

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(79)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	DAYANA PAOLA DOMÍNGUEZ JÁCOME CLAIDY LICETH PORTILLO BALLESTEROS		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA		
DIRECTOR	BERTA ISOLINA PÁEZ OSORIO		
TÍTULO DE LA TESIS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA CONOCER LA ACEPTACIÓN DE LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE HOSPEDAJE PARA LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN OCAÑA N.S		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>LA INVESTIGACIÓN TUVO COMO FINALIDAD CONOCER LA ACEPTACIÓN DEL MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA QUE BRINDE EL SERVICIO DE HOSPEDAJE A TODOS LOS UNIVERSITARIOS RESIDENTES DE LA PROVINCIA DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER, SE TUVIERON EN CUENTA LOS ESTUDIANTES DE ESTRATO BAJO YA QUE SON LOS QUE MÁS PRESENTAN DIFICULTADES, EN DONDE SE PUDO CONOCER LAS INSATISFACCIÓN Y LAS NECESIDADES DE LOS UNIVERSITARIOS EN CUANTO A ESTE SERVICIO.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 144	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA CONOCER LA ACEPTACIÓN DE LA
CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE
HOSPEDAJE PARA LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN OCAÑA N.S

AUTORES:

DAYANA PAOLA DOMÍNGUEZ JÁCOME

CLAIDY LICETH PORTILLO BALLESTEROS

Proyecto de grado para optar el título en tecnólogos en Gestión Comercial y Financiera

DIRECTOR:

BERTA ISOLINA PÁEZ OSORIO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

Ocaña, Colombia

Enero, 2019

Índice

Capítulo 1. Investigación de mercados para conocer la aceptación de la creación de una cooperativa para la prestación de servicio de hospedaje para los estudiantes universitarios en Ocaña N.S.	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 General.....	2
1.3.2 Específicos.....	2
1.4 Justificación.....	3
1.5 Delimitaciones.....	4
1.5.1 Conceptual.....	4
1.5.2 Operativa.....	4
1.5.3 Temporal.....	4
1.5.4 Geográfica.....	4
Capítulo 2. Marco referencial	5
2.1 Marco histórico.....	5
2.1.1 El cooperativismo a nivel mundial.....	5
2.1.2 El cooperativismo en Colombia.....	7
2.1.3 El cooperativismo a nivel local.....	10
2.1.4 A nivel mundial.....	12
2.1.5 A nivel nacional.....	13
2.1.6 A nivel local.....	15
2.2 Marco conceptual.....	16
2.2.1 Investigación de mercados.....	16
2.2.2 Cooperativa.....	16
2.2.3 Hospedaje.....	16
2.2.4 Necesidad.....	17
2.2.5 Estudiantes de educación superior.....	17
2.2.6 Demanda.....	18
2.2.7 Oferta.....	18
2.3 Marco teórico.....	18
2.3.1 Cooperativismo.....	18
2.3.2 Emprendimiento.....	19
2.3.3 Demanda y oferta.....	21
2.3.4 Teoría del valor.....	22
2.3.5 Mercado.....	23
2.4 Marco legal.....	25
2.4.1 La Ley 79 de 1988 y la Ley 454 de 1998.....	25
2.4.2 Ley 79/1988. Objetivos de la Presente Ley:.....	26
2.4.3 resolución 0657 DE 2005.....	27
2.4.4. Expedida la norma técnica sectorial NTSH 006.....	27
2.5 Marco contextual.....	29
Capítulo 3. Diseño metodológico	32
3.1 Tipo de investigación.....	32
3.2 Población.....	32

3.3 Muestra.....	33
3.4 Técnicas de recolección de información.....	33
3.4.1 Instrumento de recolección de información.....	34
3.5 Procedimiento y análisis de la información.....	34
3.6 Actividades de elaboración.....	34
Capítulo 4. Resultados del proyecto.....	35
4.1 Información suministrada por los estudiantes.....	35
4.1.1 Diagnóstico general.....	54
4.2 Ventajas y desventajas.....	57
4.2.1 Ventajas.....	57
4.2.2 Desventajas.....	58
4.3 Estrategias.....	59
Capítulo 5. Conclusiones.....	61
Recomendaciones.....	63
Referencias.....	64
Apéndice.....	67

Lista de Tablas

Tabla 1 Número de estudiantes según su sexo.....	35
Tabla 2 Número de estudiantes según el semestre cursado	36
Tabla 3 Tipo de alojamiento de los estudiantes	37
Tabla 4 Medios por los cuales cubren los gastos de alojamiento los estudiantes.....	38
Tabla 5 Clase de trabajo.....	40
Tabla 6 Ingresos de los estudiantes o de las personas que cubren sus gastos de alojamiento .	41
Tabla 7 Aspectos con mayor incidencia para los estudiantes	42
Tabla 8 Estudiantes que saben que es una cooperativa.....	43
Tabla 9 Consideración de los estudiantes en cuanto a la creación de una cooperativa de hospedaje.....	44
Tabla 10 Aporte en dinero que estaría dispuesto hacer los mensualmente los estudiantes	45
Tabla 11 Ubicación de la cooperativa según la consideración de los estudiantes	46
Tabla 12 Medios por los cuales los estudiantes les gustaría conocer la cooperativa.....	47
Tabla 13 Servicios que prefieren los estudiantes en la cooperativa de hospedaje.....	48
Tabla 14 Estudiantes que les gustaría alojarse en la cooperativa y ser asociado.....	49
Tabla 15 Beneficios que a los estudiantes les gustaría que la cooperativa le brindara.....	50
Tabla 16 Estudiantes que consideran necesario la creación de una cooperativa según el semestre.....	52
Tabla 17 Estudiantes que consideran necesario la creación de una cooperativa, según su sexo	53

Lista de Figuras

Figura 1. Tipo de Sexo	35
Figura 2. Semestre	36
Figura 3. Tipo de alojamiento	37
Figura 4. Gastos de alojamiento	39
Figura 5. Clase de Trabajo.....	40
Figura 6. Ingresos	41
Figura 7. Aspectos de mayor incidencia.....	42
Figura 8. Conocimiento del término.....	43
Figura 9. Creación de una cooperativa	44
Figura 10. Aporte mensual	45
Figura 11. Ubicación	46
Figura 12. Medios de publicidad.....	47
Figura 13. Servicios.....	48
Figura 14. Alojamiento y Asociatividad	49
Figura 15. Beneficios.....	51
Figura 16. Consideración según el semestre	53
Figura 17. Consideración según el sexo	54

Resumen

La presente investigación tuvo como finalidad conocer la aceptación del mercado para la creación de una cooperativa que brinde el servicio de hospedaje a todos los universitarios residentes de la provincia de Ocaña norte de Santander, siendo necesaria ya que aún en la actualidad la provincia no ofrece este servicio que funcione como una cooperativa sino que hasta el día de hoy con la investigación llevada a cabo se confirmó que solo se encuentran las casas de familias, los apartamentos compartidos y las habitaciones que ofrecen a los estudiantes residentes instalación durante el transcurso del semestre académico, en donde estos residentes comunican sus inconformidades de este servicio actualmente ya que anuncian que el servicio no les ofrece la calidad esperada y todos los requisitos necesarios y muchas veces no se sienten seguros y cómodos en donde la alimentación no es buena entre otros, afectando así todos estos aspectos su nivel académico.

Para el desarrollo de este trabajo, se tuvo en cuenta los antecedentes, teorías, todos aquellos conceptos y normas importantes de una cooperativa al igual que del servicio de hospedaje, se empleó una investigación descriptiva, ya que era la más apropiada para obtener la información requerida sobre el mercado objeto de estudio y también el grado de aceptación de la necesidad para la creación de esta cooperativa, se utilizó las técnicas y los instrumentos que permitieron reunir los datos para el análisis y la interpretación de la información recolectada como fue la encuesta la cual fue aplicada a estudiantes de UFPSO pertenecientes al estrato 1.

Abstract

The present investigation had like objective to know the acceptance of the market for the creation of a cooperative that offers the lodging service to all the university residents of the province of Ocaña Norte of Santander, being necessary that still is at present the province does not offer this service that works as a cooperative but until today with the research carried out it is confirmed that only the families' houses, the shared apartments and the rooms offered to the students returned during the course of the academic semester, in where these residents communicate their disconformities of this service at present that offer that the service does not offer the expected quality and all the necessary requirements and often is not called safe and comfortable where the food is not good among others, thus affecting all these aspects your academic level.

For the development of this work, the antecedents, theories, all those important concepts and norms of a cooperative were taken into account as well as the hosting service, a descriptive investigation was used, since it was the most adequate to obtain the required information about the market object of study and also the degree of acceptance of the need for the creation of this cooperative, the tools and instruments that allowed gathering the data for the analysis and interpretation of the information collected as the survey from which it was applied to UFPSO students belonging to stratum 1.

Introducción

Este proyecto surge con la idea de conocer la investigación de mercados de la aceptación de la creación de una cooperativa de hospedaje para universitarios residentes de los diferentes lugares como ciudades, municipios, corregimientos y veredas de las afueras de Ocaña Norte de Santander ya que esta provincia cuenta con una gran población universitaria donde cada vez sigue creciendo aún más en el ámbito de los procesos del saber, contribuyendo al mejoramiento de la sociedad para formar personas competentes con ética.

Esta provincia en aras de seguir cumpliendo con su misión y objetivos de educación superior a lo largo del tiempo los campos universitarios con su crecimiento y evolución se han hecho muy recocidas por su baja economía de manera que facilita y brinda la oportunidad a todos aquellos jóvenes y personas que desean formar su educación los cuales no cuentan con los recursos económicos suficientes para ir a estudiar a otras universidades, por lo tanto la demanda estudiantil se ha venido incrementado año tras año obligándolos a buscar un lugar donde hospedarse en el cual se puedan sentir cómodos y seguros para alcanzar al máximo su rendimiento académico.

Todos los datos necesarios para la investigación de mercados se obtuvo a través de las encuestas aplicadas a nuestra población objetivo para confirmar la necesidad de la creación de una cooperativa de hospedaje universitaria, por consiguiente, este estudio se basará en identificar y cuantificar la demanda del servicio y todos los aspectos necesarios a tener en cuenta para la ejecución del mismo.

Capítulo 1. Investigación de mercados para conocer la aceptación de la creación de una cooperativa para la prestación de servicio de hospedaje para los estudiantes universitarios en Ocaña N.S.

1.1 Planteamiento del problema.

Ocaña norte de Santander es una provincia que cuenta con universidades de muy bajo costo económico respecto a otras universidades de Colombia especialmente en el valor de los semestres de los diferentes programas educativos, las universidades de la provincia como lo es la Francisco de Paula Santander, La FESC, la UNAD y la Autónoma del Caribe – UAC Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO (siendo las cuatro últimas organizaciones de tipo capital privado) ofrecen diferentes alternativas de carreras profesionales motivo por el cual esta región en sus campos del saber cuenta con una gran demanda estudiantil proveniente de los deferentes lugares de nuestro país.

Ocaña en la actualidad no cuenta con lugar de hospedaje para los universitarios, hasta el momento solo se pueden encontrar casa de familias que ofrecen el servicio de hospedaje y alimentación y apartamentos compartidos, pero muchas de ellas no tienen las condiciones adecuadas para prestarlo con calidad, y por lo tanto no suplen totalmente las necesidades de los estudiantes, además otro problema que tienen que enfrentar los universitarios al llegar a Ocaña es no saber o no haber un lugar garantizado donde instalarse, la cual esto les dificulta un poco su proceso de estadía ya que tienen que decidir si unirse con otros estudiantes o conocidos para compartir un apartamento o buscar una casa de familia para tranquilidad de sus padres de que este es el lugar más adecuado y seguro para ellos.

Por lo anterior la presente investigación de mercados pretende conocer la posibilidad de crear una cooperativa de hospedaje universitario 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 Formulación del problema.

¿Será posible la aceptación del mercado para la creación de una cooperativa que preste el servicio de hospedaje a estudiantes universitarios, con el fin de minimizar su costo de vida académica en Ocaña N/S?

1.3 Objetivos.

1.3.1 General. Identificar la aceptación del mercado para la creación de una cooperativa de servicio de hospedaje para los estudiantes universitarios en Ocaña N.S

1.3.2 Específicos. Hacer un diagnóstico por medio de recolección de datos, los recursos y las situaciones en que viven los estudiantes principalmente los que vienen de las afueras del municipio, y conocer también sus opiniones sobre la creación de la cooperativa.

Identificar las ventajas y desventajas de la creación de esta clase de cooperativa en el municipio.

Diseñar estrategias para dar a conocer al mercado la posible creación de la cooperativa.

1.4 Justificación.

Generalmente los jóvenes al terminar el bachiller tienen que salir de su territorio para lograr los estudios superiores, por consiguiente, se enfrentan con uno de los principales problemas, el cual es la búsqueda de residencia para instalarse durante el periodo académico.

Con la investigación de mercados de la creación de una cooperativa de hospedaje lo que se quiso fue confirmar la necesidad de la existencia de una nueva residencia estudiantil que funcione de manera diferente, que logre mitigar los problemas que frecuentemente presentan los estudiantes universitarios que vienen de las afueras del municipio de Ocaña.

Es importante la ejecución de la investigación porque es el primer paso para lograr la creación de la cooperativa de hospedaje la cual brindará a los estudiantes gozar de un periodo más estable y con menos incertidumbres.

Como hace referencia explícitamente el título del trabajo, el proyecto de investigación va dirigido a los estudiantes universitarios provenientes de las afueras del municipio, por lo tanto, son éstos los principales beneficiarios del proyecto, pero también cabe recalcar que los realizadores de la investigación nos beneficiaríamos al poner en práctica lo aprendido durante la formación.

1.5 Delimitaciones.

1.5.1 Conceptual. Los términos que se tuvieron en cuenta durante la investigación son: investigación de mercados, cooperativa, hospedaje, necesidad, estudiantes de educación superior, demanda, oferta.

1.5.2 Operativa. Se realizó un trabajo de campo a través de la aplicación de encuestas que permitirán conocer la aceptación del proyecto.

1.5.3 Temporal. El proyecto se llevó a cabo durante el segundo semestre del año 2016, el primero y segundo semestre del 2017 y el primer semestre del año 2018.

1.5.4 Geográfica. La investigación mercados se desarrolló en Ocaña Norte de Santander.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico.

Antecedentes históricos del cooperativismo.

2.1.1 El cooperativismo a nivel mundial. La idea y la práctica de la Cooperación aplicadas a la solución de problemas económicos aparecen en las primeras etapas de la civilización. Muy pronto los hombres se dan cuenta de la necesidad de unirse con el fin de obtener los bienes y servicios indispensables.

Como punto de partida de una visión histórica de la cooperación, es preciso reconocer a los siguientes precursores:

Peter Cornelius Plockboy quien publicó en 1659 el ensayo que comprendía su doctrina y John Bellers (1654-1725) quien en 1695 hizo una exposición de sus doctrinas en el trabajo titulado: "Proposiciones para la Creación de una Asociación de Trabajo de Todas las Industrias Útiles y de la Agricultura"; el médico William King (1786-1865), y el comerciante Michel Derrion (1802-1850), precursores del cooperativismo de consumo; Felipe Bauchez (1796-1865) y Luis Blanc (1812-1882), precursores del cooperativismo de producción.

En esta fase precursora del cooperativismo es necesario destacar de manera especial a dos destacados ideólogos: Robert Owen (1771-1858) y Charles Fourier (1772-1837). Owen el autodidacta, industrial afortunado desde muy joven, innovador en técnicas y sistemas sociales, en el furor de la revolución industrial, intentó llevar a la práctica sus ideas

organizando las colonias de New Lanark, en su propio país Inglaterra y la de Nueva Armonía en Estados Unidos (Indiana); la bolsa de trabajo y las instituciones sindicales de alcance nacional. Fourier, francés, el de las concepciones geniales y ambiciosas, rayadas en el desequilibrio, escritor prolijo y confuso a veces, llevo una vida cómoda y no consiguió llevar a cabo su obra el "Falansterio" en donde deberían llevarse a cabo aquellos frutos de su pensamiento inquieto y profético.

Es necesario mencionar la época de la revolución industrial ocurrida en Europa, especialmente en Gran Bretaña, en el siglo que va desde 1750 a 1850 como una referencia histórica imprescindible. La revolución industrial no fue solamente una revolución política, fue principalmente una revolución tecnológica influida por la utilización de algunos descubrimientos en la industria, entre ellos el del vapor aplicado a toda clase de maquinarias y el de la lanzadera y la hiladora mecánica que transformaron la industria textil. La influencia de la revolución industrial con sus características de desorden, sobre la clase trabajadora, produjo algunas reacciones cuyas consecuencias todavía se pueden apreciar: la de los destructores de máquinas, que fue duramente reprimida por el Estado, la del sindicalismo, la de los cartistas, o sea, aquella que se propuso lograr leyes favorables para el trabajador, y la que podemos denominar cooperativa. Esta última tuvo por causa inmediata el hecho de que en Inglaterra muchos trabajadores de la época no siempre recibían su salario en dinero, sino en especie, con las consiguientes desventajas de mala calidad, pesa y precios muy altos.

En todas estas obras se puede observar un profundo deseo de organizar la sociedad en una forma más justa y fraternal, eliminando las diferencias de orden económico por medio de procedimientos de propiedad comunitaria y de trabajo colectivo.

Aún en el caso de que recibieran el salario en dinero, por ser este demasiado bajo, obligaba a los trabajadores a someterse a los tenderos que por concederles crédito exigían un valor mayor por la mercancía, junto con las demás circunstancias desfavorables que acompañan a esta clase de ventas a crédito.

De esta manera, los trabajadores pensaron que uniendo sus esfuerzos podrían convertirse en sus propios proveedores, originándose así la idea de las cooperativas de consumo. Por otra parte el desempleo y las gravosas condiciones del trabajo cuando se conseguía, movieron a otros grupos de trabajadores a organizarse en cooperativas de producción y trabajo, que hoy se denominan trabajo asociado.

En la ciudad de Rochdale (Inglaterra), dedicada por mucho tiempo a la industria textil, se presentaron algunas de las consecuencias de la revolución industrial, inconvenientes para los trabajadores, por lo cual algunos de ellos pensaron que debían agruparse y se constituyeron en una organización para el suministro de artículos de primera necesidad.

2.1.2 El cooperativismo en Colombia. Antes de la llegada de los españoles, los indígenas trabajaban colectivamente.

Los Chibchas, por ejemplo, eran un pueblo constituido por varios clanes o familias que se concentraron en las tierras frías de nuestro país. Su principal fuente de trabajo era la agricultura, la cual realizaban comunitariamente para satisfacer las necesidades de las familias y rendir tributo a los sacerdotes.

El excedente o sobrante de las cosechas lo intercambiaban en los mercados de las regiones vecinas por productos como el algodón, frutos de tierra caliente y por oro.

Algunas de las formas de trabajo comunitario fueron suprimidas por los españoles durante la conquista; de las pocas que se conservaron y se conservan aún en algunas regiones, podemos mencionar el convite y la minga.

Más tarde el desarrollo técnico europeo hizo posible que las naciones económicamente avanzadas tuvieran mercancías de sobra, por este motivo se dio comienzo a la exportación de estos productos hacia los países latinoamericanos, africanos, etc. los cuales tenían escasez de los mismos.

El hecho de traer al país mercancías extranjeras, arruinaba a los productores artesanos, ya que la gente prefería comprar estas mercancías por su calidad y bajo costo, perdiendo así los artesanos la posibilidad de vender sus productos.

Así, mientras en Inglaterra se organizaban las primeras Cooperativas, en Colombia los trabajadores trataban de organizarse en gremios para lograr que el estado no permitiera importar mercancías que ya estaban produciéndose en el país.

En esta época (1.850-1.920) la economía colombiana se dedicaba principalmente a la agricultura y al comercio, de esta manera las personas vinculadas directa o indirectamente a la producción o distribución de mercancías, empezaron a interesarse por el Cooperativismo para solucionar sus problemas, en lo referente al consumo y al crédito. Estos problemas dieron firmeza a las ideas cooperativas difundidas en un comienzo por un sacerdote llamado

Adán Puerto, quien había conocido en Alemania las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

(Ascoop, 2015)

Más tarde durante el gobierno de Enrique Olaya Herrera y con base en un proyecto presentado por Juan María Agudelo, el Congreso expidió la Ley 134 de 1.931, la cual reglamentó la creación de Cooperativas en Colombia.

Las primeras Cooperativas fueron organizadas básicamente para prestar servicios de consumo, de ahorro y crédito, tales como:

Cooperativa de bananeros del Magdalena.

Cooperativa Lechera del Atlántico.

Cooperativa de Buses de Santa Fe.

A partir de 1.940, aparecieron Cooperativas de Producción, de Transportes, Educativas y de Vivienda. También se organizaron las primeras asociaciones de Cooperativas u organismos de segundo grado, como:

La Unión Cooperativa Nacional "Uconal" que agrupa a las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

La Asociación Colombiana de Cooperativas "ASCCOP", que une a las Cooperativas de consumo y otras que se organizaron a partir de 1.958.

El desarrollo del movimiento Cooperativo basado en la incorporación de nuevos grupos sociales a las Cooperativas, tales como empleados, maestros, campesinos, pequeños comerciantes, etc., lo mismo que la abundancia de disposiciones legales hicieron necesaria la expedición del Decreto Ley No. 1958 de 1.963, el cual unificó toda la legislación Cooperativa anterior y creó la Superintendencia Nacional de Cooperativas hoy Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas "DANCOOF", como organismo del Estado destinado a promover, fomentar y fiscalizar el desarrollo del Cooperativismo Nacional.

Merece destacarse la creación de seguros LA EQUIDAD en 1.970, primera compañía de seguros organizada en Colombia de acuerdo con los principios y métodos del Cooperativismo. (Banco republica, 2000).

2.1.3 El cooperativismo a nivel local. En el Norte de Santander, particularmente en Ocaña el movimiento cooperativo nació en el año 1957, idea que visualizó el señor César Chaya y que se consolidó con la creación de la cooperativa Cootranshacaritama en 1967, la cual tiene personería jurídica de 1976, a esta la siguieron cooperativas como cootrasnregional, cootrasnunididos, posteriormente la cooperativa de caficultores del Catatumbo, Coomulfar, Coodin, Coopigon, Coopintegrate, Crediservir y como cooperativa de segundo grado surge la central cooperativa de servicios Cencoser.

A la fecha de hoy existen 581 organizaciones solidarias, registradas en la Cámara de Comercio de Ocaña que se distribuyen entre fondos de empleados, cooperativas y precooperativas. Las cooperativas son las organizaciones que con mayor precisión tipifican el modelo de empresa asociativa y representa el mayor número de entidades del sector en el municipio y surgen en menor proporción las demás formas asociativas. Las entidades del

sector solidario en el municipio en su gran mayoría están dedicadas a la actividad de ahorro y crédito, siguiendo en su orden las cooperativas de transporte, comercialización y demás. En Abrego se ha comenzado a trabajar en procesos cooperativos como COOPROMER desde el año 1988 buscando beneficio del sector agrícola, FINANCIACOOP – DRI por esa época tenía como objetivo asesorar en la promoción y acompañamiento de organizaciones campesinas, bajo las formas de cooperativas, con el propósito de identificar, formular, financiar y desarrollar proyectos agropecuarios ejecutados por las organizaciones de economía solidaria. La idea central era la de transmitir herramientas empresariales para los mismos agricultores que realizaran la comercialización de sus productos, buscando mejorar los ingresos y por consiguiente elevar su nivel, evitando el exceso de intermediación en la venta de sus productos. En otras palabras, se trataba de proporcionar la constitución de empresas cooperativas que se consolidarían y que desarrollarían procesos de comercialización de sus propios productos en términos de política de estado, se buscaba preparar a los campesinos para enfrentar la futura globalización de la economía a través de la constitución de empresas locales, regionales, nacionales e internacionales. Dentro de este contexto se inició el trabajo en el municipio de Abrego, promoviendo la constitución de COOPROMER, al igual que se hizo con otros municipios de la provincia de Ocaña y sur del César. Se comenzó por identificar los líderes campesinos, Leonardo Gerente de la Cooperativa Cootranhacaritama Ltda. Entrevista sobre la historia de la Cooperativa. 2013 26 representativos de Abrego, ubicados en las veredas más cercanas al sector urbano para facilitar la asesoría. Dentro de estas personas se destacaron: Orlando Pacheco, Jesús Alba, Cayetano Pacheco, entre otros. Las primeras reuniones se realizaron en la zona campesina de Abrego, inicialmente sesionando una vez por semana para informar sobre los objetivos de la asesoría de FINANCIACOOP-DRI y para intercambiar ideas con los agricultores e identificar el proyecto. Después de dos meses de asesoría los campesinos decidieron

democráticamente constituir una precooperativa, iniciando con una pequeña tienda, ubicada en la casa campesina de Abrego e intercambiando productos con el grupo precooperativo de San Pablo, empezaron a desarrollar esta decisión y la formulación respectiva del proyecto con los integrantes de la junta directiva y el director ejecutivo la nueva empresa, recién constituida. En esta etapa los funcionarios del SENA de Abrego manifestaron que la mejor opción era constituir las tiendas comunitarias y no las cooperativas. En estas circunstancias se decidieron conjuntamente con los agricultores, aplazar el proceso se consolidó como COOPROMER. (Caceres , 2012)

Antecedentes históricos de las residencias universitarias

2.1.4 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 Ríos. 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 (Acosta Manzano & Carrascal Acosta, 2012).

2.1.5 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 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". 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 (Acosta Manzano & Carrascal Acosta, 2012).

2.1.6 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. 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 brindará 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 emprendimiento (Acosta Manzano & Carrascal Acosta, 2012).

2.2 Marco conceptual.

2.2.1 Investigación de mercados. Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses. (Muñiz, s.f.)

2.2.2 Cooperativa. Es una empresa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general. Se presume que una empresa asociativa no tiene ánimo de lucro. (**Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, s.f.**)

2.2.3 Hospedaje. El término hospedaje hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa. Bajo el mismo término también se puede designar al lugar específico de albergue, ya sea este una casa, un edificio, una cabaña o un departamento. (**ABC, 2017**)

2.2.4 Necesidad. Es aquello que resulta indispensable para vivir en un estado de salud plena. Las necesidades se diferencian de los deseos en que el hecho de no satisfacerlas produce unos resultados negativos evidentes, como puede ser una disfunción o incluso el fallecimiento del individuo. Pueden ser de carácter fisiológico, como respirar, hidratarse o nutrirse (objetivas); o de carácter psicológico, como la autoestima, el amor o la aceptación (subjetivas). En función de su disponibilidad, se puede distinguir entre necesidades libres y necesidades económicas. Las necesidades libres son aquellas que se cubren sin esfuerzo dado su gran abundancia (la luz solar, el aire, etc.). (**sonria.com, s.f.**)

2.2.5 Estudiantes de educación superior. Los términos educación superior, enseñanza superior, estudios superiores, educación profesional y educación terciaria aluden a la última etapa del proceso de aprendizaje académico, es decir, a todas las trayectorias formativas post-secundarias que cada país contempla en su sistema. Se imparte en las universidades, en las academias superiores o en las instituciones de formación profesional, entre otros.

Es un paso posterior a la educación secundaria, y es común, aunque no imprescindible, que exista una selección de acceso a las instituciones de enseñanza superior basada en el rendimiento escolar durante la etapa secundaria o en un examen de acceso a la universidad. Según el país, este examen puede ser de ámbito estatal, local o propio de cada universidad. (wikipedia, 2018)

2.2.6 Demanda. Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. La demanda es una función matemática. (**Vanegas Y. , s.f.**)

2.2.7 Oferta. Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones, también puede ser la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. (**Vanegas Y. , s.f.**)

2.3 Marco teórico.

Para el proyecto se cuenta con varias bases teóricas de los diferentes temas que lo rodean.

2.3.1 Cooperativismo. El cooperativismo es un tema que a través del tiempo ha cogido mucho auge, pues el primer teórico en hablar sobre este tipo de organización fue Louis Blanc (1811-1882), historiador y militante socialista francés, aunque nacido en Madrid.

En su libro “L’organisation du travail” (la organización del trabajo), expresa su posición crítica de los dos pilares del liberalismo económico: el individualismo y la libre competencia, para Blanc la libre competencia llevaba a la explotación de los más débiles por parte de los más fuertes y además la libre competencia negaría los principios de fraternidad y solidaridad, pues se fomenta el egoísmo al primar el interés individual sobre el general, con base en todos esto Blanc planteó dos alternativas al liberalismo, la primera es que los

trabajadores crearan asociaciones o cooperativas de producción y la segunda es que el Estado tendría la misión de proteger al débil, financiando sus talleres pero éste no podría convertirse en empresa, los trabajadores se convertirían en empresarios y los dueños de los medios de producción, pero el Estado tendría el derecho de establecer el funcionamiento interno, pero lo demás se establecería democráticamente.

Además de Louis Blanc, también se encuentra el teórico John Stuart Mill autor del libro "Principles of political economy with some of their applications to social philosophy" (Principios de economía política con algunas de sus aplicaciones a la filosofía social) esto refleja sus inquietudes en el vasto mundo de la filosofía y la sociedad; lo que hacía de él un pensador que buscaba de alguna manera mejorar la situación de los individuos de la sociedad, Mill se ubica en una posición intermedia que combinaba su convencimiento de la teoría clásica con su interés por el bienestar social; él sabía que en ausencia del intervencionismo del gobierno no necesariamente se daba la máxima libertad y que existían restricciones e injusticias que solo la legislación podía eliminar. Detrás de estos enunciados hay una aceptación de que las relaciones entre la sociedad no son del todo armoniosas.

Blanc y Mill demuestran en sus libros que fueron socialistas democráticos, pero mientras Blanc se inclinó en una economía sin competencia, Mill lo hizo por el mercado y el liberalismo es decir a lo que actualmente se llama socialismo de mercado.

2.3.2 Emprendimiento. El tema del emprendimiento es muy importante para el proyecto porque es clave contar con ese espíritu para llevarlo a su ejecución.

Existen muchos aportes teóricos respecto al tema, su principal exponente es Richard Cantillon economista francés quien fue el responsable de introducir el término “entrepreneur” a la literatura económica, su concepto ha sido relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el papel que juega en la economía.

Pues Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto” (Thornton, 1998).

Además, Cantillon afirma que el emprendedor es aquel que no posee un retorno seguro, y es quien asume el riesgo de los diferentes cambios del mercado.

(Schumpeter, 1942). Utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro “Capitalismo, socialismo y democracia”: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

(Drucker, 1942) .Uno de los autores más importantes en el tema, define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra

un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Scott Kundel, también rescata la importancia de los intraemprendedores. Él plantea la existencia de emprendedores independientes y de emprendedores que se desenvuelven dentro de las empresas como empleados. Y destaca que estos últimos también pueden renovar las estructuras existentes, formar nuevas estructuras o crear nuevos productos o nuevos procesos de producción o gestión. (Dehter ,2001).

Podremos concluir con el siguiente aporte de Say, considerando verídico ya que ha estado demostrado por las diferentes economías de los países desarrollados.

El economista francés Say hizo el siguiente aporte al concepto de Cantillon el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad” (Burnett ,2000). Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad; y este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia. (María Marta Formichella, 2004)

2.3.3 Demanda y oferta. Para las teorías existentes sobre la demanda, citaremos primero la Teoría Económica de Malthus, donde el autor hace sus aportes sobre la demanda, define la demanda de forma totalmente actual como “el deseo de comprar unido al poder de hacerlo. (González, 1820).

Malthus hace énfasis en la mayor demanda originada por las rentas transferidas a los pobres que causan la subida de precios. Según él, la relación causal era al revés: los altos precios requerían una mayor cantidad de dinero; por eso dirige la atención hacia la creación del dinero bancario que se adapta fácilmente a las mayores necesidades de medios de pago causadas por el alza de los precios. Pero no deja de notar la dificultad que supone la mayor oferta monetaria para que luego bajen los precios: “Para que en un país circule la misma, o aproximadamente la misma, cantidad de mercancía, si éstas han alcanzado un precio mucho más alto se necesita una cantidad mayor del medio, cualquiera que éste sea [...]. Si, por consiguiente, la cantidad de papel en circulación ha aumentado grandemente durante el último año, me inclinaría a considerarlo más como el efecto que como la causa del alto precio de las subsistencias. Esta abundancia de medio circulante será, sin embargo, uno de los obstáculos en la vía de retorno a la baratura (González), s.f.).

2.3.4 Teoría del valor. Malthus (1820, p. 62) consideró tres clases de valor: “1) Valor en uso, o utilidad de un objeto. 2) Valor nominal en cambio, o valor en dinero –al que también se le llama precio–. 3) Valor real en cambio, o valor en cosas necesarias y agradables y en trabajo.” Malthus se centró en este último y su teoría del valor es sencilla, se basa en la interacción simultánea de la oferta y la demanda.

Pero hay matices implícitos; a saber: detrás de la demanda está la utilidad de los bienes para los consumidores, ya que si no necesitaran los bienes no los demandarían; y detrás de la oferta se encuentra la escasez relativa, o dificultad para obtenerlos. En la Teoría de la demanda efectiva Una de las interpretaciones de la ley de Say, por la que se inclinaron los clásicos (empezando por los ricardianos), es que automáticamente todos los ahorros tienen que quedar invertidos para que así la demanda global de la sociedad sea siempre la adecuada

a la oferta global del sistema productivo social. La siguiente consecuencia lógica de esa adecuación es que no puede haber una crisis general de superproducción de forma duradera, si los mercados son flexibles y con ellos los precios, pues, enseguida, se ajustarían la oferta y la demanda. Malthus no estaba de acuerdo con esta conclusión. También se ha estudiado su postura sobre la posibilidad de inadecuación del ahorro y la inversión; en ese caso, si parte del ahorro (como el de los avaros) se esteriliza y no se usa para producir, podría resultar un perjuicio para la nación. (Malthus, 1820). Continúa su argumento:

“El principio de ahorro, llevado en exceso, destruiría el incentivo para producir. Si todos se contentasen con la comida más sencilla, el vestido más pobre y la casa más humilde, es indudable que no existirían comidas, vestidos, y casas de otra clase”. Y añade: “Si la producción supera al consumo, tienen que sobrar las mercancías producidas y no demandadas; el ahorro no se invertiría en algo que nadie demanda. Si el consumo excede a la producción disminuye el ahorro, el capital y la capacidad productiva. Entre estos dos extremos tiene que haber un punto intermedio en el que, teniendo en cuenta la capacidad productiva y los deseos de consumo, se fomente el crecimiento de la riqueza al máximo. La dificultad estriba en determinar tal punto” (ibídem, p. 9)

2.3.5 Mercado. Aquí tenemos diferentes aportes al concepto de “MERCADO” Para Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", el mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio"

Allan L. Reid, autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones", define el mercado como "un grupo de gente que puede comprar un producto o servicio si lo desea"

Para Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, autores del libro "Marketing", un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio"

Desde la perspectiva del economista Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta"

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., los mercados son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo"

2.4 Marco legal.

Leyes vigentes aplicables a las cooperativas en el derecho colombiano el cooperativismo y la Economía Solidaria en Colombia se encuentran sujetos a dos Fuentes legales principales:

2.4.1 La Ley 79 de 1988 y la Ley 454 de 1998. De su lado, varios Decretos desarrollan los contenidos de la Ley 79 y varias leyes ordinarias contienen Normas relacionadas con la economía solidaria.

La Ley 79 de 1988 es conocida como la ley general del cooperativismo colombiano y un 65% de su articulado aún se encuentra vigente. Entre los propósitos principales de esta Ley se encuentra el de “Promover el desarrollo del derecho cooperativo como una rama especial del ordenamiento jurídico nacional”.

Relaciones del estado con las cooperativas

Se introducen normativas especiales relacionadas con el fomento económico; los derechos y exenciones; la inversión de recursos estatales en las cooperativas; las obligaciones de los empleadores (públicos o privados) de descuento a favor de las cooperativas; las responsabilidades de las cooperativas y sus administradores; el régimen de sanciones por violación de la ley; y el esquema general de inspección y vigilancia estatal.

2.4.2 Ley 79/1988. Objetivos de la Presente Ley:

Artículo 1°. 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:

1. Facilitar la aplicación y práctica de la doctrina y los principios del cooperativismo.
2. Promover el desarrollo del derecho cooperativo como rama especial del ordenamiento jurídico general.
3. Contribuir al fortalecimiento de la solidaridad y la economía social.
4. Contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia, mediante una activa participación.
5. Fortalecer el apoyo del Gobierno Nacional, Departamental y Municipal al sector cooperativo.
6. Propiciar la participación del sector cooperativo en el diseño y ejecución de los planes y programas de desarrollo económico y social.

Artículo 2°. Declárese de interés común la promoción, la protección y el ejercicio del cooperativismo como un sistema eficaz para contribuir al desarrollo económico, al fortalecimiento de la democracia, a la equitativa distribución de la propiedad y del ingreso, a la racionalización de todas las actividades económicas y a la regulación de tarifas, tasas, costos y precios, en favor de la comunidad y en especial de las clases populares.

El Estado garantiza el libre desarrollo del cooperativismo, mediante el estímulo, la protección la vigilancia, sin perjuicio de la autonomía de las organizaciones cooperativas.

Capítulo 2. De La Constitución y Reconocimiento de las Cooperativas

Artículo 7. En desarrollo del acuerdo cooperativo, las cooperativas se constituirán por documento privado y su personería jurídica será reconocida por el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas.

Artículo 8. La constitución de toda cooperativa se hará en asamblea de constitución, en la cual serán aprobados los estatutos y nombrados en prioridad los órganos de administración y vigilancia.

Leyes vigentes aplicables a hospedajes en Colombia.

2.4.3 resolución 0657 DE 2005. Por la cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia.

El viceministro de comercio exterior, encargado de las funciones del despacho del ministro de comercio, industria y turismo, en ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 69 de la Ley 300 de 1996,

2.4.4. Expedida la norma técnica sectorial NTSH 006. Denominada "Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje - Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos";

Artículo 1°. Para efectos de la presente resolución aplican las siguientes definiciones:

Categorización por estrellas: Mecanismo mediante el cual se verifican las características de calidad en los servicios ofrecidos y de planta, que deben cumplir los hoteles, en la escala de 1 a 5 estrellas, conforme a los requisitos establecidos en la Norma Técnica Sectorial NTSH 006 "Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje - Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos".

Hotel: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Dispone además como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

Artículo 2°. A partir de la vigencia de la presente Resolución, solamente podrán ser categorizados por estrellas los establecimientos hoteleros o de hospedaje que presten sus servicios en Colombia, en los términos del artículo 78 de la Ley 300 de 1996, que se consideren como hoteles, según la definición de la norma técnica sectorial NTSH 006 denominada "Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje - Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos" y que se certifiquen en el cumplimiento de los requisitos establecidos por dicha norma técnica sectorial, sus modificaciones y por las demás normas técnicas sectoriales que se expidan para tales fines.

Artículo 3°. Para efectos de la categorización de los establecimientos hoteleros o de hospedaje establecida en los términos del artículo 1° de esta resolución, deberán obtener el Certificado de Calidad Turística en la norma técnica sectorial NTSH 006 denominada

"Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje - Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos", expedido por un Organismo Certificador debidamente acreditado por la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, que cuente con visto bueno de la Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en los términos del artículo 70 de la Ley 300 de 1996.

Artículo 4°. Los establecimientos hoteleros o de hospedaje que no se encuentren debidamente certificados en desarrollo de la norma técnica sectorial NTSH 006 "Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje - Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos", sus modificaciones y por las demás normas técnicas sectoriales que se expidan para tales fines, deberán abstenerse de utilizar en su publicidad la categorización por estrellas de que trata el artículo 1°, a partir de los 12 meses de la publicación de la presente resolución.

Parágrafo. Los establecimientos hoteleros o de hospedaje que desacaten lo establecido en este artículo, serán investigados y sancionados por la Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de acuerdo con lo establecido en los artículos 71 y 72 de la Ley 300 de 1996.

2.5 Marco contextual.

El desarrollo del trabajo de investigación de mercados con el objetivo de identificar la aceptación para la creación de una cooperativa que preste el servicio de hospedaje a

estudiantes foráneos del municipio, será realizado por dos estudiantes del programa de Tecnología en gestión comercial y financiera.

Se abordará en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña siendo ésta una seccional de la UFPS de Cúcuta, organización pública de carácter académico enfocado a la educación superior y con una trayectoria de cuarenta y tres (43) años en los cuales ha seguido un continuo proceso de desarrollo y mejoramiento en calidad educativa, cuenta con cuatro facultades de las cuales se desprenden diferentes programas académicos, contando con un total de once (11) programas, tiene modalidad diurna y nocturna, la Universidad está comprendida aproximadamente por siete mil (7000) estudiantes actualmente, con alta participación de estudiantes de diferentes lugares del país, su ubicación exacta es Vía Acolsure, Sede el Algodonal en Ocaña Norte de Santander.

Ocaña es un municipio del departamento Norte de Santander, situado en la Zona nororiental y está conectado por carreteras nacionales de Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta de Colombia, pertenece también a la Zona del Catatumbo, caracterizado por la actividad comercial de productos agrícolas la cual es una de sus principales actividades económicas de los territorios aledaños, Ocaña viene mostrando un desarrollo progresivo en el tema de educación, la población se ha inquietado por mantenerse en capacitación constante lo que motiva a las diferentes instituciones de educación superior abarcar el mercado, es por eso que actualmente el municipio cuenta con cinco universidades, entre ellas de modalidad a distancia y presenciales, las cuales son; la Universidad Autónoma del Caribe – UAC modalidad a distancia junto con la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, También se encuentran las de modalidad presencial como la Fundación de Estudios Superiores

Comfanorte- FESC, Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Y la Universidad de Francisco de Paula Santander Ocaña-UFPSO en la cual basaremos el estudio.

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación.

El proyecto se realizó teniendo en cuenta la investigación descriptiva, la cual tiene como objetivo obtener la información suficiente para conocer las características como la situación, las actitudes, las costumbres y cultura de nuestro mercado objetivo y también el grado de aceptación de la necesidad para la creación de una cooperativa de una residencia universitaria en la provincia de Ocaña Norte de Santander. Además, este tipo de investigación de mercados nos permitió conocer a través de la aplicación de encuestas que beneficios esperarían los universitarios obtener mediante la creación de esta.

3.2 Población.

Para el desarrollo de la investigación de mercados es necesario que la población sea conformada por universitarios foráneos, y para contar con una datos más exactos, se tuvo en cuenta la población de la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña matriculados el primer semestre del año 2017, teniendo en cuenta que se caractericen por pertenecer a estrato social uno (1), ya que uno de los objetivos de la creación de la cooperativa es suplir las necesidades de aquellos que no cuentan con los recursos suficientes para adquirir un nivel de vida académica que garantice tranquilidad, seguridad y bienestar.

3.3 Muestra.

Con los datos suministrados por la dependencia Admisiones, registro y control de la UFPSO, el cual fue de un total de 1792 estudiantes matriculados el primer semestre del año 2017, pertenecientes al estrato uno(1) y residentes en el municipio de Ocaña, se realizó un muestreo aleatorio por conglomerados o áreas, que según la fórmula arrojó el número de estudiantes universitarios a quienes se les debe aplicar la encuesta, los cuales son 316 estudiantes foráneos pertenecientes al estrato social uno (1),

N= número de la población: 1792 estudiantes foráneos, de estrato social 1

d= error de estimación: 0.05

z= Nivel de confianza: 1.96

P= proporción estimada: 0.5

q=proporción estimada: 0.5

Fórmula:

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

$$n = \frac{(1792)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(1792 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 316.48 \cong 316$$

3.4 Técnicas de recolección de información.

La técnica de recolección de información que más se adecuó a nuestro proyecto de investigación es la encuesta, ésta nos permitió obtener la información directa de los

estudiantes universitarios sobre sus opiniones, gustos y costumbres a la hora de escoger alojamiento o residencia durante el periodo académico en el municipio.

3.4.1 Instrumento de recolección de información. El instrumento que fue implementado es el cuestionario individual por escrito, que consta de preguntas, las cuales se encuentran repartidas entre preguntas filtro, abiertas y cerradas. (Ver anexo 1)

3.5 Procedimiento y análisis de la información.

Para analizar la información que fue recolectada por medio del cuestionario, se utilizaron las preguntas filtro, con el fin de clasificar las respuestas por grupos, para así saber cuáles son los estudiantes en que predomina más la necesidad de la creación de la cooperativa de hospedaje, por ejemplo, de que semestre, de que región, que carrera, y que género.

3.6 Actividades de elaboración.

Las actividades a realizar para lograr el análisis de la información serán las siguientes:

Recolectar todos los datos que se plantearon en el cuestionario

Buscar, seleccionar y utilizar un buen programa de tabulación

Vaciar la información obtenida en el programa seleccionado.

Finalmente se organizarán por su naturaleza de las respuestas en los criterios de clasificación para facilitar el análisis

Capítulo 4. Resultados del proyecto

4.1 Información suministrada por los estudiantes.

Una vez obtenido los datos por medio del instrumento de recolección de información (encuestas) que se les fue aplicado a los estudiantes de la UFPSO, pertenecientes a estrato socioeconómico uno (1), se procedió a su respectiva tabulación y realización de gráficas, para lograr su óptimo análisis.

Tabla 1 Número de estudiantes según su sexo

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	153	48%
Femenino	163	52%
TOTAL	316	100%



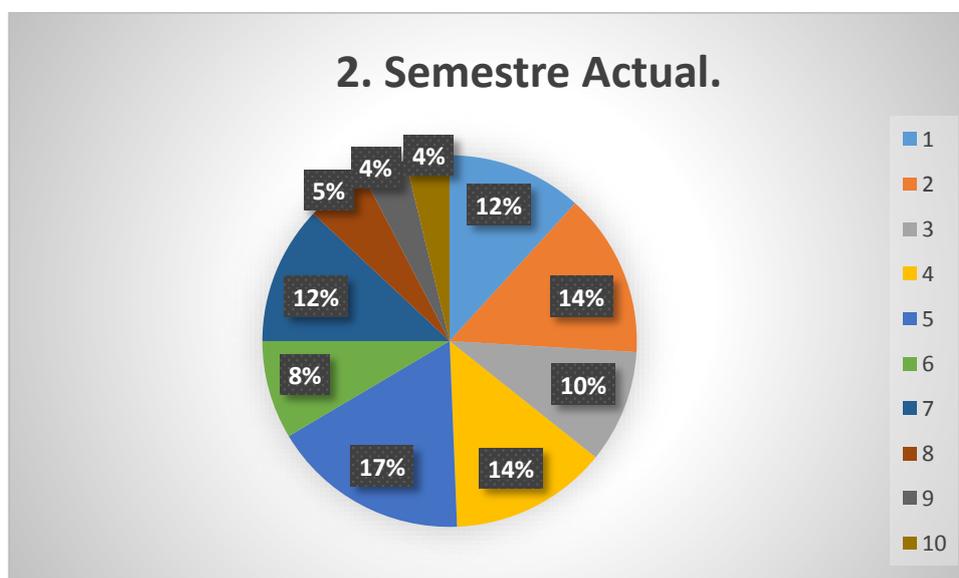
Fuente: Elaboración propia

Figura 1. Tipo de Sexo

Según el estudio hubo mayor participación de mujeres, con una diferencia porcentual de 4% frente a los hombres, es decir, que la diferencia no es muy significativa como se puede observar que tanto mujeres como hombres su nivel de participación fue casi pareja.

Tabla 2 Número de estudiantes según el semestre cursado

SEMESTRE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	37	12%
2	45	14%
3	31	10%
4	43	14%
5	54	17%
6	27	9%
7	38	12%
8	17	5%
9	12	4%
10	12	4%
TOTAL	316	100%



Fuentes: Elaboración Propia

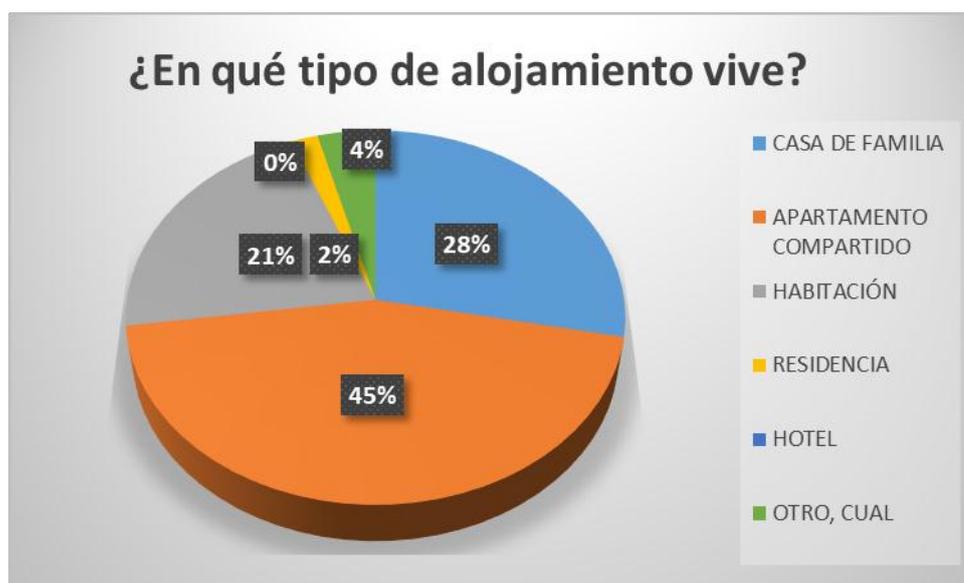
Figura 2. Semestre

Los estudiantes con mayor participación en la encuesta, fueron; los que cursan desde el 1° (primer) semestre hasta el 7° (séptimo) semestre con una participación conjunta del 79%

del 100% de los encuestados como se puede observar en la representación gráfica anterior la baja participación que tuvieron los estudiantes residentes pertenecientes a los últimos semestres de la etapa de educación superior sus razones fueron, que ya se encontraban culminando su carrera profesional.

Tabla 3 Tipo de alojamiento de los estudiantes

TIPO DE ALOJAMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casa de familia	89	28%
Apartamento compartido	141	45%
Habitación	67	21%
Residencia	6	2%
Hotel	0	0%
Otro	13	4%
TOTAL	316	100%



Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Tipo de alojamiento

La decisión de escoger el tipo de alojamiento está ligada a varios motivos como personales, económicos, sociales. Según el estudio de 316 estudiantes encuestados, 141 viven

en apartamento compartido es decir el 45% de la población, la justificación a esta gran participación que obtuvo esta opción es que los universitarios optan por esta por economía ya que esta opción les permite compartir gastos como son (gastos públicos) otra de sus razones fueron por libertad ya que no les gusta ajustarse a normas o restricciones, la participación del 28% de los universitarios residentes que viven en casa de familia está relacionada con seguridad y comodidad ya que esta les ofrece alimentación, lavado de ropa permitiéndoles tener una mayor disposición de tiempo y por ende un mejor rendimiento académico y además por tranquilidad de sus padres de saber que se encuentran en un lugar de ambiente familiar, en cuanto la participación que obtuvo las habitaciones fue explicada por los encuestados como la opción que les permite ajustarse a sus capacidad económica ya que esta les da la posibilidad de ellos mismos atenderse, es decir, hacer de comer, lavar sus ropa allí mismo por un costo económico bajo, los que contestaron que Vivian en otro tipo de alojamiento a las opciones dadas en la encuesta hace referencia a que se alojan en fundaciones (semillas de amor y paz) o viven en casa de algún familiar cercano como abuelos y tíos en el cual no pagan hospedaje sino que colaboran con los labores de la casa la cual es como su forma de pago.

Tabla 4 *Medios por los cuales cubren los gastos de alojamiento los estudiantes*

FORMA DE CUBRIR SUS GASTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Usted mismo	58	18%
Padres	184	58%
Hermanos	30	9%
Conyugue	24	8%
Créditos	15	5%
Otro	5	2%
TOTAL	316	100%



Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Gastos de alojamiento

Respecto a las respuestas de quien cubría sus gastos de alojamiento el 58% de los estudiantes dijeron que sus padres, mientras que el 18% dijo que ellos mismos los cubrían, esto como producto de que dedicaban su tiempo libre de las actividades académicas a laborar ya fuese por horas o turnos o trabajaban los fines de semana pero estos comentaron que la retribución que recibían muchas veces no les alcanzaban para cubrir sus gastos en su totalidad, otros dijeron que sus hermanos y conyugue al respecto de los que contestaron que su conyugue se pudo observar por medio de la información recolectada por la encuesta que la mayoría de estas respuesta fueron mujeres, además otros respondieron que cubrían sus gastos por medio de créditos (fundetec) y la colaboración de varios familiares como abuelos, tíos, hermanos y padres.

Tabla 5 Clase de trabajo

CLASE DE TRABAJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Negocio propio	77	24%
Empleado público	88	28%
Empleado asalariado	133	42%
Otro	18	6%
TOTAL	316	100%



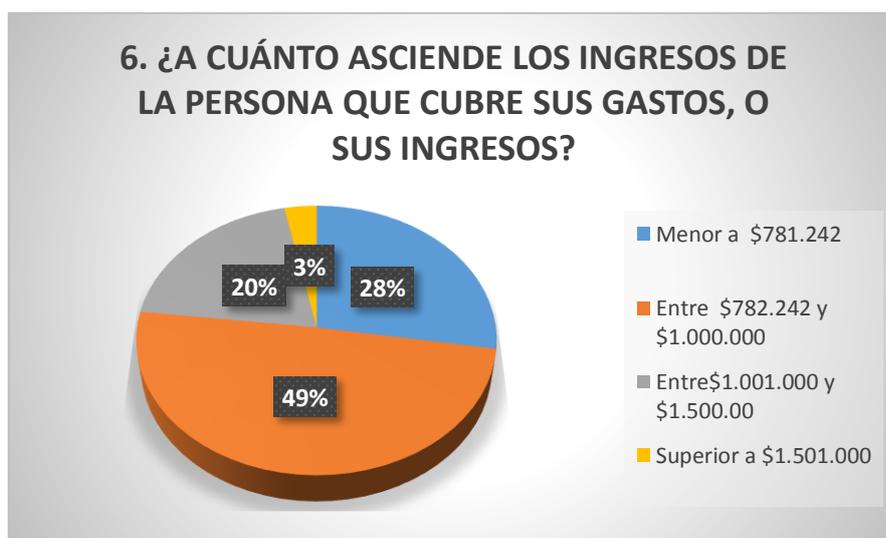
Fuente: elaboración propia

Figura 5. Clase de Trabajo

El 42% de la población dijo que; ellos o la persona que cubría sus gastos de alojamiento tiene un empleo asalariado, es decir, que practican una labor para una segunda persona o empresa y por la realización de esta le conceden un salario, el 28% tienen un empleo público, el 24% tiene negocio propio, el 6% de la población dijo que la clase de trabajo de la persona que cubría sus gastos no se encontraba en las diferentes opciones dadas en la encuesta, es decir, quien cubría sus gastos eran sus padres quienes se dedicaban a trabajar el campo y ellos mismos que trabajaban por turnos o horas.

Tabla 6 *Ingresos de los estudiantes o de las personas que cubren sus gastos de alojamiento*

INGRESOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor a \$781.242	87	28%
Entre \$782.242 y \$1.000.000	156	49%
Entre \$1.001.000 y \$1.500.00	63	20%
Superior a \$1.501.000	10	3%
TOTAL	316	100%



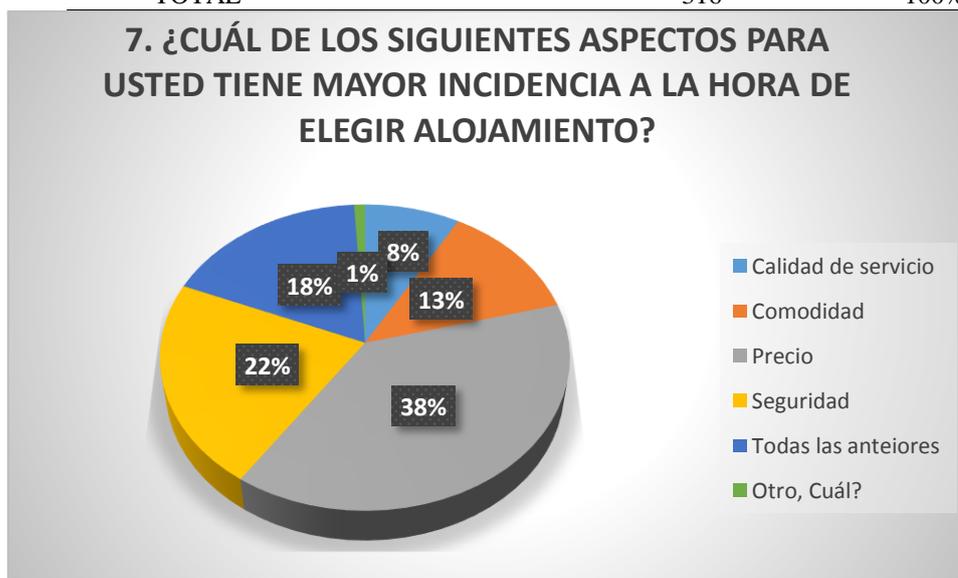
Fuente: elaboración propia

Figura 6. Ingresos

Los ingresos de 49% de los estudiantes o de las personas que cubren sus gastos de alojamiento están entre \$782.242 y \$1.000.000, el 28% dijo que menor al mínimo mensual legal vigente de Colombia, el 20% dijo que entre \$1.001.000 y \$1.500.000 y el 3% de la población dice que superior a \$1.500.000 esta baja participación que tuvo esta última opción es producto a que los universitarios residentes encuestados pertenecen al estrato social uno. Con la información obtenida se pudo observar que estos estudiantes si disponen con los recursos económicos para acceder o pertenecer a esta posible creación de una cooperativa de hospedaje.

Tabla 7 Aspectos con mayor incidencia para los estudiantes

ASPECTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad de servicio	26	8%
Comodidad	40	13%
Precio	122	39%
Seguridad	69	22%
Todas las anteriores	56	18%
Otro	3	1%
TOTAL	316	100%



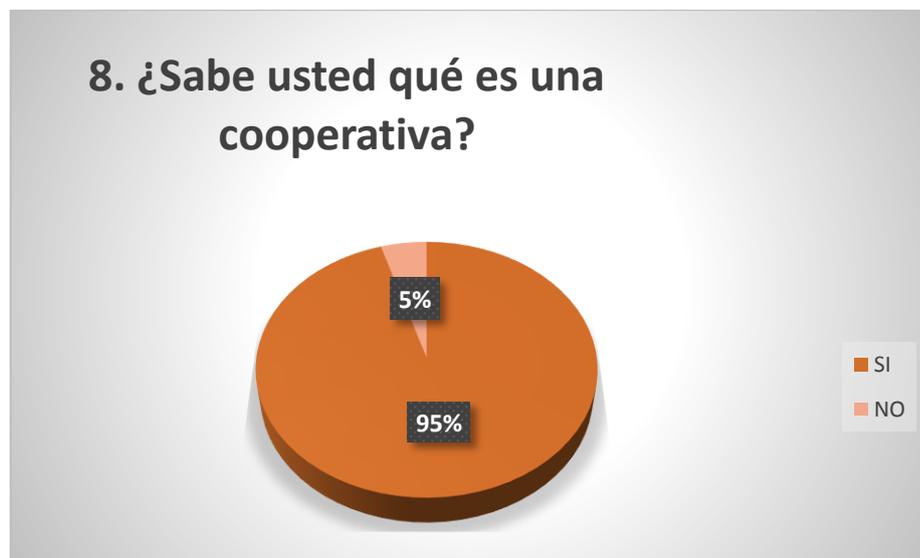
Fuente: elaboración propia

Figura 7. Aspectos de mayor incidencia

En cuanto a la hora de los estudiantes elegir el lugar donde hospedarse durante el transcurso del periodo académico en esta decisión influyen varios aspectos, el cual el que tiene mayor incidencia para los estudiantes al elegir es el precio con un porcentaje del 38% ya que estos buscan siempre adecuarse a su capacidad económica o de la persona que cubre sus gastos, siguiendo el factor o aspecto de seguridad con un 22%, el 18% dijeron que consideraban todos los aspectos ofrecidos a la hora de elegir, la comodidad el 13%, la calidad del servicio el 8% y el 1% respondieron que consideraban otros aspectos diferentes a los que se dieron a conocer en la encuesta, es decir, que consideraban la ubicación o el barrio.

Tabla 8 *Estudiantes que saben que es una cooperativa*

CONOCE QUE ES UNA COOPERATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	301	95%
No	15	5%
TOTAL	316	100%



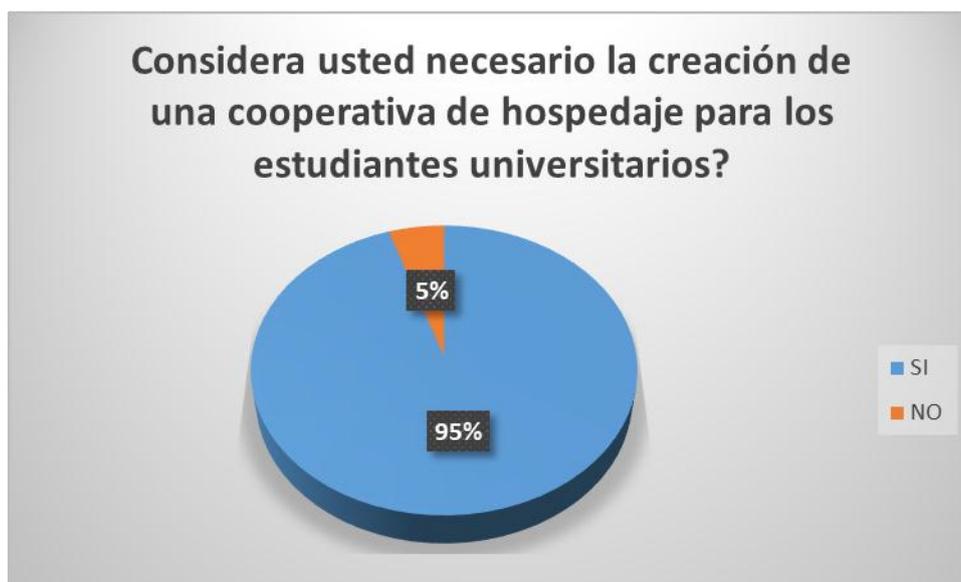
Fuente: elaboración propia

Figura 8. Conocimiento del término

El 95% de los estudiantes encuestados tienen conocimiento de lo que es una cooperativa en cuanto a la participación del 5% de los que dijeron que no se pudo observar mediante la información recolectada que los que optaron por esta respuesta fueron estudiantes pertenecientes a los primeros semestres (1° y 3°), además otros dijeron que tenían conocimiento de algunas cooperativas que se encontraban en la provincia de Ocaña mas no de cómo funcionaban o en que consistían estas.

Tabla 9 *Consideración de los estudiantes en cuanto a la creación de una cooperativa de hospedaje*

CONSIDERCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	95%
No	16	5%
TOTAL	316	100%



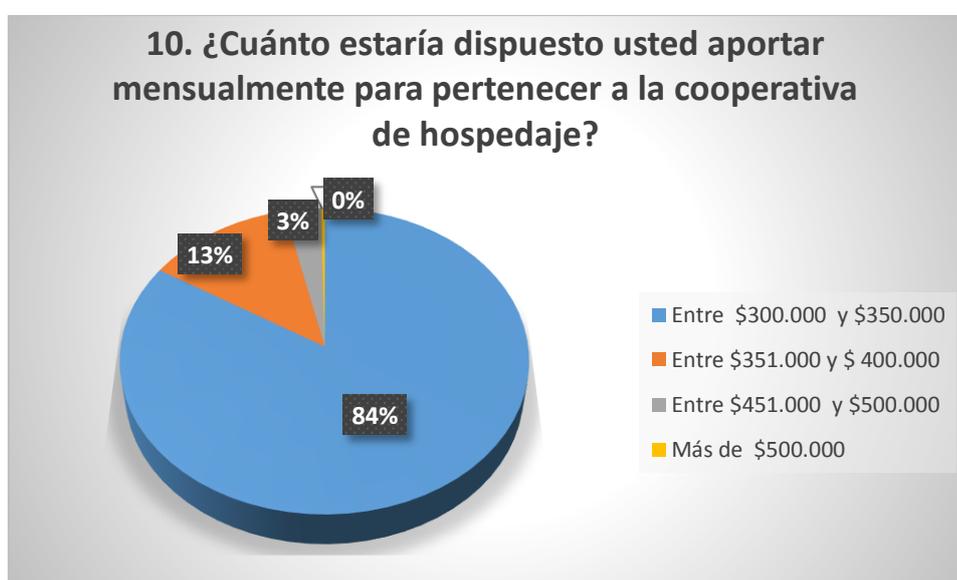
Fuente: elaboración propia

Figura 9. Creación de una cooperativa

La gran mayoría de los estudiantes encuestados consideran necesario la creación de una cooperativa de hospedaje porque les ayudaría con su economía en cuanto a los gastos de alojamiento, por mayor seguridad, por beneficios, mientras que el 5% dijeron que no es necesario porque “ya hay demasiada oferta que presta el servicio” actualmente en la provincia como son las casas de familia.

Tabla 10 *Aporte en dinero que estaría dispuesto hacer los mensualmente los estudiantes*

APORTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$300.000 y \$350.000	265	84%
Entre \$351.000 y \$ 400.000	40	13%
Entre \$451.000 y \$500.000	10	3%
Más de \$500.000	1	0%
TOTAL	316	100%



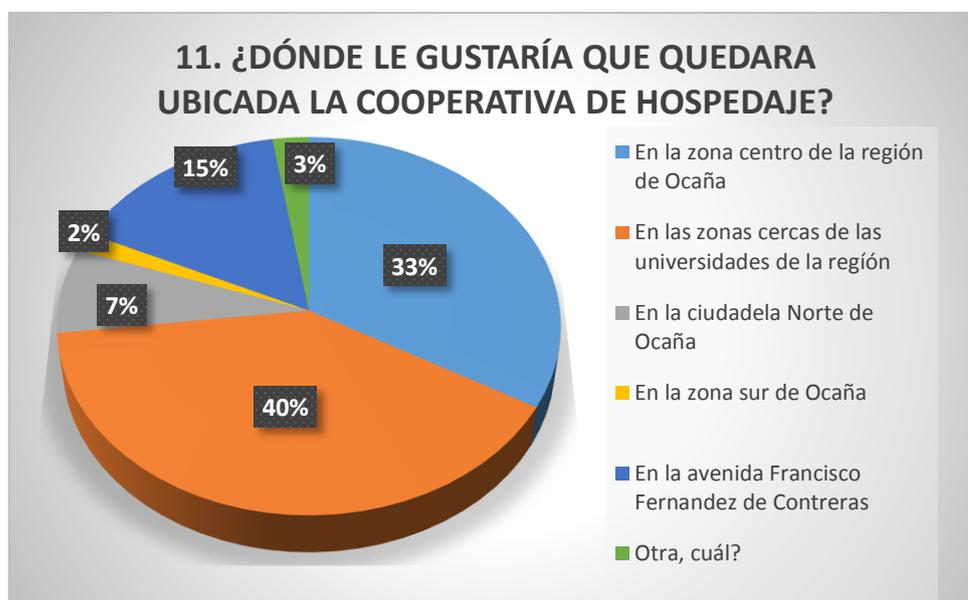
Fuente: elaboración propia

Figura 10. Aporte mensual

La mayoría de los estudiantes con un porcentaje de 84% se inclinaron por la opción más económica ofertada, es decir, que estarían dispuestos a aportar mensualmente por el servicio de hospedaje entre \$300.00 y \$350.000, mientras el 13% estaría dispuesto a aportar entre \$351.000 y \$400.000, el 3% entre \$451.000 y \$500.000 y nadie estaría dispuesto a aportar más de \$500.000, esto como producto a que estos universitarios residentes se caracterizan por pertenecer al estrato social uno.

Tabla 11 *Ubicación de la cooperativa según la consideración de los estudiantes*

UBICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En la zona centro de la región de Ocaña	105	33%
En las zonas cercas de las universidades de la región	126	40%
En la ciudadela Norte de Ocaña	23	7%
En la zona sur de Ocaña	5	2%
En la avenida Francisco Fernández de Contreras	49	16%
Otra.	8	3%
TOTAL	316	100%



Fuente: elaboración propia

Figura 11. Ubicación

El 40% de los estudiantes les gustaría que la ubicación de la cooperativa de hospedaje fuese en las zonas cercas de las universidades de la región, el cual esta alta participación que obtuvo esta respuesta es un poco compleja ya que las diferentes universidades que cuenta la provincia no se encuentran en una misma ubicación por lo tanto es un poco difícil atender a

esta petición, el 33% dice que en la zona centro de Ocaña, el 15% en la avenida Francisco Fernández de contreras, el 7% en la ciudadela norte de Ocaña, el 3% opinaron que les gustaría que se ubicara en la UFPSO o cerca de ella esta se obtuvo como resultado de que la población encuestada fueron los universitarios residentes de la UFPSO.

Tabla 12 *Medios por los cuales los estudiantes les gustaría conocer la cooperativa*

MEDIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A través de un amigo o compañero	57	18%
Por medio de volantes	35	11%
Por medio de radio y televisión	113	36%
A través de correo institucional	29	9%
Por medio de redes sociales	57	18%
Todas las anteriores	25	8%
TOTAL	316	100%



Fuente: elaboración propia

Figura 12. Medios de publicidad

Los estudiantes escogieron que les gustaría conocer la cooperativa de hospedaje por medio de radio y televisión (regional) con un porcentaje de 36%, por medio de redes sociales el 18% junto con “a través de un amigo o compañero”, seguidamente “por medio de volantes” con el 11%, “a través de correo institucional” con un 9 %, y el 8% les gustaría conocer la cooperativa por medio de todas posibilidades ofertadas.

Tabla 13 *Servicios que prefieren los estudiantes en la cooperativa de hospedaje*

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	42	13%
Lavandería	23	7%
Restaurante	42	13%
Tv cable	14	4%
Gimnasio	38	12%
Computadora	10	3%
Salas de estudio	35	11%
Todas las anteriores	60	19%
Otro.	52	16%
TOTAL	316	100%



Figura 13. Servicios

Fuente: elaboración propia.

El mayor porcentaje de la población de estudiantes dijo que le gustaría que la cooperativa le prestara todas las posibilidades de los servicios, un 17% opinaron que le gustaría que la cooperativa prestara otros servicios adicionales a los ofrecidos como parqueadero, salón de eventos, Biblioteca, cocina, papelería, entre otros el 13% dice que internet y gimnasio esto en cuanto los porcentajes más representativos, en cuanto a la menor participación se puede observar en su representación que la obtuvo el servicio de computadora las razones de esta fue que los universitarios comentaron que ellos preferirían trabajar con su equipo portátil personal por motivos de disposición de esta cuando la requieran, por seguridad de información y evitar inconvenientes en cuanto a infectar su memoria personal con algún virus.

Tabla 14 *Estudiantes que les gustaría alojarse en la cooperativa y ser asociado*

CONSIDERACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	271	86%
No	45	14%
TOTAL	316	100%



Fuente: elaboración propia

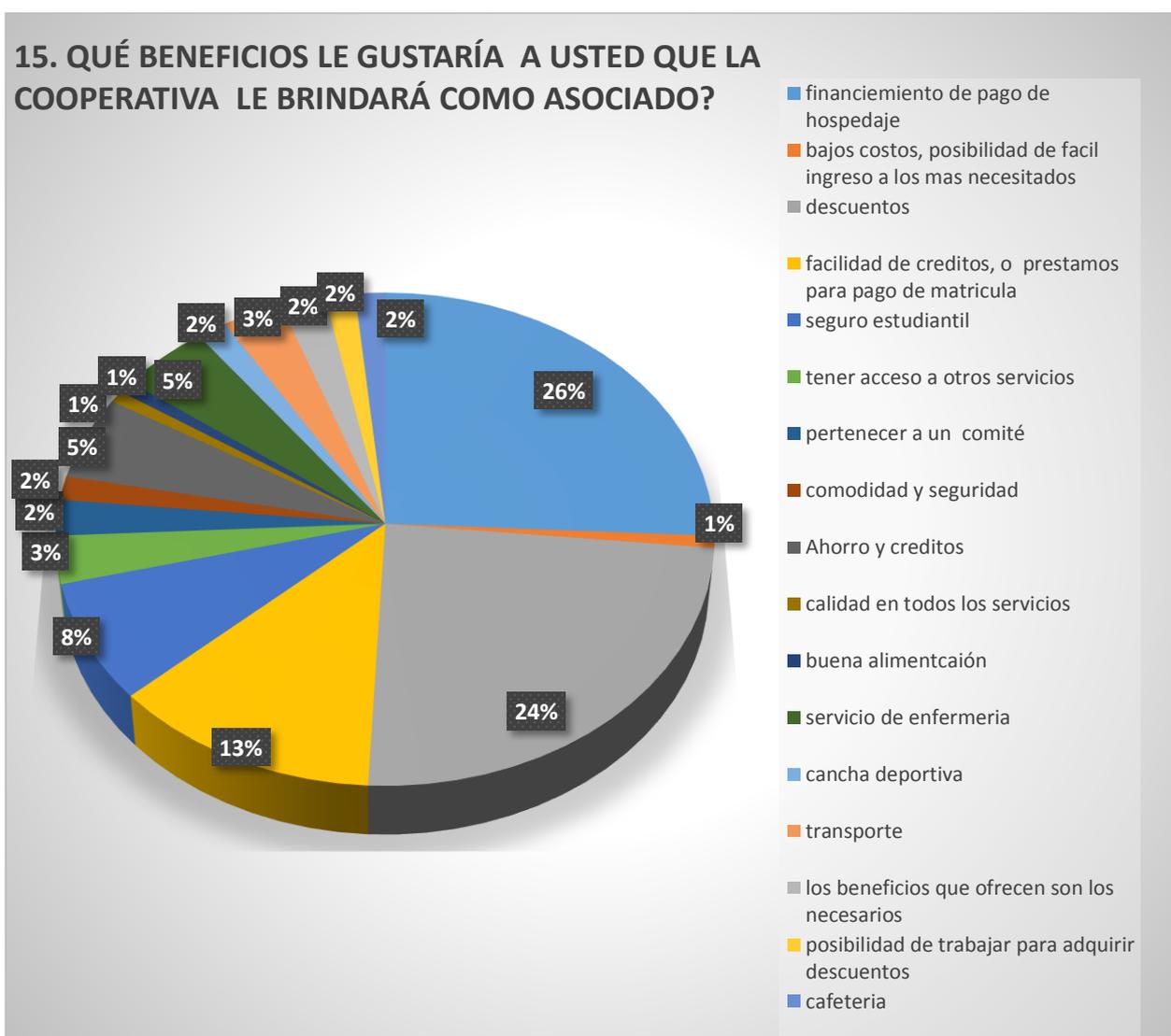
Figura 14. Alojamiento y Asociatividad

La mayoría de la población encuestada respondió que si le gustaría alojarse y ser asociado al mismo tiempo para recibir los beneficios, para contar con un lugar fijo de alojamiento, porque les gusta conocer gente y convivir, en cuanto a las personas que respondieron que no, la mayoría de esta respuesta pertenecen a estudiantes de los últimos semestres de la etapa de educación superior sus justificaciones fueron porque este año terminan carrera y se regresarían para sus hogares o casas, otros más porque estaban esperando terminar materias y sus expectativas eran salir de Ocaña a realizar sus prácticas motivo por el cual no les gustaría alojarse en la cooperativa y otros porque no les gusta compartir ni estar sujetos a norma, es decir, que les gusta estar tranquilos y tener su propio espacio o habitación.

Tabla 15 *Beneficios que a los estudiantes les gustaría que la cooperativa le brindara*

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
financiamiento de pago de hospedaje	33	26%
bajos costos, posibilidad de fácil ingreso a los más necesitados	1	1%
Descuentos	31	24%
facilidad de créditos, o prestamos para pago de matricula	16	13%
seguro estudiantil	10	8%
tener acceso a otros servicios	4	3%
pertenecer a un comité	3	2%
comodidad y seguridad	2	2%
Ahorro y créditos	7	5%
calidad en todos los servicios	1	1%
buena alimentación	1	1%
servicio de enfermería	6	5%
cancha deportiva	2	2%

Transporte	4	3%
los beneficios que ofrecen son necesarios	3	2%
posibilidad de trabajar para adquirir descuentos	2	2%
cafetería	2	2%
TOTAL	128	100%



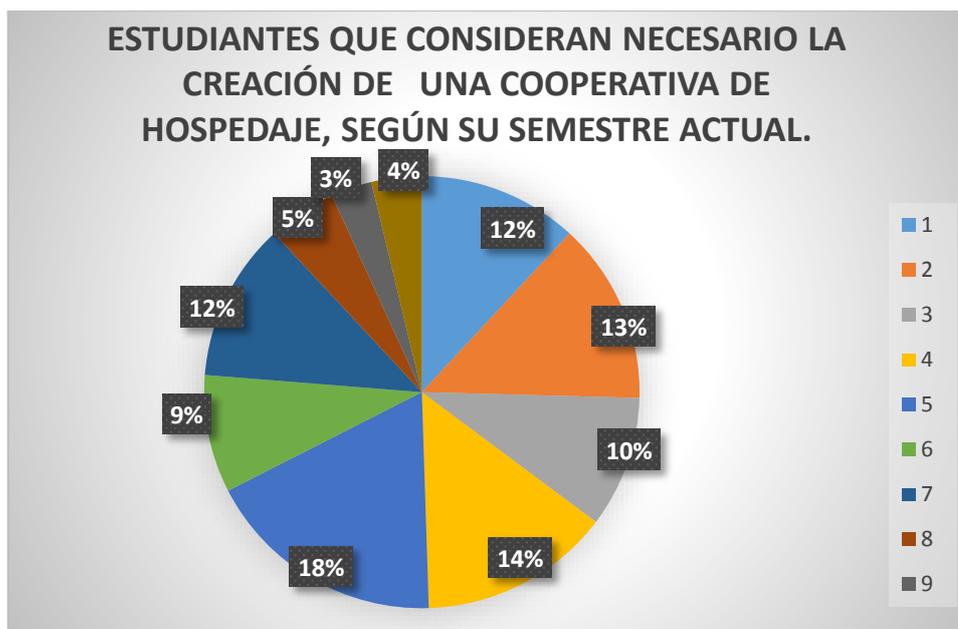
Fuente: elaboración propia.

Figura 15. Beneficios

Los estudiantes encuestados que dieron una respuesta a la anterior pregunta, opinaron lo siguiente, el 26% dice que el financiamiento de pago de hospedaje sería un beneficio que les gustaría que la cooperativa les prestara, el 24% descuentos, y el 13% facilidad de créditos para pagos de matrícula. Y el resto de la población brinda diferentes beneficios que pueden ser observados en la representación gráfica anterior. Como se puede observar que la mayoría de los encuestados coincidieron que los beneficios que le gustaría que esta cooperativa le brindara fue en cuanto al tema de financiamiento ya sea por medio de créditos para pagos de hospedaje y matrícula y descuentos de los mismos y facilidad de pago.

Tabla 16 *Estudiantes que consideran necesario la creación de una cooperativa según el semestre*

SEMESTRE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	35	12%
2	40	14%
3	29	10%
4	42	14%
5	53	18%
6	26	9%
7	35	12%
8	15	5%
9	9	3%
10	11	4%
TOTAL	295	100%



Fuente: elaboración propia

Figura 16. Consideración según el semestre

Según el estudio los estudiantes desde 1° semestre hasta el 7° semestre fueron los que tuvieron la mayor participación en cuanto consideran necesario la creación de la cooperativa con un porcentaje en conjunto del 88% del 100% es decir, que la gran parte de población cree necesario su creación argumentado que en la actualidad Ocaña existe cierta necesidad y para que mejore las condiciones de este servicio que prestan hoy las casas de familia y l otro porcentaje que dijeron que no porque ya se encontraban culminando su carrera profesional y retomarían su rumbo a sus hogares.

Tabla 17 *Estudiantes que consideran necesario la creación de una cooperativa, según su sexo*

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	156	52%
Masculino	144	48%
TOTAL	300	100%

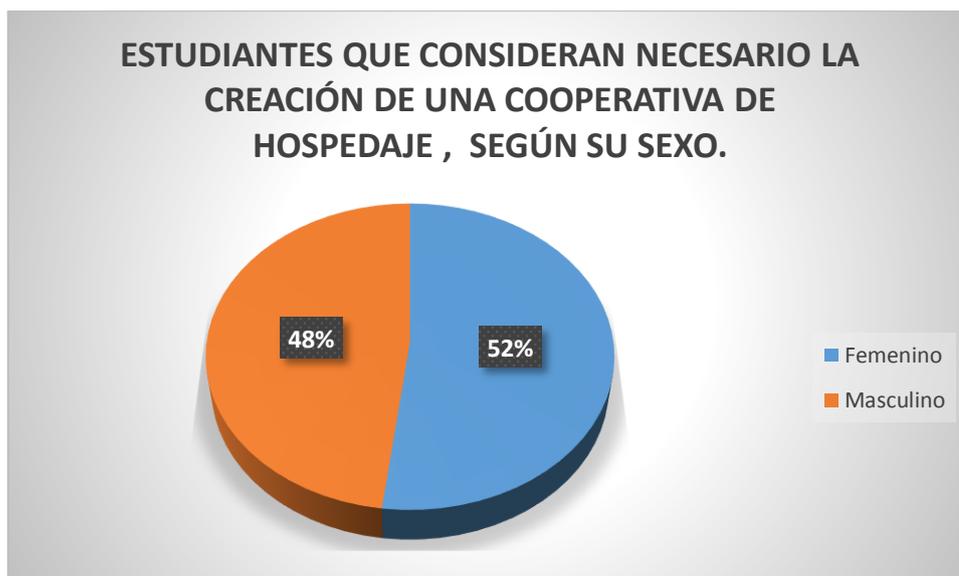


Figura 17. Consideración según el sexo

Fuente: elaboración propia.

Los estudiantes de género femenino son las que más creen necesario la creación de la cooperativa hospedaje con una diferencia de 4% frente a los hombres pero como se puede observar que tanto mujeres como hombres consideran necesario la creación de esta, es decir, que ambos géneros demandarían este servicio.

4.1.1 Diagnóstico general. De la información suministrada por los estudiantes

La investigación de mercados realizada a los estudiantes universitarios de la UFPSO con estrato social 1, por medio de la encuesta en el periodo de primer trimestre del 2018 con fines de conocer la aceptación de la creación de una cooperativa de hospedaje, obtuvo resultados favorables.

Según este estudio hay mayor estudiantes mujeres que consideran la necesidad de la existencia de la cooperativa de hospedaje, aunque la diferencia porcentual frente a los

estudiantes hombres es mínima, esto quiere decir que la probabilidad de que mujeres como hombres puedan demandar el servicio puede ser la misma.

Los estudiantes que cursan entre el 1° (primer) al 7° (séptimo) semestre tuvieron mayor participación en la encuesta, el mercado objeto de la posible cooperativa de hospedaje son todos los estudiantes universitarios de foráneos de Ocaña N.S, pero con esta información recolectada ya se sabe con mayor claridad a que estudiantes se deben abarcar.

El tipo de alojamiento más frecuente de los estudiantes son los apartamentos compartidos, las casas de familia, es decir, pensiones, y las habitaciones. Los apartamentos compartidos son una alternativa muy usual para éstos, pues resulta muy económico debido a que se comparten gastos entre los inquilinos y el precio que terminan pagando es bajo a diferencia de lo que pagan los estudiantes que se alojan en pensiones. Pagar solo una habitación y alimentarse por fuera o hacer de comer ahí mismo, también es una alternativa de ahorro. Lo que indica que la mayoría de la población estudiada está interesada en ahorrar y lo que se busca con la creación de la cooperativa es beneficiar a los estudiantes con menores precios, mayores servicios, más seguridad y comodidad, supliendo así las necesidades insatisfechas de los estudiantes.

Los padres de familia son el medio por cual los estudiantes pagan los gastos de alojamiento en el municipio, así lo afirma el estudio con un porcentaje de alta participación, el porcentaje de participación de los estudiantes dice que ellos mismos cubren los gastos, el estudio también permitió conocer la ocupación de estas personas, la mayoría son empleados asalariados y empleados públicos y otros tienen negocio propio, pero también hay padres de

familia y estudiantes que tiene otra clase de trabajo como lo es, la ganadería, la agricultura, trabajan por horas, turnos, por contratos y otros cubren los gastos por medio de una pensión.

El 49% de los estudiantes o de las personas que cubren los gastos de alojamiento en el municipio devengan ingresos entre \$782.242 y \$1.000.000 mensuales, lo que quiere decir que estas personas podrían tener la capacidad de pagar un aporte mensual por prestación de servicio de hospedaje.

El aspecto con mayor incidencia para los estudiantes a la hora de elegir alojamiento es el precio, pero también tienen en cuenta otros aspectos como lo son, la comodidad, seguridad y otros tienen en cuenta todos, el 1% de la población dijo que la ubicación.

En el estudio que se realizó se les dio la oportunidad a los estudiantes de opinar sobre los beneficios que les gustaría que la cooperativa de hospedaje les brindara, la participación en este punto fue de 41% de la población. Muchos coincidieron que les gustaría que la cooperativa les diera financiamiento en el pago mensual del hospedaje, Descuentos, facilidad de créditos o préstamos para el pago de la matrícula.

Finalmente se pudo recolectar la información necesaria para saber si la cooperativa de hospedaje va ser aceptada en el mercado junto con las condiciones y los factores relevantes para los estudiantes.

Gracias al estudio el proyecto demostró viabilidad en cuanto al mercado la creación de una cooperativa de hospedaje que llegaría a suplir muchas necesidades de los estudiantes.

4.2 Ventajas y desventajas.

Identificadas para la creación de la cooperativa de hospedaje para los universitarios residentes en el municipio de Ocaña n/s.

Toda persona que tenga una idea de negocio pequeña o grande ya sea la creación de un nuevo producto o mejoramiento de uno ya existente o la prestación de un servicio lo primero que debe realizar es un estudio de mercados para así identificar aspectos claves como pueden ser si este negocio será rentable y aceptado por el mercado o la población objetivo así mismo identificar si existe cierta necesidad y que es lo que esperarían sus posibles consumidores potenciales de este nuevo negocio, identificar cuáles serían sus ventajas y desventajas, conocer cuál es su competencia en que se destaca esta, tener claro cuales beneficios va ofrecer para suplir las necesidades de sus clientes con el fin de captarlos y cuáles serían sus puntos fuertes como sus debilidades para así trabajar en todos estos aspectos con el objetivo de alcanzar el éxito y perdurar en el mercado a través del tiempo.

Por lo anterior en la realización de esta investigación se pudo identificar por medio de toda la información y datos recopilados a través de la técnica aplicada (encuesta) que para la creación de la cooperativa que preste el servicio de hospedaje para los universitarios residentes se pudo identificar que esta creación como tiene ciertas ventajas de igual manera presenta ciertas desventajas.

4.2.1 Ventajas. Introducción al mercado con precios bajos y promociones (descuentos, facilidad de pago, financiación).

Desarrollo y crecimiento para la región a través de la generación de empleo directo e indirecto.

Beneficiaria a toda la población universitaria residente que acceda al servicio de hospedaje.

Habría un lugar fijo que ofrezca el servicio de hospedaje con las condiciones que necesitan los estudiantes.

Facilitaría a los universitarios la decisión de tener que buscar un lugar adecuado para instalarse durante el periodo académico que le ofrezca las condiciones básicas para estar en un ambiente de bienestar.

Reduciría costos y tiempo a los estudiantes nuevos al llegar a Ocaña ya que son foráneos, por tal motivo no tienen conocimiento sobre la provincia y no cuentan con un familiar o conocido que le brinde apoyo durante el proceso de instalación, la cooperativa contaría con toda la disposición de atenderlos estos solo tendrían que tomar la decisión de formar parte de esta cooperativa de hospedaje.

4.2.2 Desventajas. La principal desventaja de la creación de esta clase de cooperativa sería la competencia, es decir, todas aquellas personas o casas de familia que se dedican a prestar el servicio de hospedaje a estos universitarios provenientes de las afuera de la provincia estos verían a esta cooperativa como una amenaza ya que estos universitarios al adquirir sus servicios le están generando ingresos y por ende con la creación de esta disminuirían estos debido a muchos dejarían de adquirir este servicio que actualmente se ofrece en la provincia y como resultado a la situación estos comenzarían a bajar sus tarifas de la mensualidad por el servicio de hospedaje con el fin de que sea atractiva para estos estudiantes foráneos.

Otra desventaja es la ubicación, debido a que las universidades que cuenta la provincia no se encuentran en una misma ubicación sino que estos campos universitarios están un poco dispersos entre sí, haciendo esto que sea un poco difícil de atender todas las opiniones de los estudiantes encuestados ya que la mayoría en cuanto al lugar donde preferían que se ubicara la cooperativa optaron por respuestas diferentes.

Alto grado de control, ya que muchos de los estudiantes comentaron que no les gustaba sentirse vigilados y además tener que cumplir con un reglamento o normas, esta sería una desventaja importante debido a que esta cooperativa de hospedaje debe basarse en mantener un alto control tanto de sus funciones como de sus huéspedes con el fin de llevar un adecuado funcionamiento y no perder credibilidad ya que estos estudiantes tanto mujeres como hombres mantendrían un contacto cercano ya sea amistoso o incluso amoroso donde podrían darse situaciones inesperadas como embarazos no deseados por lo anterior se requiere mantener un alto control y manejo sobre los estudiantes para evitar inconvenientes.

4.3 Estrategias.

Para dar a conocer al mercado la posible creación de la cooperativa y los beneficios que ofrecería para todos aquellos estudiantes que hagan parte de esta cooperativa de hospedaje.

Como todo negocio nuevo debe darse a conocer a mercado para esto se deben crear unas estrategias que sean claves con el fin de que la población la identifique y la diferencie de los demás negocios que se dedican a ejercer la misma actividad o servicio por tal motivo las estrategias cumplen un papel fundamental en el surgimiento de un negocio.

Las estrategias que utilizaran para dar a conocer la posible creación de una cooperativa de hospedaje serán:

Se dará a conocer sobre la creación e introducción de esta al mercado con precios bajos y promociones por medio de todas las redes sociales como, Facebook, Messenger, instagram, whatsapp, correos institucionales que maneja cada estudiante dependiendo de la institución de educación superior.

Se promocionara través de páginas sociales

Se ofertara todos servicios que esta ofrecerá y así mismo los beneficios que esta brindará para los universitarios residentes.

También se hará publicidad a través de volantes y por medio de la radio y la televisión regional.

Capítulo 5. Conclusiones

A través de realización de esta investigación de mercados y haber realizado el respectivo análisis de toda la información y datos recolectados se pudo conocer que uno de los aspectos que más afecta a los universitarios residentes son los recursos económicos debido a que la mayoría de demanda estudiantil que cuenta actualmente la provincia escogieron venir aquí a prepararse profesionalmente como producto a que el campo universitario de Ocaña es muy reconocido por su economía especialmente en el valor de los semestres académicos respecto a otras universidades del país, dándoles la oportunidad de terminar la etapa de educación superior, además que las situaciones de muchos de éstos son muy complejas debido a que provienen de los alrededores de la provincia como municipios, corregimientos y veredas la cual pertenecen a la zona del Catatumbo donde estos lugares no tienen vías adecuadas para trasladarse hasta la ciudad, tampoco cuentan con medios de comunicación donde estos aspectos afectan de algún modo el rendimiento académico de los universitarios también se pudo conocer las expectativas que los estudiantes esperan con esta cooperativa de hospedaje como acogerse a los servicios y beneficios que la ley otorga al sector cooperativo.

Es de suma importancia identificar y conocer las ventajas y las desventajas que trae consigo la creación de la cooperativa de hospedaje con el fin de aprovechar al máximo estas ventajas como son precios bajos y promociones, beneficios y servicios que prestara, mayor seguridad y tranquilidad para los estudiantes y padres de saber que existe un lugar fijo y adecuado de hospedaje y trabajar en las desventajas para convertirlas en puntos favorables.

Para hacer posible la creación de la cooperativa que preste el servicio de hospedaje a los universitarios residentes es necesario crear estrategias claves para dar a conocer esta como es la publicidad por medio de las distintas redes sociales, páginas web, la radio y televisión regional y también por medio de volantes, con el fin de captar la atención de la población estudiantil y por ende que se interesen a adquirir este servicio.

Recomendaciones

Se recomienda a la hora de convertir en realidad esta investigación de crear una cooperativa de hospedaje para los universitarios residentes en la provincia de Ocaña tener en cuenta cuales son las situaciones en que viven estos estudiantes, sus opiniones en cuanto la creación de esta y todos aquellos aspectos identificados que afectan a los estudiantes con el fin de que esta cooperativa atienda todas sus necesidades y les brinde las condiciones adecuadas que estos necesitan apoyándoles en temas económicos por medio de la prestación servicios a precios accesibles y atractivos para estos estudiantes residentes.

Además se recomienda trabajar en todas las ventajas y desventajas que trae la creación de esta cooperativa de hospedaje con el fin de aprovechar y fortalecer dichas ventajas y pulir las desventajas para mitigar los efectos que estas podrían traer.

Otra recomendación es realizar una adecuada publicidad con el fin de dar a conocer esta cooperativa, en que consiste y cuáles son los beneficios y servicios que prestara.

Referencias

- ABC, d. (2017). *definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/hospedaje.php>
- Acosta Manzano, L., & Carrascal Acosta, G. (2012). *Division de biblioteca*. Ocaña: Ufpso.
- Ascoop. (09 de 06 de 2015). *Reseña del cooperativismo en colombia*. Obtenido de Asociación Colombiana de Cooperativas: <http://www.ascoop.coop/cooperativismo-siempre/cooperativismo-colombiano/resena-del-cooperativismo-en-colombia>
- Banco republica. (2 de Octubre de 2000). *Biblioteca virtual*. Obtenido de Biblioteca virtual: <http://www.banrepcultural.org/blaaavirtual>
- Caceres , A. (10 de abril de 2012). *Division de biblioteca*. ocaña: Ufpso. Obtenido de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/200/1/25128.pdf>
- Drucker, P. (1942). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local*. Recuperado el 2004, de El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local.: https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local
- gerencie.com. (9 de octubre de 2017). *gerencie.com*.
- González), E. E. (s.f.). *HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONOMICO*. Recuperado el 1933, de HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONOMICO.
- González, E. E. (1820). *TEORÍAS SOBRE LA DEMANDA* . Obtenido de TEORÍAS SOBRE LA DEMANDA : http://personal.us.es/escartin/Malthus_Subconsumo.pdf
- Malthus. (1820). *HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONOMICO*. Obtenido de HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONOMICO.

María Marta Formichella, J. I. (01 de 2004). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL.* .

Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local

Muñiz, R. (s.f.). *marketink XXI*. Obtenido de marketink XXI: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Muñoz, R. (s.f.). *marketing XXI*. Obtenido de marketing XXI: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Schumpeter. (1942). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local*. Recuperado el 2004, de El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local.: El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local.

sonria.com. (s.f.). *sonria.com*. Obtenido de <http://www.sonria.com/glossary/necesidad/>

Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias. (s.f.). *organizaciones solidarias*. Obtenido de organizaciones solidarias: <http://www.orgsolidarias.gov.co/qu%C3%A9-es-una-cooperativa-y-c%C3%B3mo-se-conforma>

Vanegas, Y. (s.f.). *mercadeo*. Obtenido de mercadeo: <http://sena-mercadeo.blogspot.com.co/2009/04/oferta-y-demanda.html>

Vanegas, Y. (s.f.). *mercadeo*. Obtenido de mercadeo: <http://sena-mercadeo.blogspot.com.co/2009/04/oferta-y-demanda.html>

wikipedia . (marzo de 2018). Obtenido de wikipedia :

<https://es.wikipedia.org/wiki/Cooperativa>

wikipedia. (9 de marzo de 2018). Obtenido de

https://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_superior

wikipedia. (s.f.). *wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Cooperativa>

Apéndice

Encuesta para los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña de estrato 1.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA.

OBJETIVO: Conocer el nivel de aceptación para la creación de una cooperativa de hospedaje en Ocaña N/S.

Marcar con x

1. tipo de sexo

Hombre Mujer

2. semestre actual

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.

Seleccione.

3. ¿En qué tipo de alojamiento vive?

- a) Casa de familia
- b) Apartamento compartido
- c) Habitación
- d) Residencia
- e) Hotel
- f) Otro cual _____

4. ¿Quién cubre sus gastos de alojamiento en la ciudad?

- a) Usted mismo
- b) Padres
- c) Hermanos
- d) Conyugue
- e) Créditos
- f) Otro cual _____

5. ¿Qué clase de trabajo tiene usted o la persona que le cubre los gastos?

- a) Negocio propio
- b) Trabajador oficial
- c) trabajador asalariado
- d) otro, cuál _____

6. ¿A cuánto asciende los ingresos de la persona que le ayuda con los gastos o sus ingresos?

- a) Menor a \$781.242
- b) Entre \$781.242 y \$1.000.000
- c) Entre \$1000.000 y \$1.500.000
- d) Superior a \$1.500.000

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos para usted tiene mayor incidencia a la hora de elegir alojamiento?

- a) Calidad del servicio
- b) Comodidad
- c) Precio
- d) Seguridad
- e) Todas las anteriores
- f) Otro cual _____

8. sabe usted que es una cooperativa?

Sí No

9 ¿Considera usted necesario la creación de una cooperativa de hospedaje para estudiantes universitarios en Ocaña N/S?

- a) Si
- b) No
- c) Porque _____

10. ¿Cuánto aportaría usted para pertenecer o ser asociado de la cooperativa de hospedaje?

- a) Entre 300.000 y 350.000
- b) Entre 351.000 y 400.000
- c) Entre 451.000 y 500.000
- d) Más de 500.000

11. ¿Dónde le gustaría que quedara ubicada la cooperativa de hospedaje?

- a) En la zona centro de la región de Ocaña
- b) En zonas cercas de las universidades de la región
- c) En la ciudadela Norte de Ocaña
- d) En la zona sur de Ocaña
- e) En la avenida Francisco Fernández de Contreras
- f) Otra cual _____

12. ¿por que medios le gustaría conocer la cooperativa de hospedaje?

- a) a través de un amigo o compañero
- b) por medio de volantes
- c) por medio de la radio y televisión (tele san Jorge, tele norte)
- d) a través del correo institucional
- e) por medio de las redes sociales
- f) todas las anteriores

13. ¿qué clase de servicios le gustaría que la cooperativa de hospedaje prestara?

- a) Internet
- b) Lavandería
- c) Restaurante
- d) Tv cable
- e) Gimnasio
- f) Computadora
- g) Salas de estudio
- h) Todas las anteriores
- i) Otro, cuál? _____

14. ¿le gustaría a usted alojarse en la cooperativa y al mismo tiempo ser asociado?

- a) Si
- b) No
- c) Porque _____

Responda.

15. ¿Qué beneficios le gustaría a usted que la cooperativa le brindará como asociado?
