

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Documento F-AC-DBL-007	Código 10-04-2012	Fecha A
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Dependencia	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(49)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	LORENA ACOSTA MANZANO GREEZLY CARRASCAL ACOSTA
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	TECNICO PROFESIONAL EN GESTION COMERCIAL Y FINANCIERA
DIRECTOR	DAMARYS VERGEL QUINTERO
TÍTULO DE LA TESIS	INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA ACEPTACION DE LA CREACION DE RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE TRABAJO QUE CONSISTE EN UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA CONOCER LA ACEPTACIÓN DE LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER. PARA ELLO SE REALIZÓ UNA ENCUESTA A 345 ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA, LO QUE ARROJO QUE LA MAYORÍA DE ESTUDIANTES QUE RESIDEN EN NUESTRA CIUDAD Y QUE PROCEDEN DE OROS MUNICIPIOS LO HACEN PRINCIPALMENTE DE ABREGO, ARAUCA, BOGOTÁ, CASANARE, CODAZZI, CÚCUTA, EL CARMEN, FONSECA, LA GUAJIRA, LA JAGUA DE IBIRICO, EL META, OTARE, PELAYA ENTRE OTROS.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 49	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
-------------	---------	----------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA ACEPTACION
DE LA CREACION DE RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS EN LA CIUDAD DE
OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

**LORENA ACOSTA MANZANO
GREEZLY CARRASCAL ACOSTA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
TECNICO PROFESIONAL EN GESTION COMERCIAL Y FINANCIERA
OCAÑA
2015**

**INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA ACEPTACION DE
LA CREACION DE RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS EN LA CIUDAD DE
OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

**LORENA ACOSTA MANZANO
GREEZLY CARRASCAL ACOSTA**

**Trabajo de grado presentado para optar el título de técnico profesional en gestión
comercial y financiera**

**DIRECTOR:
DAMARYS VERGEL QUINTERO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
TECNICO PROFESIONAL EN GESTION COMERCIAL Y FINANCIERA
OCAÑA
2015**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCION</u>	12
1. <u>TITULO</u>	13
1.1 <u>PLANTEAMIENTO DEL PROMEBLA</u>	13
<u>1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA</u>	14
1.3 OBJETIVOS	14
1.3.1 Objetivo General	14
1.3.2 Objetivo Especifico	14
<u>1.4 JUSTIFICACIONES</u>	14
<u>1.5 DELIMITACIONES</u>	15
1.5.1 Delimitaciones Conceptual	15
1 .5.2 Delimitaciones Operativa	15
1.5.3 Delimitaciones Temporal	15
1.5.4 Delimitaciones Geográfica	15
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	16
<u>2.1 MARCO HISTORICO</u>	16
2.1.1 Antecedentes históricos de las residencias Universitarias a nivel mundial	16
2.1.2 Antecedentes históricos de las residencias Universitarias a nivel nacional	17
2.1.3 Antecedentes históricos de las residencias Universitarias a nivel local	17
<u>2.2 MARCO CONCEPTUAL</u>	18
2.2.1 Investigación de Mercado	18
2.2.2 Producto	18
2.2.3 Precio	19
2.2.4 Plaza o distribución	19
2.2.5 Publicidad	19
2.2.6 Promoción	19
2.2.7 Residencias Universitarias	20
<u>2.3 MARCO LEGAL</u>	20
2.3.1 Constitución Política de Colombia	20
2.3.2 Ley 30 de 1992.Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior.	21
2.3.3 Código De Comercio.	22
<u>3. DISEÑO METODOLÓGICO</u>	24

<u>3.1 TIPO DE INVESTIGACION</u>	24
<u>3.2 POBLACION</u>	24
<u>3.3 MUESTRA</u>	24
<u>3.4 TECNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION</u>	25
<u>3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</u>	25
<u>4. RESULTADOS Y DISCUSIONES</u>	26
<u>4.1 IDENTIFICACION DE LA DEMANDA DEL SERVICIO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE LA UFPSO PROVENIENTES DE OTROS LUGARES DEL PAÍS</u>	26
4.1.1 Análisis General de la Demanda del servicio por parte de los estudiantes de la UFPSO provenientes de otros lugares del país.	29
<u>4.2. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES PRODUCTO, PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</u>	32
4.2.1 Análisis General De Las Variables Producto, Precio, Plaza, Promoción Y Publicidad	40
4.2.1.1 Precio	40
4.2.1.2 Producto	40
4.2.1.3 Plaza	41
4.2.1.4 Promoción y Publicidad	41
<u>4.3 ESTRATEGIAS PARA LA CREACIÓN DE ESTA NUEVA RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER</u>	41
4.3.1 Lograr posicionar la Residencia Universitaria como un proyecto innovador en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	41
4.3.2 Colocar en conocimiento del público el portafolio de servicios que ofrece la Residencia Universitaria a través de una fuerte campaña publicitaria	41
4.3.3 Fortalecer la credibilidad del estudiante en los servicios ofrecidos por la Residencia Universitaria para que la totalidad de procedentes de otros departamentos se alojen en ella.	42
<u>CONCLUSIONES</u>	43
<u>RECOMENDACIONES</u>	44
<u>REFERENCIAS ELECTRONICAS</u>	45
<u>ANEXOS</u>	46

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tipo de sexo de la población universitaria	23
Tabla 2. Principales lugares de la procedencia de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña	24
Tabla 3. Lugares donde residen actualmente los estudiantes universitarios	26
Tabla 4. Personas encargada de los gastos de los estudiantes universitarios	29
Tabla 5. Vinculación laboral de la persona que sustenta al estudiante universitario	30
Tabla6. Ingresos de la persona que sustenta los gastos de los estudiantes universitarios	36
Tabla 7. Aspectos necesarios para el tipo de alojamiento que el estudiante busca en una residencia universitaria.	37
Tabla 8. Posición frente a la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	38
Tabla 9. Tipo de habitación que usted estaría en condiciones de habitar un estudiante universitario	39
Tabla 10. Clase de servicio usted estaría de acuerdo que se ofreciera en la residencia universitaria	40
Tabla 11. Estaría usted de acuerdo en hospedarse en una residencia universitaria	41
Tabla 12. Medio para enviarle información del portafolio de servicios de una residencia universitarias en la ciudad de Ocaña N. de S	42

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Tipo de Sexo de la Población Universitaria	23
Grafica 2. Principales lugares de procedencia de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña	25
Grafica3. Lugares donde residen actualmente los estudiantes universitarios	26
Grafica 4. Persona encargada de los gastos de los estudiantes universitarios	30
Grafica 5. Vinculación laboral de la persona que sustenta al estudiante universitario	31
Grafica 6. Ingresos de la persona que sustenta los gastos de los estudiantes universitarios	36
Grafica 7. Aspectos necesarios para el tipo de alojamiento que el estudiante busca en una residencia universitaria	37
Grafica 8. Posición frente a la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	38
Grafica 9. Tipo de habitación que usted estaría en condiciones de habitar un estudiante universitario	39
Grafica 10. Clase de servicio usted estaría de acuerdo que se ofreciera en la residencia universitaria	40
Grafica 11. Estaría usted de acuerdo en hospedarse en una residencia universitaria	41
Grafica 12. Medio para enviarle información del portafolio de servicios de una residencia universitarias en la ciudad de Ocaña N. de S	42

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta Aplicada a los Estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander en Ocaña Norte de Santander	45

RESUMEN

El presente trabajo que consiste en una Investigación de Mercados para conocer la aceptación de la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Para ello se realizó una encuesta a 345 estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, lo que arrojó que la mayoría de estudiantes que residen en nuestra ciudad y que proceden de otros municipios lo hacen principalmente de Abrego, Arauca, Bogotá, Casanare, Codazzi, Cúcuta, el Carmen, Fonseca, La Guajira, la Jagua de Ibirico, el Meta, Otare, Pelaya entre otros.

Además el 98,26% de los estudiantes encuestados consideraron aceptación acerca de la creación de una residencia universitaria, que cuente con servicios como internet, restaurante, gimnasio, salón para eventos, café internet, precios cómodos, con habitaciones independientes o compartidas, calidad en el servicio, seguridad entre otros.

Para conocer el portafolio de servicios los estudiantes prefieren medios modernos y tecnológicos como el internet, las redes sociales, la televisión entre otros.

INTRODUCCION

La investigación de mercados es la herramienta necesaria para el ejercicio del marketing. Podemos decir que este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Teniendo como fundamento elementos tales como son las encuestas individuales y datos estadísticos. La investigación de mercado permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización o proyecto a futuro.

Para el presente proyecto la necesidad de la creación de una residencia universitaria fue el aliciente principal para el desarrollo de una investigación de mercados que permita conocer la aceptación de la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña , Norte de Santander, ya que sería altamente riesgoso que se creara sin la debida investigación, teniendo conocimiento que en la actualidad en la ciudad se presta dicho servicio en diferentes lugares como casas de familias, apartamentos compartidos, habitaciones, residencia y hoteles. Por consiguiente el presente estudio se basa en identificar y cuantificar la demanda del servicio, definir los aspectos a tener en cuenta para la ejecución del mismo como lo son publicidad, precio, plaza, promoción y el producto; y la proposición de estrategias para el éxito de la residencia universitaria

Dentro del desarrollo del proyecto se realizó el marco referencial el cual contiene el marco histórico, marco conceptual y el marco legal, la metodología que se aplicó para la realizar la investigación es el método descriptivo por ajustarse a las características del proyecto; valiéndose de encuestas individuales aplicadas a los estudiantes de la universidad originarios de otras ciudades o poblaciones, los cuales serían los más necesitados de dicho servicio.

Posteriormente se realizó un estudio de las 345 encuestas, a través del análisis cuantitativo y cualitativo para determinar conocer que tan necesario, trascendental e importante es para la comunidad estudiantil dicho proyecto.

1 INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA ACEPTACION DE LA CREACION DE RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Ocaña es la segunda ciudad principal del Norte de Santander, cuenta con 40 municipios, tiene un solo centro universitario público de prestigio y calidad denominado Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, razón por la cual miles de bachilleres de toda la provincia y otros Departamentos vienen a esta ciudad en busca de obtener su título profesional.

La Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, es una organización pública que según información histórica data de 1975 cuando fue creada y aprobada su primer carrera, por lo tanto a lo largo del tiempo esta entidad pública ha venido manejando criterios de crecimiento y desarrollo para la ciudadanía en general, pero más específicamente para los estudiante de la región y sus alrededores, otorgándoles la oportunidad de crecer en el ámbito personal como profesional y además con un agregado de estudio de calidad, lo cual ha llevado al desarrollo continuo de la Universidad tanto en su entorno interno como externo; esto ha provocado un incremento poblacional de estudiante procedentes de la región y sus alrededores, presentándose la necesidad de situar en lugares adecuados a este importante número de estudiantes que no son de la región; es así como hasta el momento solo se pueden encontrar casa de familias que ofrecen este servicio, pero muchas de ellas no tienen las condiciones adecuadas para prestarlo con calidad, y por lo tanto no suplen totalmente las necesidades.

A su llegada a la ciudad, estos estudiantes no tienen por parte de la Universidad una información precisa y concisa de vivienda que ellos necesitan, sino por su parte les toca a ellos indagar por su propia cuenta, lo cual dificulta un poco el proceso de instalación. Pero para ellos su problema no se limita solo al hecho de donde vivir, sino también con quien vivir, ya que muchos de estos están en la búsqueda de lugares donde solo conviven estudiantes, y por lo contrario el pensamiento de muchos padres de familia es que sus hijos estén en lugares o viviendas de casa de familia, pues creen que sus hijos ahí van a tener mayor seguridad y tranquilidad.

Por lo anterior la presente investigación de mercados pretende conocer la posibilidad de crear una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña Norte de Santander con el propósito de brindar un albergue con las condiciones adecuadas para los estudiantes provenientes de otros lugares del País.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.

¿Es posible la creación de una Residencia Universitaria en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander?

1.3 OBJETIVOS.

1.3.1 Objetivo General. Realizar una investigación de mercado para determinar la aceptación de la creación de Residencia Universitaria en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2 Objetivo específico. Identificar la demanda del servicio por parte de los estudiantes de la UFPSO provenientes de otros lugares del país.

Elaborar el análisis de las variables producto, precio, plaza, promoción y publicidad

Proponer estrategias para la oferta de una Residencia Universitaria en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.4 JUSTIFICACION.

Las residencias universitarias, son centros que proporcionan alojamiento de estudiantes; también se puede definir como un edificio donde conviven habitualmente diferentes personas bajo una reglamentación común y vinculada por motivos de edad, ocupación, trabajo, estudios, etc.

Cuando se habla de residentes universitarios el vínculo entre los residentes serio el estar de alguna manera, ligados a la comunidad universitaria ya sea como estudiantes, profesores, administrativos, etc.

El lugar donde la persona va vivir es un factor muy importante para que pueda obtener una mejor experiencia fuera de su lugar de origen, por esa razón el proyecto surge de la necesidad de dar a estas personas una alternativa segura, con todas las comodidades y un ambiente agradable mientras estudia en la Universidad.

En la UFPSO se ha venido observando según las estadísticas entregadas por la universidad que data de los últimos 30 años, un crecimiento en la población estudiantil, gracias a los nuevos programas que la universidad ha venido ofreciendo en el nivel superior de educación; además las certificaciones de

Calidad que ha logrado obtener por la excelencia en sus procesos y servicios. Esto ha permitido el alcance de confiabilidad en el estudiante de los niveles inferiores de educación, lo cual le ha ofrecido a la Universidad prestigio y reconocimiento fuera de la ciudad.

Según la estadísticas se puede decir que aproximadamente un 50% de esta población son de otros lugares del país, los cuales tiene que hospedarse en casa de familia, pagando un valor por el servicio obtenido, que en muchas ocasiones no cumple con la calidad esperada.

Al construir este sistema de residencias universitaria se pretende que los estudiantes no tengan problemas de movilización, estarán rodeados de un ambiente juvenil y hogareño, habrá muchas personas con los que puedan compartir y sentirse más seguros. Entre la oferta de servicio que se plantea para la construcción de la residencia universitaria está la de brindar niveles altos de calidad y precios accesibles a las condiciones económicas de cada uno de ellos.

Por otra parte para los investigadores se justifica en la medida que colocan en práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera y por consiguiente la generación de una idea de negocio que puede beneficiar a los investigadores y a la comunidad en general.

1.5 DELIMITACIONES.

1.5.1 Conceptuales. Las temáticas a emplearse en este proyecto son: Investigación de mercados, producto, precio, plaza, publicidad, promoción, residencia universitaria, condiciones de hospedaje.

1.5.2 Operativa. Se realizará un trabajo de campo a través de la aplicación de unas encuestas que permitirán conocer la aceptación del proyecto, en la cual se pueden presentar algunos inconvenientes como el tiempo de los encuestados y la veracidad de la información.

1.5.3 Temporal. La realización del trabajo presupone un tiempo máximo de dos meses a partir de la aprobación del Anteproyecto.

1.5.4 Geográfica. Esta investigación se aplicara en la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 **Antecedentes históricos de las residencias Universitarias a nivel mundial.**

La Residencia de Estudiantes, desde su fundación en 1910 por la Junta para Ampliación de Estudios hasta 1936, fue el primer centro cultural de España y una de las experiencias más vivas y fructíferas de creación e intercambio científico y artístico de la Europa de entreguerras. En 1915 se traslada a su sede definitiva en la madrileña Colina de los Chopos. Durante toda esta primera etapa su director fue Alberto Jiménez Fraud, que hizo de ella una casa abierta a la creación, el pensamiento y el diálogo interdisciplinar. Tanto la Junta como la Residencia eran producto de las ideas renovadoras de la Institución Libre de Enseñanza, fundada en 1876 por Francisco Giner de los Ríos¹.

La Residencia se proponía complementar la enseñanza universitaria mediante la creación de un ambiente intelectual y de convivencia adecuado para los estudiantes. Características distintivas de la Residencia fueron propiciar un diálogo permanente entre ciencias y artes y actuar como centro de recepción de las vanguardias internacionales. Ello hizo de la Residencia un foco de difusión de la modernidad en España, y de entre los residentes surgieron muchas de las figuras más destacadas de la cultura española del siglo XX, como el poeta Federico García Lorca, el pintor Salvador Dalí, el cineasta Luis Buñuel y el científico Severo Ochoa. A ella acudían como visitantes asiduos o como residentes durante sus estancias en Madrid Miguel de Unamuno, Alfonso Reyes, Manuel de Falla, Juan Ramón Jiménez, José Ortega y Gasset, Pedro Salinas, Blas Cabrera, Eugenio d'Ors o Rafael Alberti, entre muchos otros.

La Residencia fue además foro de debate y difusión de la vida intelectual de la Europa de entreguerras,

Presentada directamente por sus protagonistas. Entre las personalidades que acudieron a sus salones figuran Albert Einstein, Paul Valéry, Marie Curie, Igor Stravinsky, John M. Keynes, Alexander Calder, Walter Gropius, Henri Bergson y Le Corbusier, entre muchos otros. A menudo, estas personalidades fueron invitadas por dos asociaciones privadas que colaboraron activamente con la Residencia y unieron su labor a un amplio sector de la sociedad civil: la Sociedad de Cursos y Conferencias y el Comité Hispano-Inglés.

2.1.2 **Antecedentes históricos de las residencias Universitarias a nivel nacional.**

En 1919 se origina un movimiento reformista universitario en Córdoba (Argentina), el cual tiene repercusiones en Colombia (a partir de 1930); más adelante, en 1935, con la Ley 68

¹ Antecedentes históricos de residencias universitarias a nivel mundial. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.residencia.csic.es/pres/historia.htm>

se integran las Facultades dispersas en una sola institución, se ordenó la construcción de una ciudad universitaria y se concedió un alto grado de autonomía académica y administrativa a la nueva institución; "La misma reforma y el desarrollo que a ella le dio la Universidad Nacional, introdujo en la vida universitaria dos nuevas instituciones: la extensión cultural y el bienestar estudiantil. El bienestar estudiantil, introducía en la vida universitaria la práctica de disciplinas deportivas, los servicios médicos y las residencias estudiantiles que formaron desde un comienzo parte del campus universitario"².

El desarrollo del Bienestar está íntimamente ligado a la historia de logros y frustraciones de la misma institución de educación superior, producto de los avatares de los diferentes procesos políticos que ha vivido el país, los cuales han determinado los aspectos del desarrollo material y formal del sistema educativo colombiano.

La concepción del Bienestar Universitario estuvo en la década del 60 marcada por una tendencia asistencialista, lo que llegó a identificar su programación como aquella donde "se ofrecían" servicios que no respondían a las necesidades del desarrollo integral de las personas, sino a una política del estado benefactor que se centraba en proporcionar ciertos servicios básicos (cafetería, residencias estudiantiles y servicios médicos).

Más adelante la Ley 80 genera reformas significativas en el sistema de la educación superior, entre las que se destaca la desaparición de las residencias estudiantiles. Como una forma de subsanar tal decisión, se crean, a modo de transición, los subsidios de vivienda, los cuales tienden a desaparecer con las nuevas reformas legislativas de los 90, al igual que los servicios médicos. En 1978, mediante el Acuerdo No. 20 del 19 de abril se hace una separación de estas oficinas y se establecen direcciones diferentes e independientes, creándose la Dirección de Bienestar Universitario, cuyos planteamientos, financiación, reorganización y coordinación de servicios y actividades, se fundamentaron en el principio de que el factor humano constituye un elemento esencial en la vida universitaria y que los programas de bienestar deben ser administrados a través de procedimientos especializados. Por tanto, se estructuró con un enfoque interdisciplinario, por lo que su organización contempló la existencia de secciones, cada una con objetivos propios en concordancia con la unidad total.

2.1.3 Antecedentes históricos de las residencias Universitarias a nivel local.

Históricamente Ocaña no ha tenido posibilidad de tener una residencia universitaria donde se ofrezca diversificación de servicios que el estudiante que proviene de las diferentes regiones del país necesita para fortalecer su rendimiento. Hasta el momento solo se brinda este servicio a través de casa de familia donde se ofrece hospedaje y alimentación además de lavado y planchado de ropa etc.

² Antecedentes históricos de residencias universitarias a nivel nacional. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.unicartagena.edu.co/index.php/historia#.VCH67fmSwiw>

La introducción en el mercado será por medio de precios bajos y promociones que harán una ventaja competitiva con los establecimientos del mismo tipo a nivel regional-

El marketing en este caso jugara un papel fundamental para llegar al segmento esperado, pero aparte del precio de esta residencia cubrirá una necesidad fundamental para los estudiantes que provengan de otras regiones del país, el alojamiento será de un ambiente cálido y contenedor, ya que brindara la solución que el estudiante requiere y además para el padre de familia será una opción que le brindara seguridad y confianza.

En otro aspecto la creación de esta residencia universitaria traerá desarrollo para la región, ya que brindara la oportunidad de generar empleo directo e indirecto al mismo tiempo, por lo tanto será una fuente de crecimiento.

Por lo tanto se requiere por medio de este ante proyecto toda la colaboración y el acompañamiento de las entidades ya sean municipales, departamentales y nacionales para sacarlo adelante y así beneficiar a toda la sociedad en general y dando el ofrecimiento de ser Ocaña el pionero de este ambicioso diseño y otorgándole ser un ejemplo a seguir en este tipo de emprendimiento³.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

La construcción del marco conceptual tendrá en cuenta los siguientes conceptos, producto o servicio, precio, publicidad, promoción.

2.2.1 La investigación de mercado. Especifica la información requerida para dirigirse a estos temas, diseña el método para la recolección de información, administra e implanta el proceso de recolección de datos y comunica los resultados y sus efectos⁴.

El estudio de investigación de este proyecto va a ser dirigido directamente a los estudiantes pertenecientes a la Universidad Francisco de Paula Santander y más concisamente aquellos provenientes de otras ciudades regiones y municipios aledaños a nuestra ciudad que por lo tanto no con lleva a ofrecer, estas residencias universitarias.

2.2.2 Producto. El producto es todo aquello bien o servicio que sea susceptible a ser vendido, el producto depende de los siguientes factores: la línea, la marca, y la cantidad. Características del

³ RESEÑA HISTORICA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.ufpso.edu.co>

⁴ RESEÑA HISTORICA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.ufpso.edu.co>

⁴ Marco conceptual, investigación de mercado. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.fder.edu.uy/contenido/rrii/contenido/curricular/comercializacion->

Características del Producto:

Ubicación en una zona segura.

La infraestructura amplia cómoda y moderna.

Habitaciones confortables, con disponibilidad de todos los servicios que el estudiante requiere y ofertas adicionales tales como lavandería (lavado, secado y planchado).

Cafetería

Café internet

Parques

Zonas verdes

Excelente iluminación

Seguridad.

2.2.3 Precio. Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignada a la obtención del bien o servicio o más en general, una mercancía cualquiera. Precio es igual a unidad monetaria.

El precio se fijara según el tipo de servicio que el estudiante requiera o necesite, también nos podíamos basar con precios comparativos de otras empresas similares que tengan este servicio, ejemplo, habitaciones, locales, departamentos, locales, casas (residenciales) y hoteles.

2.2.4 Plaza o distribución. Se refiere al canal de distribución empleado para hacer llegar el producto al público objetivo. En esta etapa se definen los lugares en los que se pondrá el producto para la venta y los intermediarios (si los hay) que actúan en el proceso.

La distribución puede ser directa o indirecta. En el primer caso, el fabricante se encarga de hacer llegar el producto al consumidor final. En el segundo, el fabricante se lo entrega a un tercero que se encarga de venderlo.

2.2.5 Publicidad. Es aquella actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación; pagada por un patrocinador y dirigida a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea.

2.2.6 Promoción. La promoción como “uno de los instrumentos fundamentales del Marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que estos se vean impulsados a adquirirlo, por tanto consiste en un mecanismo de transmisión de información⁵.

⁵ Marco conceptual, producto, precio, placa o distribucion, publicidad y promocion. [En línea]. Ubicado en la URL: http://www.farq.edu.uy/marketing/files/2013/04/marketing_mix_producto.pdf

La promoción se enfocara a los estudiantes y padres de familia dándole a conocer los servicios que va ofrecer las residencias universitarias, está la realizaremos con los siguientes medios.

La página web de la Universidad
Propagandas dentro de la Universidad
Medios Radiales
Volantes.

2.2.7 Residencias Universitarias Residencia estudiantil que consiste de habitaciones para grandes números de estudiantes, usualmente extranjeros y universitarios. Frecuentemente el centro se encuentra integrado en una institución universitaria, pero también existen residencias independientes de las universidades .Las residencias universitarias normalmente están situadas en las inmediaciones del campus. En general, suelen ofrecer una serie de servicios demandados por los estudiantes universitarios, desde el alojamiento y la manutención hasta lavandería y biblioteca, pasando por cine, conciertos, excursiones o deportes.

Existe una diversidad de habitaciones para cada una de las necesidades de cada estudiante y además conforme al nivel de ingreso que este percibe. Están diversificadas de la siguiente manera:

Habitación individual-hasta habitación de cuatro personas máximo.
Habitación con compañero hombre o mujer.
Habitación con los servicios de baño privado, internet, tv cable.
Habitación compartida.
Habitaciones amobladas o no amobladas.

[2.3 MARCO LEGAL.](#)

El fundamento legal de la presente propuesta es la siguiente.

2.3.1 Constitución Política de Colombia de 1991⁶.

Artículo 27. El Estado garantiza las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra.

Artículo 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

⁶ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Documents/Constitucion-Politica-Colombia.pdf>

La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica.

La educación será gratuita en las instituciones del Estado, sin perjuicio del cobro de derechos académicos a quienes puedan sufragarlos.

Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo.

La Nación y las entidades territoriales participarán en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos estatales, en los términos que señalen la Constitución y la ley.

2.3.2 Ley 30 de 1992. Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior.

Artículo 3. El Estado, de conformidad con la Constitución Política de Colombia y con la presente Ley, garantiza la autonomía universitaria, y vela por la calidad del servicio educativo a través del ejercicio de su suprema inspección y vigilancia de la Educación Superior.

Artículo 4. La Educación Superior, sin perjuicio de los fines específicos de cada campo del saber, despertar en los educandos un espíritu reflexivo, orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico que tenga en cuenta la universalidad de los saberes y la particularidad de las formas culturales existentes en el país. Por ello, la Educación Superior se desarrollará en un marco de libertades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra.

Artículo 28. La autonomía universitaria consagrada en la Constitución Política de Colombia y de conformidad con la presente Ley, reconoce a las universidades el derecho a darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales, otorgar los títulos correspondientes, seleccionar a sus profesores, admitir a sus alumnos y adoptar sus correspondientes regímenes, y establecer, arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de su función institucional.

Artículo 57. Las universidades estatales u oficiales deben organizarse como entes universitarios autónomos, con régimen especial y vinculado al Ministerio de Educación Nacional en lo que se refiere a las políticas y la planeación del sector educativo.

Los entes universitarios autónomos tendrán las siguientes características: Personería Jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, patrimonio independiente y podrán elaborar y manejar su presupuesto de acuerdo con las funciones que le corresponden.

El carácter especial del régimen de las universidades estatales u oficiales comprenderá la organización y elección de directivas, del personal docente y administrativo, el sistema de las universidades estatales u oficiales, el régimen financiero y el régimen de contratación y control fiscal, de acuerdo con la presente Ley.

Artículo 51 Constitución Política de Colombia:

Todos los colombianos tienen derecho a vivienda digna. El Estado fijara las condiciones necesarias para hacer efectivo este derecho y promoverá planes de vivienda de interés social, sistemas adecuados de financiación a largo plazo y formas asociativas de ejecución de estos programas de vivienda.

ARTICULO 38 Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

2.3.3 CODIGO DE COMERCIO.

Art. 10. Comerciantes. Concepto. Calidad. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en algunas actividades que la ley considera mercantiles⁷.

La calidad de comerciante se adquiere aunque la calidad de mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

Art. 11. Aplicación de las normas comerciales a operaciones mercantiles de no mercantiles. Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se consideran mercantiles, pero están sujetas a las normas comerciales en cuanto a dichas operaciones.

Art. 12. Personas habilitadas e inhabilitadas para ejercer el comercio. Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para

⁷ CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo%20Comercio.pdf>

ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales.

Artículo. 13. Presunción de estar ejerciendo el comercio. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:
Cuando se halla inscrita en el registro mercantil.
Cuando tenga establecimiento de comercio abierto.
Cuando se anuncie al público como comerciante por cualesquier medio.

Artículo 19. Obligaciones De Los Comerciantes

- 1) Matricularse en el registro mercantil
 - 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad
 - 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
 - 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
 - 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
 - 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.
- En criterio del editor, para la interpretación de este numeral debe tenerse en cuenta lo dispuesto en la Ley 256 de 1996, "Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal", publicada en el Diario Oficial No. 42.692 del 18 de enero de 1996.

3. DISEÑO METODOLOGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACION

El proyecto en mención se realizó teniendo en cuenta la investigación descriptiva, la cual tuvo como objetivo llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limitó a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Por tal razón en el presente estudio se tuvo en cuenta este tipo de investigación, debido a que se tuvo como propósito obtener información suficiente para conocer las características del mercado con relación al grado de aceptación que tiene la creación de la residencia universitaria en la ciudad de Ocaña.

3.2 POBLACION

La población para el estudio estuvo conformada por 6.070 estudiantes matriculados en la oficina de admisión y registro de la Universidad Francisco De paula Santander sede Ocaña.

Pero más concretamente con aquellos que proceden de las diferentes partes geográficas de nuestro país, que acumulan un aproximado de **3332** y es ahí donde se enfatiza la investigación, según información de la oficina de Planeación UFPSO.

3.3 MUESTRA

Por considerarse la primera población demasiado numerosa, se consideró conveniente aplicarla siguiente formula, para poder establecer el tamaño de la muestra

$$n = \frac{N(Z)^2 * p * q}{(N - 1) * (E)^2 + (Z)^2 * p * q}$$

Dónde

n = Muestra

N = Población dada en el estudio = 3332

CC. = Nivel de Confianza = 95% = 1,96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Margen de error = 5% = 0.05

$$n = \frac{3332(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(3332 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3200.0528}{9.2879}$$

N= 345 estudiantes

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario aplicado a la población seleccionada, con el fin de conocer aspectos relacionados sobre las necesidades y expectativas de los clientes.

3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La información recolectada mediante la encuesta, fue valorada cuantitativamente mediante el conteo de respuestas frente a cada variable y la ponderación de cada grupo de ellas, y cualitativamente a través de la interpretación de cada respuesta en forma individual.

4. RESULTADOS Y DISCUSIONES

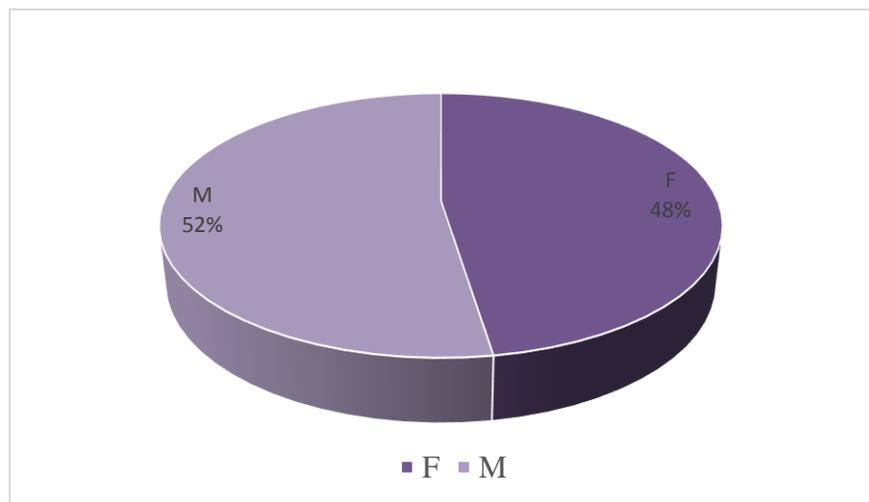
4.1. DEMANDA DEL SERVICIO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE LA UFPSO PROVENIENTES DE OTROS LUGARES DEL PAÍS.

Tabla1. Tipo de Sexo de la Población Universitaria

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
F	164	47,54%
M	181	52,46%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 1. Tipo de Sexo de la Población Universitaria



Fuente: Estudiantes UFPSO

La comunidad universitaria que respondió la encuesta es en su mayoría de sexo masculino, aunque la diferencia entre ambos sexos no es mayormente relevante.

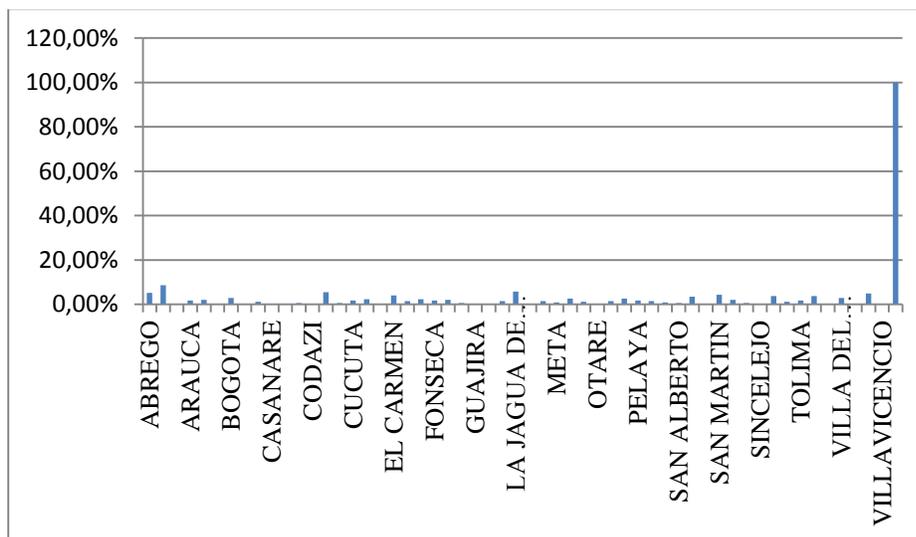
Tabla 2. Principales lugares de procedencia de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

ITEM	PORCENTAJE	FRECUENCIA
ABREGO	5,22%	18
AGUACHICA	8,70%	30
AMAZONAS	0,29%	1
ARAUCA	1,74%	6
BARRANQUILLA	2,03%	7
BECERRIL	0,29%	1
BOGOTA	2,90%	10
BOLIVAR	0,29%	1
BUCARAMANGA	1,16%	4
CASANARE	0,29%	1
CHIRIGUANA	0,29%	1
CHOCO	0,58%	2
CODAZI	0,29%	1
CONVENCION	5,51%	19
CORDOBA	0,58%	2
CUCUTA	1,74%	6
CURUMANI	2,32%	8
EL BANCO	0,29%	1
EL CARMEN	4,06%	14
EL PASO	1,45%	5
EL TARRA	2,32%	8
FONSECA	1,74%	6
GAMARRA	2,03%	7
GONZALEZ	0,58%	2
GUAJIRA	0,29%	1
GUAMAL	0,29%	1
HACARI	1,45%	5
LA JAGUA DE IBIRICO	5,80%	20
LA PAZ	0,29%	1
LA PLAYA	1,45%	5
META	0,87%	3
MORALES	2,61%	9
ORITO	1,16%	4
OTARE	0,29%	1
PAILITAS	1,45%	5
PAMPLONA	2,61%	9
PELAYA	1,74%	6

PUTUMAYO	1,45%	5
RIO DE ORO	0,87%	3
SAN ALBERTO	0,58%	2
SAN CALIXTO	3,48%	12
SAN JUAN	0,29%	1
SAN MARTIN	4,35%	15
SANTA MARTHA	2,03%	7
SANTA ROSA	0,58%	2
SINCELEJO	0,29%	1
TEORAMA	3,77%	13
TIBU	1,16%	4
TOLIMA	1,74%	6
VALLEDUPAR	3,77%	13
VEREDA CHAPINERO	0,29%	1
VILLA DEL ROSARIO	2,90%	10
VILLA GARZON	0,29%	1
VILLANUEVA	4,93%	17
VILLAVICENCIO	0,29%	1
Total general	100,00%	345

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 2. Principales lugares de procedencia de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña



Fuente: Estudiantes UFPSO

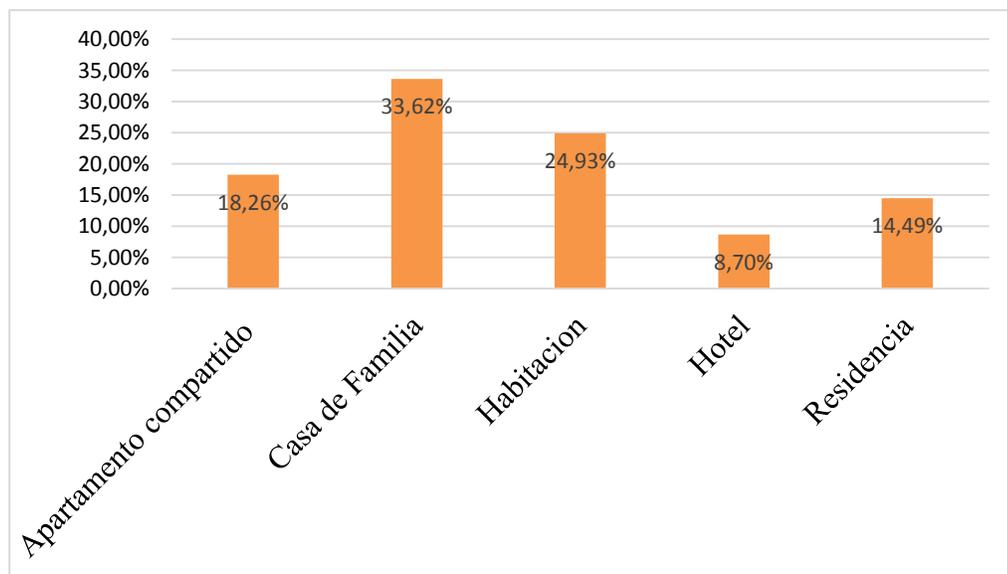
Respecto al lugar de procedencia de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, fue posible concluir con la realización de la encuesta que en su mayoría arriban a nuestra ciudad de otros departamentos y de municipios cercanos, lo que evidencia una gran necesidad de alojamiento en condiciones confortables tales como las que se proponen en nuestro proyecto de grado.

Tabla 3. Lugares donde residen actualmente los estudiantes universitarios

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Apartamento compartido	63	18,26%
Casa de Familia	116	33,62%
Habitación	86	24,93%
Hotel	30	8,70%
Residencia	50	14,49%
Total general	345	100,00%

Fuentes: Estudiantes UFPSO

Grafica 3. Lugares donde residen actualmente los estudiantes universitarios



Fuente: Estudiantes UFPSO

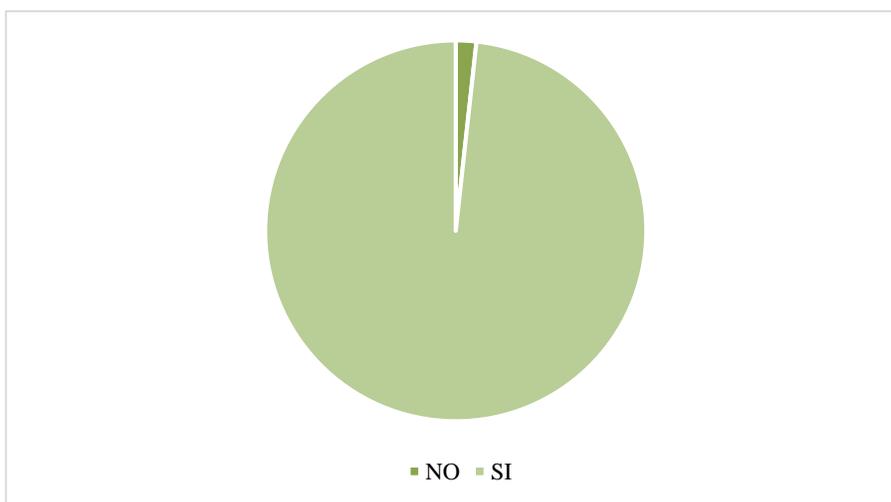
De acuerdo con las encuestas realizadas dentro de la población universitaria es posible analizar que la mayoría de estudiantes residen en nuestra ciudad en Casa de Familia y Habitaciones que arriendan semestralmente, siguiéndole a estas las opciones de apartamento compartido, residencia y finalmente hotel.

Tabla 4. Posición frente a la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	6	1,74%
SI	339	98,26%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 4. Posición frente a la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander



Fuente: Estudiantes UFPSO

De acuerdo a la información suministrada por los estudiantes universitarios que realizaron la encuesta en su mayoría están de acuerdo con la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. De lo que se puede decir también que es una necesidad para el estudiante, ya que los lugares en los que se hospedan no cuentan con las condiciones necesarias para sentirse satisfechos y cómodos.

Tabla 4. Consideración respecto a hospedarse en una residencia universitaria

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	9	2,61%
SI	336	97,39%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 5. Consideración respecto a hospedarse en una residencia universitaria



Fuente: Estudiantes UFPSO

Frente a la pregunta si estaría o no dispuesto a alojarse en una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander en su mayoría fue positiva lo que quiere decir que los estudiantes ven como una necesidad la creación de una residencia y que en la medida que se creara estarían dispuestos a alojarse en ella.

4.1.1 Análisis General de la Demanda del servicio por parte de los estudiantes de la UFPSO provenientes de otros lugares del país.

De acuerdo con la encuesta realizada por 345 estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, es evidente que existe demanda de un servicio de Residencia Universitaria que cuente con los servicios necesarios para que los estudiantes se sientan a gusto y cómodos. Se pudo evidenciar en la muestra tomada que la mayoría de estudiantes procedentes de otros municipios buscan que el lugar de alojamiento tenga condiciones como calidad en el servicio, buen precio, comodidad y seguridad, y lamentablemente los lugares que ofrecen el servicio de residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, no ofrecen los servicios ni las comodidades que el estudiante busca en esta clase de servicios.

Se puede decir entonces que existe demanda del servicio de residencia universitaria con calidad en el servicio, comodidad, buen precio y seguridad, y existe aceptación ante la población estudiantil encuestada para la creación de esta en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

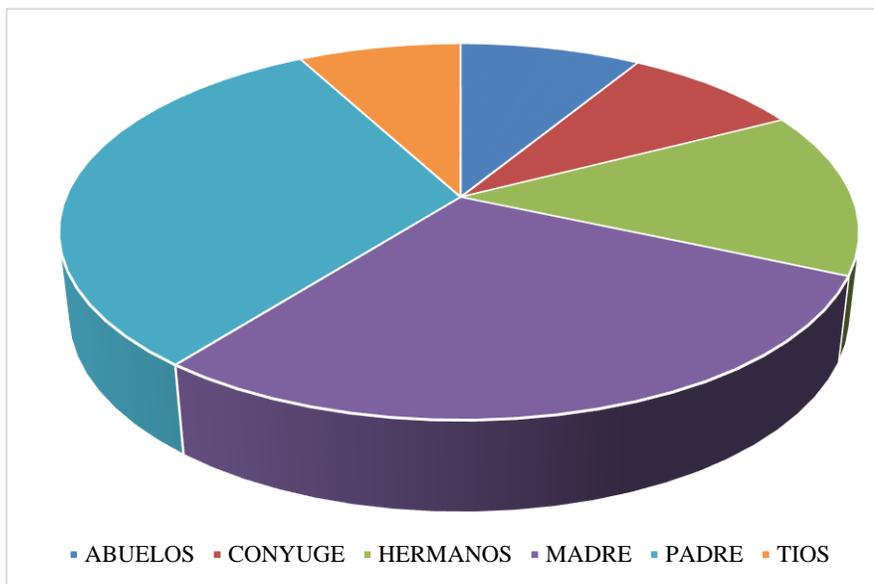
4.2 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES PRODUCTO, PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Tabla 6. Persona encargada de los gastos de los estudiantes universitarios

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ABUELOS	30	8,70%
CONYUGE	30	8,70%
HERMANOS	49	14,20%
MADRE	100	28,99%
PADRE	109	31,59%
TIOS	27	7,83%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 6. Persona encargada de los gastos de los estudiantes universitarios



Fuente: Estudiantes UFPSO

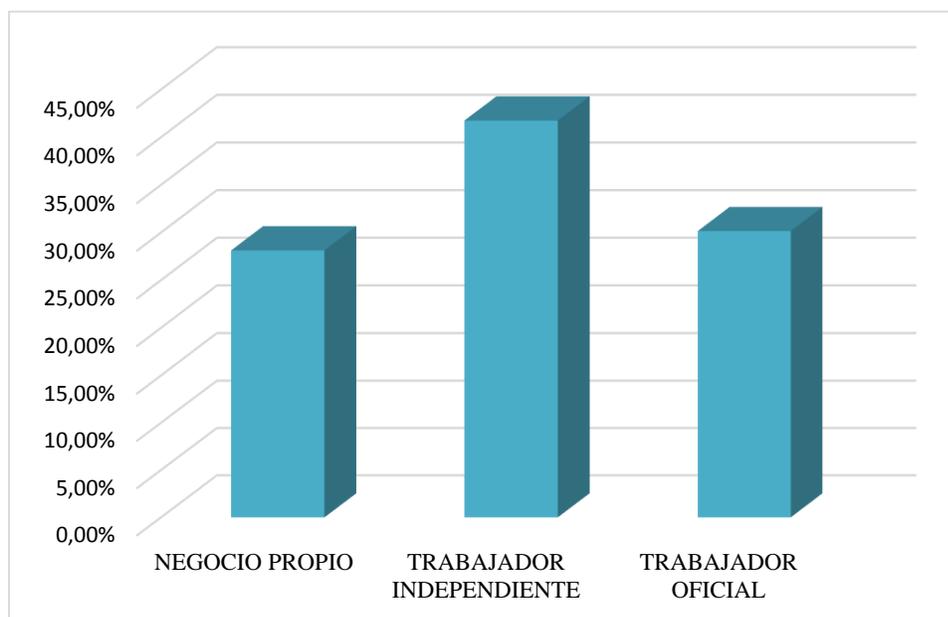
Dentro de la población universitaria fue posible analizar que en su mayoría los gastos son costeados por los padres y hermanos, para otros estudiantes la ayuda la reciben de sus tíos o cónyuges.

Tabla 7. Vinculación laboral de la persona que sustenta al estudiante universitario

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Negocio Propio	97	28,12%
Trabajador Independiente	144	41,74%
Trabajador Oficial	104	30,14%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 7. Vinculación laboral de la persona que sustenta al estudiante universitario



Fuente: Estudiantes UFPSO

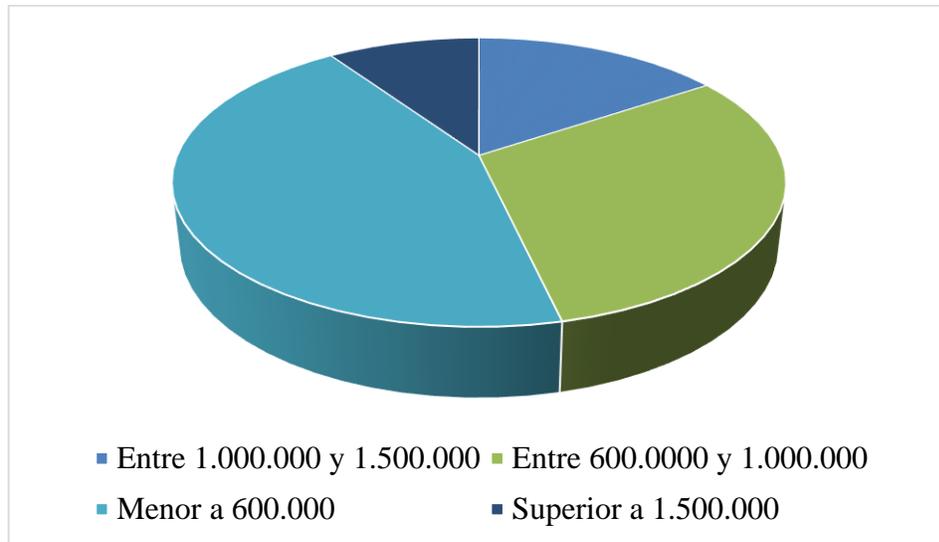
De igual forma para la obtención de los recursos los familiares de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña que fueron encuestados la mayoría se encuentran en trabajos independientes, por encima de trabajos oficiales y de negocios propios.

Tabla 8. Ingresos de la persona que sustenta los gastos de los estudiantes universitarios.

IITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor a 600.000	152	44,06%
Entre 600.0000 y 1.000.000	106	30,72%
Entre 1.000.000 y 1.500.000	54	15,65%
Superior a 1.500.000	33	9,57%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 8. Ingresos de la persona que sustenta los gastos de los estudiantes universitarios.



Fuente: Estudiantes UFPSO

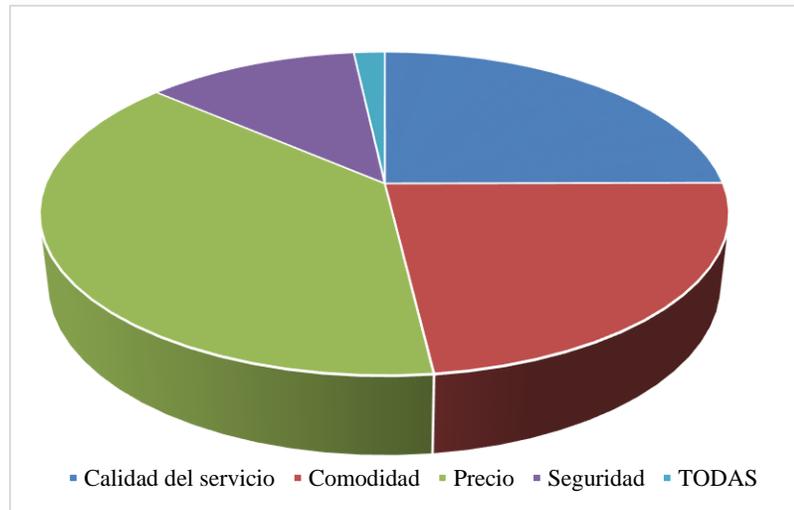
Los ingresos que obtienen los familiares de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña que fueron encuestados en su mayoría oscilan entre 600.000 y 1.000.000, los ingresos superiores se destacan en un población menor. De acuerdo con dicha información es importante determinar las personas que están encargadas de los gastos de los estudiantes no reciben ingresos elevados, lo que obliga a estos a buscar sitios de residencia de valores económicos.

Tabla 9. Aspectos necesarios para el tipo de alojamiento que el estudiante busca en una residencia universitaria.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad del servicio	86	24,93%
Comodidad	80	23,19%
Precio	132	38,26%
Seguridad	41	11,88%
TODAS	6	1,74%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 9. Aspectos necesarios para el tipo de alojamiento que el estudiante busca en una residencia universitaria.



Fuente: Estudiantes UFPSO

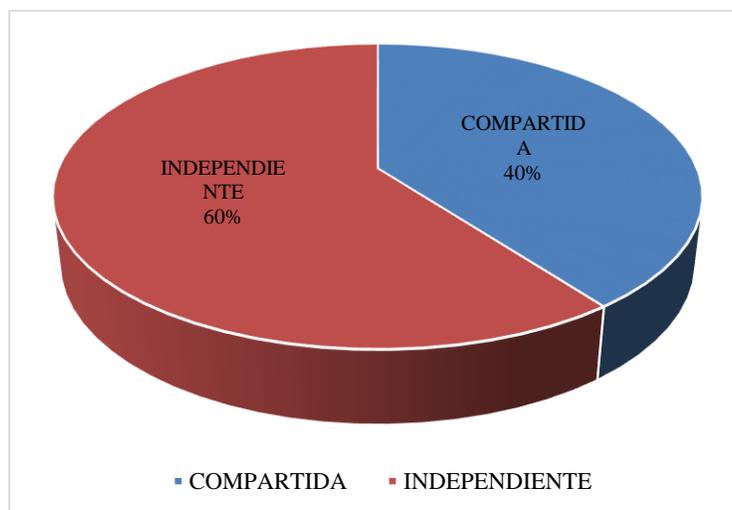
Es de vital importancia para la población universitaria encuestada la calidad en el servicio y el precio, tal como se pudo evidenciar en la respuesta dada en la encuesta realizada, ya que para la mayoría de la población es importante que el servicio se les preste con calidad y a un muy buen precio. Es por eso que dentro de los aspectos puestos a consideración de los estudiantes el precio y la calidad son de mayor relevancia, frente a aspectos como la seguridad y la comodidad.

Tabla 10. Tipo de habitación que estaría en condiciones de habitar un estudiante universitario

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMPARTIDA	137	39,71%
INDEPENDIENTE	208	60,29%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica10. Tipo de habitación que estaría en condiciones de habitar un estudiante universitario.



Fuente: Estudiantes UFPSO

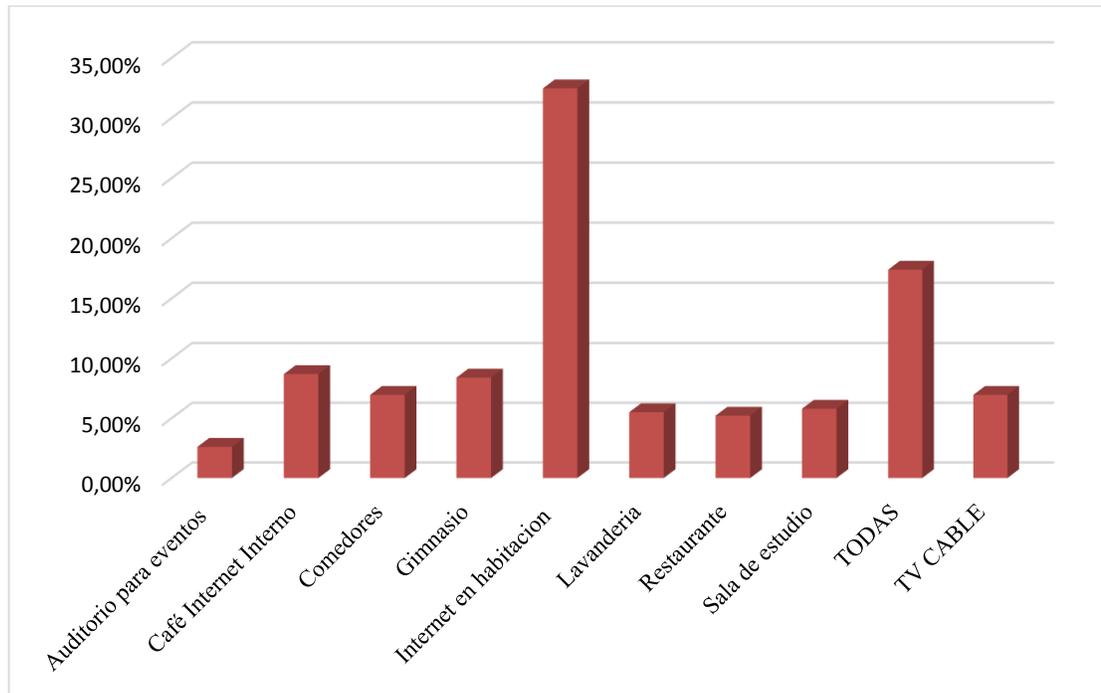
De acuerdo a las condiciones para habitar una residencia universitaria la mayoría de los estudiantes que respondieron la encuesta coinciden que prefieren la privacidad al momento de alojarse en una residencia, y un 40% prefiere compartir dicho alojamiento.

Tabla 11. Clase de servicio que estaría de acuerdo los estudiantes se ofreciera en la residencia universitaria.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Auditorio para eventos	9	2,61%
Café Internet Interno	30	8,70%
Comedores	24	6,96%
Gimnasio	29	8,41%
Internet en habitación	112	32,46%
Lavandería	19	5,51%
Restaurante	18	5,22%
Sala de estudio	20	5,80%
TODAS	60	17,39%
TV CABLE	24	6,96%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 11. Clase de servicio usted estaría de acuerdo se ofreciera en la residencia universitaria



Fuente: Estudiantes UFPSO

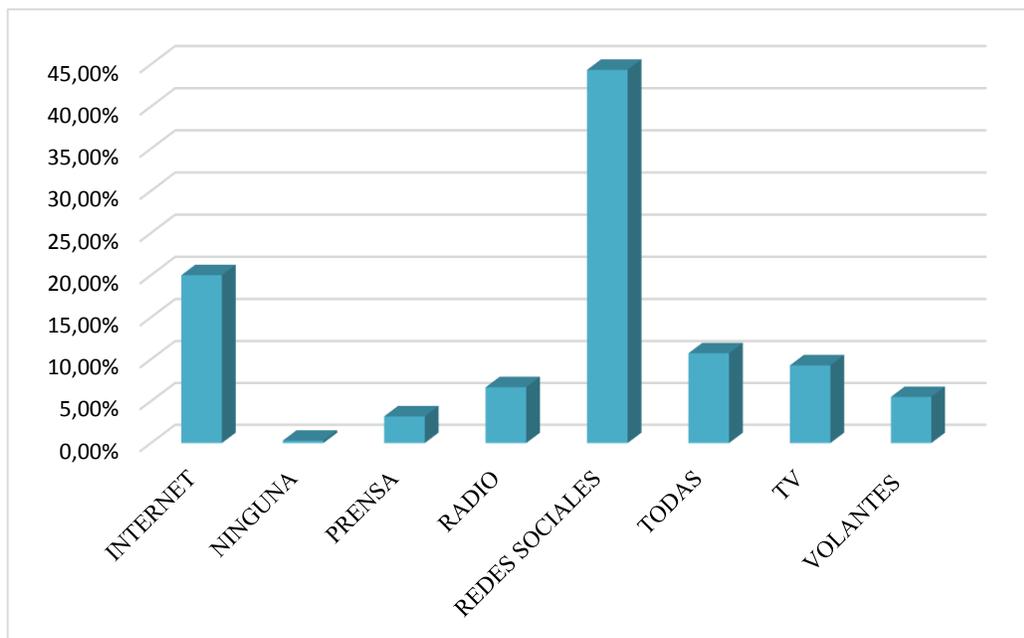
Para la población estudiantil encuestada entre los servicios que se ofrecen en la residencia universitaria se refleja que es muy importante para la mayoría, es decir para el 32% el internet en la habitación, ya que el mundo tecnológico ha evolucionado rápidamente. Tanto así que un auditorio para eventos, un restaurante, una lavandería y la televisión por cable resultan de baja necesidad para el estudiante.

Tabla 5. Medio para enviarle información del portafolio de servicios de una residencia universitarias en la ciudad de Ocaña N. de S.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	69	20,00%
NINGUNA	1	0,29%
PRENSA	11	3,19%
RADIO	23	6,67%
REDES SOCIALES	153	44,35%
TODAS	37	10,72%
TV	32	9,28%
VOLANTES	19	5,51%
Total general	345	100,00%

Fuente: Estudiantes UFPSO

Grafica 4. Medio para enviarle información del portafolio de servicios de una residencia universitarias en la ciudad de Ocaña N. de S



Fuente: Estudiantes UFPSO

Finalmente, es evidente que ante la modernización de los medios de comunicación, los estudiantes se encuentran inmersos en dicho desarrollo tecnológico por lo cual en su mayoría prefieren recibir información acerca del portafolio de servicios de la residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander prefieren el internet y las redes sociales.

4.2.1 Análisis General De Las Variables Producto, Precio, Plaza, Promoción Y Publicidad

4.2.1.1 Precio. El precio es uno de las variables o factores que se analizan ya que es evidente que los estudiantes que proceden de otros departamentos obtiene su sustento a través de sus familiares, y que ellos a su vez no reciben ingresos altos, sino por el contrario un poco bajos, lo que obliga a que el estudiante busque que el precio sea económico a la hora de buscar hospedaje, es por ello que es importante ofrecer al estudiante un buen servicio y con un costo justo.

4.2.1.2 Producto. La residencia Universitaria como producto para ofrecer al público debe contar con las condiciones necesarias y esta contara con una ubicación en una zona segura, infraestructura amplia cómoda y moderna, Habitaciones confortables, con disponibilidad de todos los servicios que el estudiante requiere y ofertas adicionales tales como lavandería (lavado, secado y planchado), Cafetería, Café internet y seguridad. Es indispensable que el producto sea innovador para que llame la atención del cliente y que se satisfaga la necesidad.

4.2.1.3 Plaza. La ubicación de la plaza es de vital importancia para conocer la cobertura del mercado que se desea tener. La residencia Universitaria será ubicada en un sitio estratégico y central para que el estudiantes cuenten con los servicios ofrecidos pero que también pueda acceder de fácil forma al transporte para trasladarse a sus actividades diarias.

4.2.1.4 Promoción y Publicidad. La publicidad de la Residencia Universitaria se maneja a través de los diferentes medios de comunicación como son la televisión, el internet, las redes sociales, la prensa y los volantes.

Entre la población encuestada fue de gran impacto y aceptación el internet y las redes sociales para recibir información acerca del portafolio de servicios que ofrecerá la residencia universitaria.

[4.3 ESTRATEGIAS PARA OFERTAR LA CREACIÓN DE UNA NUEVA RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER.](#)

4.3.1 Lograr posicionar la Residencia Universitaria como un proyecto innovador en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

La residencia universitaria es una proyecto que abarca muchos factores, pero que además no existe en la ciudad de Ocaña, así que la posibilidad de ubicarlo como un proyecto innovador hace que los estudiantes se animen a la opción de alojarse en ella y de disfrutar de los múltiples servicios ofrecidos a la comunidad universitaria.

Para el posicionamiento se requiere el compromiso del personal a cargo de implementar el proyecto y así mismo de brindar un servicio de calidad y de buen precio, ya que por lo general el estudiante siempre busca buenos precios a la hora de escoger el lugar de alojamientos durante su carrera universitaria.

4.3.2 Colocar en conocimiento del público el portafolio de servicios que ofrece la Residencia Universitaria a través de una fuerte campaña publicitaria.

Las campañas publicitarias son de vital importancia a la hora de lograr que un producto o servicio sea conocido por la comunidad, en este caso una campaña nueva, fresca y cálida lograra que el estudiante se anime a conocer la residencia universitaria y de alojarse en ella.

Hoy en día el mundo tecnológico ha avanzado a grandes pasos y el boom en medios de comunicación son el internet y las redes sociales por lo que es precisamente donde los estudiantes pasan gran parte de su tiempo y es precisamente a través de ellas donde se debe pautar los servicios ofrecidos por la residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

También es importante ofrecer el servicio a estudiantes de otras universidades ya que hoy en día Ocaña, es una ciudad que cuenta con otras universidades además de nuestra alma mater.

4.3.3. Fortalecer la credibilidad del estudiante en los servicios ofrecidos por la Residencia Universitaria para que la totalidad de procedentes de otros departamentos se alojen en ella.

La credibilidad es un factor importante que el personal que desea implementar este proyecto debe considerar, ya que es importante mantener desde sus inicios una buena imagen que busque que los clientes crean firmemente en el portafolio de servicios que ofrece la residencia Universitaria.

Este factor se adquiere con los testimonios que dan las demás personas por eso es que el cliente siempre debe quedar satisfecho, ya que si se obtienen estudiantes satisfechos con su necesidad, esto hace que inmediatamente se proporcione credibilidad y el proyecto sea un éxito.

De igual forma la búsqueda de mejora continua también fortalece los procesos de credibilidad de un producto o servicio, por lo que es importante conocer la percepción del cliente cuando se le ha prestado el servicio, para de esta forma mejorar en las expectativas o necesidades que no fueron satisfechas.

Los productos y servicios que usted vende deberían ser aquellos a los que usted está dispuesto a poner su nombre y rostro tras ellos. Considere la posibilidad de la venta de versiones gratuitas de su producto si es posible, para que sus clientes experimenten la

calidad del mismo, después podrán comprar versiones mejoradas de sus productos o servicios si es que son de su agrado.

CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación realizada y los resultados analizados de la encuesta aplicada a 345 estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, la aceptación para la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, se puede concluir que la propuesta es altamente aceptada entre la población encuestada ya que actualmente se encuentran alojados en diferentes sitios que no cuentan con las condiciones de calidad, comodidad, precio, seguridad y demás servicios que ofrece la residencia universitaria.

La Identificación de la demanda del servicio por parte de los estudiantes de la UFPSO provenientes de otros lugares del país fue el pilar fundamental para realizar la investigación de mercados en la cual se pudo determinar que para los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander que son oriundos de otros departamentos de Colombia, es muy importante contar con un sitio para alojarse que cuente con las condiciones necesarias para sentirse cómodos y que a su vez tenga precios accesibles para su presupuesto semestral

El análisis de las variables producto, precio, plaza, promoción y publicidad pudo evidenciar que dentro de las respuestas dadas en la encuesta realizada la mayoría de estudiantes dependen económicamente de sus familiares y ellos a su vez no reciben ingresos altos para solventar los gastos universitarios de los estudiantes por lo que ellos se ven obligados a hospedarse en lugares que no cuentan con los servicios necesarios para sentirse satisfechos y cómodos.

Para los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña que respondieron la encuesta prefieren en su mayoría que la información acerca del portafolio de servicios de una residencia universitaria sea enviada por internet y a través de redes sociales, es decir que para ellos estos son los medios masivos de comunicación en la actualidad y por medio de los cuales se comunican y reciben información.

Por último se sugiere estrategias para la oferta de la creación de esta nueva Residencia Universitaria en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander, las cuales se basaron principalmente en lograr posicionar la residencia universitaria como un proyecto innovador en la ciudad de Ocaña, colocar en conocimiento del público el portafolios de servicio que ofrecería la Residencia Universitaria a través de campañas publicitarias y fortalecer la credibilidad del estudiante en los servicios que se piensa ofertar a través de la residencia universitaria.

Finalmente, fue posible evidenciar que existe la necesidad de la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y que los servicios que se propusieron fueron de la aceptación de la población universitaria encuestada.

RECOMENDACIONES

En la medición de la aceptación para la creación de una residencia universitaria, se evidencio que la mayoría de estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña que son oriundos de otros departamentos de Colombia, le agrada la posibilidad de alojarse en un lugar con todos los servicios y características que se piensan ofrecer, así que se recomienda tener en cuenta las respuestas dadas por los estudiantes universitarios encuestados. Por lo tanto se recomienda a la población ocañera que obtiene sus recursos económicos a través de servicios de alojamiento para estudiantes, tener en cuenta esta investigación de mercados, para en un futuro implementar este modelo de residencia universitaria y sus servicios.

El análisis de las variables producto, precio, plaza, promoción y publicidad pudo evidenciar que dentro de las respuestas dadas en la encuesta realizada la mayoría de estudiantes dependen económicamente de sus familiares y ellos a su vez no reciben ingresos altos para solventar los gastos universitarios de los estudiantes, por lo que ellos se ven obligados a hospedarse en lugares que no cuentan con los servicios necesarios para sentirse satisfechos y cómodos, por lo tanto se sugiere que los precios sean cómodos, que la promoción y la publicidad se realice a través de medios tecnológicos como el internet.

Así mismo, también se sugiere tener en cuenta las estrategias planteadas dentro del proyecto, debido a que estas ayudaran a la oferta de un sitio de alojamiento con servicios acordes a la demanda.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRONICAS

RESEÑA HISTORICA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.ufpso.edu.co>

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Documents/Constitucion-Politica-Colombia.pdf>

CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo%20Comercio.pdf>

Marco conceptual, producto, precio, placa o distribución, publicidad y promoción. [En línea]. Ubicado en la URL: http://www.farq.edu.uy/marketing/files/2013/04/marketing_mix_producto.pdf

Marco conceptual, investigación de mercado. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.fder.edu.uy/contenido/rrii/contenido/curricular/comercializacion->

Antecedentes históricos de residencias universitarias a nivel mundial. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.residencia.csic.es/pres/historia.htm>

Antecedentes históricos de residencias universitarias a nivel nacional. [En línea]. Ubicado en la URL: <http://www.unicartagena.edu.co/index.php/historia#.VCH67fmSwiw>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta Aplicada a los Estudiantes de la Universidad Fransico de Paula Santander en Ocaña Norte de Santander .

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA FACULTAD DE
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNICO PROFESIONAL EN GESTION
COMERCIAL Y FINANCIERA**

Objetivo. Realizar una investigación de mercado para la creación de Residencia Universitaria en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander.

CONTESTAR.

1. Tipo de sexo?

Hombre _____ Mujer _____

2. ¿De dónde proviene?

3. ¿En qué tipo de alojamiento vive?

Casa de familia _____
Apartamento compartido _____
Habitación _____
Residencia _____
Hotel _____

4. Quien cubre sus gastos de alojamiento en la ciudad de Ocaña?

Padre _____
Madre _____
Hermanos _____
Tíos _____
Abuelos _____
Cónyuge _____

5. Qué clase de trabajo tiene la persona que lo ayuda con los gastos?

Negocio propio _____
Trabajador oficial _____
Trabajador independiente _____

6. A cuanto haciende los ingresos de la persona que le ayuda con los gastos?

Menor a \$ 600.000 _____
Entre \$ 600.000 y \$ 1.000.000 _____
Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000 _____
Superior a \$ 1.500.000 _____

7. Que aspectos cree necesarios para el tipo de alojamiento que usted necesita?

Calidad del servicio _____
Comodidad _____
Precio _____
Seguridad _____
Otro _____ Cuál _____

8. Considera usted que es necesario la creación de una residencia
Universitaria en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander?

Sí _____ No _____

9.Cuál sería el tipo de habitación que usted estaría en condiciones de habitar?

Independiente _____
Compartida _____

10. Qué clase de servicio usted estaría de acuerdo que se ofreciera en la residencia
universitaria?

Internet en habitación _____
Lavandería _____
Comedores _____
Tv Cable _____
Café internet interno _____
Gimnasio _____
Auditorio para eventos _____
Salas de estudio _____
Restaurante _____
Otro _____ Cuál _____

11. Estaría usted de acuerdo en hospedarse en una residencia universitaria?

Sí _____ No _____

12. Por Cual medio le gustaría que nosotros le enviáramos información del portafolio de servicios de una residencia universitarias en la ciudad de Ocaña N. de S.

Internet _____

Redes Sociales _____

Radio _____

T.V _____

Prensa _____

Volantes _____

Otro _____ Cuál _____