

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento <b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	Código <b>F-AC-DBL-007</b>	Fecha <b>08-07-2021</b>	Revisión <b>B</b>
Dependencia <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	Aprobado <b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		Pág. <b>1(56)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	Carol Natalia Barbosa Bacca Elsa Merys Galván Riola		
<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas y Económicas		
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	Tecnología en Gestión Comercial y Financiera		
<b>DIRECTOR</b>	Javier Numa Numa		
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	Investigación de mercados para determinar la aceptación de una cooperativa de pescadores en el corregimiento de Puerto Patiño, Cesar		
<b>TITULO EN INGLES</b>	Market research to determine the acceptance of a fishermen's cooperative in the town of Puerto Patiño, Cesar.		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras)			
El presente proyecto tiene como finalidad realizar una investigación de mercados para determinar la aceptación de una cooperativa de pescadores en el corregimiento de Puerto Patiño Cesar, el cuál trae muchos beneficios a los habitantes, ya que su máximo ingreso se da a través de la pesca y esta cooperativa mejorará el nivel económico de la población y aporta a la generación de empleo.			
<b>RESUMEN EN INGLES</b>			
Market research to determine the acceptance of a fishermen's cooperative in the village of Puerto Patiño, This project aims to conduct market research to determine the acceptance of a fishermen's cooperative in the village of Puerto Patiño Cesar, which brings many benefits to the inhabitants since their maximum income is given through fishing, and this cooperative will improve the economic level of the population and contributes to the generation of employment.			
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Asociados, cooperativa, distribución, pesca		
<b>PALABRAS CLAVES EN INGLES</b>	Members, cooperative, distribution, fishing		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>PÁGINAS:</b> 52	<b>PLANOS:</b> 0	<b>ILUSTRACIONES:</b>	<b>CD-ROM:</b>



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552  
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88  
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**Investigación de mercados para determinar la aceptación de una cooperativa de pescadores  
en el corregimiento de Puerto Patiño, Cesar**

**Elsa Merys Galván Riola**

**Carol Natalia Barbosa Bacca**

**Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula**

**Santander, Ocaña**

**Tecnología en gestión comercial y financiera**

**Msc. Javier Numa Numa**

**18 de abril de 2022**

## **Tabla de contenido**

Capítulo 1. Investigación de mercados para determinar la aceptación de una cooperativa de pescadores en el corregimiento de Puerto Patiño, Cesar.....	9
1.1 Planteamiento del Problema .....	9
1.2 Formulación del problema.....	10
1.3 Objetivos .....	10
1.3.1 Objetivo general .....	10
1.3.2 Objetivos específicos .....	10
1.4 Justificación.....	11
1.5 Delimitaciones.....	12
1.5.1 Delimitación operativa .....	12
1.5.2 Delimitación conceptual.....	12
1.5.3 Delimitación geográfica .....	13
1.3.4 Delimitación temporal .....	13
Capítulo 2. Marco referencial .....	14
2.1 Marco histórico.....	14
2.2 Marco contextual.....	20
2.2.1 Reseña histórica de Puerto Patiño.....	20
2.3 Marco conceptual .....	21

2.4 Marco teórico .....	26
2.4.1 Teoría económica comprensiva, economía solidaria y desarrollo sustentable	27
2.4.2 Teoría de distribución, Adam Smith.....	29
2.5 Marco legal.....	31
2.5.1 Ley 79 de 1988.....	31
2.5.2 Ley 13 de 1990 .....	31
2.5.3 Ley 99 de 1993 .....	32
Capítulo 3. Diseño metodológico .....	33
3.1 Tipo de investigación .....	33
3.2 Población.....	33
3.3 Muestra.....	33
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	34
3.5 Procedimiento y análisis de la información.....	34
Capítulo 4. Presentación de Resultados .....	35
4.2 Analizar el mercado local en cuanto a la demanda y oferta que tendrá una Cooperativa de Pescadores en Puerto Patiño .....	35
4.3 Determinar la estrategia de los productos y servicios ofrecidos por la cooperativa .....	38
4.3 Establecer la estrategia de precio que asumirán los pescadores que se asocien a la Cooperativa .....	40

4.4 Presentar estrategias de promoción y publicidad sobre los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa .....	45
Capítulo 5. Conclusiones .....	48
Referencias.....	49

### Lista de tablas

Tabla 1 Cantidad de personas dedicadas a la pesca en la familia del pescador .....	35
Tabla 2 Suficientes congeladores para almacenar el producto obtenido por la pesca .....	36
Tabla 3 Municipio donde el pescador vende el producto .....	37
Tabla 4 Consideración frente a la cooperativa que apoye a los pescadores en la venta del producto y subbeneficio .....	38
Tabla 5 Servicios que le gustaría que ofreciera la Cooperativa .....	39
Tabla 6 Conformidad del pescador con el precio que obtiene por la venta del producto .....	40
Tabla 7 Posición frente a la posibilidad de afiliarse a la cooperativa de pescadores en Puerto Patiño .....	41
Tabla 8 Valor dispuesto a aportar, por una sola vez, para la posible creación de la cooperativa .	42
Tabla 9 Valor dispuesto a pagar mensualmente para el sostenimiento en caso de crearse una cooperativa .....	43
Tabla 10 Lugar del corregimiento de Puerto Patiño que el pescador considera que debe estar ubicada la cooperativa.....	45
Tabla 11 Medios por los cuales le gustaría enterarse de los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa .....	46

### Lista de figuras

Figura 1 Cantidad de personas dedicadas a la pesca en la familia del pescador.....	35
Figura 2 Suficientes congeladores para almacenar el producto obtenido por la pesca .....	36
Figura 3 Municipio donde el pescador vende el producto .....	37
Figura 4 Consideración frente a la cooperativa que apoye a los pescadores en la venta del producto y subbeneficio.....	38
Figura 5 Servicios que le gustaría que ofreciera la Cooperativa.....	39
Figura 6 Conformidad del pescador con el precio que obtiene por la venta del producto.....	41
Figura 7 Posición frente a la posibilidad de afiliarse a la cooperativa de pescadores en Puerto Patiño .....	42
Figura 8 Valor dispuesto a aportar, por una sola vez, para la posible creación de la cooperativa	43
Figura 9 Valor dispuesto a pagar mensualmente para el sostenimiento en caso de crearse una cooperativa .....	44
Figura 10 Lugar del corregimiento de Puerto Patiño que el pescador considera que debe estar ubicada la cooperativa.....	45
Figura 11 Medios por los cuales le gustaría enterarse de los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa.....	46

## **Lista de apéndice**

Apéndice 1. Encuesta diseñada para la aplicación a la población de estudio.....	53
---	----

## **Capítulo 1. Investigación de mercados para determinar la aceptación de una cooperativa de pescadores en el corregimiento de Puerto Patiño, Cesar**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2019) la pesca afronta dificultades de diversa índole que han generado baja productividad y rentabilidad y en consecuencia baja competitividad de la actividad pesquera y acuícola. Lo cual, la política pública ha realizado esfuerzos para su fortalecimiento, particularmente con la creación de la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), sin embargo, se requieren acciones integrales desde varios frentes para generar los cambios que el sector necesita. Por lo tanto, la pesca se define como una actividad que se realiza para extraer peces, sea en agua dulce o salada.

Puerto Patiño Cesar es un corregimiento de Aguachica, está ubicado al sur occidente del departamento del Cesar. Fue fundada por el señor Milcíades Patiño, la cual tiempo atrás contaba con cinco casas de bahareque.

La economía de Puerto Patiño está centralizada en la pesca, que es el sustento de un gran número de familias de la población. Esta actividad es desarrollada en la ciénaga Doña María, con la que cuenta la población.

El producto de la pesca es comercializado directamente por los pescadores, quienes deben desplazarse a poblaciones vecinas especialmente a San Martín, San Alberto y Río de Oro en el departamento del Cesar, lo que les genera costos y riesgos en el transporte.

Además de lo anterior, el pescado es un alimento que se descompone rápidamente, su conservación por parte de los pescadores de Puerto Patiño, no es la más adecuada, ya que no poseen refrigeradores y congeladores que permitan su durabilidad, sino que lo mantienen en hielo, lo que podría generar daño del producto y afectación a la persona que lo consuma.

Lo anterior hace que se establezca una investigación de mercados para determinar la aceptación de la creación de una cooperativa que integre a los pescadores y sea intermediaria en la comercialización del producto.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Qué beneficio tiene la investigación de mercados para determinar la aceptación de una cooperativa en el corregimiento de Puerto Patiño, Cesar?

## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo general***

Realizar una investigación de mercados para determinar la aceptación de una cooperativa de pescadores en el corregimiento de Puerto Patiño, Cesar.

### ***1.3.2 Objetivos específicos***

Analizar el mercado local en cuanto a la demanda y oferta que tendrá una Cooperativa de Pescadores en Puerto Patiño.

Determinar la estrategia de los productos y servicios ofrecidos por la cooperativa.

Establecer la estrategia de precio que asumirán los pescadores que se asocien a la Cooperativa.

Presentar estrategias de promoción y publicidad sobre los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa.

#### **1.4 Justificación**

Las cooperativas tienen un papel fundamental en la economía social, ya que son agentes de desarrollo económico con impacto social. Su presencia está en todos los sectores económicos. (Marcillo, 2019).

Integrar a los pescadores de Puerto Patiño, en una Cooperativa, generará, sin duda, muchos beneficios y ventajas a la hora de comercializar su producto ya que les generará menos costos y riesgos en el transporte puesto que es un alimento que se descompone rápidamente, y la conservación por parte de los pescadores no es la más adecuada porque no cuentan con refrigeradores y congeladores que permiten su durabilidad. Asimismo, generará beneficios en cuánto al mejoramiento del nivel de vida del asociado y de su núcleo familiar, se maximizan los

beneficios comunitarios, puesto que representará un desarrollo económico, social y familiar de los pescadores.

Otro factor importante y que beneficia altamente a los pescadores de Puerto Patiño, será la obtención de créditos y la asistencia a capacitaciones que ayuden a mejorar los conocimientos en las áreas que desean.

Así mismo, el hecho de que una cooperativa sea la que adquiera el producto para su posterior comercialización, es garantía de un control eficiente en el mejoramiento del medio ambiente en lo que tiene que ver con los desechos sólidos y malos olores que expelen este tipo de producto.

## **1.5 Delimitaciones**

### ***1.5.1 Delimitación operativa***

La información se recolectó través de la aplicación de encuestas, a la población objeto de estudio. En caso de presentarse dificultades como la profundización del estudio, la recolección de encuestas y análisis de datos en la obtención de dicha información y el diseño de la creación de la cooperativa, se recurrirá al director de la investigación, con el fin de buscar las soluciones que permitan el logro de los objetivos específicos.

### **1.5.2 Delimitación conceptual**

Durante el desarrollo de la investigación se abordarán conceptos como: Economía Solidaria, Cooperativismo, Cooperativa, Contrato Cooperativo, Principios Cooperativos, Asociados, Asamblea General de Asociados, Junta Directiva, Pesca, Comercialización y Distribución.

### ***1.5.3 Delimitación geográfica***

La investigación se realizará en el corregimiento de Puerto Patiño, Departamento del Cesar, república de Colombia.

### ***1.3.4 Delimitación temporal***

La presente investigación se desarrollará en un tiempo de ocho (8) semanas, a partir de la aprobación del anteproyecto del presente año 2022.

## Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Marco histórico

La economía solidaria tiene su origen a partir de la creación de las Cooperativas que nacieron en las grandes industrias debido a la desigualdad y necesidades de la clase obrera. Además, Muchos ideólogos buscaron darle una solución a esta desigualdad y fomentaron la creación de empresas con características de cooperativas no solidarias, algunas salieron a delante y otras no lograron sobrevivir, en razón a que no existía la solidaridad, y también porque no existía un modelo claro sobre cómo darle el manejo y la administración a este tipo de economía. (Garzón, 2011)

Por lo tanto, la cooperativa era una empresa y que todos eran dueños de ella, donde con dedicación, trabajo en equipo y responsabilidad administrativa lograron formar una gran cooperativa, que sirvió de modelo para crear muchas más en Inglaterra y se extendiera por todos los países del mundo. Si embargo, llega el modelo a Colombia que ya existían formas asociativas como son las comunidades indígenas y las afrocolombianas que integraban la ayuda mutua, la solidaridad y la cooperación; para su época se llamaban así: Minga, convite, mano prestada, Faeba, Waki, Ayni y Pasanacu. (Garzón, 2011)

A la llegada de los españoles las culturas más desarrolladas eran la Tairona y la Muisca. “Tenían grandes aldeas densamente pobladas, agricultura muy adelantada por sus técnicas y sus cultivos en terraza, cerámica y textiles desarrollados, activo comercio, la sociedad organizada en sectores bien diferenciados por la riqueza o por el oficio, y un gran adelanto político ya que los

cacicazgos se unían o estaban en vías de formar grandes confederaciones. Pero con la llegada de los españoles, surgieron nuevas formas con el resguardo, la encomienda y la mita, para las relaciones indígenas; para la población negra traída de África se revivió la esclavitud estas comunidades trabajaban y ayudaban a los necesitados, pero no era una ayuda solidaria lo que existía, sino un sometimiento para apropiarse y explotar a las comunidades apropiándose de lo que se producía y lo disfrazaban a través de la caridad. (Garzón, 2011)

Al verse sometidos, los negros escapaban y formaron sus propias organizaciones que llamaron “PALENQUES”, donde imperaba la armonía, la cooperación y lo que se producía era en forma comunitaria.

Después de la independencia la Oligarquía se vio necesitada de mano de obra para trabajar las tierras y la burguesía requirió de mano de obra para sus empresas; lo que conllevó a que se terminara la esclavitud y los resguardos. Para este momento existían problemas a los que había que darles una solución, y fue así como los estudiosos de esa época en Colombia crearon la Asociación Mutual la Caridad en 1841, en 1899 se crearon las “Sociedades de socorro mutuo” en las ciudades de Manizales, Bogotá y Cúcuta. (Garzón, 2011)

En 1904 el General Rafael Uribe y Benjamín Herrera presentan un plan cooperativo para fomentar el agro y defender los derechos de los trabajadores, abogaban por la creación de restaurantes populares, colonias de vacaciones, cajas y ahorros, sindicatos y cooperativas.

A partir de la década de los treinta se empezó a incrementar el desarrollo del cooperativismo, en 1931 el congreso aprobó la primera ley cooperativa con la ley 134 de 1931.

En 1932 con el decreto Ley 874 dicta medidas para el fomento cooperativo.

El decreto 1339 reglamenta la ley 134. En el 1963 el gobierno dicta el decreto ley 1598 que se constituye en el nuevo marco legal del cooperativismo colombiano, con este decreto ley se inicia el auge del cooperativismo en Colombia. Mediante el decreto 1587 de 1963 se establece la Superintendencia de cooperativas, posteriormente por decreto 1629 del mismo año se le da estructura y funciones a la superintendencia. En 1968 por decreto 2059 se reglamenta el decreto 1598 de 1963. (Garzón, 2011)

En 1981 la Ley 24 transforma la superintendencia en Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas DANCOOP e, cual funcionó hasta la expedición de la ley 454 de 1998. En 1989 se expiden los decretos leyes 1333, 1480, 1481 y 1482 que regulan las formas solidarias de las precooperativas, asociaciones mutuales, fondos de empleados y administraciones públicas cooperativas, respectivamente. En 1990, se expide el Decreto 486 que reguló las cooperativas de trabajo asociado hasta la expedición del Decreto 4588 de 2006 que lo derogó. En 1998 mediante la ley 454 se transforma el DANCOOP en DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA - DANSOCIAL.

A la luz de la Ley 454 de 1998, se denomina Economía Solidaria al sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas, en formas asociativas identificadas por prácticas auto gestionado solidario, democrático y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía (Sandoval, 2013).

Por consiguiente, en 1994 la ONU estimó que el sustento diario de más de 3.000 millones de personas (la mitad de la población mundial) era asegurado o facilitado por empresas cooperativas, ya que tiene importantes sectores de población son miembros de cooperativas en todo el mundo. En Argentina existen más de 18.000 cooperativas que reúnen a una cifra superior a los 9 millones de miembros. (Garzón, 2011)

En Bélgica existían unas 30.000 cooperativas en 2001. En Canadá una de cada 3 personas es miembro de una cooperativa. Solo el movimiento Desjardins en Quebec reúne a más de 5 millones de socios. En Colombia y Costa Rica un 10% de la población es miembro de cooperativas. En los Estados Unidos un 25% de su población es miembro de una cooperativa. En India los miembros de cooperativas superan los 240 millones de personas. En Japón una de cada 3 familias es cooperativista. En Kenia una de cada 5 personas es socia de una cooperativa. En

Singapur los cooperativistas son 1.400.000, lo que representa una tercera parte de su población.

En Bélgica las cooperativas farmacéuticas tienen una participación en el mercado de

de la leche, 19.5%. En Brasil las cooperativas producen el 72% del trigo, el 43% de la soja, 39% de los 1.300 millones de dólares. En Bolivia una sola cooperativa de ahorro y crédito maneja alrededor de la cuarta parte de los ahorros nacionales. En Colombia las cooperativas de salud atienden a un 25% de la población del país. (Garzón, 2011)

rurales En Corea las cooperativas agrícolas reúnen a más de 2 millones de productores (un 90% del total) y facturan anualmente una cifra superior a los 11.000 millones de dólares.

Adicionalmente las cooperativas pesqueras coreanas tienen una participación en el mercado de un 71%. En Chipre las cooperativas representan el 30% del sector bancario y son responsables de la comercialización del 35% de su producción agropecuaria. En Eslovenia las cooperativas agrícolas son responsables del 72% de la producción lechera, 79% de la ganadera, 45% de la de trigo y 77% de la de patatas. (Garzón, 2011)

En Finlandia las cooperativas son responsables de la producción de un 74% de los alimentos, un 96% de los lácteos, un 50% de la producción de huevos, 34% de la producción forestal y manejan un 34% de los depósitos en el sistema financiero.

En Hungría las cooperativas de consumo fueron responsables del 14.4% de las ventas minoristas de artículos generales y de alimentos durante 2004. En Japón las un 91% de los productores agropecuarios son socios de cooperativas que en conjunto facturan anualmente una cifra superior a los 90.000 millones de dólares. En Kenya las cooperativas tienen una participación del 45% en el PBI del país y gestionan el 31% de los depósitos y ahorros nacionales. Además, producen un 70% del café, un 76% de los productos lácteos y un 95% del algodón. (Garzón, 2011)

En Moldavia las cooperativas de consumo son responsables del 6.8% del comercio minorista. En Noruega las cooperativas producen el 99% de la leche y derivados, las cooperativas de consumo manejan el 25% del mercado, las pesqueras son responsables del 8.7% de las exportaciones nacionales y las forestales tienen una participación del 76% en el sector.

Por tanto, en Polonia las cooperativas producen el 75% de la leche y derivados. En el

Reino Unido la mayor agencia de viajes independiente es una cooperativa. En Singapur las cooperativas de consumo tienen una participación del 55% en el sector de supermercados y facturan una cifra superior a los 700 millones de dólares anuales. En Suecia las cooperativas de consumo tienen una participación de 17.5% en su mercado. Además, en Uruguay las cooperativas producen el 90% de la leche y sus derivados, el 34% de la miel y el 60% del trigo nacional. En Vietnam la actividad de las cooperativas representa un 8.6% al Producto Bruto interno. (Garzón, 2011)

Las cooperativas dan empleo a más de 100 millones de personas en todo el mundo, lo que representa un 20% de lo que aportan las empresas multinacionales en esta materia. Ya que sólo en Europa los bancos cooperativos emplean a más de 700.000 personas En Canadá las cooperativas dan empleo a más de 160.000 personas.

En Colombia una cooperativa de salud es la segunda empresa en el ranking nacional de generación de empleo. En Eslovaquia las cooperativas emplean a más de 75.000 personas. En Francia 21.000 cooperativas dan empleo a más de 700.000 personas. Sin embargo, en Kenya las cooperativas emplean a más de 250.000 personas. En Uruguay las cooperativas dan empleo directo o indirecto a más de 40.000 personas, cifra equivalente a casi un 3% de la población económicamente activa en el país. (Garzón, 2011)

Finalmente, en el Cooperativismo en Colombia las ideas de los precursores y el interés de otros políticos y estadistas tuvieron su culminación cuando el Congreso de 1931 aprobó la primera Ley cooperativa – la número 134 de ese año – en cuya preparación participaron juristas conocedores del sistema. A partir de la década de los treinta el desarrollo del cooperativismo se

fue incrementando satisfactoriamente. De acuerdo con datos estadísticos en 1933 existían 4 cooperativas cuyos asociados eran 1807; para 1962 el número de estas entidades llegaba a 759 con cerca de 450.000 Asociados.

En Colombia, aunque su proceso aún no ha adquirido las magnitudes de otros países, existen cooperativas que están pisando con fuerza en sectores como la salud, la agricultura, los seguros, la industria, el mercado masivo de productos de la canasta familiar, las actividades de intermediación financiera y los servicios funerarios. Actualmente existen más de 2800 organizaciones activas, 2.2 millones de asociados y activos que superan los 5.2 billones de pesos.

Durante el año 2000 el sector solidario registró excedentes brutos cercanos a los 214.000 millones de pesos y la mayoría de entidades cooperativas crecieron en activos entre el 12% y el 25%. (Garzón, 2011)

## **2.2 Marco contextual**

La realización del presente proyecto se efectuará en el departamento del Cesar, corregimiento Puerto Patiño en el barrio Central, para la investigación se tomaron los siguientes aspectos como:

### ***2.2.1 Reseña histórica de Puerto Patiño***

Puerto Patiño Cesar es un corregimiento de Aguachica, está ubicado al sur occidente del departamento del Cesar, a una distancia de 43.7 km desde el casco urbano del municipio de Aguachica. Se accede por la vía doble calzada Ruta del Sol, por el punto de desvío conocido

como once reses, a partir del punto de desvío se continúa en vía terciaria destapada.

Fue fundada por el señor Milcíades Patiño, la cual tiempo atrás contaba con cinco casas de veragüe. Además, hace muchos años apareció un señor con mucho poder económico llamado Antón García de Bonilla, era dueño de tierras como Ocaña, Río de oro, los Ángeles, Barrancabermeja. Antón García tuvo tres hijas y esposa llamada María, por ello surgió el nombre de la Ciénaga Doña María.

Actualmente Puerto Patiño cuenta con una población de 1217 habitantes. La comida típica del pueblo es arroz, pescado frito, yuca y limonada; sus fiestas patronales es el 16 julio la cual se celebra la Virgen del Carmen y el 11 de noviembre se celebra a San Martín de Loba, los juegos tradicionales era el yervis, el ponchado y la culebrita. Los dulces típicos en semana santa son el de frijol, coco, ñame, y orejero.

La ciénaga de Doña María ofrece una vista hermosa al atardecer y amanecer, avistamiento de la flora y fauna, además, brinda una fuente de sustento económico y de seguridad alimentaria gracias a las actividades de pesca.

### **2.3 Marco conceptual**

**Economía solidaria** La Economía Solidaria es una corriente económica reciente que está asociada al corporativismo y a las organizaciones solidarias, así como el comercio justo. Todos defendieron nuevos modelos económicos para el bien común y la justa distribución de la riqueza (Luz Reyes Torres, 2020).

**Cooperativismo:** El Cooperativismo es un movimiento Socio-económico basado en valores y principios de igualdad y equidad. Las personas se organizan y asocian voluntariamente en empresas cooperativas de propiedad conjunta y democráticamente controladas para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales. Para lograr esto, los socios de las cooperativas deben estar en un constante aprendizaje de los procesos asociativos y económicos del modelo cooperativo. Además, deben conocer las bases legales y los procesos organizativos de las cooperativas (Reyes, 2020).

**Cooperativa:** Las cooperativas en el sector de la pesca de pequeña escala son una manera de maximizar los beneficios comunitarios a largo plazo para hacer frente a las amenazas que suponen una mala gestión en el sector pesquero la inseguridad en los medios de subsistencia y la pobreza, que son la cruda realidad de muchos de los pescadores en pequeña escala de todo el mundo (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, [FAO], 2013).

Es acuerdo cooperativo el contrato que se celebra por un número determinado de personas, con el objetivo de crear y organizar una persona jurídica de derecho privado denominada cooperativa, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro. Toda actividad económica, social o cultural puede organizarse con base en el acuerdo cooperativo (Superintendencia de economía solidaria, 2011).

**Principios cooperativos:** Los principios cooperativos son pautas para que las cooperativas pongan en práctica sus valores. Los principios constituyen el núcleo de las cooperativas y están

estrechamente ligados, de forma que si se ignora uno se menosprecian los demás. Estos principios son:

Asociación Voluntaria y abierta, las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.

Control democrático de los miembros, las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones.

Participación económica, los miembros contribuyen equitativamente y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.

Autonomía e Independencia, las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones, (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.

Educación, Entrenamiento e información, las cooperativas proporcionan educación y entrenamiento a sus miembros, representantes electos, dirigentes y empleados de modo que puedan contribuir eficazmente al desarrollo de sus cooperativas.

## Cooperación entre Cooperativas, las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente

movimiento cooperativo trabajando en conjunto o mediante las estructuras  
nacionales e internacionales. (Confecoop, 2001).

y fortalecen el movimiento  
locales, nacionales

Como organización se considera un medio necesario para la extensión de la

**Asociados**

en los valores de la solidaridad y la

autonomía humana a formas de convivencia inspirada

el derecho constitucional de asociación de las

fructíferos, así como un medio de expresión del derecho

de las personas. (Calero, 2013).

personas naturales o jurídicas, o ambas, que, en

Asociación nos referimos a un grupo de personas

actividades de carácter no lucrativo

por virtud a su derecho inherente a asociarse, realizan actividades

deportistas, de defensores de sitios o

(caritativas, culturales, políticas, de caza, de pescador

de las cuales involucra que puedan percibir

monumentos en peligro) pero de carácter económico

con la finalidad noble que hayan elegido

el dinero más no repartirlo entre ellos sino destinarlo a la

(Guzmán, 2020).

la Asamblea General es el órgano máximo de

**Asamblea General de Asociados:** La Asamblea

de los afiliados asistentes y representados

en la dirección de la Asociación y está constituida por todos

de los asociados y voto en las decisiones de la

que estén activos, quienes tienen voz en las deliberaciones

de todos los asociados, siempre que se hayan

convocado a la asamblea general. Sus decisiones son obligatorias para

de las disposiciones y estatutarias.

de acuerdo con el votado de conformidad con las normas legales, reglamentos

de las siguientes: Asamblea Ordinaria: Las

Las reuniones de la Asamblea General serán las

de los primeros meses siguientes al

ordinarias se efectuarán una vez al año, dentro de los

vencimiento de cada periodo económico; con el fin de examinar la situación general de la asociación, efectuar los nombramientos cuya elección le corresponda, considerar y aprobar las cuentas del último ejercicio y presupuesto para el siguiente año. Y también la Asamblea Extraordinaria: La asamblea se reunirá en forma extraordinaria en cualquier época del año cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la asociación así lo ameriten, por convocatoria de la junta directiva y a través de su presidente o de un número plural de asociados que representen por lo menos, la quinta parte del total de los asociados. La convocatoria mínima a esta asamblea será de cinco días hábiles y en ella deberá insertarse el orden del día de la reunión, sin que sea posible, bajo ningún motivo, tratar temas distintos de este durante la asamblea. Por ultimo por derecho propio: Si no fuere convocada oportunamente la Asamblea ordinaria se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes (Asomipa asociación, 2000).

**Junta Directiva:** Una junta directiva es el órgano de gobierno de una organización. Ésta toma decisiones sobre la política de la organización y vigila que se lleven a cabo. La junta vigila las operaciones financieras de la organización a través de su tesorero. Es responsable de sus errores, decisiones erradas o actividad financiera ilegal. Si el contador de la organización trata de cometer un acto deshonesto, la junta deberá ponerlo en evidencia. La junta es la encargada de contratar y supervisar al director (si es que lo hay) y de controlar las operaciones de la organización.

Generalmente no interfiere con las decisiones diarias, pero puede trabajar con el director y pedirle que haga algo específico para solucionar un problema o que trate un determinado tema. También puede despedir al director si considera que su desempeño no es satisfactorio o que está

haciendo algo ilegal, si no se relaciona bien con los empleados o no comparte los objetivos de la organización (Centro de Desarrollo Comunitario, 2002).

**La pesca:** La pesca es la captura de organismos acuáticos en zonas marinas, costeras e interiores. La pesca marítima y continental, junto con la acuicultura, proporcionan alimentos, nutrición y son una fuente de ingresos para unos 820 millones de personas en todo el mundo, mediante su recolección, procesamiento, comercialización y distribución. Para mucha forma también parte de su identidad cultural tradicional. Una de las mayores amenazas para la sostenibilidad de los recursos pesqueros mundiales es la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (FAO, 2005).

**Comercialización:** La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal (Secretaría económica, 2012).

**Distribución:** Una serie de organizaciones interdependientes que facilitan la transferencia de la propiedad del producto a medida que pasa del fabricante al usuario o consumidor comercial. (Velásquez, 2012)

## 2.4 Marco teórico

### ***2.4.1 Teoría económica comprensiva, economía solidaria y desarrollo sustentable***

Desde los comienzos del capitalismo moderno y hasta nuestros días, gran parte de la humanidad ha querido, esperado o activamente perseguido un cambio profundo en los modos de organización y operación de la economía. Muchos aspiran al cambio porque experimentan la marginación, la exclusión y la pobreza, o porque sufren directamente la injusticia de este sistema. Otros buscan el cambio porque los modos de operar, de relacionarse y de organizar los procesos de producción, distribución, consumo y acumulación capitalistas, basados en el afán desmedido del lucro, la competencia desenfrenada, el consumismo, la subordinación del trabajo al capital, contradicen sus ideales, sus valores, sus principios intelectuales, morales y espirituales.

En la búsqueda de una nueva economía se han desplegado procesos históricos, luchas sociales, experiencias organizativas y dinámicas ideológicas y políticas de enorme magnitud.

Tales procesos han seguido dos direcciones principales: la de una transformación 'sistémica' o macro social, por un lado, en que el énfasis ha sido puesto en la acción política y en proyectos de economía estatal o socialista; y la de creación de alternativas microeconómicas, por el otro, en que se enfatiza la experimentación y desarrollo de iniciativas cooperativas, autogestionarias, comunitarias y solidarias. En ambas orientaciones han participado millones de personas y multitudes de variados grupos y organizaciones, en todos los países del mundo.

Ambas dinámicas transformadoras y alternativas respecto del capitalismo,

orientadas por el objetivo de instaurar la ética y los valores de justicia y de solidaridad en la organización y en el comportamiento económico, han estado acompañadas y guiadas por pensamiento social, por idearios ético-políticos, por la formulación intelectual de estrategias, proyectos y programas de acción transformadora; con éstas han sido formados muchísimos dirigentes, intelectuales, comunicadores y políticos, en distintos niveles y grados. Los resultados reales de estos gigantescos esfuerzos, luchas y trabajos son insatisfactorios, precarios, fragmentarios, parciales. De hecho, el capitalismo continúa predominando, mientras las alternativas que se han creado tienen grandes limitaciones y dificultades para consolidarse y desarrollarse. No obstante, ello estamos convencidos de que las razones, contradicciones y problemas que impulsan estas búsquedas no solamente continúan vigentes, sino que se han venido acentuando y tornando cada vez más evidentes, al punto que encontrar las formas de lograr una rápida y eficaz expansión de los procesos transformadores y la creación de las alternativas, aparece hoy día ya no solamente como una aspiración de muchos sino como una verdadera necesidad de la sociedad en su conjunto. (Razeto, 2002)

Hemos estudiado e investigado mucho para comprender las causas de las limitaciones e insuficiencias de los resultados hasta hoy obtenidos en estos procesos. Entre tales causas, una principal que hemos identificado es la carencia de una rigurosa teoría económica, que ofrezca una comprensión realmente científica de los problemas y de sus posibles respuestas, tanto en cuanto al diagnóstico crítico de la economía realmente existente, como de los proyectos transformadores y alternativos posibles, así como de las formas de construirlos y desarrollarlos. En efecto, el pensamiento, los idearios, las formulaciones de nuevos modelos y proyectos, que

han acompañado históricamente las mencionadas búsquedas de una nueva y superior economía, han sido elaborados fundamentalmente a nivel de doctrinas ético-filosóficas o de ideologías ético-político-económicas, y no de teoría económica científica.

Superar esta insuficiencia, mediante la elaboración de teorías económicas rigurosas, coherentes y consistentes, que proporcionen un cabal conocimiento de las racionalidades económicas dadas y de aquellas posibles de ser desarrolladas, es el sentido profundo que tiene nuestra investigación. La hemos desplegado en torno a tres ejes temáticos fundamentales: la Economía Solidaria a nivel microeconómico y sectorial; la democratización del mercado y el Desarrollo Sustentable como procesos y proyectos de nivel social; y la Teoría Económica Comprensiva como nueva estructura del conocimiento y la proyección de la economía en su conjunto, capaz de proporcionar un adecuado entendimiento de la pluralidad de formas económicas, y de las relaciones entre la economía de intercambios, la economía pública o estatal, y la economía solidaria. Dinámicas, estructuras, relaciones y experiencias que requieren ser comprendidas científicamente para que puedan eficazmente transformarse, perfeccionarse y desarrollarse (Razeto, 2002).

#### ***2.4.2 Teoría de distribución, Adam Smith***

La teoría clásica de la distribución se basa en la teoría del valor clásica, para explicar cómo se reparte el producto total de una economía entre los trabajadores (salarios), capitalistas (beneficios) y terratenientes (rentas).

Por lo tanto, el total de la producción debe ser distribuido entre estos tres segmentos poblacionales. A los trabajadores se les remunera con el salario, a los propietarios de la tierra con la renta y a los propietarios del capital con los beneficios.

Smith evidencia que la determinación del salario está dada por un proceso de negociación entre patronos y trabajadores. Y en esta confrontación, ganan los patronos porque tienen mayor poder económico. La necesidad que tiene el patrono del trabajador no es tan grande como la que tiene el trabajador del patrono. Sin embargo, para Smith el salario no se determina por el trabajo incorporado, sino por la negociación entre los trabajadores y los patronos. Ya que, el beneficio es el porcentaje del producto neto que corresponde a los propietarios del capital. Capital es el valor mercantil o precio de los insumos utilizados en la producción. (Padilla, 2020)

Los propietarios del capital merecen remuneración por su audacia al invertir una parte de su riqueza y con ello dar trabajo a otras personas con el fin de producir, transportar y vender mercancías. Sin embargo, Smith deja claro que los beneficios no son una tipología de salario que remunera al trabajo de administración, sino que corresponde enteramente a la cantidad de capital involucrado en la producción.

Rentas: tan pronto como la tierra se vuelve propiedad privada, los terratenientes demandan una renta por el uso de sus tierras, incluso aunque ellos no la trabajen. Dicho pago se entrega en forma monetaria o en especie. Smith señala que hay tierras más demandadas y otras menos demandadas. Esto depende de que el empresario que quiera arrendarlas alcanza a obtener una utilidad bruta que alcance a cubrir la renta y los salarios. Las tierras más demandadas

suministrarán renta al terrateniente, las otras casi nunca lo harán. Así, en Smith se vislumbra una incipiente renta diferencial (Padilla, 2020).

## **2.5 Marco legal**

### **2.5.1 Ley 79 de 1988**

Este artículo es importante, ya que actualiza la legislación de la Cooperativa: Artículo 1º. el propósito de la presente ley es dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional, de acuerdo con los siguientes objetivos de lo cual facilita la aplicación y práctica de la doctrina y los principios del cooperativismo, ya que promueve el desarrollo del derecho cooperativo como rama especial del ordenamiento jurídico general, a su vez contribuye al fortalecimiento de la solidaridad y la economía social. Además, contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia mediante una activa participación. Por último, propender al fortalecimiento y consolidación de la integración cooperativa en sus diferentes manifestaciones. (Congreso de la República de Colombia, 1988, Ley 79, Artículo 1).

### **2.5.2 Ley 13 de 1990**

Artículo 13. Organizar sistemas adecuados de control y vigilancia para asegurar el cumplimiento de las normas que regulan las actividades de pesca e imponer las sanciones respectivas. En materia de pesca marina actuará en coordinación con la Armada Nacional (Congreso de la República de Colombia, 1990, Ley 13, Artículo 13).

### ***2.5.3 Ley 99 de 1993***

Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.

Artículo 2. Creación y Objetivos del ministerio del medio ambiente. créase el ministerio del medio ambiente como organismo rector de la gestión del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, encargado de impulsar una relación de respeto y armonía del hombre con la naturaleza y de definir, en los términos de la presente ley, las políticas y regulaciones a las que se sujetarán la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, aprovechamiento de los recursos naturales renovables y el medio ambiente de la Nación a fin de asegurar el desarrollo sostenible. (Congreso de la República de Colombia, 1993, Ley 99, Artículo 2).

## **Capítulo 3. Diseño metodológico**

### **3.1 Tipo de investigación**

La presente investigación es descriptiva, Definido como aquel que intenta ilustrar las propiedades, características y perfiles de los pescadores, comunidades o cualquier otro fenómeno que requiera análisis. En otras palabras, solo pretende medir o recopilar información sobre la creación de cooperativas, de forma individual o conjunta. (Abreu, 2012).

Por lo tanto, se pretende determinar la aceptación para la creación de la cooperativa de pescadores con el fin de recolectar información que nos permita conocer la producción y distribución actual que utilizan los pescadores al momento de distribuir el producto a los diferentes lugares cercanos.

### **3.2 Población**

La población se define como el total de fenómenos a evaluar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (Tamayo, 1997).

La población de estudio para la presente investigación, estará conformada por 80 pescadores del corregimiento de Puerto Patiño.

### **3.3 Muestra**

Por ser una población reducida y de fácil manejo, ya que se pueden ubicar a todos los pescadores, se tomará la totalidad de la población.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para el cumplimiento de los objetivos, es necesario la obtención de los datos de la población objeto de investigación, el cual se llevará a cabo a través de la técnica denominada encuesta, por medio de un cuestionario como instrumento.

### **3.5 Procedimiento y análisis de la información**

Luego de haber recolectado la información de la encuesta, se llevará a cabo un análisis estadístico, teniendo en cuenta las respuestas por parte de los pescadores del corregimiento de Puerto Patiño Cesar, de esta forma lograr el objetivo general del estudio. Así mismo, se realizará un diagnóstico a las respuestas de cada una de las preguntas formuladas.

## Capítulo 4. Presentación de Resultados

### 4.2 Analizar el mercado local en cuanto a la demanda y oferta que tendrá una Cooperativa de Pescadores en Puerto Patiño

Una vez recolectada la información de la encuesta, será analizada mediante tablas y gráficas:

**Tabla 1**

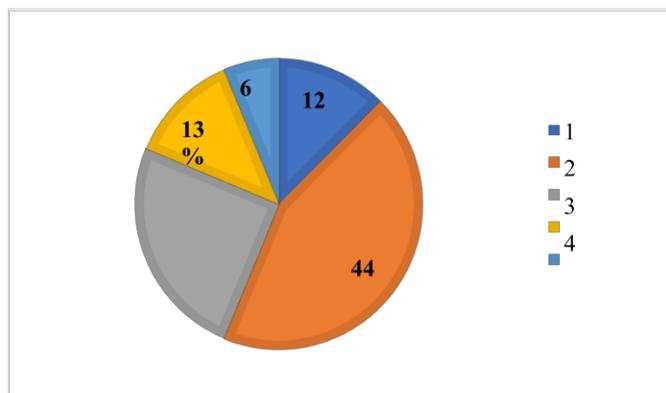
*Cantidad de personas dedicadas a la pesca en la familia del pescador*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1	10	13%
2	35	44%
3	20	25%
4	10	13%
Más de 4	5	6%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la cantidad de personas que según el pescador se dedican en su familia a la actividad de la pesca.

**Figura 1**

*Cantidad de personas dedicadas a la pesca en la familia del pescador*



*Nota:* La figura muestra la cantidad de personas que según el pescador se dedican en su familia a la actividad de la pesca. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas

En la figura 1, se puede observar que el mayor porcentaje de las personas que se dedican a la pesca fue de un 44% lo que quiere decir que por familia solo 2 personas se dedican a esta labor, puesto que no hay un mayor número de miembros en su hogar.

**Tabla 2**

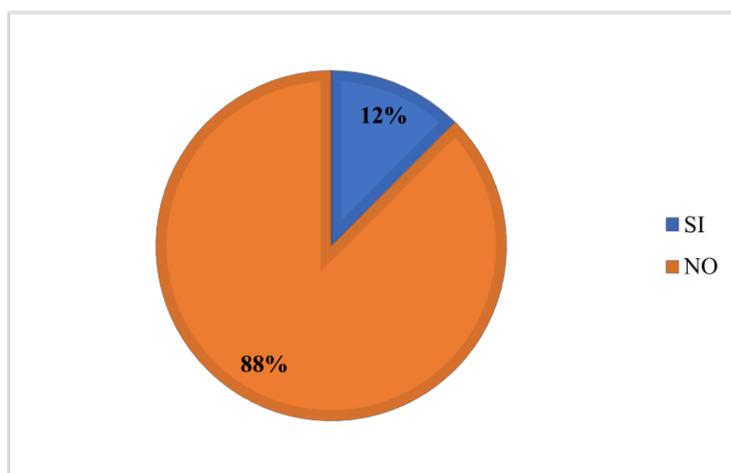
*Suficientes congeladores para almacenar el producto obtenido por la pesca*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	13%
No	70	88%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la información sobre si los pescadores tienen suficientes congeladores para el almacenamiento de los pecados.

**Figura 2**

*Suficientes congeladores para almacenar el producto obtenido por la pesca*



*Nota:* La figura muestra la información sobre si los pescadores tienen suficientes congeladores para el almacenamiento de los pecados. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

Al observar la figura 2, el 88% contestaron que no, ya que estos no cuentan con congeladores para almacenar el producto y el 13% respondieron que sí, puesto que si cuentan con este electrodoméstico para poder conservar el pescado.

**Tabla 3**

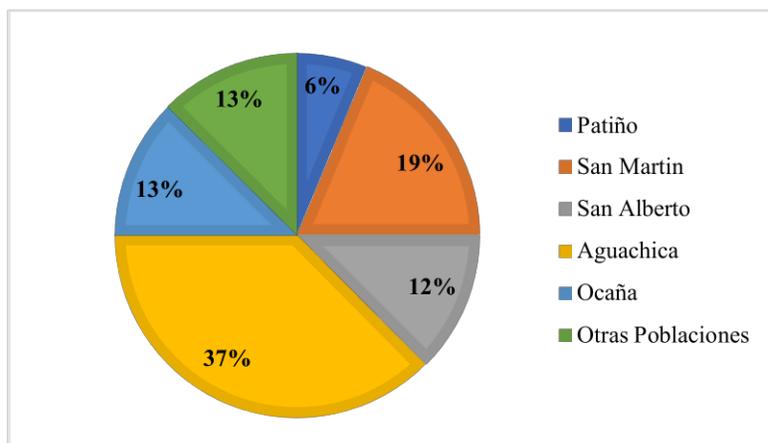
*Municipio donde el pescador vende el producto*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Patiño	5	6%
San Martin	15	19%
San Alberto	10	13%
Aguachica	30	38%
Ocaña	10	13%
Otras Poblaciones	10	13%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la información relacionada con el lugar donde vende su producto el pescador.

**Figura 3**

*Municipio donde el pescador vende el producto*



*Nota:* La figura muestra la información relacionada con el lugar donde vende su producto el pescador. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

El 38% de los encuestados, respondieron que en Aguachica es en donde más se vende el

producto, porque tiene clientes fijos, lo cual va hacer de que su venta se haga de forma más rápida, y a su vez van a tener menos riesgos de que se descomponga el pescado. Y el menor porcentaje es del 6% ya que su venta es en el corregimiento de Puerto Patiño y estos no manejan un buen presupuesto para dicha compra.

### **Diagnóstico situacional del primero objetivo**

Para el diagnóstico del primer objetivo, se puede decir, que la demanda y oferta que tendrá la cooperativa de pescadores en puerto Patiño Cesar será viable, ya que un gran porcentaje de la población se dedica a la pesca y no cuentan con congeladores para conservar el producto. Así mismo, es un producto muy consumido por los pueblos aledaños del corregimiento, además la venta del pescado será asequible para los consumidores.

### **4.3 Determinar la estrategia de los productos y servicios ofrecidos por la cooperativa**

**Tabla 4**

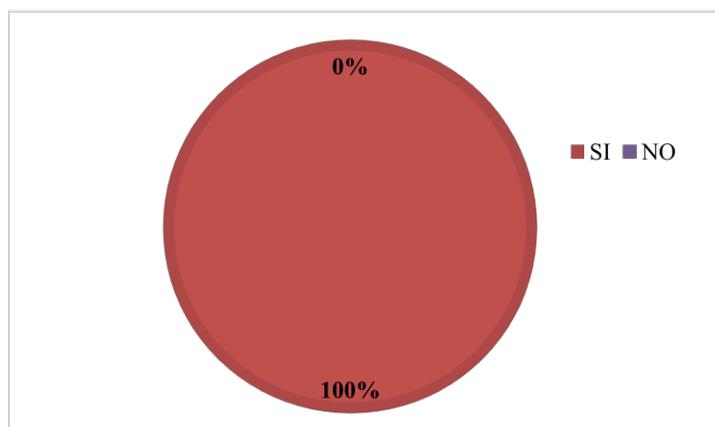
*Consideración frente a la cooperativa que apoye a los pescadores en la venta del producto y su beneficio*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	80	100%
No	0	0%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la posición de los pescadores frente a cooperativa y los beneficios que le brindaría.

**Figura 4**

*Consideración frente a la cooperativa que apoye a los pescadores en la venta del producto y su beneficio*



*Nota:* La tabla muestra la posición de los pescadores frente a cooperativa y los beneficios que le brindaría

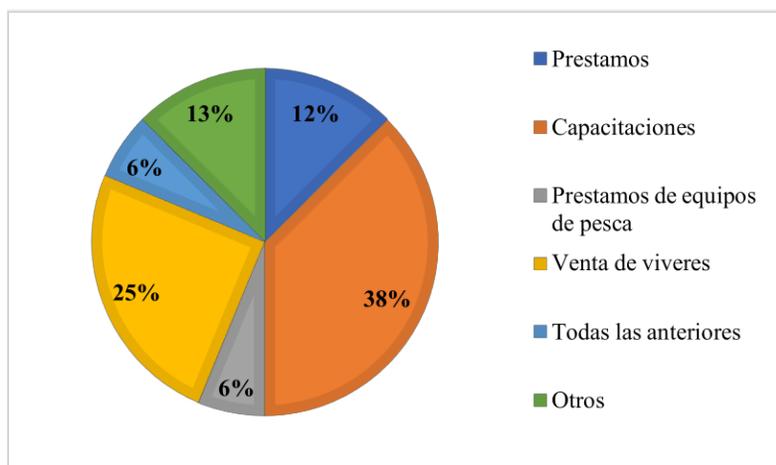
Se puede observar en la figura 4, que el 100% de todos los encuestados contestaron que sí sería de gran beneficio una cooperativa, puesto que les facilitaría su venta, y a su vez les ahorraría tiempo y dinero, además les brindará un trabajo estable lo cual hará que la economía en el corregimiento sea mejor y las familias tengan una mejor vida.

**Tabla 5**  
*Servicios que le gustaría que ofreciera la Cooperativa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Préstamos	10	13%
Capacitaciones	30	38%
Préstamos de equipos de pesca	5	6%
Venta de víveres	20	25%
Todas las anteriores	5	6%
Otros	10	13%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la información sobre los demás servicios que les gustaría recibir en la cooperativa a los pescadores. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

**Figura 5**  
*Servicios que le gustaría que ofreciera la Cooperativa*



*Nota:* La figura muestra la información sobre los demás servicios que les gustaría recibir en la cooperativa a los pescadores. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

Las personas encuestadas están de acuerdo que se presten otros servicios, ya que esto hará que la cooperativa aumente su utilidad, y así mismo de que las personas se beneficien en los diferentes servicios que prestará la misma.

### Diagnóstico del segundo objetivo

En cuanto al segundo objetivo será de gran beneficio para la cooperativa, ya que se ahorrará tiempo y dinero, puesto que esto les facilitará su venta, así mismo, brindará un trabajo estable. Además, la cooperativa prestará otros servicios para adquirir ingresos, y así, aumentar su utilidad.

### 4.3 Establecer la estrategia de precio que asumirán los pescadores que se asocien a la

#### Cooperativa

**Tabla 6**

*Conformidad del pescador con el precio que obtiene por la venta del producto*

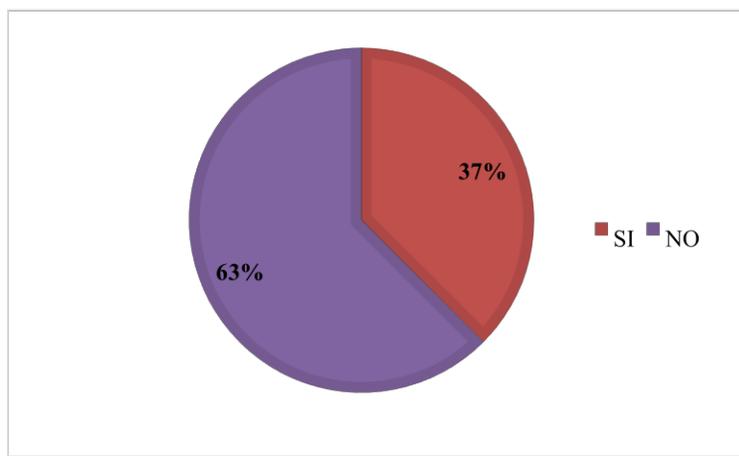
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
------	------------	------------

Si	30	38%
No	50	63%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la conformidad del pescador frente al precio al que vende su producto.  
Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

**Figura 6**

*Conformidad del pescador con el precio que obtiene por la venta del producto*



*Nota:* La figura muestra la conformidad del pescador frente al precio al que vende su producto.  
Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

El 63% no está conforme con la venta del producto ya que este no alcanza a cubrir los gastos que ellos tienen al trasladarse a los diferentes municipios para la venta del pescado, y el 38% respondieron que sí puesto que prefieren vender a cualquier precio el producto antes de que

de pescadores en Puerto Patiño

Porcentaje
88%
13%
100%

filiarse a la cooperativa de

**Tabla 7**

*Posición frente a la posibilidad de afiliarse a la cooperativa de*

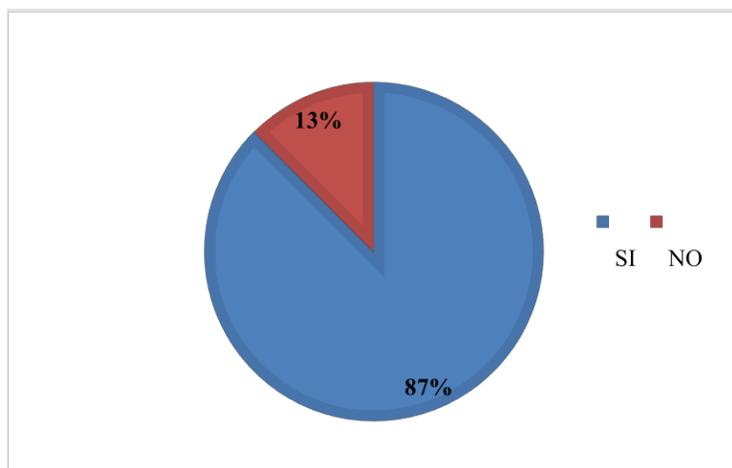
Ítem	Frecuencia
Si	70
No	10
Total	80

*Nota:* La tabla muestra la posición frente a la posibilidad de a

pescadores en Puerto Patiño. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

### Figura 7

*Posición frente a la posibilidad de afiliarse a la cooperativa de pescadores en Puerto Patiño*



*Nota:* La tabla muestra la posición frente a la posibilidad de afiliarse a la cooperativa de pescadores en Puerto Patiño.

Al observar la figura 7 el 88% de la población contestó que les gustaría afiliarse a la cooperativa; el 13% manifestó que no se afiliaría, ya que quieren ver los resultados y beneficios más adelante de la creación de la misma.

### Tabla 8

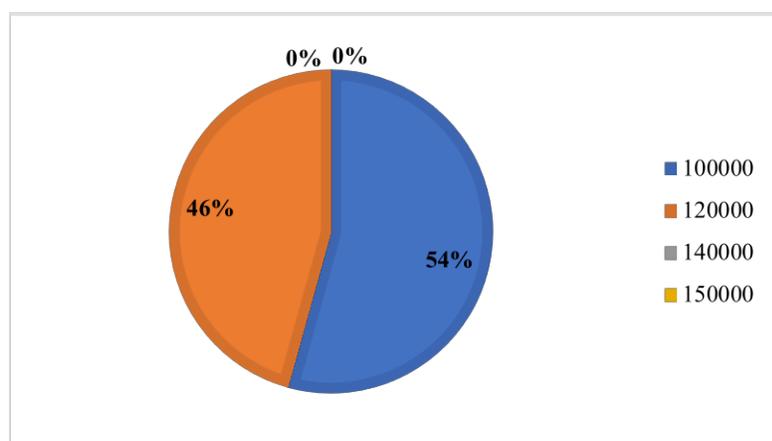
*Valor dispuesto a aportar, por una sola vez, para la posible creación de la cooperativa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$ 100.000	38	54%
\$ 120.000	32	46%
\$ 140.000	0	-
\$ 150.000	0	-
Total	70	100%

*Nota:* La tabla muestra la información sobre el valor que se encuentran dispuestos los pescadores a aportar para la creación de la cooperativa.

**Figura 8**

*Valor dispuesto a aportar, por una sola vez, para la posible creación de la cooperativa*



*Nota:* La tabla muestra la información sobre el valor que se encuentran dispuestos los pescadores a aportar para la creación de la cooperativa. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

Es importante que, si el encuestado respondía Si en la pregunta 7, podía responder la 8. Por tanto, la población encuestada debe tener en cuenta que, para crear la cooperativa, deben realizar un aporte para la creación de la misma; teniendo en cuenta lo anterior se toma la población de 70 pescadores que dijeron que, si se afiliarían a ella, de los cuales el 54% estaría dispuesto a realizar un aporte de 100.000. Así mismo, el 46% respondió que realizaría un aporte de 120.000.

**Tabla 9**

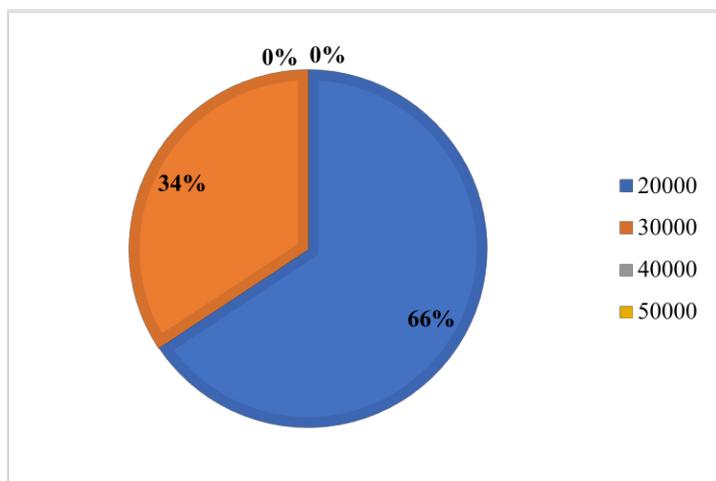
*Valor dispuesto a pagar mensualmente para el sostenimiento en caso de crearse unacooperativa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$ 20.000	46	66%
\$ 30.000	24	34%
\$ 40.000	0	-
\$ 50.000	0	-
Total	70	100%

*Nota:* La tabla muestra la información sobre el valor que mensualmente pagaría el pescador para el sostenimiento de la cooperativa

**Figura 9**

*Valor dispuesto a pagar mensualmente para el sostenimiento en caso de crearse unacooperativa*



*Nota:* La figura muestra la información sobre el valor que mensualmente pagaría el pescador para el sostenimiento de la cooperativa.

Para el sostenimiento de la cooperativa, y poder solventar gastos administrativos, cada asociado debe aportar una cuota mensual. De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 66% estaría en disposición de pagar una cuota de \$20.000 y el 34% de cuota \$30.000.

**Diagnóstico del tercer objetivo**

Por otra parte, la estrategia de precio que asumirán los pescadores que se asocien a la cooperativa será de gran ayuda para su creación y sostenimiento, y así poder solventar los gastos administrativos, por ello cada asociado deberá aportar una cuota mensual para cubrir estos gastos.

#### 4.4 Presentar estrategias de promoción y publicidad sobre los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa

**Tabla 10**

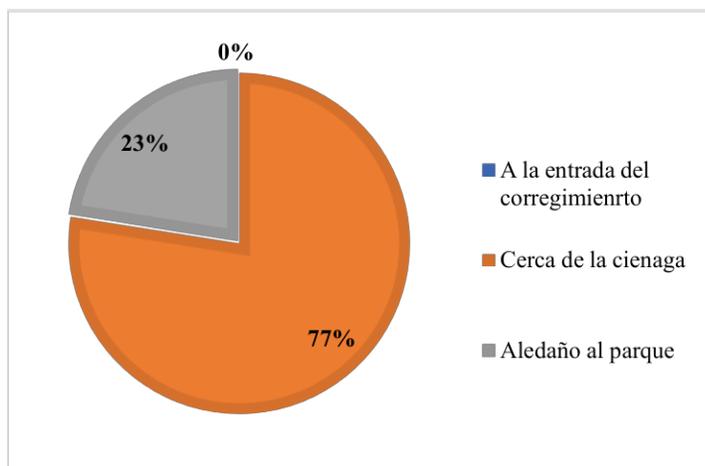
*Lugar del corregimiento de Puerto Patiño que el pescador considera que debe estar ubicada la cooperativa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
A la entrada del corregimiento	0	0%
Cerca de la ciénaga	62	78%
Aledaño al parque	18	23%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la información sobre el lugar de Puerto Patiño que el pescador considera más adecuado para ubicar la cooperativa.

**Figura 10**

*Lugar del corregimiento de Puerto Patiño que el pescador considera que debe estar ubicada la cooperativa*



*Nota:* La tabla muestra la información sobre el lugar de Puerto Patiño que el pescador considera más adecuado para ubicar la cooperativa. Fuente. Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas.

Se observa que, en la anterior gráfica, el 78% estuvieron de acuerdo de que la cooperativa este ubicada cerca de la ciénaga, puesto que para los pescadores se les hará más cerca trasladarse con el producto, y el 23% escogieron que la cooperativa está ubicada alemana al parque porque es la zona céntrica del Corregimiento.

**Tabla 11**

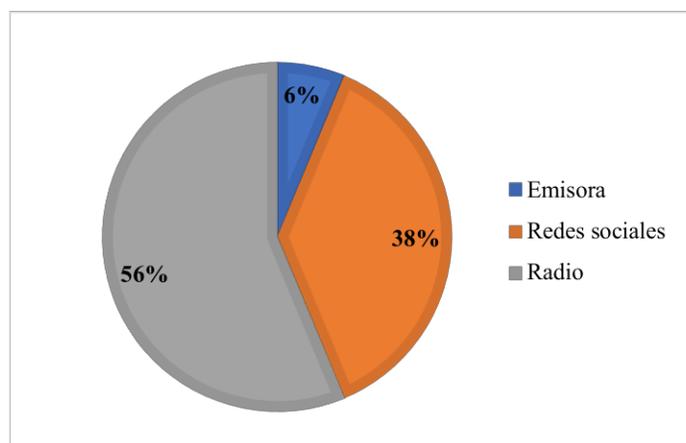
*Medios por los cuales le gustaría enterarse de los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Emisora	5	6%
Redes sociales	30	38%
Radio	45	56%
Total	80	100%

*Nota:* La tabla muestra la información sobre los medios por los cuales los pescadores desean recibir información de la cooperativa.

**Figura 11**

*Medios por los cuales le gustaría enterarse de los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa*



*Nota:* La tabla muestra la información sobre los medios por los cuales los pescadores desean recibir información de la cooperativa.

Las personas encuestadas con un 56% respondieron que el medio que le gustaría enterarse de los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa es por radio, ya que esta es la herramienta más utilizada por los habitantes de Puerto Patiño, Cesar.

### **Diagnóstico del cuarto objetivo**

Por último, las estrategias de promoción y publicidad se harán por medio de radio, el cual es una herramienta que se utiliza en el corregimiento, además se implementará la publicidad por redes sociales para una mayor venta del producto. Por otro lado, un gran porcentaje de la población estuvieron de acuerdo de que la cooperativa este ubicada cerca de la ciénaga, puesto que para los pescadores se les hará más cerca trasladarse con el producto, y así mismo el acceso vehicular será fácil ya que pueden venir los vehículos hacer su respectivo cargué y descargué.

## **Capítulo 5. Conclusiones**

El mercado local presenta una amplia aceptación de la cooperativa de pescadores, donde se determina la demanda y oferta para la creación de la misma.

Por otro lado, la cooperativa les brindará una ayuda para la distribución del producto, y a su vez evitar que genere un gasto adicional.

Referente al precio que asumirán los pescadores para que se asocien a la cooperativa, será de una suma asequible para la creación y sostenimiento.

La cooperativa será conocida por los diferentes medios para su publicidad y promoción.

## Referencias

- Abreu, J. L. (2012). Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 7, 187-197.
- Asomipa, Asociación (2000). *De la asamblea general de asociados*. Obtenido de <http://www.asomipa.org/de-la-asamblea-de-los-asociados/>
- Calero (2013). Personas jurídicas y fiscalizador de las asociaciones. LEX, N°2.
- Confecoop (2001). *Principios cooperativos*. Obtenido de <https://confecoop.coop/uncategorised/principios-cooperativos/>
- Centro de Desarrollo Comunitario, (2002). *Estructura organizacional, comité de directivos*. Obtenido de <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estructura-organizacional/comite-de-directores/principal>
- Congreso de la República de Colombia. (1988, Ley 79, Artículo 1). Obtenido de [https://www.redjurista.com/Documents/ley\\_79\\_de\\_1988\\_congreso\\_de\\_la\\_republica.aspx](https://www.redjurista.com/Documents/ley_79_de_1988_congreso_de_la_republica.aspx)
- Congreso de la República de Colombia, 1990, Ley 13, Artículo 13. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1569656#:~:text=Art%C3%ADculo%2013.,Plan>

*%20Nacional%20de%20Desarrollo%20Pesquero.*

Congreso de la República de Colombia, 1993, Ley 99, Artículo 2. *Obtenido de*

*https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=297#:~:text=2.,en  
%20armon%C3%ADa%20con%20la%20naturaleza.*

FAO (2020). La pesca. *Obtenido de* <http://www.fao.org/fisheries/es/>

Garzón, C. (2011). Historia del Cooperativismo. *Obtenido de*

<https://institucionalcooperativismo.wordpress.com/historia-del-cooperativismo/>

Guzmán, S. (2020). *Asociados. Obtenido de* <https://lpderecho.pe/asociacion-fundacion-y-comite-las-personas-juridicas-en-el-código-civil-peruano/>

Marcillo G., M. (28 de agosto de 2019). *El Comercio de La importancia de las Sociedades*

*Cooperativa. Obtenido de* <https://www.elcomercio.com/cartas/importancia-sociedades-cooperativas-cartas-opinion.html#:~:text=Las%20cooperativas%20tienen%20un%20papel,desarrollo%20>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2019). *Estrategia de Política para el sector de la pesca y agricultura. Un campo para la calidad. Documento N°2.*

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, [FAO], (2013).

*Estrategia de la FOA para las asociaciones con organizaciones de la sociedad civil.*

Obtenido de <https://www.fao.org/3/i34443s/i34443s.pdf>

Padilla, S. (2020). Teoría clásica de la distribución. Obtenido de [https://economipedia.com/definiciones/teoria-clasica-de-la-distribucion.html#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20cl%C3%A1sica%20de%20la,\) %20 y%20terratenientes%20\(rentas\).](https://economipedia.com/definiciones/teoria-clasica-de-la-distribucion.html#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20cl%C3%A1sica%20de%20la,%20y%20terratenientes%20(rentas).)

Razeto, L. (2002). *Teoría económica comprensiva economía solidaria – desarrollo sustentable.*

Obtenido de <https://www.luisrazeto.net/category/contenido/teor%25C3%25ADa-econ%25C3%B3mica-comprensiva-econom%25C3%25ADa-solidaria-desarrollo-sustentable>

Sandoval, M. (2013). *La economía solidaria.* Obtenido de <http://martaisandoval.blogspot.com/2013/01/una-breve-resena-historica.html>

Secretaría de economía. (2012). *Comercialización.* Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercialización>

Superintendencia de economía solidaria, (2011). Glosario de economía solidaria. Obtenido de [https://www.supersolidaria.gov.co/sites/default/files/public/data/glosario\\_2017\\_0.pdf](https://www.supersolidaria.gov.co/sites/default/files/public/data/glosario_2017_0.pdf)

Tamayo. (1997). *Población y muestra.* Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094051/cap03.pdf>

Velázquez, E. (2012). *Canales de distribución y logística.* Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Canales\\_de\\_distribucion\\_y\\_logistica.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf)

## **Apéndice**

## Apéndice 1. Encuesta diseñada para la aplicación a la población de estudio.

### UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

#### Encuesta dirigida a los pescadores del corregimiento de Puerto Patiño, Cesar.

**Objetivo.** Conocer la aceptación de una cooperativa de pescadores en el corregimiento de Puerto Patiño, Cesar.

Caracterización del

entrevistado. Edad \_\_\_ años.

Género: Masculino \_\_\_ Femenino \_\_\_

Estado Civil: Soltero \_\_\_ Casado \_\_\_ Viudo \_\_\_ Separado \_\_\_ Unión libre \_\_\_

Actividad o profesión: \_\_\_\_\_

Estrato a que pertenece: 1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_

Preguntas inherentes a la investigación

1. ¿En su familia, incluyéndose usted cuántas personas se dedican a la labor de la pesca? 1 \_\_\_  
2 \_\_\_  
3 \_\_\_  
4 \_\_\_  
Más de 4 \_\_\_
2. ¿Tiene suficientes congeladores para almacenar el producto obtenido por la pesca? Sí \_\_\_  
No \_\_\_
3. ¿En dónde vende el producto? En Patiño \_  
En San Martín \_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
En San Alberto \_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
En Aguachica \_  
\_\_\_\_\_  
En Ocaña \_\_\_  
Otras Poblaciones \_\_\_\_\_

4. ¿Está conforme con el precio que obtiene por la venta del producto? Sí\_\_  
No\_\_

5. ¿Considera usted que una cooperativa que apoye a los pescadores en la venta del producto sería un beneficio?  
 Sí \_\_\_\_\_  
 No \_\_\_\_\_
6. De crearse una cooperativa de pescadores en Puerto Patiño ¿Usted se afiliaría? Sí \_\_\_\_\_  
 No \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_
7. Además de apoyar en la venta del producto ¿Qué otros servicios le gustaría que ofreciera la Cooperativa? (puede marcar varias opciones)
- Préstamos \_\_\_\_\_  
 Capacitaciones \_\_\_\_\_  
 Préstamo de equipos de pesca \_\_\_\_\_  
 Venta de víveres \_\_\_\_\_  
 Todas las anteriores \_\_\_\_\_  
 Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a aportar, por una sola vez, para la posible creación de la cooperativa?  
 \$100.000 \_\_\_\_\_  
 \$120.000 \_\_\_\_\_  
 \$140.000 \_\_\_\_\_  
 \$150.000 \_\_\_\_\_
9. En caso de crearse una cooperativa, requerirá de una cuota mensual para su sostenimiento ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente?  
 \$20.000 \_\_\_\_\_  
 \$30.000 \_\_\_\_\_  
 \$40.000 \_\_\_\_\_  
 \$50.000 \_\_\_\_\_
10. ¿En qué lugar del Corregimiento de Puerto Patiño, considera que debe estar ubicada la Cooperativa?  
 A la entrada del municipio \_\_\_\_\_ Cerca de la ciénaga \_\_\_\_\_ Aledaño al parque \_\_\_\_\_
11. ¿Por qué medios le gustaría enterarse de los servicios y productos que ofrecerá la cooperativa?

Emisora \_\_\_\_\_ Redes sociales \_\_\_\_\_ Radio \_\_\_\_\_