería Mercados, Publicidad y Ventas fue creada según la resolución interna 03 de Julio de 1994, expedida por sala General y fue certificada como Ingeniería de Mercados, Publicidad y Ventas según el acuerdo 001 el 4 de junio del 2001. La Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar vio la necesidad de crear profesionales que solucionarán los diferentes problemas o factores que afectan el mercado, el manejo de las tecnologías que influyen en el desarrollo y los cambios del entorno empresarial, de ahí surgió la idea de formar a lo que hoy llamamos y certificaron como.



Ingeniería de Mercados.

La facultad de Ingeniería de Mercados es la única con registro certificado a nivel nacional 159 del 30 de Enero del 2004 y con registro en el ICFES Diurno 2805438165908001100 y Nocturno 280543816590800111200. En un principio el currículo contenía asignaturas básicas de mercado y publicidad, sin embargo por las exigencias del ICFES esta ha ido evolucionado para así ceñirse a la estructura de toda ingeniería, la cual debe contar con conceptos básicos de cálculo, economía y álgebra. Actualmente el Pensun ha sido cuidadosamente diseñado para responder a las expectativas de sector industrial, comercial y de servicios, propios de la realidad nacional e internacional.

La problemática se baso en que era necesario un Ingeniero que conociera los cambios que día a día se presentan en el mercado, el cual realizara sus estudios y diseñe propuestas basándose en su capacidad, la realidad y la calidad de las ocupaciones empresariales. El Ingeniero de Mercados debe ser preparado para participar en grandes decisiones, también en la modernización de las empresas y el desarrollo del mercado.

Así la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar en su empeño por realizar el sueño de una sociedad mejor, con la excelencia alentará en forma permanente la participación de la sociedad en la comunidad académica, en el estudio de las realidades colombianas, de tal forma que se tuviera un efecto multiplicador que contribuyera a solucionar las necesidades básicas del país, no solo con la formación y los avances mercado lógicos, sino que estaría complementada con una preparación humanística y un sólido conocimiento del entorno permitiéndole un mejor desempeño laboral.

La evolución del mercado se ha desplazado hacia los servicios buscando mejorar y penetrar en él para lograr un seguro posicionamiento así los más beneficiados como sucede en casi todas las guerras del mercado serán los consumidores.

4.2. MARCO TEÓRICO

Las instituciones de educación superior han tenido desde tiempos milenarios un propósito específico, desarrollar el conocimiento y preparar a sus estudiantes para que cuando terminen su formación y egresen estén

en capacidad de liderar procesos de cambios en la sociedad. En consecuencia con ello, la sociedad se ha preocupado por que este propósito se mantenga y se cumpla, producto de este es la implementación de aspectos legales a través de sus diferentes estamentos, por ejemplo la Constitución Nacional la cual establece que la educación tiene una función social se desarrollará atendiendo diferentes finalidades como la de brindar una formación que permita la participación de todos en las decisiones que los afectan referidas éstas entre otras, a la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación.

En el mismo sentido, el Consejo Nacional de Educación superior establece histórica y conceptualmente que la educación ha tenido tres tareas fundamentales para realizar su misión, la formación humana, la creación y desarrollo del saber, el compromiso de servicio a la sociedad, que se traducen en las tres funciones específicas de la corporación, docencia, investigación y extensión.

La mercadotecnia se desarrollo cuando la sociedad paso a la etapa de ser autosuficiente en aquella fue necesario el comercio, en esos momentos el mercado era algo más que vender, era tener una orientación hacia el

consumidor en donde se descubrían sus necesidades y se hacía todo lo posible por satisfacerlas. Además la globalización de la economía ha cambiado radicalmente las formas de comercializar los bienes y servicios; ello implica que para compartir es necesario un amplio conocimiento de habilidades para contrarrestar las necesidades del contexto. Por consiguiente existen muchas estrategias de mercado formadas por tácticas específicas para una población determinada una mezcla de marketing, un nivel de gasto en esta y el segmento en el que se va a centrar.

En el proceso de modernización en que se encuentra empeñada la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar y en el cual son parte fundamental los egresados el cual se contemplan las siguientes políticas:

- Organización gremial: Todas las facultades deberán tener su asociación de egresados y la corporación tendrá su asociación de egresados bolivarianos, estas asociaciones se reunirán periódicamente y generaran espacios para tratar temas de orden académico que enriquezcan su que hacer profesional.
- Actividades de carácter académico dirigidas a los egresados

función en el momento de desenvolverse en el ámbito laboral el realizar estrategias para mezclas de procesos de marketing, lanzamientos de nuevos productos, realización de publicidad, promociones, creación de empresas etc. De ahí la importancia de conocer la demanda laboral del Ingeniero de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar para que se haga un buen uso de él, como puede ser en la sustitución de un producto, proveer servicios, aprovechar los recursos naturales, reemplazos de producción, en fin satisfacer las necesidades de la población.

4.3. MARCO GEOGRÁFICO

La investigación planteada se realizará en la ciudad de Barranquilla capital del departamento del Atlántico, principal puerto marítimo y fluvial de Colombia, cuarto centro industrial del país. La ciudad de Barranquilla se distingue por su vocación industrial, comercial, por la estructura de su industria y por ser el principal polo del desarrollo de la costa Atlántica colombiana, además por ser rodeada por el mar caribe teniendo acceso al mercado internacional en donde se da el intercambio comercial.

El congreso colombiano de 1993 nombro la ciudad de Barranquilla como Distrito especial, industrial y portuario; esta a su vez limita al norte con los municipios de Puerto Colombia y el mar caribe, al sur con los municipios de Soledad y Galapa, al este con el Río Magdalena y al oeste con el municipio de Puerto Colombia.

El desarrollo urbanístico, el crecimiento de la población y la cercanía de ciudades capitales de departamentos con municipios que dependen económicamente de la ciudad capital, y por ser esta donde se concentran los centros industriales, educacionales y de servicios hacen que se integren para mutuos beneficios. Debido al desarrollo de la industria del comercio del nuevo siglo se crea una universidad del pueblo para el pueblo, la cual busca llenar un espacio educativo para la gran mayoría de los costeños de escasos recursos económicos y enfrentar los retos de la globalización, por esto se hace necesario un nuevo programa que trate de explicar, comprender y analizar dichos retos de ahí el nacimiento de la facultad de Ingeniería de Mercados, por lo tanto la investigación planteada busca establecer un canal entre la demanda laboral de el egresado de la facultad de Ingeniería de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar y la ubicación según su perfil ocupacional en

las diferentes empresas de esta ciudad.

4.4. MARCO CONCEPTUAL

CALIDAD: Lo que se considera como determinante del valor de una cosa. Por ser la calidad de un producto imponderable y a menudo una impresión subjetiva, es menester recurrir a criterios más completos. La dificultad de circunscribir de manera objetiva el concepto de calidad se repercute naturalmente en todas las apreciaciones de relación costo / calidad o cantidad / precio.

COMERCIALIZACION: Introducción de un nuevo producto al mercado.

COMPETITIVIDAD: Capacidad empresarial y gerencial que tiene una empresa para sobresalir frente a los demás en puntos claves de un producto o servicio.

CONSUMIDOR: Todo aquel que demanda un producto determinado, se le identifica como el que dirige el mercado ya que es quien define, selecciona la compra o la abstención de la misma.

COSTOS: Capital que debe emplear la empresa con el fin de generar ingresos a través de la producción de bienes o servicios.

CULTURA: Conjunto de valores, percepciones, deseos y comportamientos básicos que los miembros de la sociedad aprendan de la familia o de instituciones importantes.

DEMANDA: Cantidad de mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado.

DEMANDA DEL MERCADO: Volumen total en el cual un grupo de consumidores compraría en un área geográfica dentro de un lapso de tiempo definido, dentro de un ambiente y programa de mercadotecnia.

DEMANDA DE TRABAJO: Anuncio que especifican un trabajo disponible y sus ventajas, identifican al demandante e indican a los interesados como presentar la solicitud.

EFICACIA: Cualidad de una acción consistente en realizar un resultado en términos de cantidad y calidad, utilizando ciertos números de recursos y

enfrentando una situación operacional.

EFICIENCIA: Logros de los objetivos mediante la elección de la alternativa con mayor rendimiento neto. La eficiencia en una organización se mide por el monto de los recursos empleados por cada unidad producida. La eficiencia aumenta al decrecer los costos o los recursos de empleados.

EGRESADO: Persona que ha sido o ha conformado una institución y ha llegado al final de un proceso educativo.

EMPLEO: Ocupar a una persona, encargándole un trabajo, comisión, negocio u oficio el cual será remunerado.

ESTRATEGIA: Procesos sistemático objetivo y de acción que se utiliza para lograr metas propuestas.

INGENIERO DE MERCADOS: Es la persona con la capacidad de crear o diseñar estrategias para el mejoramiento empresarial con bases en sus conocimientos sobre el mercado.

INVESTIGACION DESCRIPTIVA: Investigación de mercadeo cuya finalidad es describir mejor los problemas del mercado, las situaciones o los mercados mismos, como el caso del potencial del mercado de algún producto o los aspectos democráticos y actitudes de los consumidores.

INVESTIGACION DE MERCADO: Diseño, obtención, análisis y comunicación sistemática de datos y resultados pertinentes para una situación específica de mercadotecnia que afronta la empresa.

MERCADO: Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto.

MERCADOTECNIA: Actividad humana dirigida a la satisfacción de necesidades y deseos mediante el intercambio de procesos sociales y empresariales dentro de los cuales los individuos y grupos obtiene lo que requieren mediante la producción y el intercambio entre productos y valores en su interacción con otros.

METODOS: Diseño de un conjunto o mecanismo con el propósito de facilitar la obtención de un objetivo o hacer realidad una meta.

MEZCLA DE MERCADOTECNIA: Conjunto de variables controlables que una firma combina para provocar la respuesta que requiere el mercado meta.

MUESTRA: Segmento de la población seleccionada para un inventario de mercadeo como representativa de la totalidad de la población.

ORGANIZACION: Unidad social que se caracteriza por métodos explícitos, reglas y reglamentos definidos, una estructura de estatus, forma y líneas claras de comunicación y autoridad.

PLANEACION ESTRATEGICA: Proceso administrativo que consiste en desarrollar y mantener concordancia estratégica entre las metas y capacidades de organización, sus oportunidades cambiantes de mercadotecnia, se basa en el establecimiento de una misión clara para la compañía, los objetivos y las metas de apoyo, una cartera comercial sólida y estrategias funcionales coordinadas.

PRODUCTO: Cualquier cosa que pueda ofrecerse a un mercado para su uso, consumo, adquisición o abstención y que podría satisfacer una

necesidad o deseo (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas).

PRODUCTIVIDAD: Capacidad de una empresa para mejorar su capacidad instalada y maximizar los resultados para minimizar sustancialmente los riesgos en los niveles de costo y gastos propio de su operativo.

PROSPECTO: Consumidor final que tiene material adquisitivo.

PUBLICIDAD: Cualquier forma remunerada de presentación no personal y con promoción de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

SERVICIOS: Actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.

VENTAS: Presentación de un bien o servicio a uno o mas probables compradores.



VENTA COMPETITIVA: Ventajas sobre los competidores obtenida por ofrecer precios mas bajos a los consumidores para proporcionarle a estos mas beneficios que justifican precios mas altos.

4.5. MARCO LEGAL

Para legitimar la facultad de Ingeniería de Mercados tomaron como guía los siguientes artículos de la ley 30 de educación:

Artículo14: Tener todo los requisitos requeridos tales como ser Bachiller y presentar pruebas ICFES.

Artículo 24: Reconocimiento a una persona natural al culminar el programa educativa superior el cual se hace constar en un diploma.

Artículo 53: Se habla de la creación de carreras que cumplan con los tipos de calidad exigidas.

Artículo 54: Ser autorizado por el consejo nacional de acreditación



Artículo 55: Auto evaluación institucional. Creación del programa;
Resolución interna 03 del 16 de Julio de 1994 (acuerdo sala general).
Resolución del registro certificado No. 159 de 30 de Enero de 2004
(acuerdo del ministerio de educación) Código del registro certificado
Diurno: 280543816590800111100
Nocturno: 28054381659080111200

5. DISEÑO METODOLOGICO

5.1. TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio utilizado en esta investigación es de carácter descriptivo, debido a que su propósito es conocer las características que determinan la demanda laboral del Ingeniero de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla.

5.2. MÉTODO

El método más conveniente para el estudio actual será el deductivo por medio del cual se examinará y conocerá los comportamientos relevantes de la demanda laboral del Ingeniero de Mercados en la ciudad de Barranquilla, a través de fuentes como encuestas, entrevistas y cuestionarios.

5.3. UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el presente estudio, se ha establecido un universo que comprende principalmente las mujeres y hombres mayores de 18 años egresados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar desde el periodo académico Julio - Diciembre del 2001 hasta Enero – Julio del 2004.

Partiendo del hecho que existen 134 egresados de la facultad de Ingeniería de mercados dentro de los parámetros de la fecha anteriormente mencionada los cuales sirvieron de base para la realización de dicho estudio. Utilizando una muestra de los profesionales que se encuentran laborando actualmente realizándoles encuestas telefónicas que servirán de soporte para el desarrollo y análisis de resultados.

A su vez se tomo una muestra aleatoria de profesionales ubicándose en puntos estratégicos de la ciudad de Barranquilla, efectuándoles encuestas para saber la opinión que poseen estos sobre la carrera de Ingeniería de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

Se recopiló una muestra aleatoria de los clasificados y limitados del periódico EL HERALDO, ya que este es uno de los más leídos en la ciudad de Barranquilla, desde Julio de 1997 hasta Octubre del 2004, ya que esta es la fecha en la cual egreso la primera promoción de profesionales. Con el fin de conocer el comportamiento de la demanda laboral de los egresados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

5.4. TECNICA DE RECOLECCION

5.4.1. Fuentes primarias. Se utilizara información oral y escrita recopilada por el investigador, tales como: encuestas y entrevistas a egresados y empresas, que luego serán analizadas para la obtención de resultados.

5.4.2. Fuentes secundarias. Se recopilara informaciones de textos, bibliotecas, revistas, documentos, trabajos de grados, revistas especializadas, enciclopedias y diccionarios.

6. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	AÑO	2004					2005					
	MES	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Presentación borrador de la propuesta												
Corrección y ajuste												
Presentación del anteproyecto definitivo												
Diseño de los capítulos												
Ajustes de formularios y encuestas, selección de encuestas												
Diligenciamiento de formato de encuestas												
Tabulación												
Presentación de datos												
Interpretación y análisis de datos												
Desarrollo de los capítulos												
Elaboración del informe final												
Sustentación del proyecto final												

7. PRESUPUESTO

GASTOS GENERALES:

- Transporte: \$750.000
- Papelería: \$ 50.000
- Trascricpción \$120.000
- Impresión: \$309.000
- Otros: \$ 95.000

SUBTOTAL \$ 1'324.000

VALOR HORAS HOMBRE:

➤ Sueldo mínimo:	\$ 381.500
➤ Horas trabajadas: Horas/ Semana X Estudiante :	8
N° Estudiantes:	4

Total horas semanales	32
Semanas / mes:	4

	128
N° Meses	10

TOTAL HORAS TRABAJADAS	1280

Valor día: \$ 381.500 / 30: \$ 12.717

Valor hora: \$ 530

Valor horas trabajadas: \$530 X 1.280: \$678.400

TOTAL PRESUPUESTO: \$2'002.400



8. DESARROLLO DE LOS CAPITULOS

8.1. CAPITULO I

ANALISIS DE LA OFERTA LABORAL DE LAS DISTINTAS AREAS EN LAS QUE SE PUEDE DESEMPEÑAR EL INGENIERO DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR BASADO EN LOS ANUNCIOS PUBLICADOS EN PRENSA.

8.1.1 Metodología. El presente capitulo pretende establecer el comportamiento de la demanda laboral del Ingeniero de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

Para la recopilación de la información se recurrió a fuentes primarias como es el periódico "EL HERALDO", medio escrito de mayor cobertura en la costa Atlántica, y ser esta la forma mas usual en que las empresas solicitan a profesionales. Para realizar este estudio se tomaron datos desde julio de 1997 por ser el año en que surgió el programa de Ingeniería de Mercados en la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar hasta octubre del 2004 por ser este el año en que se realizo el estudio.

Por tal razón se efectuó un muestreo donde se calculó el tamaño de la muestra teniendo en cuenta el número de días del periodo de estudio, el cual consta de 1886 datos. Con esta información y con un margen de confiabilidad de 95% y de error de 5%, el tamaño de muestra fue 286 días, los cuales fueron seleccionados desde la fecha anteriormente mencionada generando un número aleatorio. Los resultados del muestreo se anexan al final del capítulo (Resultado de Muestreo) con su respectiva tabulación.

De este periodo de tiempo se obtuvo un total de 29.407 anuncios entre clasificados y limitados, donde 7.877 son relacionados con los campos de la Ingeniería de Mercados equivalente a un 27%, donde 4.970 corresponden a ventas, 427 al área de publicidad y 2.480 a mercadeo. Además se utilizaron métodos de pronóstico para establecer el comportamiento de la oferta laboral utilizando el promedio móvil y suavizamiento exponencial, para saber cual se ajusta mejor al comportamiento real de los datos. Por consiguiente con la información recopilada se procedió a organizar los anuncios clasificados y limitados por meses, teniendo en cuenta la información que se encuentra en la tabla de resultados de muestreo. Además se calcularon proporciones del número de anuncios, clasificados y limitados entre el total de empleos relacionados el

cual suministra un total de anuncios relacionados (se hicieron proporciones por ser la población muy grande que abarcaba temas fuera del tratado en este proyecto). Una vez obtenido el tamaño de la muestra y organizados los datos, se procedió al desarrollo de los cálculos que se presentan en la tabla de los promedios de empleo referentes a las áreas de ingeniería de mercados.

8.1.2. Desarrollo. En la tabla de los promedios de empleos referentes a las áreas de Ingeniería de Mercados consecutiva se presentan los promedios en meses del total de avisos relacionados en sus diferentes áreas a su vez en la primera celda aparece el total de avisos clasificados y limitados del mes, seguido del total de empleos relacionados con su respectiva proporción y las diferentes áreas de Ingeniería de Mercados (Mercadeo, Publicidad, Ventas) con la proporción de cada una. Luego de tabulada la información se procedió a realizar los gráficos en los cuales se utilizaron las proporciones mencionadas anteriormente.

Además se graficaron el total de anuncios clasificados y limitados relacionados con la Ingeniería de Mercados y sus diferentes campos como también la frecuencia atendiendo a los días de la semana (Estas gráficas

se encuentran al final de este capítulo).

8.1.3. Análisis de resultados. En la grafica de comportamiento mensual de la demanda de empleos relacionada con la Ingeniería de Mercados por áreas en la ciudad de Barranquilla desde Julio de 1997 hasta Octubre del 2004 se interpreta que la demanda de empleos es bastante fluctuante, donde los valores extremos son de 0.95 y los inferiores de 0.098 en promedios, con una proporción de 0.3163, es decir, el 32 % de oportunidades se relacionan con los campos de la Ingeniería de Mercados.

Se observa que hay una demanda muy significativa en todas las áreas. En el área de mercadeo se tiene una media de 0.0873 lo que indica un 8.7% de oportunidades de empleo en anuncios clasificados y limitados relacionados. Además se observa un aumento en la curva desde Julio de 1997 hasta mayo de 2000. Ligado a lo anterior en las áreas de publicidad y ventas, publicidad tiene una media de 0.0256 y 0.2101 en ventas lo que indica el 2.6% y 21% respectivamente en las oportunidades de empleo. Es visible que en el año 97 y a mediados del año 2000 la curva de la demanda de empleos tiende a aumentar, y desde éste período en adelante tiende a disminuir hasta octubre de 2004. Lo que concluye que en el área de

publicidad tuvo un aumento de Noviembre de 1997 y desde ese período en adelante se mantuvo muy bajo, debido a que es muy estricto el perfil que maneja ésta área. Así mismo, el área de ventas tuvo un aumento desde Julio de 1997 a Marzo de 2001, y de éste período en adelante descendió sin dejar de estar por encima de las otras áreas. Consecuentemente se concluye que es el campo en el cual el Ingeniero de mercados tiene mayor oportunidad, además las curvas que más se asemejan son las de empleos y la de ventas.

Podemos concluir que mensualmente se presentan 338 oportunidades de empleos en donde 91 son relacionados con la Ingeniería de Mercados.

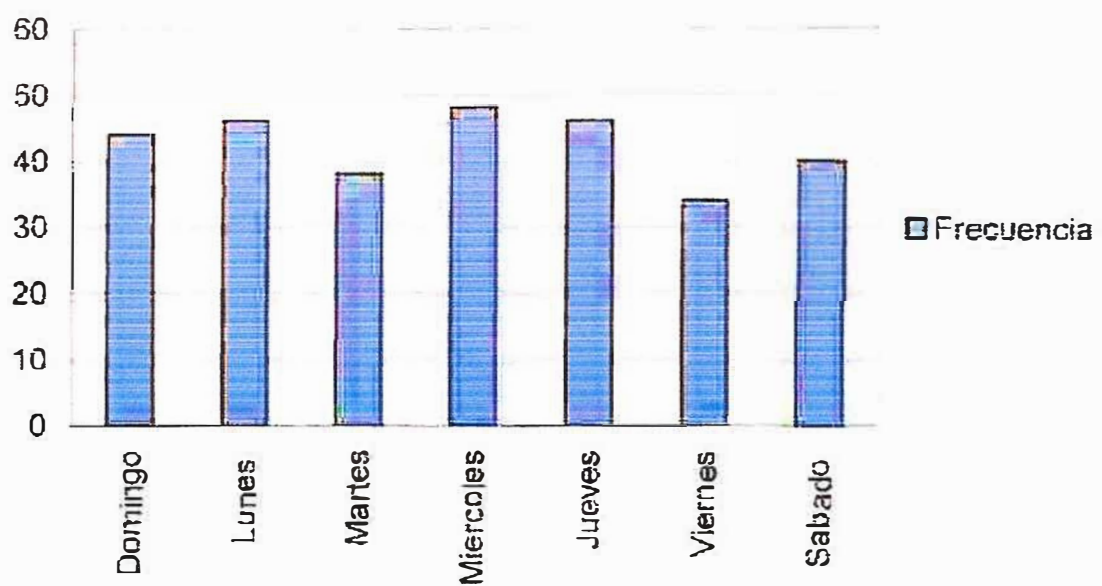
En la gráfica correspondiente a la frecuencia de los días de la semana se puede analizar que están relativamente parejas teniendo el día miércoles la mayor frecuencia siendo de 48, el lunes y jueves con 46, domingo con 44, sábado con 40, martes con 38 y por último el viernes con la menor frecuencia de 34.



Composicion de la muestra atendiendo a los dias de la semana

Días de la semana Letras	Equ. N°.	Frecuencia
Domingo	1	44
Lunes	2	46
Martes	3	38
Miercoles	4	48
Jueves	5	46
Viernes	6	34
Sabado	7	40

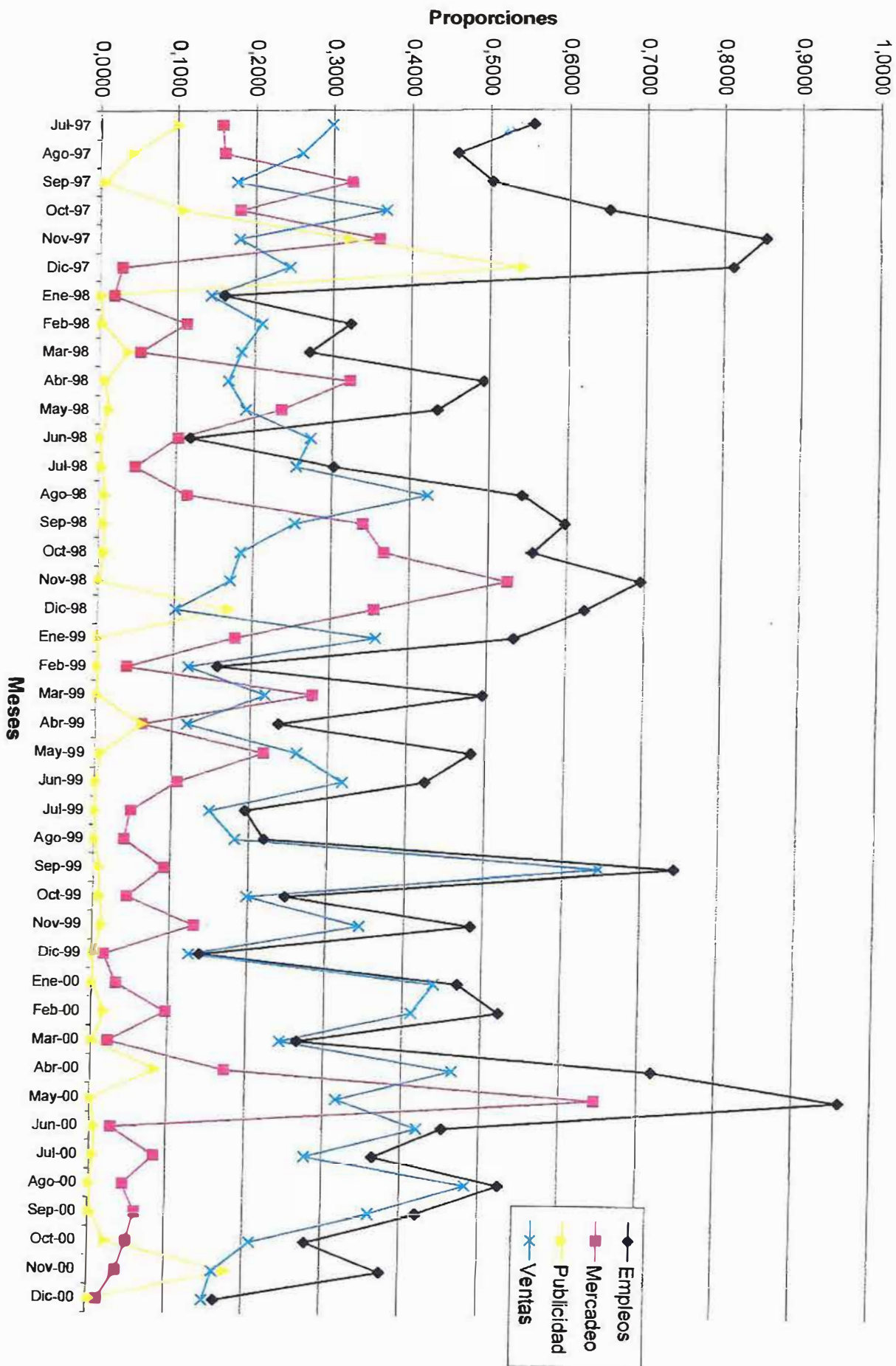
Composición de la muestra atendiendo a los días de la semana

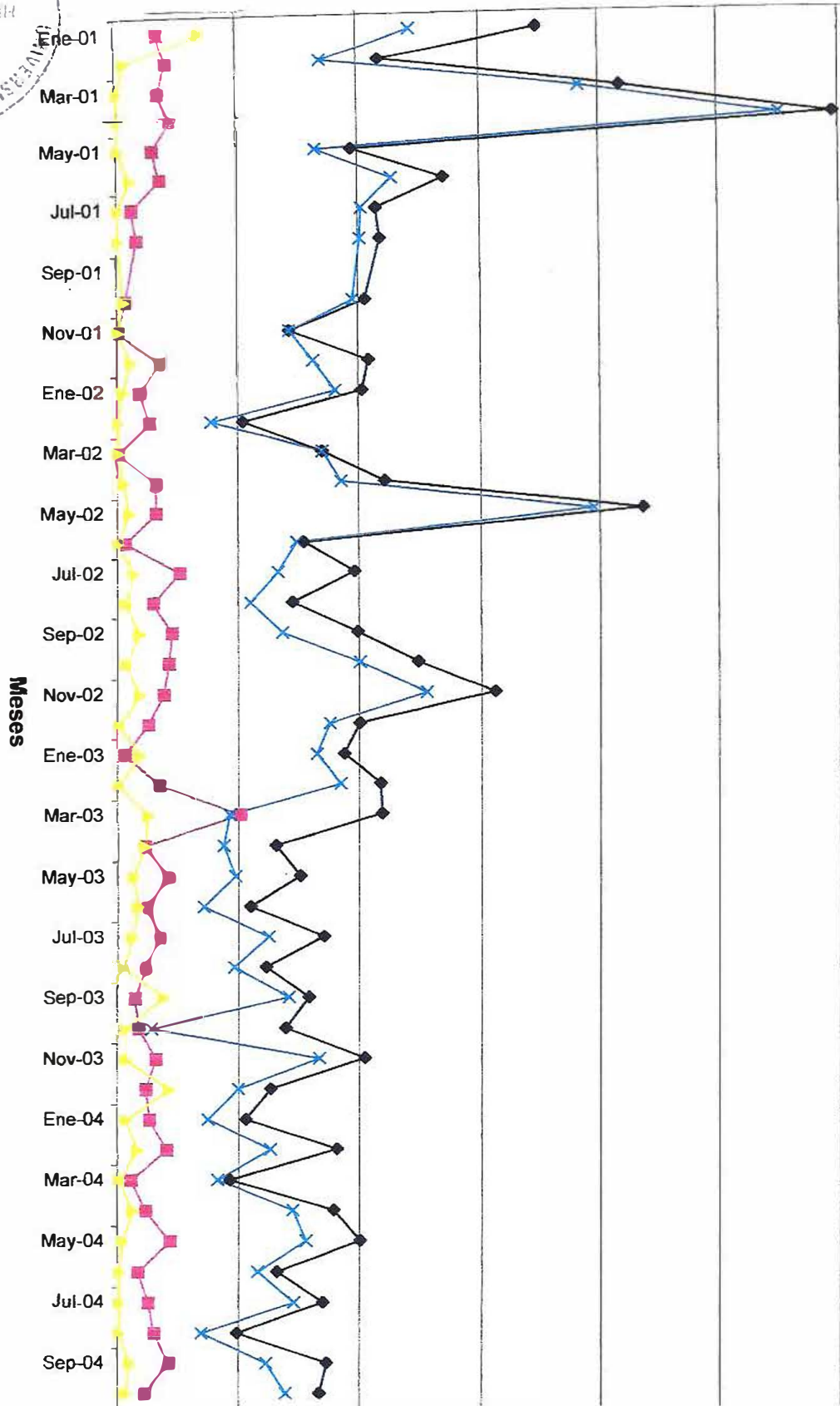


Determinación del tamaño de la muestra

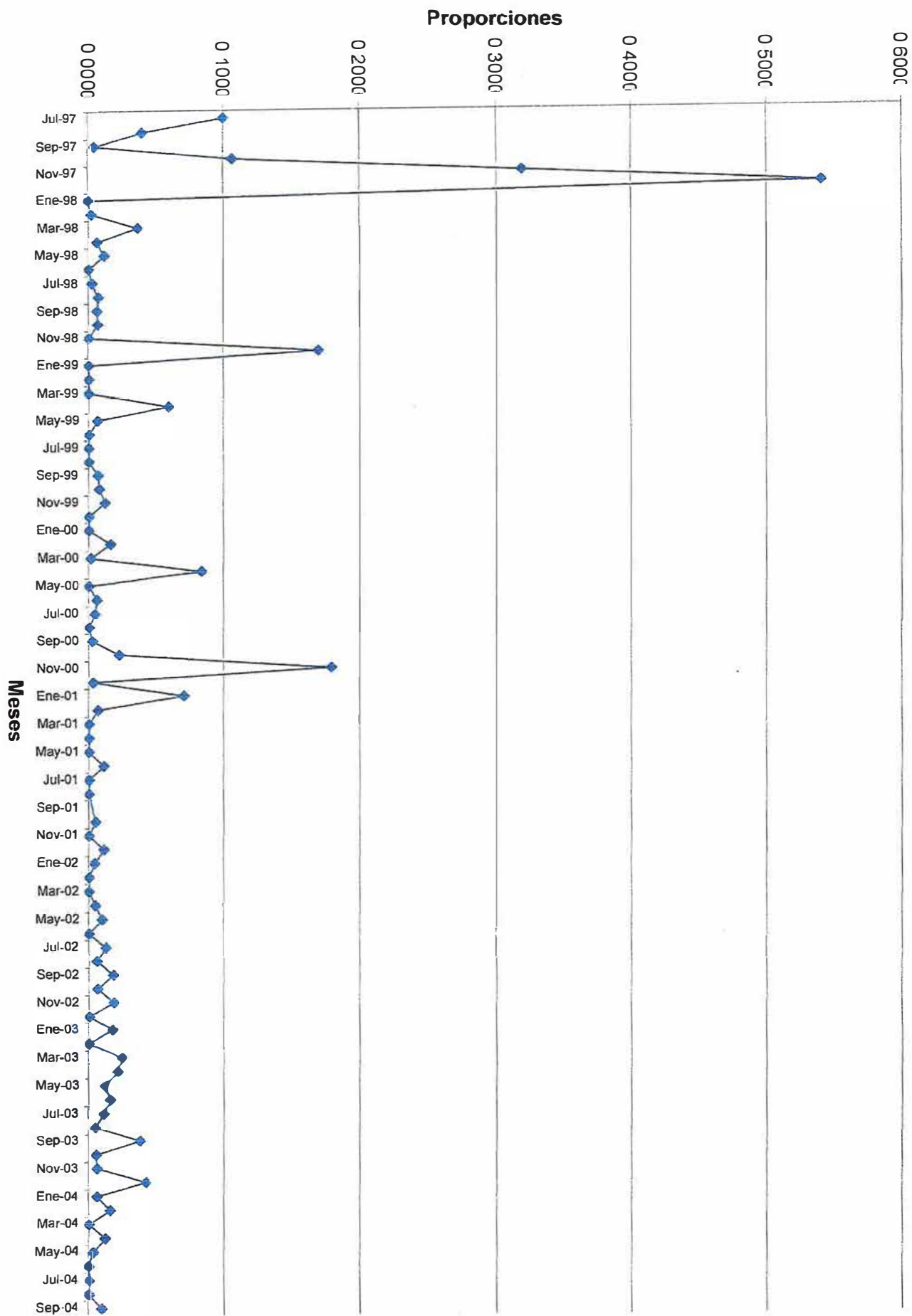
Tamaño de la población ... N	1886
Nivel de confianza ... α	0.9500
Complemento a 1 de α	0.0250
Coordenada normal del nivel de confianza	1.9600
Proporción de éxitos ... p	0.3700
Proporción de fracasos ... q	0.6300
Tolerancia %	7.5000
Epsilon	0.0750
Tamaño de muestra preliminar ... n^*	159.1899
Aproximación	160
Tamaño de muestra corregido ... n_c	147

COMPORTAMIENTO MENSUAL DE LA DEMANDA DE EMPLEOS RELACIONADA CON LA INGENIERIA DE MERCADOS POR ÁREAS EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA DESDE JULIO DE 1997 A OCTUBRE DE 2004

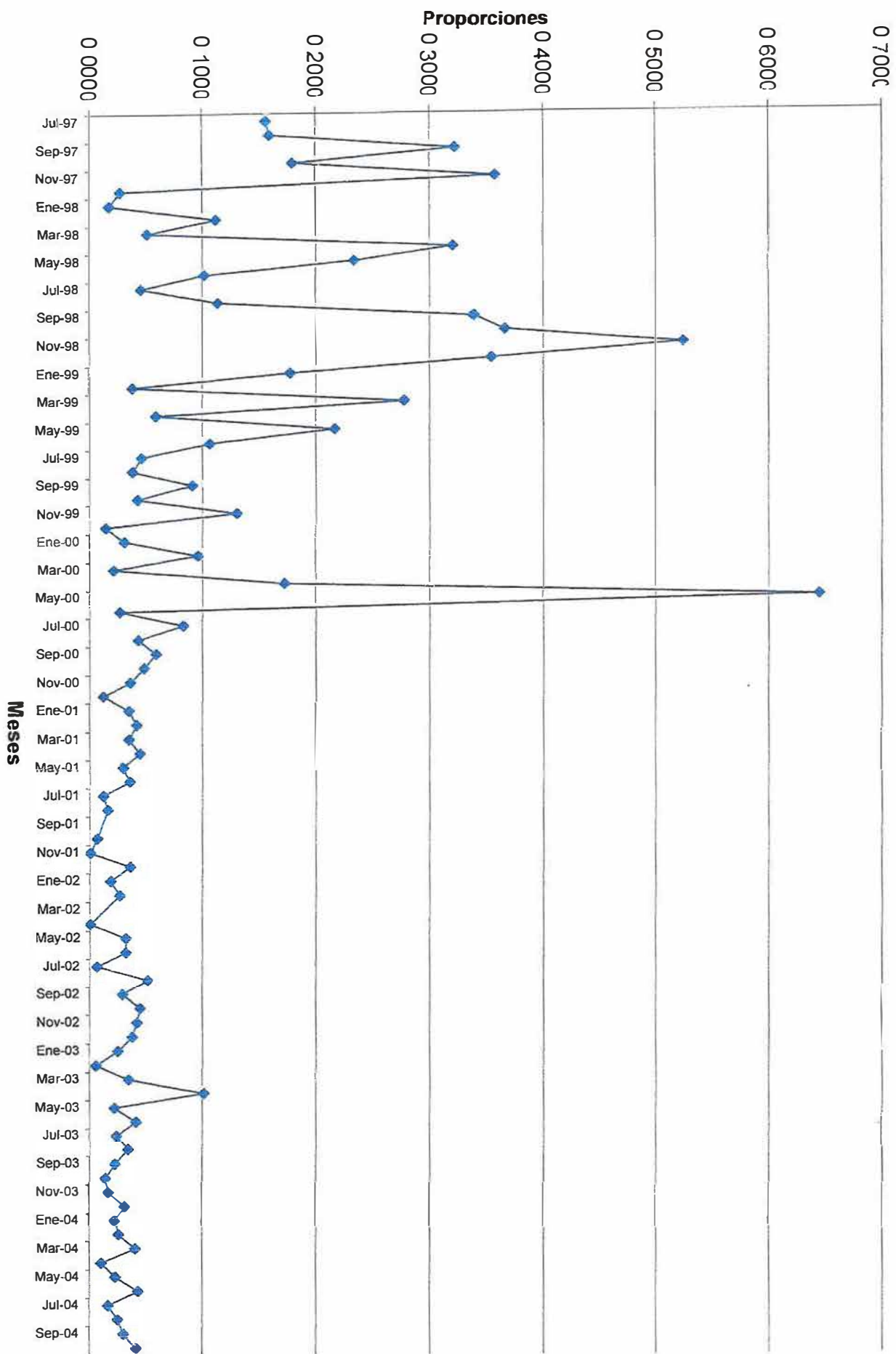




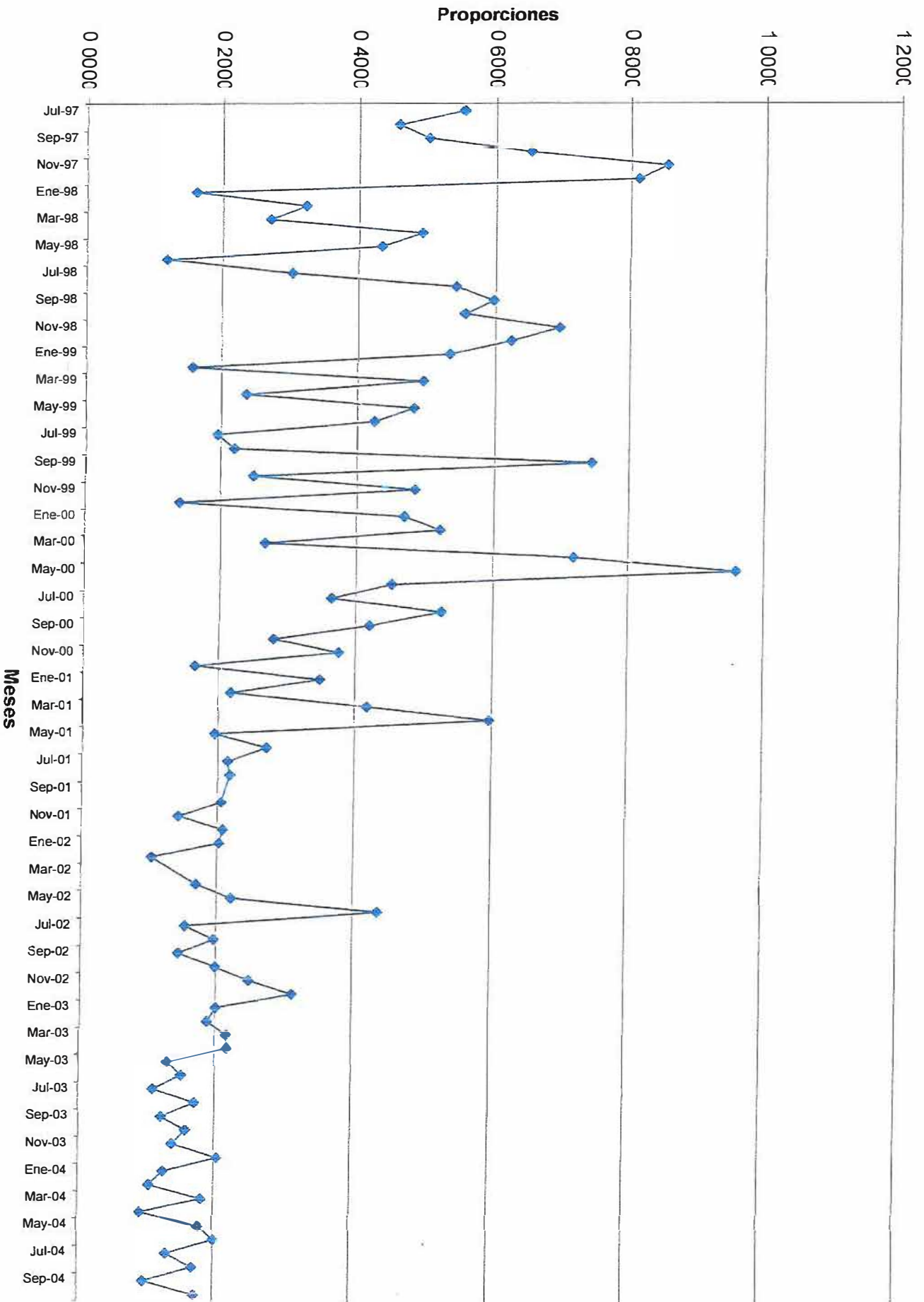
DEMANDA EN EL AREA DE PUBLICIDAD DESDE JULIO DE 1997 A OCTUBRE DE 2004



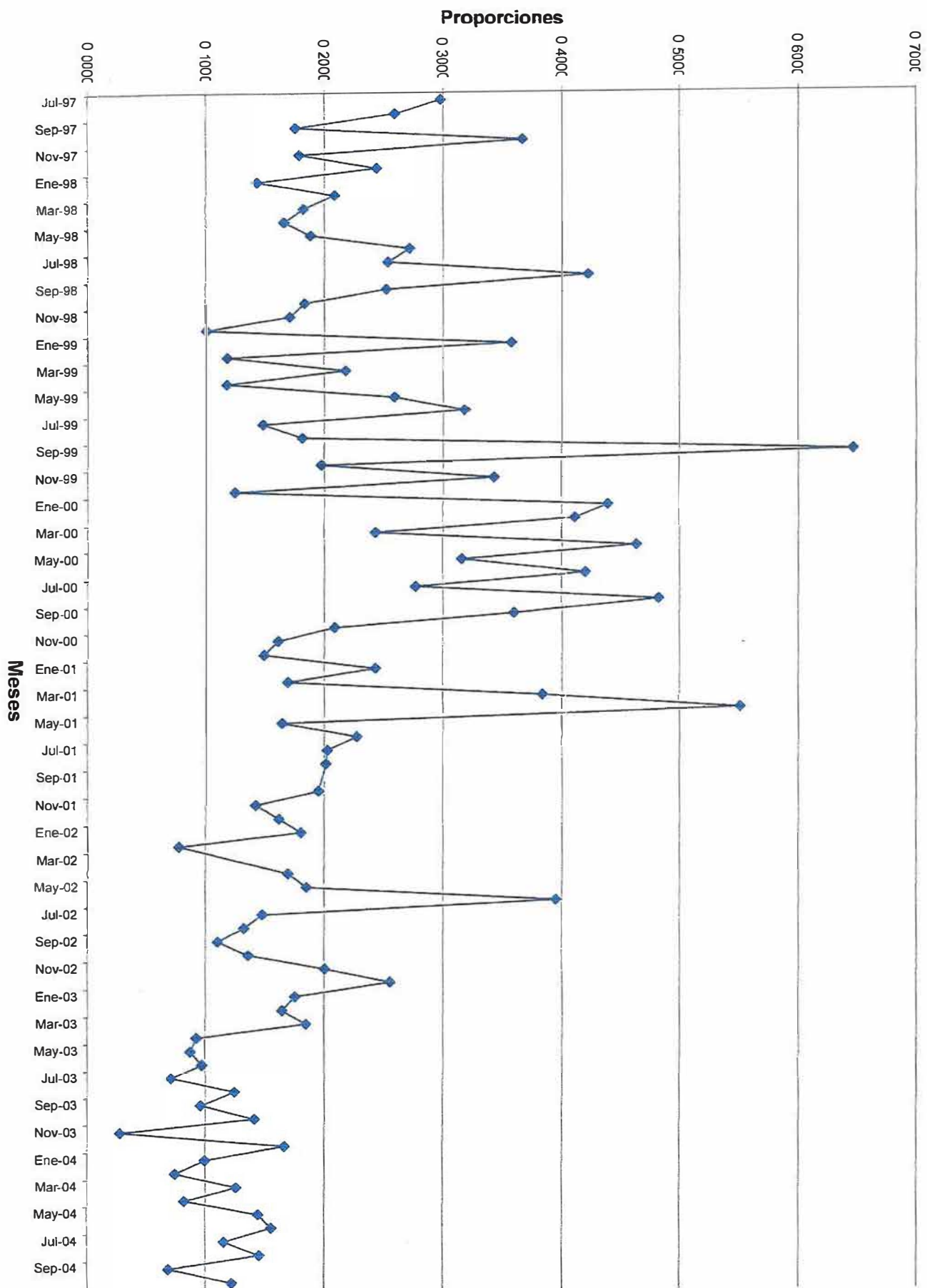
DEMANDA EN EL AREA DE MERCADOS DESDE JULIO DE 1997 A OCTUBRE DE 2004



DEMANDA DE EMPLEOS DESDE JULIO DE 1997 A OCTUBRE DE 2004



DEMANDA EN EL AREA DE VENTAS DESDE JULIO DE 1997 A OCTUBRE DE 2004



8.2. CAPITULO II

IDENTIFICACION DE LA PERCEPSION QUE TIENEN OTROS PROFESIONALES HACIA LA CARRERA DE INGENIERIA DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR.

8.2.1. Metodología. Con el siguiente capitulo se busca interpretar el análisis de la percepción que tienen otros profesionales de la ciudad de Barranquilla con respecto a la carrera Ingeniería de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar. Para la búsqueda de la información se utilizaron fuentes primarias como: encuestas, siendo esta una de las formas más usada para la obtención de información realizando un sondeo donde se tomo una muestra aleatoria de la población de 100 profesionales egresados de otras carreras.

La encuesta se diseño teniendo en cuenta el nivel de estudio de la población escogida, esta fue aplicada en diversos sectores de la ciudad de Barranquilla, la cual se organizó y tabuló la información dependiendo de las respuestas a cada pregunta para luego calcular el porcentaje correspondiente a cada uno y así conocer que opina la población acerca la



carrera Ingeniería de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

8.2.2. Desarrollo. En la tabulación de la encuesta a profesionales de la ciudad de Barranquilla se presenta la cantidad de respuestas correspondientes a cada pregunta así como sus porcentajes teniendo en cuenta el total de profesionales encuestados donde luego con estos se procedió a realizar las graficas y análisis de cada pregunta que se encuentran al finalizar este capítulo.

8.2.3. Análisis de resultados. Al realizar las diferentes preguntas de la encuesta a profesionales de la ciudad de Barranquilla acerca del conocimiento de la carrera de Ingeniería de Mercados de la Corporación Educativa Mayor Del Desarrollo Simón Bolívar, podemos concluir que de acuerdo con las respuestas se desconoce en un 70% y que es conocida en un 30%.

Referente a la segunda pregunta sobre cuál fue el medio por el cual obtuvieron información de la carrera, se obtuvieron respuestas en un 53%

a través de un amigo o referido, seguido de un porcentaje de 17% para los medios de radio y 17% para prensa y un 13% para televisión.

Al encuestar cuánto tiempo tenían de conocerla el 33% de los profesionales contestaron haber obtenido información en un intervalo de 1 a 2 años, 20% de 2 a 3 años, 13% de 3 a 4 años y en el intervalo de otros, un 20% contestó tener conocimiento en hace sólo 3 meses y un 13% hace 6 meses.

En la pregunta cuarta de cómo asocia al Ingeniero de mercados, se tuvieron respuestas en un 30% con vendedores, un 25% con mercaderistas, 23% para administradores, 7% con publicistas, y un 13% con impulsadores.

Se indago si la carrera posee oportunidades en el mercado donde los encuestados respondieron de la siguiente manera: un 90% que sí y el otro 10% restante respondió lo contrario.



Un 83% coincidió en que la carrera Ingeniería de mercados tiene fallas en la comunicación, un 17% de los encuestados le es indiferente esa pregunta.

A la pregunta final de si le gustaría conocer más acerca de la carrera, el 95% manifestó el querer conocer más acerca de la carrera, el 5% no es de su interés.

Podemos concluir que una de las grandes dificultades que posee la carrera de Ingeniería de Mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar, es la falta de comunicación especializada en ella, en la cual describan su perfil ocupacional ya que está siendo asociada con otros perfiles y además muchos de los profesionales encuestados respondieron tener conocimiento de la Corporación mas no de la carrera, por esto es necesario realizar campañas publicitarias que den a conocer la profesión y además buscar estrategias que conlleven al posicionamiento y reconocimiento de la misma.

ENCUESTAS A PROFESIONALES DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

OBJETIVO: Identificar las percepciones que tienen otros profesionales hacia la carrera de Ingeniería de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla.

NOMBRE:

EDAD:

PROFESIÓN:

1. ¿Conoce usted la carrera de Ingeniería de Mercados?

a) Si _____

b) No _____

2. ¿De qué forma conoció la carrera de Ingeniería de Mercados?

a) Radio _____

b) TV _____

c) Prensa _____

d) Amigo/ Referido _____

e) Otro _____

3. ¿Hace cuánto tiempo tiene conocimiento sobre la carrera?

a) 4-3 años _____

b) 3-2 años _____

c) 2-1 años _____

d) Otro _____

4. El Ingeniero de Mercados usted lo asocia con:

a) Vendedor.

b) Publicista.

c) Mercaderista.

d) Administrador

e) Impulsador.

5. ¿Usted cree que la carrera Ingeniería de mercados posee oportunidades en el campo laboral?

- a) Si ____
- b) No ____

6. ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cual usted no conoce la Carrera de Ingeniería de Mercados?

- a) Falta de información ____
- b) Le es indiferente ____
- c) Otro ____

7. Le gustaría conocer más acerca de la carrera de Ingeniería de mercados

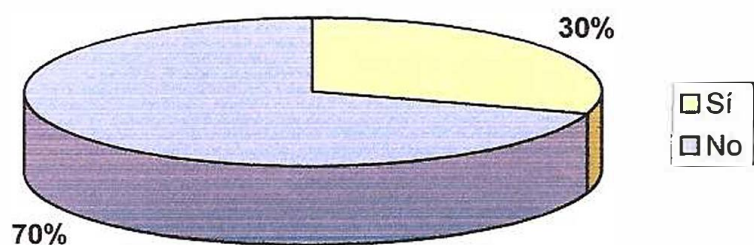
- a) Si ____
- b) No ____

RESULTADO DE CADA UNA DE LAS PREGUNTAS REALIZADAS EN EL SONDEO A LOS PROFESIONALES EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

PREGUNTA 1.

SI: 30

NO: 70



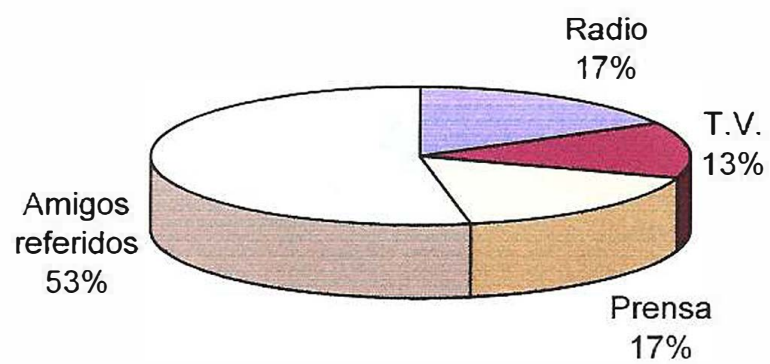
PREGUNTA 2.

RADIO: 5 - 17%

TV: 4 - 13%

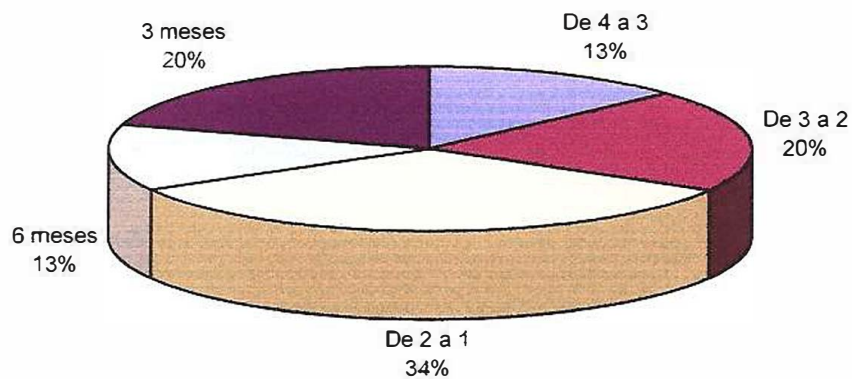
PRENSA: 5 - 17%

AMIGOS Y/O REFERIDOS: 16 - 53%



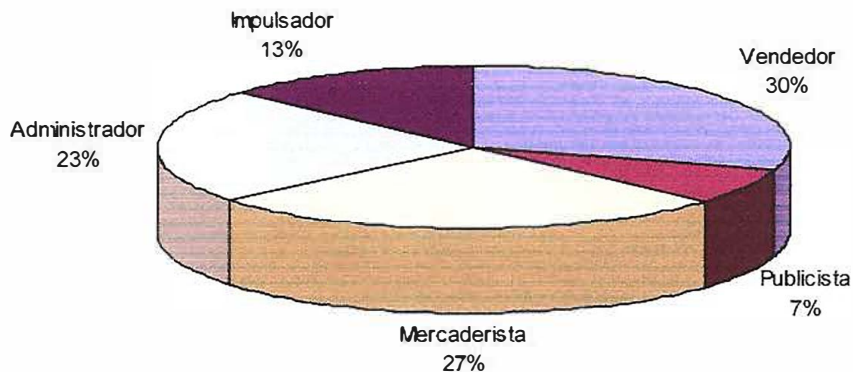
PREGUNTA 3.

De 4 a 3: 4	13%
de 3 a 2: 6	20%
de 2 a 1:10	33%
Otro:	
6 meses : 4	13%
3 meses: 6	20%



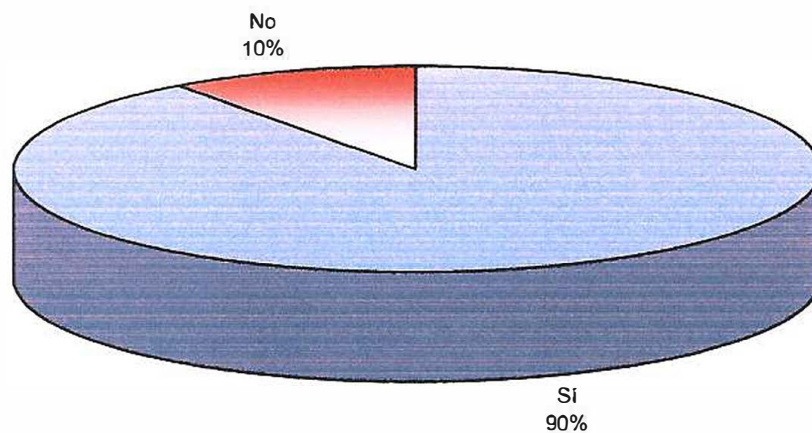
PREGUNTA 4.

Vendedor: 9	30%
Publicista: 2	7%
Mercaderista: 8	27%
Administrador: 7	23%
Impulsador: 4	13%



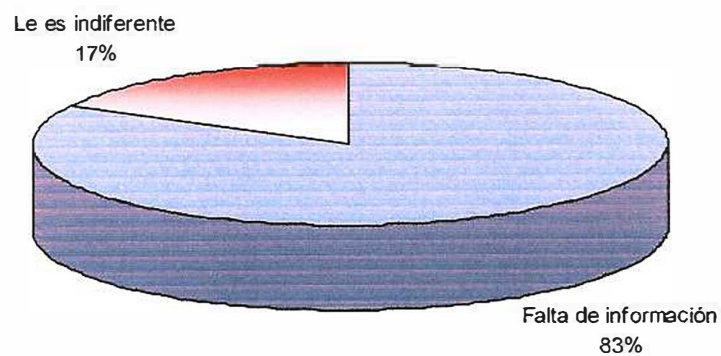
PREGUNTA 5.

- a. Sí: 27 90%
b. No: 3 10%



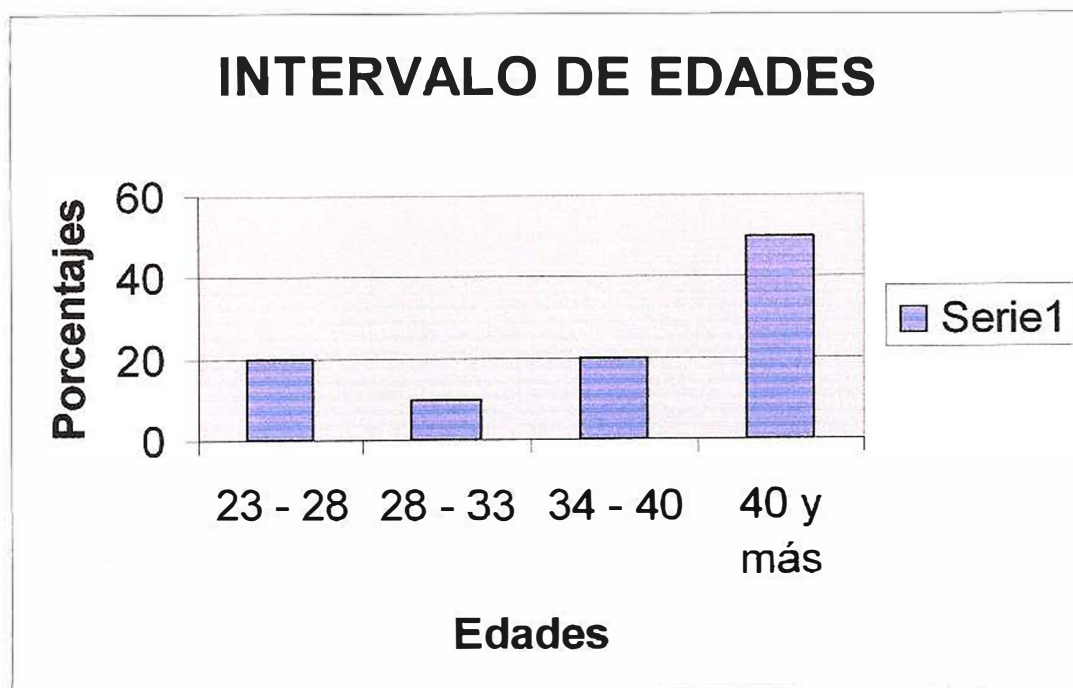
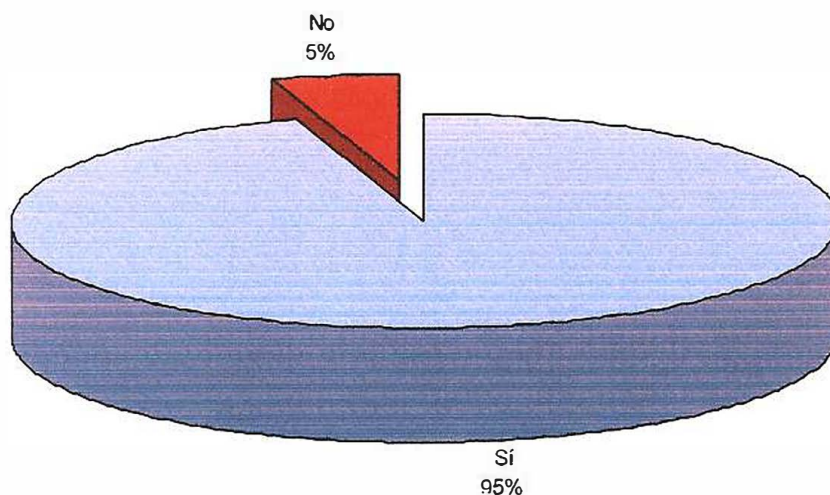
PREGUNTA 6.

- a. Falta de información: 58 83%
b. Le es indiferente: 12 17%

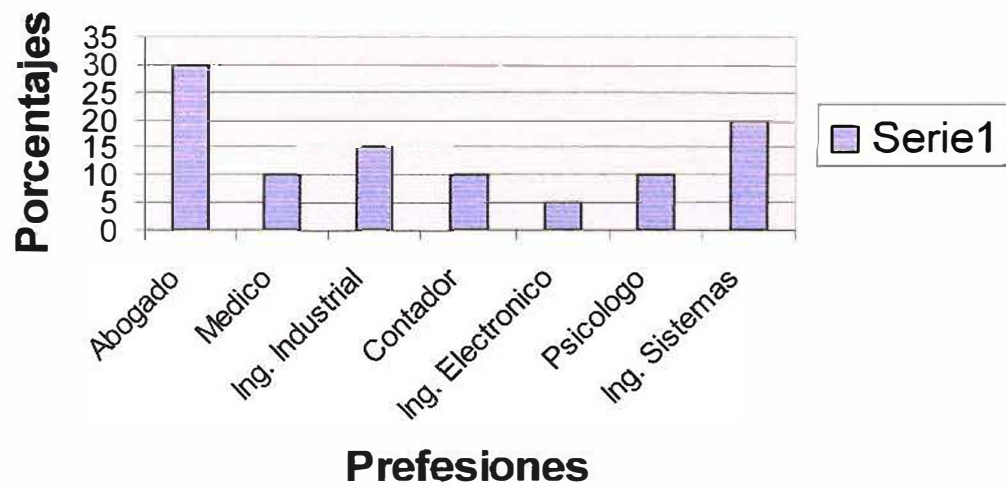


PREGUNTA 7

- a. Sí. 95 95%
- b. No. 5 5%



INTERVALO DE PROFESIONES



8.3. CAPITULO III

ESTABLECIMIENTO DE LA RELACION ENTRE EL PERFIL OCUPACIONAL Y LABORAL DEL INGENIERO DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR Y LOS CARGOS Y/O FUNCIONES DESARROLLADAS POR LOS PROFESIONALES EGRESADOS DE ESTE PROGRAMA.

8.3.1. Metodología. En este capítulo se pretende establecer la relación entre el perfil ocupacional y laboral de los Ingenieros de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar y los cargos y/o funciones desarrolladas por los egresados de este programa, con el fin de conocer el impacto que tienen en el sector empresarial. Para la recopilación de la información se acudió a la realización de una labor de campo, utilizando fuentes primarias como las encuestas, los datos fueron suministrados por el departamento de extensión de la facultad. Las preguntas que componen la encuesta se elaboraron de forma concisa con el fin de obtener resultados de utilidad para este estudio, esta se realizó telefónicamente a las personas que se encuentran laborando actualmente, luego se organizó, tabuló y se calcularon los respectivos porcentajes y

graficas que sirven como análisis de los resultados.

8.3.2. Desarrollo. Al realizar la tabulación de la encuesta aplicada a los profesionales egresados de la facultad de Ingeniería de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar, se presentan las respuestas correspondientes a cada pregunta, como también sus porcentajes y así proceder al análisis y graficas que se muestran al final de este capítulo.

8.3.3. Análisis de resultados. Desde la primera hasta la sexta promoción se encuentran un total de 134 egresados de la facultad de Ingeniería de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar del cual se encuentran laborando 66 profesionales hasta marzo del 2005 lo cual promedia un 49%, no laboran 68 equivalente al 51% en promedio, permitiendo identificar la ubicación laboral con respecto a su perfil ocupacional, siendo una diferencia mínima en porcentajes.

Al preguntar cual fue el medio por el que fue contactado para desempeñar su cargo se observa que la mayor parte de los egresados obtuvieron su trabajo por medio de un referido o conocido siendo un total de 31 que

promedia un 47%, por medio de prensa 25 que equivale a un 38% y 10 son propietarios de su negocio que equivale a un 15% y ninguno fue contactado por radio. Con esto se puede concluir que la fuente de contacto entre empresa y empleado se realiza usualmente por medio de referido y de la prensa.

Por otra parte se identificó que se encuentran laborando en su totalidad en empresas privadas, puesto que estas son más asequibles que las publicas, además es más fácil el ingreso de empleados a empresas privadas en cuanto a requisitos y políticas, ya que las publicas en su mayoría son manejadas aristocráticamente y no por los conocimientos que la persona posee.

Referente al área que pertenece la empresa se observó que los egresados laboran 19 en el área de servicios promediando un 29%, en el manufacturero 6 equivalente al 9%, en el área comercial laboran 41 igual al 62% y el área financiera no labora ninguno. Con estos datos se puede decir que el área de servicios y comercial son las que mas poseen funciones en las que se desempeñan los profesionales.

Respecto al área de desempeño del cargo se obtuvo el porcentaje mas alto en ventas con 47 profesionales laborando que promedia un 71% ya que cumplen diferentes funciones como son asesor comercial, jefe de ventas, gerente de ventas, mercaderista o impulsador y es una de las principales áreas en que se encuentra capacitado el Ingeniero de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar. Siguiendo a las ventas se encuentra mercadeo que cuenta con 11 profesionales que equivalen al 17%, en publicidad laboran 4 egresados igual al 6 %, puesto que en esta área es suplido el Ingeniero por diseñadores gráficos o técnicos en publicidad, y en otras áreas se encuentran laborando 4 que equivale al 6%.

Al preguntar por las funciones que desempeñan en sus cargos en el área de ventas la mayoría se encuentra como asesores comerciales con un 35%, gerente de venta hay 16 que corresponde al 24%, 7 se encuentra ocupando el cargo de Jefe de venta con un 11% y 1 se encuentra como Mercaderista que equivale al 1%. En el área de mercadeo se encuentran como supervisores de los canales de distribución 5 que equivale al 8%, 4 diseñando estrategias de penetración del mercado que equivale al 6% y 2 realizan Manejo de exhibición equivalente al 3%, en el área de publicidad 3

diseñan estrategias publicitarias con un 5% y 1 es diseñador grafico con 1% y realizando otras funciones como docente, auxiliar de cartera y jefe de producción se encuentran 4 para un total del 6%. Analizando esto el Ingeniero de mercados se esta encasillando como asesor comercial siendo este el porcentaje mas alto alcanzado en este estudio.

Por otra parte los egresados consideran en su mayoría que el perfil laboral del Ingeniero de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar es excelente con un porcentaje del 30% siendo 20 egresados los que dieron esta respuesta, 46 de los encuestados indicaron que es buena con un 70%.La mayoría de los egresados se encuentra conforme con el perfil laboral que desarrolla.

En conclusión se puede expresar que en su mayoría los egresados son contactados por medio de un referido o conocido que labora en dicha empresa o conoce en ella, a su vez es notorio la abrumadora demanda en el sector privado, resaltando las áreas de servicio y comercial, mostrándose así que generalmente se encuentran ubicados en el área de ventas y tienen un perfil ocupacional bueno.

ENCUESTA DIRIGIDA A EGRESADOS DE LA FACULTAD DE INGENIERIA DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

OBJETIVO: Establecer la relación entre el perfil ocupacional y laboral del Ingeniero de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar y los cargos o funciones desarrollados por los egresados de este programa.

NOMBRE:

EMPRESA:

1. ¿Cuál fue el medio por el que fue contactado para desempeñar su cargo?

- a) Prensa
- b) Radio
- c) Referido / Amigo
- d) Otro ¿Cuál? _____

2. ¿A que sector pertenece la empresa en la que usted labora?

- a) Publico
- b) Privado

3. La empresa donde labora pertenece al área de:

- a) Servicio
- b) Manufactura
- c) Comercial
- d) Financiero
- e) Otro ¿Cuál? _____

4. En la empresa en que usted labora se desempeña en el área de:

- a) Mercadeo
- b) Publicidad

- c) Ventas
- d) Otro ¿Cuál? _____

5. Marque con una X las funciones usted desempeña normalmente en su cargo:

a) Mercadeo

- Supervisar canales de distribución _____ ()
- Diseñar estrategias de penetración de mercado _____ ()
- Surtidos de punto de venta _____ ()
- Manejo de exhibición _____ ()

b) Publicidad

- Diseñar estrategias publicitarias _____ ()
- Diseñador grafico _____ ()
- Manejo de cuentas _____ ()

c) Ventas

- Asesor comercial _____ ()
- Jefe de ventas _____ ()
- Gerente de ventas _____ ()
- Mercaderista y/o impulsador _____ ()

d) Otro ¿Cuál? _____

6. Siendo usted conocedor del perfil laboral del Ingeniero de mercados, cree usted que este es:

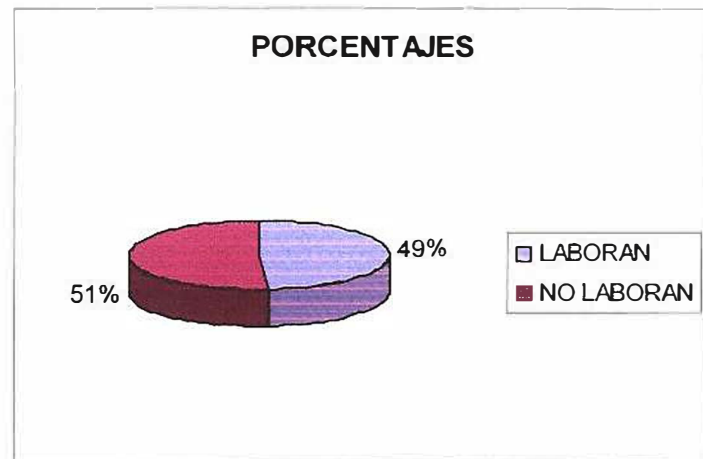
- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS EGRESADOS DE LA FACULTAD DE INGENIERIA DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

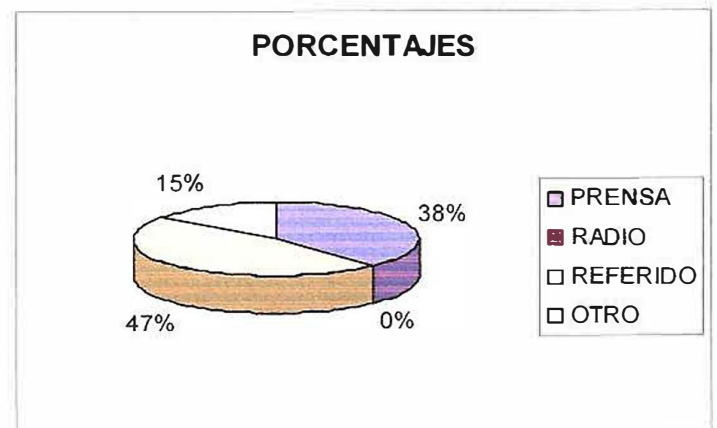
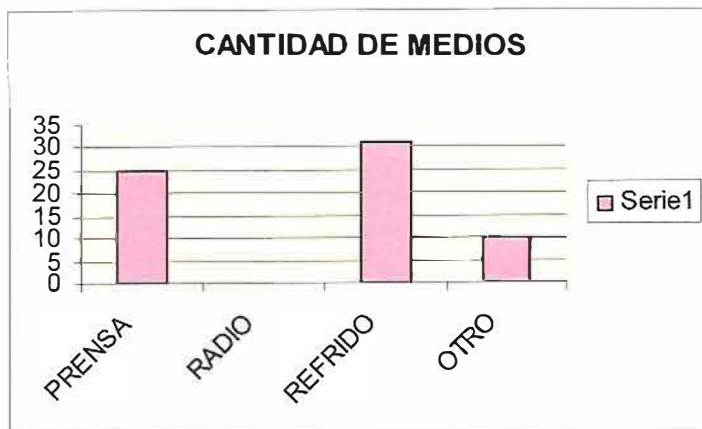
Cantidad total de egresados: 134

Total de egresados que laboran: 66 = 49%

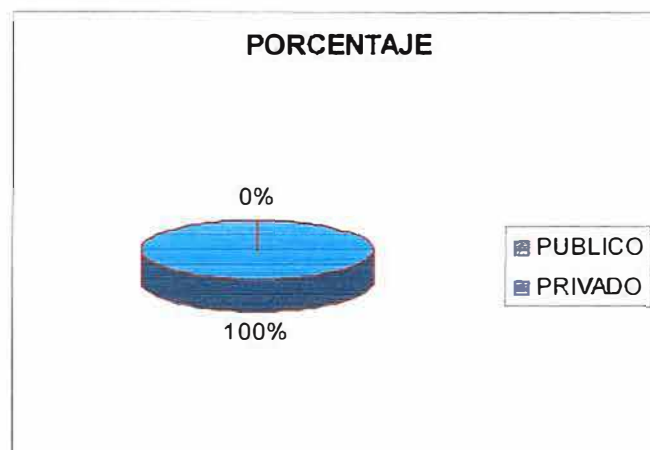
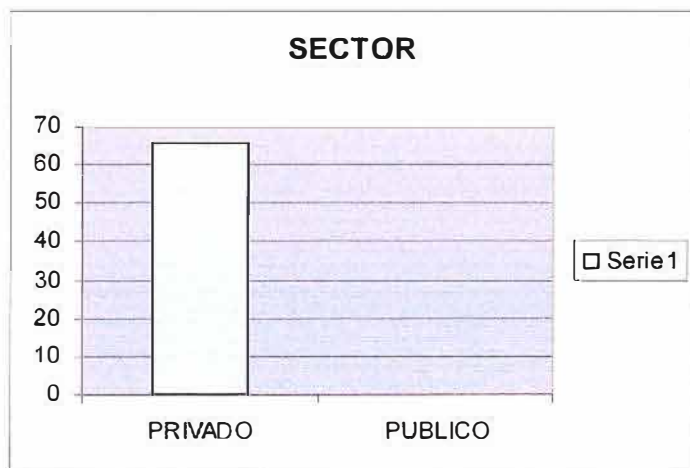
Total de egresados que no laboran: 68 = 51%



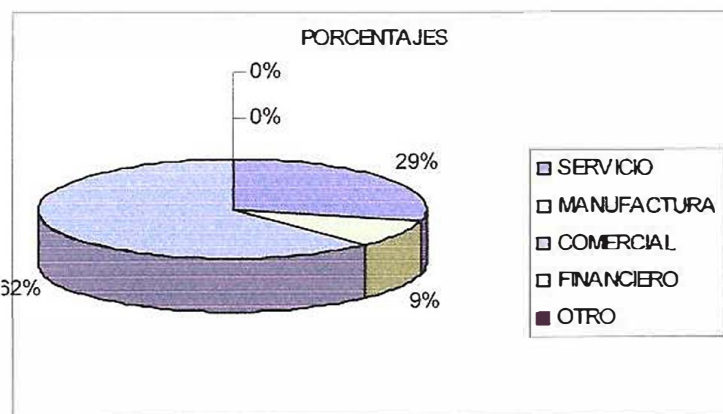
1. ¿Cuál fue el medio por el que fue contactado para desempeñar su cargo?



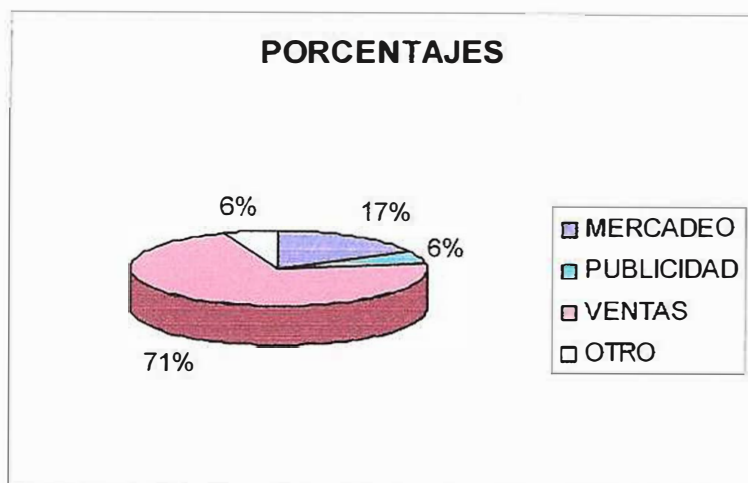
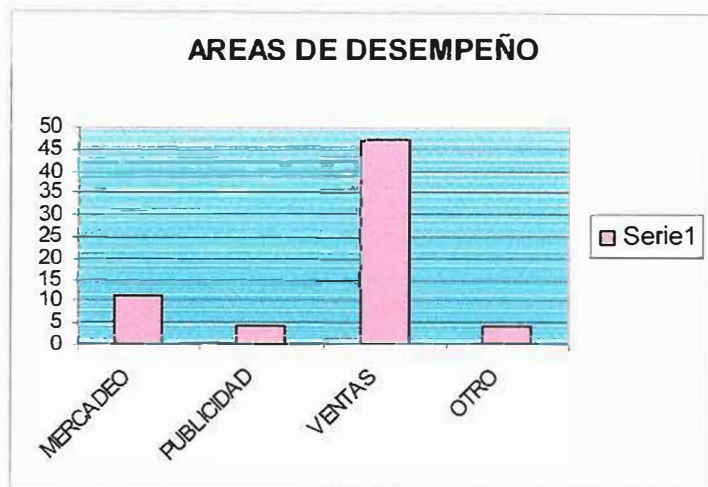
2. ¿A que sector pertenece la empresa en la que usted labora?



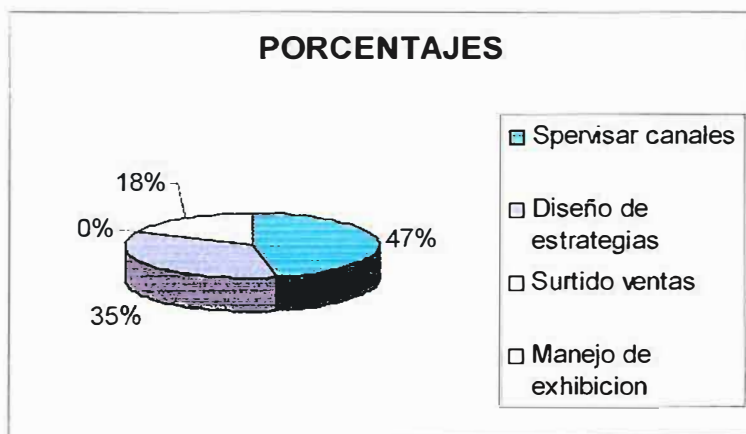
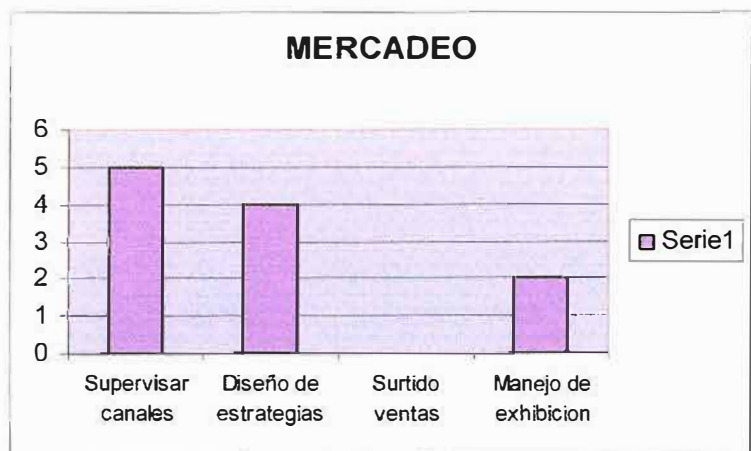
3. La empresa donde labora pertenece al área de:



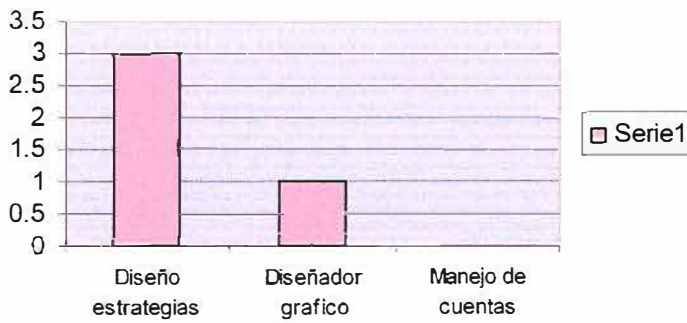
4. En la empresa en que usted labora se desempeña en el área de:



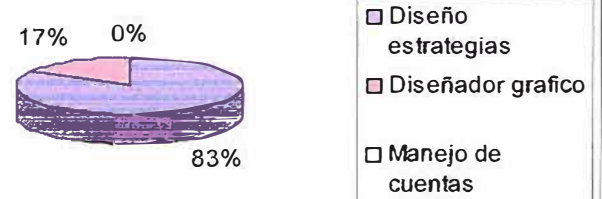
5. Funciones en cada una de las áreas



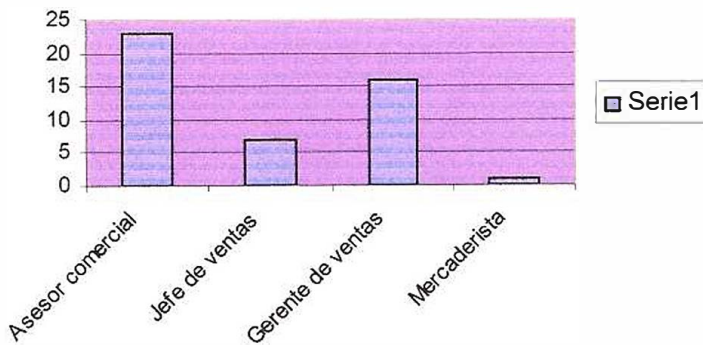
PUBLICIDAD



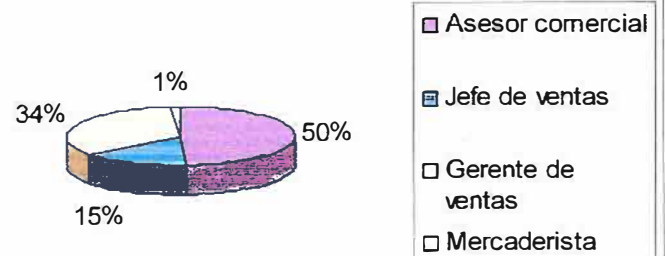
PORCENTAJES

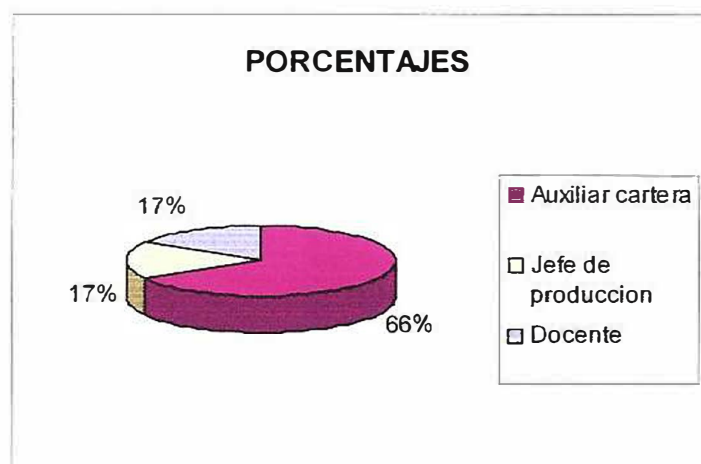
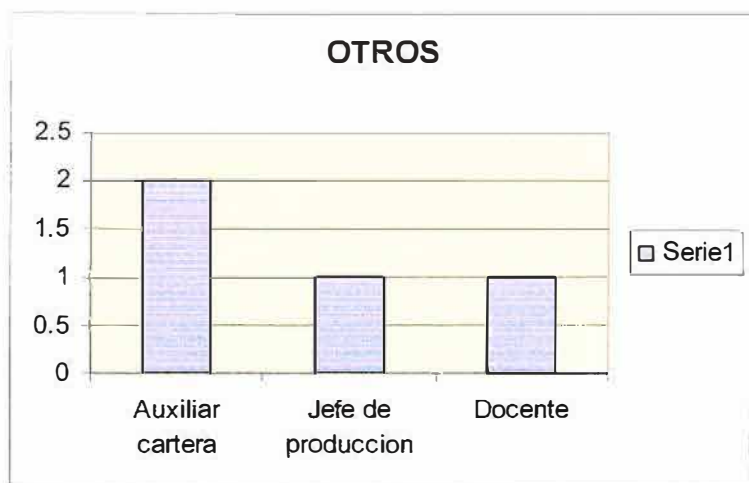


VENTAS

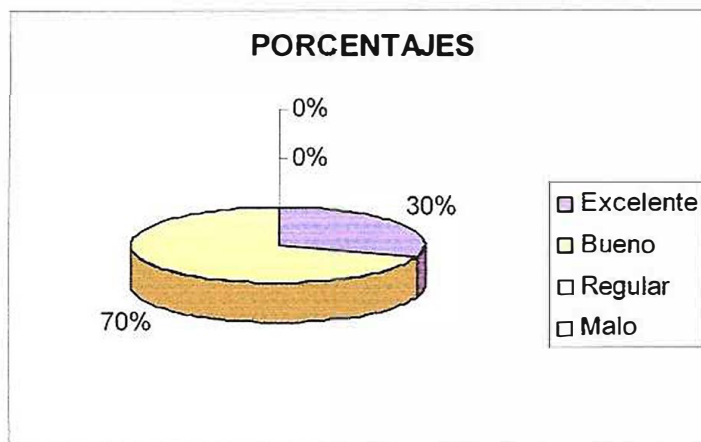
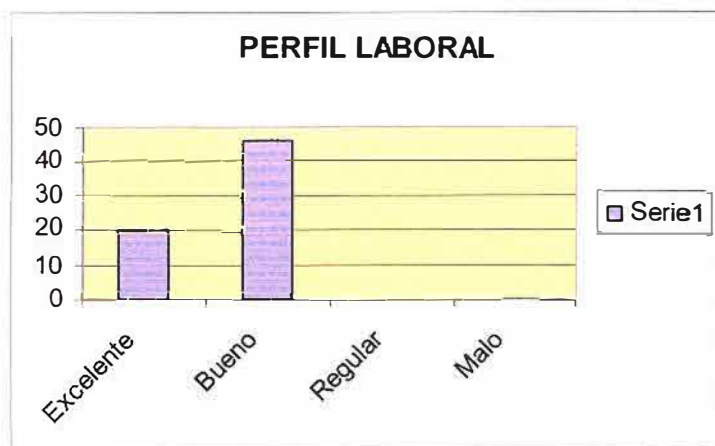


PORCENTAJES





6. Siendo usted conocedor del perfil laboral del Ingeniero de mercados, cree usted que este es:



8.4. CAPITULO IV

IDENTIFICACION DE LAS PERCEPCIONES LABORALES DE LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA HACIA LOS INGENIEROS DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR.

8.4.1. Metodología. Este capítulo busca conocer las diferentes percepciones laborales que presentan las grandes y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla con respecto a los Ingenieros de mercados egresados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar. Con el propósito de identificar cual es el nivel que ocupa el profesional dentro de las empresas en que se encuentran laborando actualmente.

La información fue definida a través de las fuentes primarias como lo son cuestionarios realizados telefónicamente a las empresas o domicilios donde estos laboran. Luego las respuestas arrojadas por la labor de campo fueron tabuladas y graficadas que se observan en este capítulo.

8.4.2. Desarrollo. Después de recaudar las respuestas del cuestionario realizado a las grandes y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla donde se encuentran laborando los egresados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar, se organizaron y procedió a tabular cada pregunta con su respectivo porcentaje y así analizar los resultados y graficar.

8.4.3. Análisis de resultados. Al analizar las percepciones laborales de las empresas de la ciudad de Barranquilla hacia los egresados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar, se obtuvieron los siguientes resultados:

Al preguntar sobre los cargos que ocupan los Ingenieros de mercados en las distintas empresas se obtuvo que 23 se encuentran en el cargo de asesores comerciales con un 35% de la población encuestada, seguido de los gerentes de venta que son 16 con un 24%, después los jefes de venta que son 7 con un 11%, supervisores de mercadeo son 5 con un 8%, auxiliar de mercadeo con 4 para un 6% y los que se desempeñan en el área de finanzas con una totalidad de 4 para 6%. Se obtuvieron 3 publicistas con un 5%, 2 jefes de mercadeo con un 3% por último un



diseñador gráfico con 1%. De lo que se puede afirmar el Ingeniero de mercado es percibido más hacia el área de las ventas en comparación con las demás áreas, y con menor aceptación para el desenvolvimiento en el área de publicidad. Además se pudo notar que aparte de las funciones propias de su cargo son muy pocos los que ejercen otras labores propias del Ingeniero de mercados.

La mayoría de los profesionales se encuentran laborando en un lapso de tiempo de 1 a 3 años con una cantidad 33, seguido de los que cuentan con más de 5 años con 20 profesionales, se concluye que laboraban desde antes de realizar sus estudios y han conservado su empleo lo que les ha ayudado a ascender en su cargo, de 3 a 5 años 7 personas y menos de 1 año 6.

Por otro lado la adaptación del Ingeniero de mercados a las políticas de la empresa fueron 18 excelentes con un porcentaje del 27%, y 48 bueno con su respectivo porcentaje de 73%.

Así mismo cuando se cuestionó sobre el nivel de preparación integral se obtuvo 21 excelente con 32% y 45 con un 68%, por lo que podemos decir

tiene una buena aceptación y preparación dentro del ámbito laboral, donde el aporte del egresado a la organización tuvo una calificación de excelente del 24% equivalente a 16 personas y bueno 50 personas para un 76%.

En general se observó que falta un mayor lucro de los Ingenieros de mercado en el ámbito laboral, puesto que restan siendo encasillados en el área de ventas delimitando así sus funciones, a pesar de esto en su mayoría se han mantenido en las empresas con una buena adaptación y un alto nivel de preparación integral y así aportando buenas ideas y proyectos a las diferentes empresas.

IMPACTO PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE INGENIERIA DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR.

OBJETIVO: Identificar las percepciones laborales de las empresas de la ciudad de Barranquilla hacia los Ingenieros de mercados egresados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

NOMBRE DE EGRESADO:

EMPRESA:

1. Indique el nombre del cargo que ocupa el Ingeniero de mercados en su empresa

2. Aparte de las funciones propias de este cargo que otras cumple el funcionario

3. Hace cuanto tiempo labora esta persona en su empresa

4. ¿Como ha sido la adaptación del Ingeniero de mercados con respecto a las políticas de la empresa?

- a) Excelente_____
- b) Bueno_____
- c) Regular_____
- d) Malo_____

5. ¿Cual considera que es el nivel de preparación integral del Ingeniero de mercados?

- a) Excelente _____
- b) Bueno _____
- c) Regular _____
- d) Malo _____

6. ¿Como considera usted que ha sido el aporte del egresado a su organización?

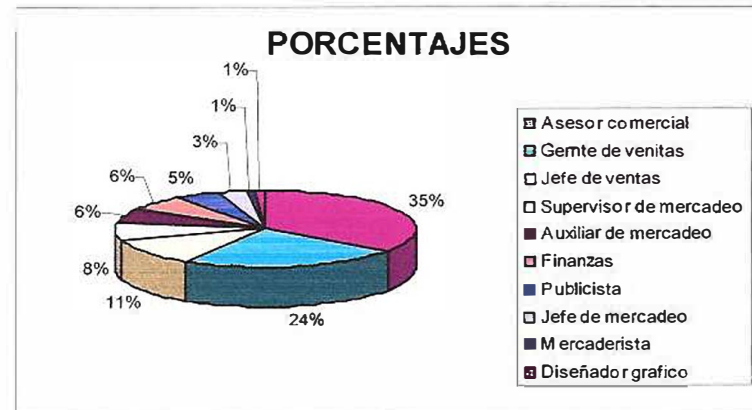
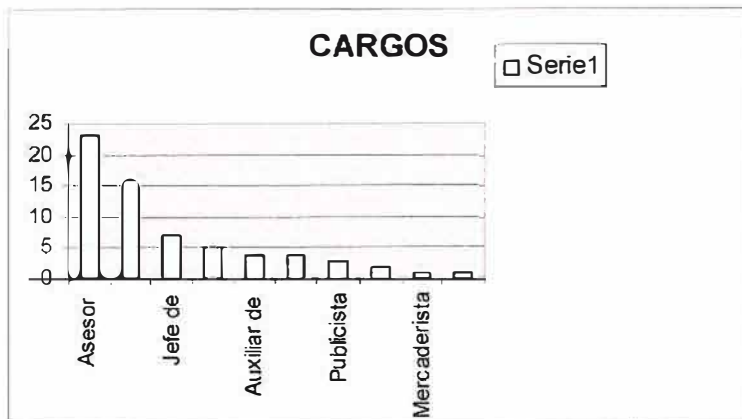
- a) Excelente _____
- b) Bueno _____
- c) Regular _____
- d) Malo _____

COMENTARIOS:

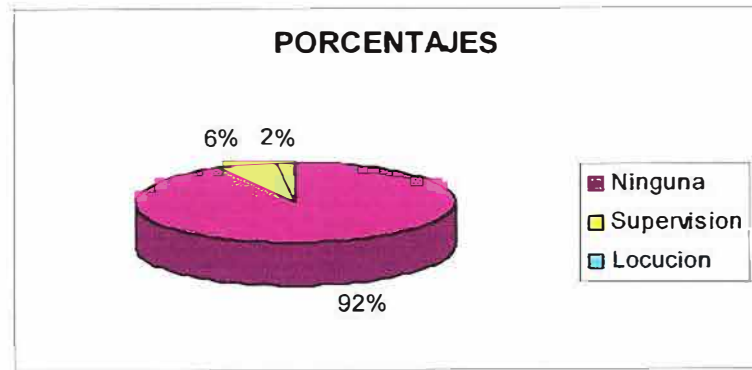
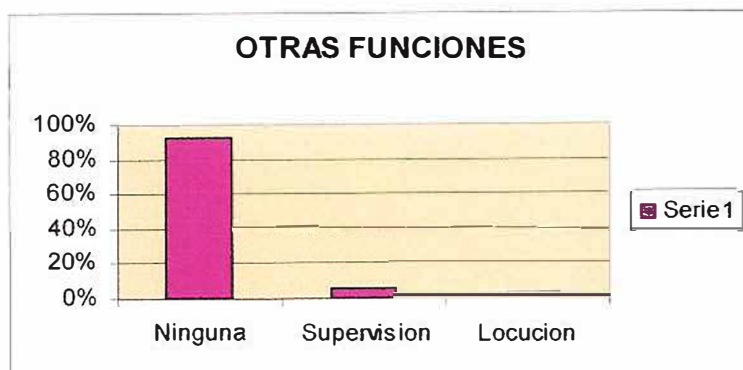


RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS EMPRESAS PARA VERIFICAR EL IMPACTO PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE INGENIERIA DE MERCADOS DE LA CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON BOLIVAR.

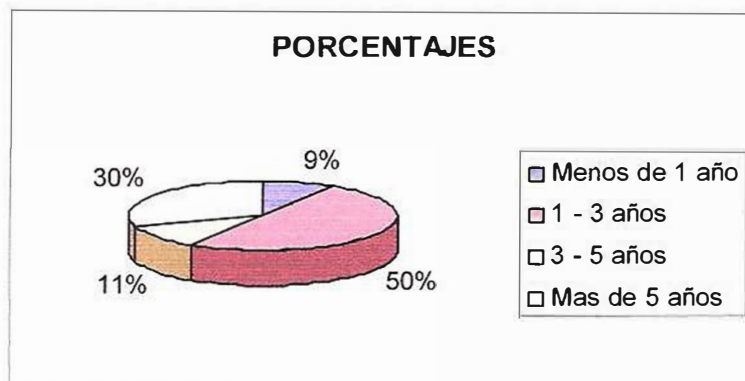
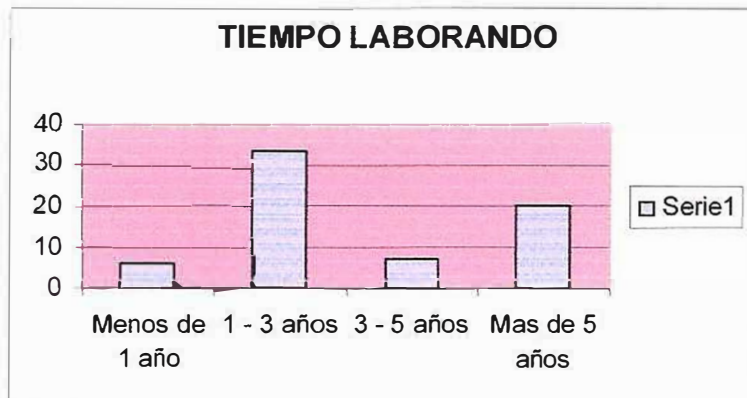
1. Indique el nombre del cargo que ocupa el Ingeniero de mercados en su empresa



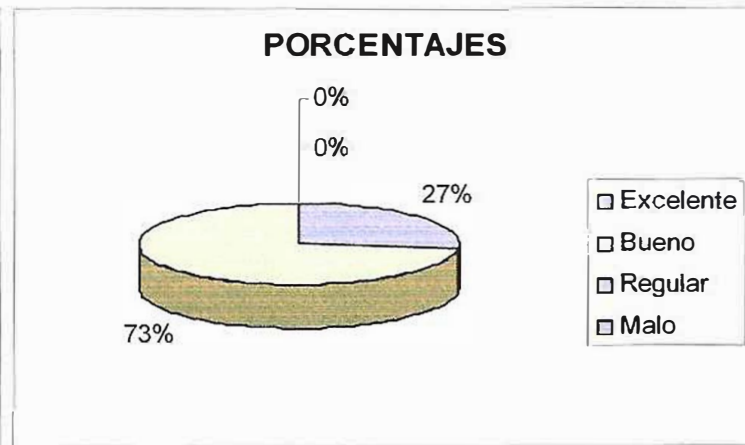
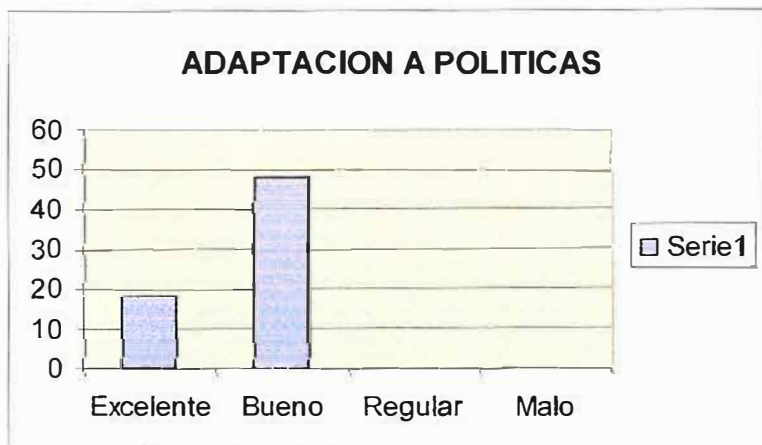
2. Aparte de las funciones propias de este cargo que otras cumple el funcionario



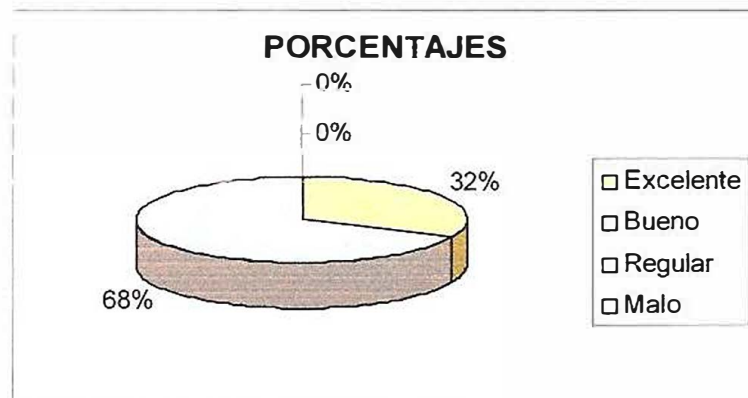
3. Hace cuanto tiempo labora esta persona en su empresa



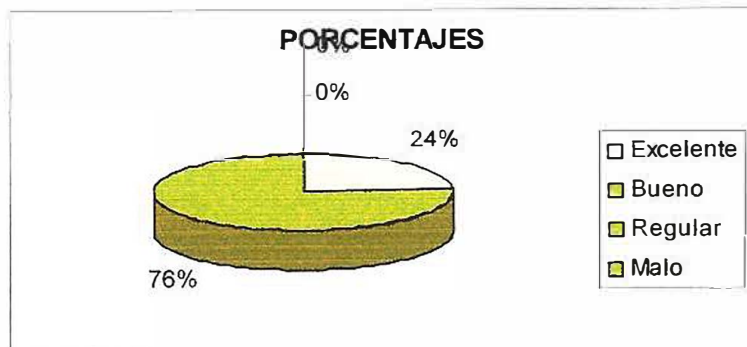
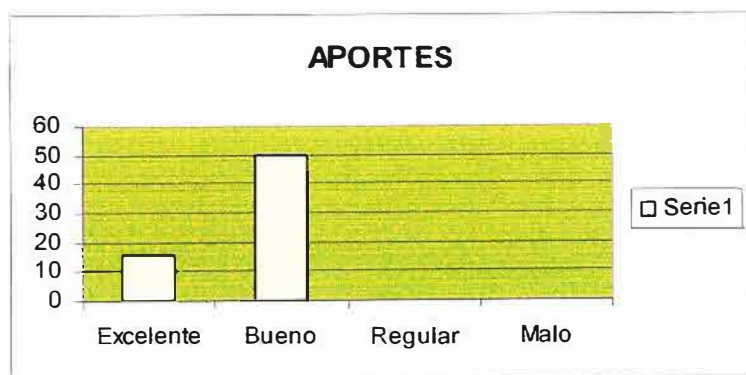
4. ¿Como ha sido la adaptación del Ingeniero de mercados con respecto a las políticas de la empresa?



5. ¿Cual considera que es el nivel de preparación integral del Ingeniero de mercados?



6. ¿Como considera usted que ha sido el aporte del egresado a su organización?



9. CONCLUSIONES

Luego de desarrollar los diferentes estudios necesarios para determinar la Demanda Laboral de las empresas hacia los egresados de Ingeniería de mercados de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla, se ha logrado analizar objetivamente los resultados basados en toda la información recopilada a lo largo del proyecto, con lo que se puede concluir que:

- Este proyecto le será de gran utilidad a los aspirantes, estudiantes, egresados y directivas de la facultad de Ingeniería de mercados, ya que conociendo las perspectivas y percepciones que poseen tanto los profesionales como las empresas en la ciudad de Barranquilla servirá de base para conocer la realidad que afronta el Ingeniero de mercados en el campo laboral.
- Además de esto se conoció estadísticamente la demanda actual que posee el Ingeniero de mercados en las empresas de la ciudad de Barranquilla y así saber cual es el enfoque que posee esta en el entorno empresarial y saber cual va a ser el futuro que esta puede



tener y cuales son los campos laborales los cuales están copados por profesionales con carreras afines pero por ser una carrera nueva y poco conocida estos no las ocupan.

- Teniendo en cuenta las expectativas generadas en el mercado y las necesidades de un mejor reconocimiento de la carrera el proyecto se enfocó en los pensamientos que poseen las personas que se encuentran alrededor de ella para la búsqueda pronta de soluciones que conlleven a la mejoría de la expansión y penetración de los profesionales en el entorno empresarial y en un mañana darse a conocer a nivel nacional e internacional.
- Apoyándose en la labor de campo que se realizó telefónicamente a los egresados de Ingeniería de mercados se conoció que cantidad de ellos se encuentran laborando actualmente y a su vez el cargo y las funciones que desempeñan cada uno en las distintas empresas de la ciudad de Barranquilla y si se encuentran en las áreas para las cuales están capacitados o realizan alguna otra función distinta a las áreas de mercadeo, publicidad y ventas.
- Se logró conocer como ha sido la adaptación en el entorno empresarial, igualmente saber la opinión que tienen los egresados

acerca de la preparación integral impartida por la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.

- Se observó que la demanda de empleos general en la ciudad de Barranquilla desde de Julio de 1997 hasta Octubre del 2004 fue fluctuante, teniendo en cuenta que en Mayo del 2000 llegó a su punto más alto y a partir de ahí decayó notablemente, debido a la crisis económica del país.
- Respecto a la demanda de empleos relacionados con la carrera de Ingeniería de mercados se pudo constatar que el área que más demanda son las ventas y esta curva se asemeja a la de los empleos. A su vez el área con menor demanda es la de publicidad, ya que es suplida por tecnólogos en esta área y es un campo muy reducido en cuanto a demanda laboral se refiere.
- Para otros profesionales la carrera es prácticamente desconocida, puesto que al preguntar sobre ella se obtuvo un porcentaje de desconocimiento muy alto como se puede observar en el segundo capítulo.
- El medio por el cual se dio a conocer la carrera en el ámbito profesional en su mayoría es por referido o un amigo que ya la



conocía, esto refleja que en realidad hay falta de información en los medios de comunicación de cobertura masiva.

- En cuanto al tiempo de conocimiento de la carrera es corta en comparación al tiempo que esta tiene de haber surgido, ya que el lapso de tiempo más alto fue desde hace 2 años teniendo esta 10 años de estar en el mercado académico.
- El Ingeniero de mercados ha sido asociado por otros profesionales como vendedor, administrador y mercaderista siendo estas ocupaciones solo una parte de su perfil y no para la capacidad total en la que esta apto.
- Los profesionales opinaron en su gran mayoría que la Ingeniería de mercados si tiene oportunidades en el mercado laboral en la ciudad de Barranquilla.
- Se concluyó que actualmente es mínima la proporción de diferencia entre los egresados que se encuentran laborando y los que no, siendo esto preocupante debido al amplio desempeño que puede tener este en el mercado.
- Las áreas en que se encuentran laborando los Ingenieros de mercados son comercial y de servicio, es decir, que el resto de las áreas no han sido cubiertas en su totalidad por estos.

- Se observo de manera alarmante que el entorno laboral relaciona al Ingeniero de mercados con el área de venta, pero específicamente con el cargo de asesor comercial y sus funciones a su vez son delimitadas.
- Se percibió que la mayoría de los egresados que se encuentran laborando lo hacen desde antes de ingresar a estudiar o adquirieron su trabajo durante de sus estudios y han ido escalando posiciones dentro de las empresas, manejando un lapso de tiempo de mas de 5 años y 1 a 3 en su mayoría.
- En cuanto a la adaptación, aporte y preparación de los egresados se esta manejando en un perfil bueno en las distintas empresas de la ciudad de Barranquilla.

10. RECOMENDACIONES

Partiendo de las anteriores conclusiones y teniendo en cuenta las observaciones de personas externas que sirvieron de apoyo durante el proceso así como las valoraciones de los investigadores de este proyecto, se recomienda que:

- La actualización continúa de la base de datos de los egresados ya que al momento de realizar esta investigación muchos de ellos no concordaron con la información suministrada.
- Suministrar información constante a los egresados sobre actividades y eventos que se realicen en la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar.
- Realizar foros, talleres, seminarios, dirigidos a grandes y medianas empresas con el fin de dar a conocer el perfil laboral y ocupacional del Ingeniero de mercados.
- Darle un mayor énfasis a la publicidad que se realiza de la Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar hacia la facultad de Ingeniería de mercados, para así obtener un mayor volumen de aspirantes y un reconocimiento de ella en el mercado ya



que esta es aun desconocida por profesionales y empresas de la ciudad.

- Como consecuencia del desconocimiento del perfil ocupacional del Ingeniero de mercados estos en su mayoría son contratados como asesores comerciales, olvidando así las múltiples funciones que este puede desempeñar en las diversas áreas de las empresas.
- Habiendo oportunidades en el campo laboral se recomienda ampliar el enfoque de la información que se suministra sobre los Ingenieros de mercados hacia las empresas, con el fin de que estos cumplan y desarrollen al 100% sus capacidades.
- Crear en los estudiantes talleres de motivación que tengan como propósito incentivar el deseo de trabajar y progresar ya sea en distintas empresas o creación de una.
- Dar mayor impulso en lo referido a los Ingenieros de mercados en la bolsa de empleo debido a que esta es una carrera nueva y así se ayude al rápido reconocimiento y posicionamiento de esta.
- Se recomienda realizar convenios con las distintas empresas de Barranquilla con el fin de que no solamente estos sean requeridos en el momento de realizar las practicas si que la opción de permanecer trabajando sea mucho mas amplia.

BIBLIOGRAFIA

CÉSPEDES SÁENZ, Alberto. Principios de mercadeo. Ecoc ediciones.

Diccionario de Marketing, Madrid, Cultura S.A. edición 1999.

Grupo Océano, Diccionario de Administración y Finanzas, Barcelona, edición 2002.

KOTLER, Philip y AERMSTRONG, Gary, Fundamentos de Mercadotecnia.

Periódico EL HERALDO, Julio/ 97 – Octubre/ 04.

STANTON, William, Fundamentos de Marketing. 10ª edición. México : Mc Graw Hill. 1994.

www.unisimonbolivar.edu.co

Anexos

Programación de muestreo para complementar estudio de demanda						
Registro	Año	Mes	Día	Fecha	Id elemento	Fecha completa
1	2001	mayo	mar	1	107	1 de mayo de 2001
11	2001	mayo	vie	11	1	11 de mayo de 2001
22	2001	mayo	mar	22	2	22 de mayo de 2001
33	2001	junio	sáb	2	3	2 de junio de 2001
44	2001	junio	mie	13	4	13 de junio de 2001
55	2001	junio	dom	24	5	24 de junio de 2001
66	2001	julio	jue	5	6	5 de julio de 2001
77	2001	julio	lun	16	7	16 de julio de 2001
88	2001	julio	vie	27	8	27 de julio de 2001
99	2001	agosto	mar	7	9	7 de agosto de 2001
110	2001	agosto	sab	18	10	18 de agosto de 2001
121	2001	agosto	mie	29	11	29 de agosto de 2001
132	2001	septiembre	dom	9	12	9 de septiembre de 2001
143	2001	septiembre	jue	20	13	20 de septiembre de 2001
154	2001	octubre	lun	1	14	1 de octubre de 2001
165	2001	octubre	vie	12	15	12 de octubre de 2001
176	2001	octubre	mar	23	16	23 de octubre de 2001
187	2001	noviembre	sáb	3	17	3 de noviembre de 2001
198	2001	noviembre	mie	14	18	14 de noviembre de 2001
209	2001	noviembre	dom	25	19	25 de noviembre de 2001
220	2001	diciembre	jue	6	20	6 de diciembre de 2001
231	2001	diciembre	lun	17	21	17 de diciembre de 2001
242	2001	diciembre	vie	28	22	28 de diciembre de 2001
253	2002	enero	mar	8	23	8 de enero de 2002
264	2002	enero	sáb	19	24	19 de enero de 2002
275	2002	enero	mie	30	25	30 de enero de 2002
286	2002	febrero	dom	10	26	10 de febrero de 2002
297	2002	febrero	jue	21	27	21 de febrero de 2002
305	2002	junio	sáb	1	28	1 de junio de 2002
308	2002	junio	mar	4	29	4 de junio de 2002
316	2002	junio	mie	12	30	12 de junio de 2002
327	2002	junio	dom	23	31	23 de junio de 2002
338	2002	julio	jue	4	32	4 de julio de 2002
349	2002	julio	lun	15	33	15 de julio de 2002
360	2002	julio	vie	26	34	26 de julio de 2002
371	2002	agosto	mar	6	35	6 de agosto de 2002
382	2002	agosto	sáb	17	36	17 de agosto de 2002
393	2002	agosto	mie	28	37	28 de agosto de 2002
404	2002	septiembre	dom	8	38	8 de septiembre de 2002
415	2002	septiembre	jue	19	39	19 de septiembre de 2002
426	2002	septiembre	lun	30	40	30 de septiembre de 2002
437	2002	octubre	vie	11	41	11 de octubre de 2002
448	2002	octubre	mar	22	42	22 de octubre de 2002
459	2002	noviembre	sáb	2	43	2 de noviembre de 2002
470	2002	noviembre	mie	13	44	13 de noviembre de 2002
481	2002	noviembre	dom	24	45	24 de noviembre de 2002
492	2002	diciembre	jue	5	46	5 de diciembre de 2002
503	2002	diciembre	lun	16	47	16 de diciembre de 2002
514	2002	diciembre	vie	27	48	27 de diciembre de 2002
525	2003	enero	mar	7	49	7 de enero de 2003
536	2003	enero	sab	18	50	18 de enero de 2003
547	2003	enero	mie	29	51	29 de enero de 2003
558	2003	febrero	dom	9	52	9 de febrero de 2003
569	2003	febrero	jue	20	53	20 de febrero de 2003
580	2003	marzo	lun	3	54	3 de marzo de 2003
591	2003	marzo	vie	14	55	14 de marzo de 2003
602	2003	marzo	mar	25	56	25 de marzo de 2003
613	2003	abril	sab	5	57	5 de abril de 2003
624	2003	abril	mie	16	58	16 de abril de 2003

635	2003	abni	dom	27	59	27 de abril de 2003
646	2003	mayo	jue	8	60	8 de mayo de 2003
657	2003	mayo	lun	19	61	19 de mayo de 2003
668	2003	mayo	vie	30	62	30 de mayo de 2003
679	2003	junio	mar	10	63	10 de junio de 2003
690	2003	junio	sáb	21	64	21 de junio de 2003
701	2003	julio	mie	2	65	2 de julio de 2003
712	2003	julio	dom	13	66	13 de julio de 2003
723	2003	julio	jue	24	67	24 de julio de 2003
734	2003	agosto	lun	4	68	4 de agosto de 2003
745	2003	agosto	vie	15	69	15 de agosto de 2003
756	2003	agosto	mar	26	70	26 de agosto de 2003
767	2003	septiembre	sáb	6	71	6 de septiembre de 2003
778	2003	septiembre	mie	17	72	17 de septiembre de 2003
789	2003	septiembre	dom	28	72	28 de septiembre de 2003
800	2003	octubre	jue	9	73	9 de octubre de 2003
811	2003	octubre	lun	20	74	20 de octubre de 2003
822	2003	octubre	vie	31	75	31 de octubre de 2003
833	2003	noviembre	mar	11	76	11 de noviembre de 2003
844	2003	noviembre	sáb	22	77	22 de noviembre de 2003
855	2003	diciembre	mie	3	78	3 de diciembre de 2003
866	2003	diciembre	dom	14	79	14 de diciembre de 2003
877	2003	diciembre	jue	25	80	25 de diciembre de 2003
888	2004	enero	lun	5	81	5 de enero de 2004
899	2004	enero	vie	16	82	16 de enero de 2004
910	2004	enero	mar	27	83	27 de enero de 2004
921	2004	febrero	sáb	7	84	7 de febrero de 2004
932	2004	febrero	mie	18	85	18 de febrero de 2004
943	2004	febrero	dom	29	85	29 de febrero de 2004
954	2004	marzo	jue	11	85	11 de marzo de 2004
965	2004	marzo	lun	22	86	22 de marzo de 2004
976	2004	abril	vie	2	87	2 de abril de 2004
987	2004	abril	mar	13	88	13 de abril de 2004
998	2004	abril	sáb	24	89	24 de abril de 2004
1009	2004	mayo	mie	5	90	5 de mayo de 2004
1020	2004	mayo	dom	16	91	16 de mayo de 2004
1031	2004	mayo	jue	27	92	27 de mayo de 2004
1042	2004	junio	lun	7	93	7 de junio de 2004
1053	2004	junio	vie	18	94	18 de junio de 2004
1064	2004	junio	mar	29	95	29 de junio de 2004
1075	2004	julio	sáb	10	96	10 de julio de 2004
1086	2004	julio	mie	21	97	21 de julio de 2004
1097	2004	agosto	dom	1	98	1 de agosto de 2004
1108	2004	agosto	jue	12	99	12 de agosto de 2004
1119	2004	agosto	lun	23	100	23 de agosto de 2004
1130	2004	septiembre	vie	3	101	3 de septiembre de 2004
1141	2004	septiembre	mar	14	102	14 de septiembre de 2004
1152	2004	septiembre	sáb	25	103	25 de septiembre de 2004
1163	2004	octubre	mie	6	104	6 de octubre de 2004
1174	2004	octubre	dom	17	105	17 de octubre de 2004
1185	2004	octubre	jue	28	106	28 de octubre de 2004
1188	2004	octubre	dom	31	108	31 de octubre de 2004

RESULTADOS DE MUESTREO

Ordinal	Fecha	Día	Equiv.	Clas. & Lim. Totales	Total empl. Relacionados	p(Emploes)	Mercadeo	p(Mercadeo)	Publicidad	p(Publicidad)	Ventas	p(Ventas)
1	7-Jul-97	j	5	148	119	0.8041	42	0.2838	25	0.1889	52	0.3514
2	11-Jul-97	i	2	119	78	0.6587	30	0.2521	25	0.2101	21	0.1765
3	14-Jul-97	j	5	147	67	0.4558	11	0.0748	2	0.0136	54	0.3673
4	28-Jul-97	j	5	157	49	0.3121	2	0.0127	1	0.0064	46	0.2930
5	3-Ago-97	d	1	78	24	0.3077	3	0.0385	2	0.0256	19	0.2436
6	6-Ago-97	w	4	145	78	0.5241	42	0.2897	0	0.0000	34	0.2345
7	17-Ago-97	d	1	74	40	0.5405	11	0.1486	7	0.0946	22	0.2973
8	3-Sep-97	w	4	139	45	0.3237	2	0.0144	1	0.0072	42	0.3022
9	12-Sep-97	v	6	483	328	0.6791	304	0.6294	1	0.0021	23	0.0476
10	9-Oct-97	v	6	141	103	0.7305	17	0.1208	0	0.0000	86	0.6099
11	26-Oct-97	d	1	66	25	0.3678	4	0.0588	0	0.0000	21	0.3088
12	31-Oct-97	v	6	157	134	0.8535	56	0.3567	50	0.3185	28	0.1783
13	3-Nov-97	i	2	37	30	0.8108	1	0.0270	20	0.5405	9	0.2432
14	29-Dic-97	i	2	94	70	0.7447	51	0.5426	1	0.0106	18	0.1915
15	11-Ene-98	d	1	74	10	0.1351	2	0.0270	0	0.0000	8	0.1081
16	29-Ene-98	j	5	135	25	0.1852	1	0.0074	0	0.0000	24	0.1778
17	8-Feb-98	d	1	77	19	0.2468	3	0.0390	1	0.0130	15	0.1848
18	13-Feb-98	v	6	163	78	0.4785	40	0.2454	0	0.0000	38	0.2331
19	16-Feb-98	i	2	122	59	0.4836	44	0.3607	0	0.0000	15	0.1230
20	20-Feb-98	v	6	115	22	0.1913	1	0.0087	0	0.0000	21	0.1826
21	22-Feb-98	d	1	21	7	0.3333	0	0.0000	0	0.0000	7	0.3333
22	23-Feb-98	i	2	20	6	0.3000	2	0.1000	0	0.0000	4	0.2000
23	26-Feb-98	j	5	74	16	0.2162	2	0.0270	0	0.0000	14	0.1892
24	1-Mar-98	d	1	79	18	0.2278	3	0.0380	0	0.0000	15	0.1899
25	12-Mar-98	j	5	146	56	0.3836	2	0.0137	1	0.0068	53	0.3630
26	14-Mar-98	s	7	102	14	0.1373	3	0.0294	0	0.0000	11	0.1078
27	18-Mar-98	w	4	103	55	0.5340	20	0.1942	20	0.1942	15	0.1456
28	24-Mar-98	m	3	120	16	0.1333	2	0.0167	1	0.0083	13	0.1083
29	30-Mar-98	i	2	131	26	0.1985	2	0.0152	1	0.0076	23	0.1756
30	9-Abr-98	j	5	41	6	0.1463	0	0.0000	1	0.0244	5	0.1220
31	14-Abr-98	m	3	70	67	0.9571	50	0.7143	0	0.0000	17	0.2429
32	15-Abr-98	w	4	141	72	0.5108	52	0.3688	0	0.0000	20	0.1418
33	17-Abr-98	v	6	142	50	0.3521	28	0.1972	0	0.0000	22	0.1549
34	4-May-98	i	2	84	34	0.4048	17	0.2024	0	0.0000	17	0.2024
35	5-May-98	m	3	73	41	0.5616	30	0.4110	0	0.0000	11	0.1507
36	10-May-98	d	1	53	16	0.3019	3	0.0566	2	0.0377	11	0.2075
37	27-May-98	w	4	110	51	0.4636	29	0.2636	1	0.0091	21	0.1909
38	7-Jun-98	d	1	66	31	0.4697	22	0.3333	0	0.0000	9	0.1364
39	17-Jun-98	w	4	97	38	0.3918	3	0.0309	0	0.0000	35	0.3808
40	28-Jun-98	d	1	45	12	0.2667	0	0.0000	0	0.0000	12	0.2667
41	29-Jun-98	i	2	25	9	0.3600	1	0.0400	0	0.0000	8	0.3200
42	1-Jul-98	w	4	62	14	0.2258	1	0.0161	0	0.0000	13	0.2097
43	6-Jul-98	i	2	121	37	0.3058	1	0.0083	0	0.0000	36	0.2975
44	8-Jul-98	w	4	125	19	0.1520	3	0.0240	0	0.0000	16	0.1280
45	19-Jul-98	d	1	63	15	0.2381	3	0.0476	1	0.0159	11	0.1748
46	24-Jul-98	v	6	136	75	0.5515	3	0.0221	0	0.0000	72	0.5294
47	30-Jul-98	j	5	117	39	0.3333	18	0.1538	0	0.0000	21	0.1795
48	3-Ago-98	i	2	129	34	0.2636	0	0.0000	0	0.0000	34	0.2636
49	9-Ago-98	d	1	61	26	0.4262	5	0.0820	0	0.0000	21	0.3443
50	10-Ago-98	i	2	132	111	0.8409	26	0.1970	0	0.0000	85	0.6439
51	23-Ago-98	d	1	69	44	0.6377	12	0.1739	2	0.0290	30	0.4348
52	2-Sep-98	w	4	137	91	0.6642	58	0.4234	2	0.0146	31	0.2263
53	3-Sep-98	j	5	119	48	0.4034	13	0.1092	1	0.0084	34	0.2857
54	7-Sep-98	i	2	114	82	0.7193	41	0.3596	0	0.0000	41	0.3596
55	17-Sep-98	j	5	129	62	0.4806	26	0.2248	1	0.0078	32	0.2481
56	30-Sep-98	w	4	122	87	0.7131	70	0.5738	0	0.0000	17	0.1393
57	3-Oct-98	s	7	87	18	0.2069	1	0.0115	0	0.0000	17	0.1954
58	5-Oct-98	i	2	126	121	0.9603	97	0.7698	1	0.0079	23	0.1825
59	25-Oct-98	d	1	56	16	0.2857	3	0.0536	1	0.0179	12	0.2143
60	26-Oct-98	i	2	126	125	0.9921	99	0.7857	1	0.0079	25	0.1984
61	31-Oct-98	s	7	97	32	0.3299	20	0.2062	0	0.0000	12	0.1237
62	1-Nov-98	d	1	46	28	0.6087	22	0.4783	0	0.0000	6	0.1304
63	26-Nov-98	j	5	100	78	0.7800	57	0.5700	0	0.0000	21	0.2100
64	6-Dic-98	d	1	58	50	0.8621	42	0.7241	0	0.0000	8	0.1379
65	21-Dic-98	i	2	190	107	0.5632	51	0.2684	50	0.2632	6	0.0316
66	26-Dic-98	s	7	28	6	0.2143	0	0.0000	0	0.0000	6	0.2143
67	27-Dic-98	d	1	121	103	0.8512	51	0.4215	50	0.4132	2	0.0165
68	14-Ene-99	j	5	109	86	0.7890	34	0.3119	0	0.0000	52	0.4771
69	30-Ene-99	s	7	72	20	0.2778	3	0.0417	0	0.0000	17	0.2361

70	1-Feb-99	i	2	100	20	0.2000	1	0.0100	0	0.0000	19	0.1900
71	11-Feb-99	j	5	77	17	0.2208	5	0.0649	0	0.0000	12	0.1558
72	12-Feb-99	v	6	79	16	0.2025	6	0.0759	0	0.0000	10	0.1266
73	15-Feb-99	i	2	9	0	0.0000	0	0.0000	0	0.0000	0	0.0000
74	8-Mar-99	i	2	88	66	0.7500	42	0.4773	0	0.0000	24	0.2727
75	27-Mar-99	s	7	47	11	0.2340	1	0.0213	0	0.0000	10	0.2128
76	28-Mar-99	d	1	48	24	0.5000	18	0.3333	0	0.0000	8	0.1667
77	5-Apr-99	i	2	17	4	0.2353	1	0.0588	1	0.0588	2	0.1176
78	1-May-99	s	7	34	16	0.4706	3	0.0882	0	0.0000	13	0.3824
79	6-May-99	j	5	76	25	0.3289	4	0.0526	1	0.0132	20	0.2632
80	14-May-99	v	6	84	75	0.8929	55	0.6548	1	0.0119	19	0.2262
81	29-May-99	s	7	43	10	0.2326	3	0.0698	0	0.0000	7	0.1628
82	7-Jun-99	m	3	21	8	0.3810	1	0.0476	0	0.0000	7	0.3333
83	14-Jun-99	i	2	16	5	0.3125	1	0.0625	0	0.0000	4	0.2500
84	19-Jun-99	s	7	51	35	0.6863	13	0.2549	0	0.0000	22	0.4314
85	26-Jun-99	s	7	51	16	0.3137	3	0.0588	0	0.0000	13	0.2549
86	5-Jul-99	i	2	36	9	0.2500	2	0.0556	0	0.0000	7	0.1944
87	7-Jul-99	w	4	83	15	0.1807	3	0.0361	0	0.0000	12	0.1446
88	17-Jul-99	s	7	38	8	0.2105	2	0.0526	0	0.0000	6	0.1579
89	21-Jul-99	w	4	75	11	0.1467	3	0.0400	0	0.0000	8	0.1067
90	24-Jul-99	s	7	44	8	0.1818	2	0.0455	0	0.0000	6	0.1364
91	14-Ago-99	s	7	60	17	0.2833	3	0.0500	0	0.0000	14	0.2333
92	28-Ago-99	s	7	39	6	0.1538	1	0.0256	0	0.0000	5	0.1282
93	16-Sep-99	j	5	62	59	0.9516	6	0.0968	0	0.0000	53	0.8548
94	30-Sep-99	j	5	71	38	0.5352	6	0.0845	1	0.0141	31	0.4366
95	18-Oct-99	i	2	29	6	0.2069	1	0.0345	0	0.0000	5	0.1724
96	26-Oct-99	m	3	75	24	0.3200	4	0.0533	1	0.0133	19	0.2533
97	27-Oct-99	w	4	103	22	0.2136	4	0.0388	1	0.0097	17	0.1650
98	4-Nov-99	j	5	81	45	0.5556	14	0.1728	0	0.0000	31	0.3827
99	10-Nov-99	w	4	78	72	0.9231	35	0.4487	4	0.0513	33	0.4231
100	13-Nov-99	s	7	59	12	0.2034	1	0.0169	0	0.0000	11	0.1864
101	14-Nov-99	d	1	44	14	0.3182	1	0.0227	0	0.0000	13	0.2955
102	17-Nov-99	w	4	75	52	0.6933	14	0.1867	3	0.0400	35	0.4667
103	20-Nov-99	s	7	50	21	0.4200	13	0.2600	0	0.0000	8	0.1600
104	23-Nov-99	m	3	59	20	0.3390	3	0.0508	1	0.0169	16	0.2712
105	24-Nov-99	w	4	83	62	0.7470	1	0.0120	0	0.0000	61	0.7349
106	27-Nov-99	s	7	39	6	0.1538	0	0.0000	0	0.0000	6	0.1538
107	13-Dic-99	i	2	63	13	0.2063	0	0.0000	0	0.0000	13	0.2063
108	21-Dic-99	m	3	43	5	0.1163	1	0.0233	0	0.0000	4	0.0930
109	29-Dic-99	w	4	54	5	0.0926	1	0.0185	0	0.0000	4	0.0741
110	28-Ene-00	v	6	93	37	0.3978	2	0.0215	0	0.0000	35	0.3763
111	31-Ene-00	i	2	76	41	0.5395	3	0.0395	0	0.0000	38	0.5000
112	1-Feb-00	m	3	66	23	0.3485	7	0.1061	1	0.0152	15	0.2273
113	24-Feb-00	j	5	59	41	0.6949	5	0.0847	1	0.0169	35	0.5932
114	2-Mar-00	j	5	57	9	0.1579	0	0.0000	0	0.0000	9	0.1579
115	10-Mar-00	v	6	106	22	0.2075	0	0.0000	0	0.0000	22	0.2075
116	11-Mar-00	s	7	67	22	0.3284	0	0.0000	0	0.0000	22	0.3284
117	15-Mar-00	w	4	108	33	0.3056	3	0.0278	1	0.0093	29	0.2685
118	18-Mar-00	s	7	41	11	0.2683	2	0.0488	0	0.0000	9	0.2195
119	20-Mar-00	i	2	21	7	0.3333	1	0.0476	0	0.0000	6	0.2857
120	24-Mar-00	v	6	87	22	0.2529	2	0.0230	0	0.0000	20	0.2296
121	4-Abr-00	m	3	60	59	0.9833	18	0.3000	15	0.2500	26	0.4333
122	9-Abr-00	d	1	52	26	0.5000	1	0.0192	0	0.0000	25	0.4808
123	26-Abr-00	w	4	97	65	0.6701	19	0.1959	0	0.0000	46	0.4742
124	22-May-00	m	3	73	70	0.9589	47	0.6438	0	0.0000	23	0.3151
125	13-Jun-00	m	3	57	28	0.4912	1	0.0175	0	0.0000	27	0.4737
126	14-Jun-00	w	4	85	35	0.4118	3	0.0353	1	0.0118	31	0.3647
127	5-Jul-00	w	4	86	29	0.3372	5	0.0581	0	0.0000	24	0.2791
128	6-Jul-00	j	5	64	17	0.2656	3	0.0469	0	0.0000	14	0.2158
129	10-Jul-00	i	2	74	58	0.7838	14	0.1892	1	0.0135	43	0.5811
130	26-Jul-00	w	4	82	17	0.2073	5	0.0610	0	0.0000	12	0.1463
131	28-Jul-00	v	6	103	23	0.2233	6	0.0583	1	0.0097	16	0.1553
132	18-Ago-00	v	6	85	37	0.4353	2	0.0235	0	0.0000	35	0.4118
133	21-Ago-00	i	2	24	20	0.8333	1	0.0417	0	0.0000	19	0.7917
134	30-Ago-00	w	4	95	29	0.3053	6	0.0632	0	0.0000	23	0.2421
135	6-Sep-00	w	4	98	22	0.2245	6	0.0612	0	0.0000	16	0.1633
136	7-Sep-00	j	5	63	21	0.3333	5	0.0794	0	0.0000	16	0.2540
137	11-Sep-00	i	2	72	43	0.5972	4	0.0556	1	0.0139	38	0.5278
138	22-Sep-00	v	6	83	34	0.4096	3	0.0381	0	0.0000	31	0.3735
139	25-Sep-00	i	2	67	32	0.4776	4	0.0597	0	0.0000	28	0.4179
140	28-Sep-00	j	5	65	31	0.4769	4	0.0615	0	0.0000	27	0.4154
141	3-Oct-00	m	3	56	12	0.2143	3	0.0536	0	0.0000	9	0.1607
142	7-Oct-00	s	7	47	15	0.3191	3	0.0638	0	0.0000	12	0.2553
143	8-Oct-00	d	1	46	15	0.3261	4	0.0870	0	0.0000	11	0.2391
144	12-Oct-00	j	5	81	17	0.2099	3	0.0370	0	0.0000	14	0.1728

145	17-Oct-00	m	3	56	21	0.3750	2	0.0357	10	0.1786	9	0.1607
146	23-Oct-00	l	2	72	18	0.2500	4	0.0556	0	0.0000	14	0.1944
147	27-Oct-00	v	6	77	22	0.2857	2	0.0260	0	0.0000	20	0.2597
148	28-Oct-00	s	7	72	18	0.2500	2	0.0278	0	0.0000	16	0.2222
149	16-Nov-00	j	5	56	21	0.3750	2	0.0357	10	0.1786	9	0.1607
150	7-Dic-00	j	5	51	8	0.1569	0	0.0000	0	0.0000	8	0.1569
151	13-Dic-00	w	4	79	12	0.1519	1	0.0127	1	0.0127	10	0.1266
152	26-Dic-00	m	3	29	6	0.2069	1	0.0345	0	0.0000	5	0.1724
153	27-Dic-00	w	4	43	6	0.1395	0	0.0000	0	0.0000	6	0.1395
154	10-Ene-01	w	4	80	32	0.4000	0	0.0000	9	0.1125	23	0.2875
155	19-Ene-01	v	6	126	32	0.2540	5	0.0397	1	0.0079	26	0.2063
156	21-Ene-01	d	1	73	40	0.5479	6	0.0822	2	0.0274	32	0.4384
157	24-Ene-01	w	4	101	18	0.1782	1	0.0099	0	0.0000	17	0.1683
158	31-Ene-01	w	4	98	35	0.3571	4	0.0408	20	0.2041	11	0.1122
159	8-Feb-01	j	5	87	22	0.2529	7	0.0805	1	0.0115	14	0.1609
160	14-Feb-01	w	4	86	14	0.1628	4	0.0465	0	0.0000	10	0.1163
161	15-Feb-01	j	5	70	10	0.1429	3	0.0429	0	0.0000	7	0.1000
162	16-Feb-01	v	6	87	15	0.1724	3	0.0345	0	0.0000	12	0.1379
163	18-Feb-01	d	1	53	15	0.2830	1	0.0189	1	0.0189	13	0.2453
164	19-Feb-01	l	2	73	21	0.2877	5	0.0685	0	0.0000	16	0.2192
165	20-Feb-01	m	3	73	14	0.1918	3	0.0411	1	0.0137	10	0.1370
166	21-Feb-01	w	4	94	23	0.2447	0	0.0000	1	0.0106	22	0.2340
167	6-Mar-01	m	3	56	15	0.2679	2	0.0357	0	0.0000	13	0.2321
168	18-Mar-01	j	5	44	19	0.4318	3	0.0682	0	0.0000	16	0.3636
169	23-Mar-01	v	6	98	22	0.2245	2	0.0204	0	0.0000	20	0.2041
170	25-Mar-01	d	1	62	24	0.3871	1	0.0161	0	0.0000	23	0.3710
171	31-Mar-01	s	7	62	48	0.7742	2	0.0323	0	0.0000	46	0.7419
172	8-Abr-01	d	1	43	11	0.2558	1	0.0233	0	0.0000	10	0.2326
173	24-Abr-01	m	3	61	57	0.9344	4	0.0656	0	0.0000	53	0.8689
173	1-May-01	mar		27	5	0.1852	2	0.0741	0	0.0000	3	0.1111
174	11-May-01	v		73	16	0.2192	1	0.0137	0	0.0000	15	0.2055
175	22-May-01	mar		45	6	0.1778	0	0.0000	0	0.0000	8	0.1778
176	13-Jun-01	m		86	20	0.2326	2	0.0233	2	0.0233	16	0.1860
177	24-Jun-01	v		52	16	0.3077	2	0.0385	0	0.0000	14	0.2692
178	5-Jul-01	j		84	16	0.1905	0	0.0000	0	0.0000	16	0.1905
179	16-Jul-01	l		85	17	0.2000	2	0.0235	0	0.0000	15	0.1765
180	27-Jul-01	v		87	22	0.2529	1	0.0115	0	0.0000	21	0.2414
181	7-Ago-01	mar		33	11	0.3333	1	0.0303	0	0.0000	10	0.3030
182	18-Ago-01	s		60	10	0.1667	1	0.0167	0	0.0000	9	0.1500
183	29-Ago-01	m		105	16	0.1524	0	0.0000	0	0.0000	16	0.1524
184	1-Oct-01	l		67	17	0.2537	0	0.0000	1	0.0149	16	0.2388
185	12-Oct-01	v		105	22	0.2095	2	0.0190	0	0.0000	20	0.1905
186	23-Oct-01	mar		58	9	0.1552	0	0.0000	0	0.0000	9	0.1552
187	3-Nov-01	s		58	6	0.1034	0	0.0000	0	0.0000	6	0.1034
188	14-Nov-01	m		88	16	0.1818	0	0.0000	0	0.0000	16	0.1818
188	25-Nov-01	d		85	12	0.1412	0	0.0000	0	0.0000	12	0.1412
188	6-Dic-01	j		60	14	0.2333	2	0.0333	2	0.0333	10	0.1667
188	17-Dic-01	l		63	12	0.1905	3	0.0476	0	0.0000	9	0.1429
189	28-Dic-01	v		40	8	0.2000	1	0.0250	0	0.0000	7	0.1750
190	8-Ene-02	mar		66	15	0.2273	1	0.0152	0	0.0000	14	0.2121
191	19-Ene-02	s		79	19	0.2405	3	0.0380	1	0.0127	15	0.1899
192	30-Ene-02	m		115	16	0.1391	0	0.0000	0	0.0000	16	0.1391
193	10-Feb-02	v		24	2	0.0833	1	0.0417	0	0.0000	1	0.0417
194	21-Feb-02	j		97	12	0.1237	1	0.0103	0	0.0000	11	0.1134
195	16-Mar-02	s	7	71	12	0.1690	0	0.0000	0	0.0000	12	0.1690
196	4-Abr-02	j	5	86	15	0.1744	1	0.0116	0	0.0000	14	0.1628
197	9-Abr-02	m	3	65	18	0.2769	4	0.0615	1	0.0154	13	0.2000
199	16-Abr-02	m	3	60	13	0.2167	1	0.0167	0	0.0000	12	0.2000
199	21-Abr-02	d	1	75	21	0.2800	5	0.0667	1	0.0133	15	0.2000
200	27-Abr-02	s	7	55	12	0.2182	0	0.0000	0	0.0000	12	0.2182
201	30-Abr-02	m	3	63	10	0.1587	2	0.0317	0	0.0000	8	0.1270
202	9-May-02	j	5	90	68	0.7556	5	0.0556	0	0.0000	63	0.7000
203	14-May-02	m	3	31	20	0.6452	0	0.0000	0	0.0000	20	0.6452
204	19-May-02	d	1	61	23	0.3770	3	0.0492	3	0.0492	17	0.2787
205	22-May-02	w	4	120	23	0.1917	3	0.0250	0	0.0000	20	0.1867
206	27-May-02	l	2	72	15	0.2083	2	0.0278	0	0.0000	13	0.1806
207	1-Jun-02	s		43	7	0.1628	0	0.0000	0	0.0000	7	0.1628
208	4-Jun-02	mar		56	10	0.1786	1	0.0179	0	0.0000	9	0.1607
209	12-Jun-02	m		67	8	0.1194	0	0.0000	0	0.0000	8	0.1194
210	4-Jul-02	j		75	16	0.2133	2	0.0267	1	0.0133	13	0.1733
211	15-Jul-02	l		75	15	0.2000	6	0.0800	1	0.0133	8	0.1067
212	26-Jul-02	v		86	15	0.1744	4	0.0465	1	0.0116	10	0.1163
213	6-Ago-02	mar		59	10	0.1695	2	0.0339	1	0.0169	7	0.1186
214	17-Ago-02	s		70	12	0.1714	3	0.0429	0	0.0000	9	0.1286
215	28-Ago-02	m		78	9	0.1154	1	0.0128	0	0.0000	8	0.1026

216	8-Sep-02	d	71	23	0.3239	7	0.0988	3	0.0423	13	0.1831
217	19-Sep-02	j	89	7	0.0787	1	0.0112	0	0.0000	6	0.0674
218	30-Sep-02	i	83	18	0.1928	2	0.0241	1	0.0120	13	0.1568
219	11-Oct-02	v	81	20	0.2469	3	0.0370	1	0.0123	16	0.1975
220	22-Oct-02	mar	84	18	0.1905	3	0.0357	0	0.0000	13	0.1548
221	2-Nov-02	s	57	24	0.4211	1	0.0175	1	0.0175	22	0.3860
222	13-Nov-02	m	88	21	0.2386	4	0.0455	0	0.0000	17	0.1932
223	24-Nov-02	d	80	22	0.2750	4	0.0500	3	0.0375	15	0.1875
224	5-Dic-02	j	64	11	0.1719	0	0.0000	0	0.0000	11	0.1719
225	16-Dic-02	i	87	19	0.2838	5	0.0748	0	0.0000	14	0.2090
226	27-Dic-02	v	41	7	0.1707	0	0.0000	0	0.0000	7	0.1707
227	7-Ene-03	mar	65	14	0.2154	1	0.0154	2	0.0308	11	0.1692
228	18-Ene-03	s	89	20	0.2247	0	0.0000	2	0.0225	18	0.2022
229	29-Ene-03	m	99	12	0.1212	0	0.0000	0	0.0000	12	0.1212
230	9-Feb-03	d	105	30	0.2857	3	0.0286	0	0.0000	27	0.2571
231	20-Feb-03	j	105	15	0.1429	4	0.0381	0	0.0000	11	0.1048
232	3-Mar-03	i	100	6	0.0600	4	0.0400	1	0.0100	1	0.0100
233	14-Mar-03	v	15	21	1.4000	3	0.2000	2	0.1333	16	1.0667
234	25-Mar-03	mar	105	7	0.0667	2	0.0190	0	0.0000	5	0.0476
235	5-Abr-03	s	69	13	0.1884	6	0.0870	1	0.0145	6	0.0870
236	16-Abr-03	m	76	6	0.0789	1	0.0132	1	0.0132	4	0.0526
237	8-May-03	j	46	12	0.2609	3	0.0652	0	0.0000	9	0.1957
238	19-May-03	i	87	15	0.1724	5	0.0575	1	0.0115	9	0.1034
239	30-May-03	v	84	10	0.1190	2	0.0238	2	0.0238	6	0.0714
240	10-Jun-03	mar	64	10	0.1563	2	0.0313	2	0.0313	6	0.0938
241	21-Jun-03	s	63	4	0.0635	1	0.0159	0	0.0000	3	0.0476
242	2-Jul-03	m	83	10	0.1205	2	0.0241	1	0.0120	7	0.0843
243	13-Jul-03	d	91	26	0.2857	7	0.0769	1	0.0110	18	0.1978
244	24-Jul-03	j	88	9	0.1023	0	0.0000	1	0.0114	8	0.0909
245	4-Ago-03	i	83	12	0.1446	0	0.0000	0	0.0000	12	0.1446
246	15-Ago-03	v	111	9	0.0811	1	0.0090	0	0.0000	8	0.0721
247	26-Ago-03	mar	70	10	0.1429	4	0.0571	1	0.0143	5	0.0714
248	6-Sep-03	s	89	18	0.1798	1	0.0112	1	0.0112	14	0.1573
249	17-Sep-03	m	119	17	0.1429	2	0.0168	0	0.0000	15	0.1261
250	28-Sep-03	d	79	12	0.1519	1	0.0127	0	0.0000	11	0.1392
251	9-Oct-03	j	126	12	0.0952	0	0.0000	2	0.0159	10	0.0794
252	20-Oct-03	i	80	14	0.1750	2	0.0250	6	0.0750	8	0.0750
253	31-Oct-03	v	117	17	0.1453	3	0.0256	0	0.0000	14	0.1197
254	11-Nov-03	mar	64	9	0.1406	1	0.0156	0	0.0000	8	0.1250
255	22-Nov-03	s	82	22	0.2683	4	0.0488	1	0.0122	17	0.2073
256	3-Dic-03	m	119	15	0.1261	2	0.0168	1	0.0084	12	0.1008
257	14-Dic-03	d	71	9	0.1268	2	0.0282	0	0.0000	7	0.0986
258	16-Ene-04	v	227	14	0.0617	3	0.0132	0	0.0000	11	0.0485
259	27-Ene-04	mar	80	12	0.1500	3	0.0375	1	0.0125	8	0.1000
260	7-Feb-04	s	90	10	0.1111	2	0.0222	1	0.0111	7	0.0778
261	18-Feb-04	m	110	12	0.1091	2	0.0182	1	0.0091	9	0.0818
262	29-Feb-04	d	114	37	0.3246	9	0.0789	3	0.0263	25	0.2193
263	11-Mar-04	j	97	12	0.1237	2	0.0206	0	0.0000	10	0.1031
264	22-Mar-04	i	66	4	0.0606	0	0.0000	0	0.0000	4	0.0606
265	2-Abr-04	v	96	14	0.1458	3	0.0313	2	0.0208	9	0.0938
266	13-Abr-04	mar	94	18	0.1915	2	0.0213	0	0.0000	16	0.1702
267	24-Abr-04	s	65	13	0.2000	1	0.0154	1	0.0154	11	0.1692
268	5-May-04	m	106	17	0.1604	2	0.0189	1	0.0094	14	0.1321
269	16-May-04	d	82	27	0.3293	8	0.0978	0	0.0000	19	0.2317
270	27-May-04	j	88	10	0.1136	1	0.0114	0	0.0000	9	0.1023
271	7-Jun-04	i	87	13	0.1494	2	0.0230	0	0.0000	11	0.1264
272	18-Jun-04	v	89	11	0.1236	0	0.0000	0	0.0000	11	0.1236
273	29-Jun-04	mar	81	10	0.1235	2	0.0247	0	0.0000	8	0.0988
274	10-Jul-04	s	84	17	0.2024	2	0.0238	0	0.0000	15	0.1786
275	21-Jul-04	m	80	11	0.1375	2	0.0250	0	0.0000	9	0.1125
276	12-Ago-04	j	102	10	0.0980	3	0.0294	0	0.0000	7	0.0686
277	3-Sep-04	v	102	14	0.1373	4	0.0392	0	0.0000	10	0.0980
278	14-Sep-04	mar	70	7	0.1000	1	0.0143	0	0.0000	6	0.0857
279	25-Sep-04	s	71	20	0.2817	5	0.0704	2	0.0282	13	0.1831
280	6-Oct-04	m	105	14	0.1333	0	0.0000	0	0.0000	14	0.1333
281	17-Oct-04	d	73	12	0.1644	2	0.0274	0	0.0000	10	0.1370
282	28-Oct-04	j	124	17	0.1371	3	0.0242	0	0.0000	14	0.1129
283	31-Oct-04	d	86	20	0.2326	3	0.0349	2	0.0233	15	0.1744

**TABULACIÓN DE LOS PROMEDIOS DE EMPLEOS REFERENTE A LAS ÁREAS DE INGENIERÍA DE MERCADOS
DE JULIO DE 1997 A DICIEMBRE DE 2000**

Mes/Año	Prom Total avisos	Prom. Total empleos relacionados	p(Empleos) prom	Mercadeo prom	p(Mercadeo) prom	Publicidad prom	p(Publicidad) prom	Ventas prom	p(Ventas) prom
Jul-97	143	78	0.5526	22	0.1559	14	0.0997	44	0.2970
Ago-97	100	47	0.4575	19	0.1589	4	0.0401	26	0.2585
Sep-97	312	187	0.5014	154	0.3219	2	0.0046	33	0.1749
Oct-97	123	88	0.6505	26	0.1787	17	0.1062	46	0.3657
Nov-97	157	134	0.8535	56	0.3567	50	0.3185	28	0.1783
Dic-97	37	30	0.8108	1	0.0270	20	0.5405	9	0.2432
Ene-98	105	18	0.1602	2	0.0172	1	0.0000	17	0.1429
Feb-98	85	30	0.3214	14	0.1115	1	0.0019	17	0.2080
Mar-98	114	31	0.2691	6	0.0512	4	0.0362	22	0.1817
Abr-98	99	49	0.4916	33	0.3201	1	0.0061	17	0.1654
May-98	81	36	0.4330	20	0.2334	1	0.0117	16	0.1879
Jun-98	59	23	0.1174	7	0.1011	1	0.0000	17	0.2710
Jul-98	105	34	0.3011	5	0.0453	1	0.0026	29	0.2531
Ago-98	98	54	0.5421	11	0.1132	1	0.0072	43	0.4216
Sep-98	125	75	0.5961	43	0.3382	1	0.0062	32	0.2516
Oct-98	99	63	0.5550	45	0.3654	1	0.0067	18	0.1829
Nov-98	74	54	0.6943	40	0.5241	1	0.0000	14	0.1702
Dic-98	100	67	0.6227	37	0.3535	26	0.1691	6	0.1000



Ene-99	91	54	0.5334	19	0.1768	1	0.6000	35	0.3566
Feb-99	67	14	0.1558	4	0.0377	1	0.0000	11	0.1181
Mar-99	62	34	0.4947	20	0.2773	1	0.0000	15	0.2174
Abr-99	17	4	0.2353	1	0.0588	1	0.0588	2	0.1176
May-99	60	32	0.4812	17	0.2163	1	0.0083	15	0.2586
Jun-99	35	17	0.4234	5	0.1060	1	0.0000	12	0.3174
Jul-99	56	11	0.1939	3	0.0460	1	0.0000	8	0.1480
Ago-99	50	12	0.2186	3	0.0378	1	0.0000	10	0.1808
Sep-99	67	49	0.7434	7	0.0906	1	0.0070	43	0.6457
Oct-99	70	18	0.2468	4	0.0422	1	0.0077	14	0.1969
Nov-99	64	34	0.4837	10	0.1301	1	0.0120	24	0.3416
Dic-99	54	8	0.1384	1	0.0139	1	0.0000	8	0.1245
Ene-00	85	40	0.4887	3	0.0305	1	0.0000	37	0.4382
Feb-00	63	33	0.5217	7	0.0954	2	0.0161	26	0.4102
Mar-00	70	19	0.2648	2	0.0210	1	0.0013	17	0.2425
Abr-00	70	51	0.7178	13	0.1717	6	0.0833	33	0.4628
May-00	73	70	0.9589	47	0.6438	0	0.0000	23	0.3151
Jun-00	72	32	0.4515	3	0.0264	1	0.0059	30	0.4192
Jul-00	82	29	0.3634	7	0.0827	1	0.0046	22	0.2761
Ago-00	69	29	0.5246	4	0.0428	1	0.0000	26	0.4818
Sep-00	75	31	0.4199	5	0.0589	1	0.0023	27	0.3586

Oct-00	64	18	0.2788	3	0.0483	2	0.0223	14	0.2081
Nov-00	56	21	0.3750	2	0.0357	10	0.1786	9	0.1607
Dic-00	51	9	0.1638	1	0.0118	1	0.0032	8	0.1488
Ene-01	96	32	0.3475	4	0.0345	7	0.0704	22	0.2426
Feb-01	78	17	0.2173	4	0.0416	1	0.0068	14	0.1688
Mar-01	65	26	0.4171	3	0.0345	1	0.0000	24	0.3826
Abr-01	53	35	0.5951	3	0.0444	1	0.0000	32	0.5507
May-01	48	18	0.1940	1	0.0290	0	0.0000	9	0.1640
jun	69	18	0.2701	2	0.0350	1	0.0110	15	0.2270
Jul-01	85	18	0.2144	1	0.0116	0	0.0000	17	0.2020
Ago-01	66	12	0.2175	0.6	0.0156	0	0.0000	12	0.2010
Oct-01	77	16	0.2050	0.6	0.0063	0.3	0.0049	15	0.1948
Nov-01	77	11	0.1421	0	0.0000	0	0.0000	11	0.1421
Dic-01	54	11	0.2079	2	0.0353	0.6	0.0111	9	0.1615
Ene-02	87	17	0.2023	1.3	0.0180	0.3	0.0042	15	0.1800
Feb-02	61	7	0.1035	1	0.0260	0	0.0000	6	0.0775
Mar-02	71	12	0.1690	0	0.0000	0	0.0000	12	0.1690
Abr-02	68	15	0.2208	3	0.0314	1	0.0048	13	0.1847
May-02	75	30	0.4356	3	0.0315	1	0.0098	27	0.3942
Jun-02	55	8	0.1536	0.33	0.0059	0	0.0000	8	0.1476
Jul-02	79	15	0.1959	4	0.0510	1	0.0127	11	0.1321
Ago-02	76	10	0.1444	2	0.0290	0.3	0.0056	8	0.1096

Sep-02	81	15	0.1984	3.3	0.0445	1.3	0.0180	11	0.1357
Oct-02	73	18	0.2480	3	0.0419	0.5	0.0061	15	0.2000
Nov-02	75	22	0.3110	3	0.0368	1.3	0.0183	18	0.2550
Dic-02	81	12	0.2000	1.8	0.0248	0	0.0000	11	0.1750
Ene-03	84	15	0.1871	0.3	0.0051	1.3	0.0177	14	0.1640
Feb-03	103	23	0.2170	3.5	0.0343	0	0.0000	19	0.1840
Mar-03	66	12	0.2181	4	0.1008	1	0.0247	7	0.0920
Abr-03	46	6	0.1304	1	0.0217	1	0.0217	4	0.0870
May-03	83	12	0.1305	3.3	0.0410	1	0.0122	8	0.0966
Jun-03	64	7	0.1095	1.5	0.0236	1	0.0180	4.5	0.0707
Jul-03	87	15	0.1700	3	0.0336	1	0.0114	11	0.1243
Ago-03	88	10	0.1223	1.6	0.0222	0.3	0.0047	8	0.0956
Sep-03	96	15	0.1576	1.3	0.0135	0.3	0.0374	13	0.1410
Oct-03	108	14	0.1385	1.6	0.0168	0.6	0.0053	12	0.0273
Nov-03	73	18	0.2040	2.5	0.0310	0.5	0.0600	13	0.1660
Dic-03	95	12	0.1280	2	0.0224	0.5	0.0420	9.5	0.0990
Ene-04	154	13	0.1055	3	0.0253	0.5	0.0060	9.5	0.0742
Feb-04	105	20	0.1810	4.3	0.0397	1.8	0.0155	14	0.1256
Mar-04	82	8	0.0921	1	0.0100	0	0.0000	7	0.0818
Abr-04	85	15	0.1780	2	0.0223	1	0.0120	12	0.1440
May-04	92	18	0.2000	4	0.0425	0.3	0.0031	14	0.1550
Jun-04	86	11	0.1310	1.3	0.0159	0	0.0000	10	0.1150
Jul-05	82	14	0.1890	2	0.0244	0	0.0000	12	0.1450
Ago-04	102	10	0.0980	3	0.0294	0	0.0000	7	0.0686
Sep-04	81	14	0.1720	3.3	0.0413	0.6	0.0093	10	0.1220
Oct-04	97	16	0.1690	2	0.0216	0.5	0.0058	13	0.1380

BASE DE DATOS DE LOS EGRESADOS FACULTAD DE INGENIERIA DE MERCADOS

Actualización: AGOSTO 2004

PRIMERA PROMOCIÓN DE EGRESADOS

No.	NOMBRE Y APELLIDOS	C.C.	Expedida	DIRECC	CIUDAD	TEL.	CEL.	LUGAR DE TRABAJO	TELEFONO	PER.ACADEMICO
1	AGUIAR MEDINA DEMETRIO DE JESUS	72.126.181	Barranquilla	Cra 75B # 898-71	Barranquilla	3556709	3157278370	ESPECTRA COMUNICACIONES-ESPECTRA	3536368	Julio-Diciembre de 2001
2	AHUMADA ARBOLEDA PEDRO PETER	8.705.122	Barranquilla	Cra 35 # 84-215	Barranquilla	3745800	NO	FUNDACION LIDERES EN EDUCACION	NO	Julio-Diciembre de 2001
3	ALCALA CONRADO MARGARITA DE JESUS	22.622.500	Sabanagrande	C/ 7 # 6-71	Sabanagrande	968701353	NO	HENRY GUTIERREZ PUBLICIDAD	3082624	Julio-Diciembre de 2001
4	ASPRILLA CANTILLO MARLY PATRICIA	32.608.769	Barranquilla	Cra 4A1 #33-78 Universal 2da Etapa	Barranquilla	3621039	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2001
5	BARRIOS GANTILLO ANA MARIA	32.770.381	Barranquilla	Calle 116 #28-70	Barranquilla	NO	NO	GRACETALES	3443378	Julio-Diciembre de 2001
6	CERVANTES QUIROZ HENRY ALBERTO	22.181.381	Barranquilla	Calle 58 # 23-127	Barranquilla	3450064	NO	RADIO CULTURAL UNIAUTONOMA	3634032-31	Julio-Diciembre de 2001
7	CORONELL MOLINA MIRIAM ESTHER	22.510.050	Juan de Acosta	Calle 28A # 37A-33	Santo Tomas	3588440-3745747	NO	DISTRIBUIDORA COLOMBINA S.A.	3531311	Julio-Diciembre de 2001
8	DE LA HOZ BARANDICA ORLANDO	32.698.287	Barranquilla	Cra. 84 # 65-35	Barranquilla	959790148	NO	GMAC FINANCIERA COUNTRY MOTORS	3534031-32-30	Julio-Diciembre de 2001
9	FREYLE RODRIGUEZ ALEJANDRO JOSE	72.227.118	Barranquilla	Cra 35 # 38-24	Barranquilla	3515748	NO	IND ALIMENTICIAS NOEL	3473712-3511111	Julio-Diciembre de 2001
10	GOMEZ BARRIOS GABRIEL ERNESTO	8.762.566	Soledad	Calle 64 # 47-74 Casa 2	Barranquilla	3491878	NO	GRUPO FARMIA DE COLOMBIA S.A.	3491878	Julio-Diciembre de 2001
11	GONZALEZ REMOLINA LILIA	22.494.010	Barranquilla	Cra 28 # 29-03	Barranquilla	3794096	NO	TEXTILES KONKORD S.A.	NO	Julio-Diciembre de 2001
12	HERNANDEZ FERNANDEZ IRMA INES	22.924.394	Sabanagrande	Calle 49 # 6 BUR-15 Ciudadela 20 Julio	Barranquilla	3245440	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2001
13	MALAVAR QUIROGA OSCAR FERNELY	78.355.596	Bogotá	Calle 68 # 44-54 Apto 6D	Barranquilla	3680707	NO	PROCAPS S.A.	3719523	Julio-Diciembre de 2001
14	MEZA CAPERA LUIS ALBERTO	8.631.519	Barranquilla	Calle 48 # 53-18	Barranquilla	3795730	NO	TERCOL S.A.	3533861-3606000	Julio-Diciembre de 2001
15	PINILLA EBOCAR LILIANA PATRICIA	32.768.213	Barranquilla	Calle 45 # 32-34 Apto 4B	Barranquilla	3794234-3518863	NO	NEGOCIO INDEPENDIENTE	3794234-3518863	Julio-Diciembre de 2001
16	POLO HUBBES ROBINSON	3.601.813	Cartagena	Manzana C Lote 11 Urb. Beriovento	Cartagena	6886770-8975762	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2001
17	QUIROGA ROA VIVIANA	32.781.538	Barranquilla	NO	NO	NO	NO	FONDO EMPLEADOS COOMEVA	NO	Julio-Diciembre de 2001
18	RAMBATH ALVAREZ NOHEMY DEL CRISTO	64.654.082	Sincedo	e 14-4No 51-19 Ville Rosa Soledad 20	Soledad	3232438	3157281896	PENSIONES Y CENSANTIAS SANTANDER	3581307-3580248	Julio-Diciembre de 2001
19	SANMARTIN IGUARAN LUIS CARLOS	72.170.325	Barranquilla	Calle 61 #14-86	Barranquilla	3856339	NO	GNC GAS NATURAL VEHIC.DISTRIB.CARIE	3468504	Julio-Diciembre de 2001
20	TALAIGA RAMOS LUI MARINA	22.484.750	Barranquilla	Cra 47 # 66-08	Barranquilla	3492336	3109348758	GNC GAS NATURAL COMPRIMIDO	3605136	Julio-Diciembre de 2001
21	PIADA LOZANO ANGELICA	32.737.729	Barranquilla	Cra 13C # 368-79	Barranquilla	3825892	3106300485	IND ALIMENTICIAS NOEL	3511511-3473712	Julio-Diciembre de 2001

SEGUNDA PROMOCIÓN DE EGRESADOS

No.	NOMBRE Y APELLIDOS	C.C.	Expedida	DIRECC	CIUDAD	TEL.	CEL.	LUGAR DE TRABAJO	TELEFONO	PER.ACADEMICO
1	ACENDRA HENRIQUEZ IVONNE ESTHER	32.733.648	Barranquilla	Calle 47 # 33-90	Barranquilla	NO	3106335806	INSTITUTO CARL ROSS	NO	Enero-Julio de 2002
2	AMARIS ROA SILVANA JUDITH	32.733.640	Barranquilla	Calle 87 # 42A2 -48 Apto. 3A	Barranquilla	3591286	315-7219381	NO	NO	Enero-Julio de 2002
3	ARISTIZABAL RAMIREZ CARLOS JULIO	72.019.978	Baranoa	NO	Baranoa	095-8787587	NO	GRANERO EL COMBATE	095-8787587	Enero-Julio de 2002
4	ARENAS MENESSES RIDER MIGUEL	72.008.997	Barranquilla	Cra 02 # 48-175	Barranquilla	3440432	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
5	BALLESTEROS DORIA WALTER MIGUEL	72.196.853	Barranquilla	Calle 41B # 2-34	Barranquilla	3824408	NO	EMBORMAN S.A.	NO	Enero-Julio de 2002
6	BOLIVAR PEDROZA NICOLAS HUMBERTO	72.018.951	Baranoa	Calle 16 # 21-33	Baranoa	095-8788124	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
7	CAMARGO PEINADO TATIANA LUZ	22.588.534	Barranquilla	Calle 45B # 20-120	Barranquilla	3797017	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
8	CASTRO TURIAN NORYS DEL CARMEN	22.548.742	Barranquilla	Cra 48B # 83-53	Barranquilla	3493854-3704819	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
9	CANTILLO PEÑA KAREN MILAGROS	22.521.744	Barranquilla	Calle 53 # 42-42 Apto 301	Barranquilla	3449412	NO	AUTOLITORAL	NO	Enero-Julio de 2002
10	CARDOZO CAMACHO ROSEMARY EDITH	32.723.113	Barranquilla	Cra 42G # 60-50	Barranquilla	3782582	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
11	CORREA MONTERROSA PAOLA MARGARITA	32.894.709	Barranquilla	Calle 44B # 28-19	Barranquilla	3823479	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
12	DERUBILLA RODRIGUEZ PAOLA MILENA	32.833.898	Barranquilla	Cra 27 # 45-28	Barranquilla	3827275	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
13	DIAZ GRANADOS LOPERA CLAUDIA PATRICIA	32.766.563	Barranquilla	Calle 31 # 22-20	Barranquilla	3560133	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
14	FCHERRIA ALTAMAR DENIS MIGUEL	72.253.272	Barranquilla	Calle 100 # 36-55	Barranquilla	3593847-3640927	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
15	GALVES RUELES EMERSON	61.285.981	Bucaramanga	Cra 49 # 64-28 Apto 101	Barranquilla	3513544	NO	SIMMA LTDA	3513544	Enero-Julio de 2002
16	GARCIA NAVARRO DIMAS JOSE	18.780.670	Buenavista/Buc	Cra 41E # 46-60	Barranquilla	3930682	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
17	GONZALEZ LOPEZ LUCERO	22.549.000	Barranquilla	Cra 52 # 50-22	Barranquilla	3707770	NO	INVERSIONES OROGEMAS LTDA.	NO	Enero-Julio de 2002
18	GONZALEZ AGUILAR GUSTAVO ADOLFO	72.246.420	Barranquilla	Cra 70 # 389-42	Barranquilla	3836200	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
19	GOMEZ HERNANDEZ CANDELARIA MARIA	22.649.232	Barranquilla	Cra 32 # 52-43	Barranquilla	3789205	NO	ESPECTRACOM	3536668	Enero-Julio de 2002
20	GUTIERREZ GUERRERO MILENA MARIA	22.642.126	Barranquilla	Cra 29 # 23-63	Barranquilla	3436811	NO	NO	Ext 151-106	Enero-Julio de 2002
21	HENRIQUEZ FUENTES GUSTAVO RAFAEL	72.240.564	Barranquilla	Calle 73B # 39-52	Barranquilla	3566883	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
22	HOOVER FONTALVO SILVIA LISSETTE	40.692.336	San Andres	Calle 49 # 64-31	Barranquilla	3707108	NO	NO	3153036885	Enero-Julio de 2002
23	INIS CARRENO HEIMY LINED	22.493.562	Barranquilla	Clud 20 Julio Bloque 141 Apto 301	Barranquilla	3245657	NO	GUSTAVO RUEDA Y CIA. GRANABASTOS	3282148-3292154	Enero-Julio de 2002
24	JANER FONTALVO GERARDO MARIO	4.497.454	Palmar de V.	Calle 4 # 6-38	Palmar de V	095-8700231	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
25	MARTINEZ VERGARA YAMILE ASTRID	22.621.034	Barranquilla	Calle 17 # 17-05	Baranoa	095-8787362	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
26	MIRANDA LEYVA GERARDO RAFAEL	72.004.338	Barranquilla	Cra 32 # 55A-10	Soledad	3638174-3427865	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
27	MONT ACOSTA NELLYS OMARA	32.765.108	Barranquilla	Calle 69 # 85-25	Barranquilla	3441169	NO	TENNIS S.A.	3456090	Enero-Julio de 2002
28	MORON GARDENAS JOSE JAVIER	85.488.499	Piñon-Magd	Carrera 66 # 49-40	Barranquilla	3441387-3707109	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
29	MOSQUERA CONSUERA GABRIEL OCTAVIO	72.018.742	Baranoa	Calle 79 # 57-180 Casa 7	Barranquilla	3564386	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
30	OSPINO TAPIAS DAYANA PATRICIA	22.898.276	Suñan-Atlántico	Cra 3A # 41B-25	Barranquilla	NO	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
31	PACHECO DIAZ EDWIN ALBERTO	72.202.431	Barranquilla	Cra 36 # 35-40	Barranquilla	3840886	3157358808	AUTOTROPICAL	3440880	Enero-Julio de 2002
32	PADILLA SIERRA ALEXANDER	8.787.612	Soledad	Calle 18 # 37-12P BLQ 30 Apto 1A	Soledad	3436858	NO	NO	3436858	Enero-Julio de 2002
33	RENS ZURITA ROY ROBERTO	72.018.612	Baranoa	Calle 17 # 17-20	Baranoa	095-8788547	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
34	SAVEDRA LUNA CARMEN PILAR	55.194.643	Nelva-Huila	Cra 0F # 75-37	Barranquilla	3854384	NO	RALCO S.A.	3534122-3535311	Enero-Julio de 2002
35	SERRA CABALLERO LEONARDO	72.231.296	Barranquilla	Cra 40 # 70-67	Barranquilla	3808024	NO	CALL CENTER DE COLOMBIA	3714006-3714071	Enero-Julio de 2002
36	SINNING CASTAÑEDA ENRIQUE CARLOS	72.280.832	Barranquilla	Cra 60 # 08-176	Barranquilla	3803260	NO	ALLMACEN MODA LIBRE.FRANQUIA TOTTO	3781144	Enero-Julio de 2002
37	VALDEZ DE LEON IVETTE ESTHER	32.721.617	Barranquilla	Calle 41 # 22-59	Barranquilla	3486735	NO	TRANSPORTES CHEVALIER	3683377	Enero-Julio de 2002
38	VARGAS CARRASCAL MITZY XIMENA	32.789.187	Barranquilla	Cra 18 # 58B-47	Barranquilla	3249808	NO	CERVECERIA AGUILA	NO	Enero-Julio de 2002
39	VILLA OSPINO ENEYS MARIA	22.476.876	Barranquilla	Cra 85 # 49-80	Barranquilla	3490360	NO	NO	NO	Enero-Julio de 2002
40	WILLIAM DONADO EFRAIN	72.201.158	Barranquilla	NO	Barranquilla	NO	NO	REFRINORTE	3795050	Enero-Julio de 2002

TERCERA PROMOCIÓN DE EGRESADOS									
No.	NOMBRE Y APELLIDOS	C.C.	Expedida	DIR.REB	CIUDAD	TEL	CEL	LUGAR DE TRABAJO	PER.ACADEMICO
1	ZAMBRANO MEZA CARMEN CECILIA	32.853.889	Babaelarga	Calle 21 # 9-50	Babaelarga	095 8780535	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
2	ARROYO GUTIÉRREZ SILVIA ROSA	32.751.267	Barranquilla	Carrera 18 # 40B-07	Barranquilla	3475123	NO	LABORATORIOS SINTESIS	358 37 01-358 29 51
3	BORELLY RAMÍREZ KYRA								
4	BARON EUGARIS	22.737.611	Barranquilla	Calle 13 A # 7A-25	Barranquilla	3548247	3108007289	AV VILLAS	3403288
5	CABALLERO CASTAÑO KENNY	72.200.918	Barranquilla	Carrera 26C7 # 78A-28	Barranquilla	NO	NO	USB CENTRO DE COMPUTOS	344 43 33 Ext 137
6	DAZA BOLIVAR JASBIR JOSE	72.241.452	Barranquilla	Calle 57 # 16-28	Barranquilla	3476028-3280824-3482641	NO	TRANSPORTES BANCHEZ	Julio-Diciembre de 2002
7	ESTRADA DE MOYA OCTAVIO ARTURO	72.003.694	Barranquilla	Calle 33E # 2-19	Barranquilla	3638247	NO	TORHEFE S.A.	3536363 Ext 243
8	PERNADEZ FONSECA MARGARITA	22.854.406	Cordoba-Bol	Carrera 14 # 45B-318 Apto 402	Barranquilla	3637857	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
9	GALINDO PARTERMINA CARLOS ARTURO	72.259.639	Barranquilla	Carrera 2C 1 # 41C-03	Barranquilla	3628941	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
10	LASCAR GOMEZ FRANCIA ELENA	32.834.836	Baranoa	Carrera 19 # 22-22	Baranoa	095 8788398-095 8787284	NO	HOTEL ROYAL	3506533-3880286
11	LOPEZ BALCEDO DANILO	72.247.447	Barranquilla	Calle 27A # 18A-41	Barranquilla	3740319-3740454	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
12	MAESTRE OLIVELLA MARIA BERNARDA	50.098.837	Villanueva	Calle 88 # 44-73 Apto. 103	Barranquilla	3592690	NO	METODOS Y SISTEMAS	359 28 98
13	GALINDO PARTERMINA CARLOS ARTURO	72.259.639	Barranquilla	Carrera 2C 1 # 41C-03	Barranquilla	3628941	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
14	MENA PAEZ MARIA TERESA	32.732.398	Barranquilla	Calle 76C # 28D-29	Barranquilla	3600894	NO	NEGOCIOS INDEPENDIENTES	3600884
15	MERCADO GUERRERO DIANA ISABEL	32.683.411	Barranquilla	Calle 65 # 38B - 84	Barranquilla	3449511 - 3407931	NO	CERVECERIA AGUILA	3504225-3504002
16	MINDIOLA PABON GLADYS ESTHER	32.884.713	Barranquilla	Carrera 18 Sur # 48H - 20	Barranquilla	3427973-3288913	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
17	ROZCO CONSUÉQUA ANILQUE	72.019.448	Baranoa	Calle 13B # 20-26	Baranoa	095 8786080	3106398938	NO	Julio-Diciembre de 2002
18	REALES DE ALBA BORIS ENRIQUE	72.207.880	Barranquilla	Carrera 20B # 58-102	Barranquilla	3511178	NO	LITOPLAS S.A. PLASTICOSTA	3246582-3515388
19	RUA BALAS KATHERINE	22.547.674	Palmar de V.	Carrera 34 # 97-09 BLO 14 Apto 402	Barranquilla	3484060	310 6059861	NO	Julio-Diciembre de 2002
20	TOVAR RUIZ LORENA	60.628.639	Montaña	Calle 70 # 81-34	Barranquilla	3481025	3106058278	NO	Julio-Diciembre de 2002
21	TRUYOL SONETT PATRICIA DEL CARMEN	22.547.783	Palmar de V.	Calle 12 # 4A-67	Palmar de V.	095 8781890	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
22	URUETA QUETTE MILENA DEL CARMEN	32.804.746	Barranquilla	Carrera 40 # 69D-55	Barranquilla	3500564	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
23	VARGAS NIETO DIANA PATRICIA	32.884.855	Barranquilla	Carrera 29B # 59-102	Barranquilla	3511178	NO	NO	Julio-Diciembre de 2002
CUARTA PROMOCIÓN									
No.	NOMBRE Y APELLIDOS	C.C.	Expedida	DIR.REB	CIUDAD	TEL	CEL	LUGAR DE TRABAJO	PER.ACADEMICO
1	AHUMADA PADILLA VLADIMIR	72.238.834	Barranquilla	Calle 63B # 28-80	Barranquilla	3656846-3744188-3744654	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
2	BARROS VARGAS RENÉ AURELIO	72.157.560	Barranquilla	Carrera 26C7 # 73D-89	Barranquilla	3522851	NO	EXITO S.A. LEY VILLA COUNTRY	3584475
3	CARRASCO CRISTOPH PAOLA PATRICIA	22.551.787	Barranquilla	Carrera 39 # 74-284	Barranquilla	3602423	NO	BALON AZTURIAS	3602423
4	CASTRO ARAUJO LINA ISABEL	32.886.629	Barranquilla	Calle 24A # 17-66	Barranquilla	3424361	NO	RAAD PUBLICIDAD	3606871
5	CORREA GARRIDO CHRISTIAN ALBERTO	72.251.842	Barranquilla	Carrera 42G # 85-32	Barranquilla	3528087	NO	STAFF MARKETING	3580129
6	ALMANZA BARRIOS MAYERLIS	32.729.211	Barranquilla	Carrera 41 # 43-38	Barranquilla	3631574	NO	BANCAFE	3880340-47
7	CARRILLO FONSECA ANGEL RAFAEL	72.098.924	Sabanagrande	Calle 10 # 10-60	Sabanagrande	095-8791385	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
8	CORREA BOLANO GUSTAVO JOSE	12.844.276	Valledupar	Carrera 33 # 76-59	Barranquilla	3520118	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
9	CASTRILLON BARROS GLORY ANDREA	22.519.542	Barranquilla	Carrera 48 # 70-228 Apto 704	Barranquilla	3603135	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
10	CHINCHILLA GAITAN JAQUELINE	57.446.316	Fundación-Magd	Carrera 64 # 55-127	Barranquilla	3441353	3105361194	NEGOCIO INDEPENDIENTE	NO
11	DE LA ROBA CARRILLO LIZ DIANA	32.870.226	Santo Tomás	Calle 8 # 3-61	Sabanagrande	095-8712664	3108328788	NO	Febrero-Julio de 2003
12	PERNADEZ GONZÁLEZ OSCAR	18.928.992	Aqueduco	Carrera 53 # 64-40	Barranquilla	3483003	NO	OPICOL LTDA.	3682425
13	QUETTE CRISTOPH JULIO CARLOS	6.569.396	Soledad	Carrera 30 # 38-38	Soledad	3438338	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
14	HERRERA FERNÁNDEZ RINA ANGÉLICA	22.465.512	Barranquilla	Carrera 7D # 45-53	Barranquilla	3340095-3623117	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
15	LOZADA QUINTERO HENRY	86.041.258	Villavicencio	Calle 81 # 04B-31	Barranquilla	3601178	3157240960	FLEISHMANN BURN PHILP INC.NABISCO	3601178-3884345
16	LAMADRID NIEBLES WINSTON	6.776.681	Soledad	Calle 42 # 37-45	Barranquilla	3436394	3106428968	NO	Febrero-Julio de 2003
17	MEJIA MENDOZA TATIANA MARGARITA	22.492.726	Barranquilla	Carrera 35 # 24-41	Barranquilla	3483178	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
18	OLIVARES PEREZ JULIANA LUZ	22.518.553	Barranquilla	Carrera 35 # 60-15	Barranquilla	3798077-3781282-3828804	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
19	ORTEGA ALTAHONA LUIS EDUARDO	6.485.350	Puerto Col.	Calle 9 # 6-35	Puerto Colombia	3096508-3095113	3157498883	FRIGORIFICO CAMAGUEY	3717000
20	PADILLA CHARRIS SANDRA MARIA	22.510.213	Juan de Acosta	Calle 2 # 2-12	Santa Verónica	095-8737528	3106572045	NO	Febrero-Julio de 2003
21	PENA GOMEZ VIVIANA MARGARITA	32.638.406	Baranoa	Carrera 26C7 # 73C-49	Barranquilla	3520269	NO	SURTIADRES DE COLOMBIA S.A.	3600805
22	PERCY RAMOS RICARDO ANTONIO	8.051.322	Nechí-Ant.	Carrera 3B # 41B-50	Barranquilla	3627488	NO	NO	Febrero-Julio de 2003
23	QUINTO QUERUZ JUAN BAUTISTA	6.674.635	Barranquilla	Calle 67 # 47-24	Barranquilla	3451112	3157262490	PAVCO S.A.	3435415-3435760
24	RODRIGUEZ TERAN CHELINO KARING	22.848.983	Soledad	Carrera 30 # 25-111	Soledad	3747878	NO	GNC DISTRIBUCIONES CARIBBEAN LTDA	3486504
25	TOVAR SILVERA ANALIXIA DE JESUS	32.830.313	Baranoa	Calle 17 # 16-114	Baranoa	095 8788-095 8787901	3106441470	NO	Febrero-Julio de 2003
26	IVENECIA FONTALVO JOSE MANUEL	8.777.753	Soledad	Carrera 4B # 19-20	Soledad	3742824-3719515	NO	PROCAPS S.A.	3719328-3719515
27	VARELA PEREZ NELLY YANETH	32.836.915	Baranoa	Carrera 38 # 69-40	Barranquilla	3629168	NO	STAFF MARKETING	3580129

QUINTA PROMOCIÓN										
No.	NOMBRE Y APELLIDOS	C.C.	Expedida	DIR.RES	CIUDAD	TEL.	CEL.	LUGAR DE TRABAJO	TELEFONO	PER.ACADEMICO
1	ABAUNZA VAZQUEZ JOHANN ENRIQUE	79.857.959	Bogotá	Cra 25 # 81-34	Barranquilla	3652547	NO	OFINET LTDA	3680127-3585501	Julio-Diciembre de 2003
2	ARRIETA REALES GEOVANNIA DEL CARMEN	32.706.500	Barranquilla	Calle 58 # 27-38 A 1	Barranquilla	3705972-3790030	NO	PRODUMAR LTDA.	3790030-3702881	Julio-Diciembre de 2003
3	BARRERA UTRIA RICARDO	8.725.144	Barranquilla	Cra 32 # 69B-29	Barranquilla	3659656	NO	ORGANIZACIÓN RADIAL OLIMPICA	3582817-3580500	Julio-Diciembre de 2003
4	BARRIOS JIMENEZ BRENDA LEONOR	22.515.067	Barranquilla	Cra 7C # 12-48	Barranquilla	3752653-3752903	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
5	BOLAÑO ARRIETA MARCOS ESTEBAN	1.747.961	Pto.Cnl	Calle 52 # 39-05	Barranquilla	3406721	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
6	BORELLY GOMEZ MICKELL RAFAEL	72.209.532	Barranquilla	Calle 61 # 44-87	Barranquilla	3603089-3605075	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
7	CANTILLO CAMACHO ABELARDO JOSE	8.781.478	Soledad	Calle 26A # 49-47	Barranquilla	3742435	3108399221	PROFAG LTDA.	3431269	Julio-Diciembre de 2003
8	CASTRO GARRIDO YALEIDIS ESTHER	30.057.141	Ciénaga-Magd	Cra 20 # 23-54	Barranquilla	3752625-3487298	NO	NO	3614139	Julio-Diciembre de 2003
9	CHARRIS FONTALVO MAYRENA	32.870.337	Santo Tomas	Cra 12A # 2-66	Santo Tomas	958790956	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
10	ESCALLONZARATE ROSMERY	22.565.361	Barranquilla	Calle 71 # 27-77	Barranquilla	3522378	NO	PUBLICAR S.A.	3560062	Julio-Diciembre de 2003
11	JIMENEZ PINEDO WILMAN JAVIER	8.533.307	Barranquilla	Calle 45 # 17-08	Barranquilla	3623493-3626525	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
12	MUÑOZ RUIZ JOSE CARLOS	8.802.577	Barranquilla	Calle 27 # 48-128	Soledad	3743588	NO	ALPINA S.A.	3743588	Julio-Diciembre de 2003
13	OSPINO DONADO MIRNA ISABEL	32.873.572	Soledad	Calle 85 # 41-05	Barranquilla	3708821	NO	OFINET LTDA	3585501	Julio-Diciembre de 2003
14	RAMOS HIGIRIO YULY DAYANA	22.589.282	Barranquilla	Calle 67 # 44-37	Barranquilla	3108372803-3535618	3108372803	EXTRAS DE CALI. PRODUCTOS FAMILIA	3560001-3563231	Julio-Diciembre de 2003
15	REALES FONSECA JULIO CESAR	72.225.561	Barranquilla	Cra 38 # 21 C128	Soledad	3438117	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
16	ROJAS IBÁÑEZ JAVIER ENRIQUE	13.715.344	Bucaramanga	Cra 42G3 # 96-27	Barranquilla	3530021	3157151745	PASTAS DORIA APOYO P.Q.P.	3530021-3686624	Julio-Diciembre de 2003
17	RUEDA MARDIN DIANA CAROLINA	22.667.298	Barranquilla	Cra 47 # 63-19	Barranquilla	3493001	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
18	SINNING VANECA JAIME	72.153.930	Barranquilla	Cra 14B # 48-57	Barranquilla	3443893	NO	COMPAÑIA GENERAL DE ACEROS	3444188	Julio-Diciembre de 2003
19	SOLANO SANCHEZ DEIMAR RUBÉN	72.232.602	Barranquilla	Cra 11A # 41-37	Barranquilla	3431646	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
20	OTO MARTINEZ NELCY DEL CARMEN	32.643.420	Barranquilla	Cra 42H # 82-19	Barranquilla	3593522	NO	FABRICA DE HILAZAS VANYLON S.A.	3530190-3536424	Julio-Diciembre de 2003
21	TORRES ARIAS EDUARDO ALFONSO	72.311.722	Pto. Colombia	Cra 44 # 80-223	Barranquilla	3579530-3579592	NO	NO	NO	Julio-Diciembre de 2003
22	VALDEZ CARDONA LETICIA	32.778.155	Barranquilla	Calle 70C # 18-50	Barranquilla	3507174-3655803	NO	PENSIONES Y CESANTIAS SANTANDER	3581307-3580248	Julio-Diciembre de 2003

SEXTA PROMOCIÓN										
No.	NOMBRE Y APELLIDOS	C.C.	Expedida	DIR.RES	CIUDAD	TEL.	CEL.	LUGAR DE TRABAJO	TELEFONO	PER.ACADEMICO
1	DE MOYA PERTUZ RAFAEL	72.315.361	Sto. Tomas	Calle 4 # 10-34	Sto. Tomas	095-8790138				Enero - Julio de 2004
2	BARCELO MENDOZA MARISOL	32.818.984	Soledad	Calle 56 # 44-12	Barranquilla	3513546		ASOBANCARIA	3513546	Enero - Julio de 2004
3	CABRALES CORRALES CARLOS	9.271.832	Mompós	Cra 8A # 40-36	Barranquilla	3629143				Enero - Julio de 2004
4	CALDAS VILLALOBOS ORESTES	72.005.927	Barranquilla	Calle 48A # 55-38	Barranquilla	3243938		EXPRESO BRASILIA S.A.	3230002-3230111	Enero - Julio de 2004
5	CAMARGO BARRIOS OSWALDO	72.180.836	Barranquilla	Cra 57 # 68-85	Barranquilla	3681125-3683041		PARROQUIA INMACULADA CONCEPCION	3681125-3683041	Enero - Julio de 2004
6	CASTRO MARDINI GISELA	22.492.466	Barranquilla	Cra 35 # 84-215	Barranquilla	3483434		LABORATORIO CLINICO VANESSA D	3483434	Enero - Julio de 2004
7	CHOLÉS RODRÍGUEZ MADASSA	40.941.698	Riohacha	Calle 64C # 15-50	Barranquilla	3654500				Enero - Julio de 2004
8	DE ALBA GOMEZ VICTOR ADRIAN	8.800.829	Galapa	Calle 13 # 18-35	Galapa	3088881				Enero - Julio de 2004
9	DE LA HOZ ZARACHE DANIA E.	22.847.528	Soledad	Calle 22 # 17-04	Soledad	3437012		VISION IMAGEN	3437012	Enero - Julio de 2004
10	ECHVERRIA ALTAMAR JAMES	72.273.518	Barranquilla	Calle 100 # 38-55	Barranquilla	3593847	3103616442			Enero - Julio de 2004
11	FLORES JIMENEZ CLAUDIA P.	22.565.745	Barranquilla	Calle 48C # 25C-27	Barranquilla	3634889-3633331				Enero - Julio de 2004
12	GAVIRIA CUARTAS ANA MARIA	50.947.010	Montelibano	Calle 93 # 42C-99	Barranquilla	310680878	310660878			Enero - Julio de 2004
13	GOMEZ PACHECO MELISSA INES	32.895.444	Barranquilla	Cra 73 # 88-27	Barranquilla	3463984	3157548982	NEGOCIOS INDEPENDIENTES	3462571	Enero - Julio de 2004
14	GOMEZ SERNA CLAUDIA P.	22.737.579	Barranquilla	Cra 41 # 52-24 Ap 201A	Barranquilla	3798429		CACHARRERIA EL BUEN PRECIO	3702538	Enero - Julio de 2004
15	HERRERA PELAEZ LUCELY S.	32.581.312	Malambo	Cra 10 # 10-39	Malambo	3478542-3760133				Enero - Julio de 2004
16	LONDONO AMADOR FANNY	32.610.383	Malambo	Cra 34C # 58B-31	Soledad	3629832-3245735		NEGOCIOS INDEPENDIENTES	3629832	Enero - Julio de 2004
17	MANJARES MILENA	22.741.357	Barranquilla	Cra 64 # 58-49 Sta Ana	Barranquilla	3444726-3680249				Enero - Julio de 2004
18	MARTINEZ NEGRETJE JEFERSON	72.264.286	Barranquilla	Cra 38A # 75C-12	Barranquilla	3687441	3154967086			Enero - Julio de 2004
19	MEDRANO IGUARAN CINDY J.	55.246.081	Barranquilla	Cra 9F # 53C-16	Barranquilla	3230244				Enero - Julio de 2004
20	MIRANDA MARTINEZ SILVANA	55.245.240	Barranquilla	Calle 58B # 26-79	Soledad	3245224				Enero - Julio de 2004
21	NAVARRO LUISANA	32.854.554	Sabanalarga	Cra 21 # 28-218	Sabanalarga	095-8782919		MAGISTERIO DE SABANALARGA (MCS)		Enero - Julio de 2004
22	ORELLANO PEREA RICKY	72.270.285	Barranquilla	Cra 2F # 45-27	Barranquilla	3622871				Enero - Julio de 2004
23	PACHECO RAMOS LILIA	32.854.468	Sabanalarga	Cra 40 # 73-17	Barranquilla	3600097-7054809	3008652380			Enero - Julio de 2004
24	PEREZ FRUTO MARIA PATRICIA	22.464.746	Barranquilla	Calle 60 # 12-84	Barranquilla	3650132		HOTEL EL PRADO	3680111 Ext 507	Enero - Julio de 2004
25	PEREZ ANDRADE LEONARDO FABIO	72.186.507	Barranquilla	Cra 25C # 76-27 BLQ 5	Barranquilla	3520992		BLACK AND DECKER-HOME MART	3787018	Enero - Julio de 2004
26	POMBO KAREN JULIETH				Barranquilla	3787689-3400339	3157423762	MUEBLES JAMAR	3515131	Enero - Julio de 2004
27	REALES ARBOLEDA HERNANDO	72.273.426	Barranquilla	Cra 39 # 80-63	Barranquilla	3785991		NEGOCIO INDEPENDIENTE - RED MOVIE	3785991	Enero - Julio de 2004
28	RIOS ROJAS MAYORIS	22.549.459	Barranquilla	Cra 7D # 35A-33	Barranquilla	3340450				Enero - Julio de 2004
29	ROJANO FABIAN	73.230.493	Barranquilla	Cra 41 # 52-24 Ap 505A	Barranquilla	3703266		NOVEDADES ORIENTE	3156305823	Enero - Julio de 2004
30	SANCHEZ SEPULVEDA JOHANA	22.520.615	Barranquilla	Calle 72 # 41-60 Ap 1A-02	Barranquilla	3459321-3415018				Enero - Julio de 2004
31	SILVA PERCY ORIANNA	22.550.592	Barranquilla	Cra 27 # 74C-15	Barranquilla	3524103				Enero - Julio de 2004
32	SOLANO SALCEDO DEIMAR				Barranquilla	3431646				Enero - Julio de 2004
33	TERAN VILLARREAL KELLY JOHANNA	22.548.924	Barranquilla	Calle 68 # 22B-40	Barranquilla	3651278		CLIPPER COLOMBIA LTDA	3651278	Enero - Julio de 2004
34	THOMAS ROBLES TOMAS	79.242.391	Suba-Bogotá	Cra 34A # 56C-35	Soledad	3628866	3157522799	COOPERATIVA		Enero - Julio de 2004
35	VASQUEZ TORRES DARLING	49.609.341	Valledupar	Calle 68B # 82-26	Barranquilla	3605283/ 7760 300				Enero - Julio de 2004
36	VILLALBA GARCÉS KATRIN	22.855.873	Barranquilla		Barranquilla	3471193				Enero - Julio de 2004
37	VILLALOBOS FONTALVO IBETH	32.869.768	Sto. Tomas	Calle 11 # 12-84	Sto. Tomas	095.8790265	3157261250	GEOLSA - LA MINA	955719258	Enero - Julio de 2004
38	VILORIA GARCIA LUIS JOSE	8.780.698	Soledad	Calle 18 # 15-69	Barranquilla	3740084		COOLECHERA		Enero - Julio de 2004
39	WARF MERCADO DAMIT	22.738.073	Barranquilla	Urb. La Playa Calle 13 # 24-55	Barranquilla	3599149-3599058				Enero - Julio de 2004