

# Facultad de Ciencias Económicas y Estadística UNR

Proyecto de Extensión Universitaria

## EXPERIENCIA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA. INVESTIGACIÓN DE MERCADO COMO INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS DECISIONES Y ACCIONES DE UNA COOPERATIVA DE SERVICIOS

Investigadores: KOBILA, María Teresa; CARDINI, María Laura; CIMINARI MEYER, Francisco; MILLANES, Iván; SALAZAR, Lorena



Proyecto de extensión radicado en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la U.N.R. Han participado estudiantes universitarios con diversos perfiles: Antropología, Ciencias de la Educación, Trabajo Social, Economía, Administración, Contador Público y Estadística interesados en incrementar sus conocimientos y aprendizajes a través de la **experiencia**.

El proyecto surge en base a la demanda de la *Cooperativa de Energía Eléctrica y Consumos de Ibarlucea Limitada* que requería un **estudio de mercado** como herramienta para facilitar la toma de decisiones, conocer la demanda y mejorar la oferta de sus servicios.

Previo al trabajo de campo, se llevó a cabo una **etapa de capacitación** a los miembros de la cooperativa con el propósito de intercambiar opiniones, capacitar en herramientas de marketing e impulsar a los consejeros de la cooperativa a elaborar un análisis F.O.D.A. (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) para **conocer** y **percibir** posibles acciones que servirían de insumo para la realización del estudio de mercado propiamente dicho

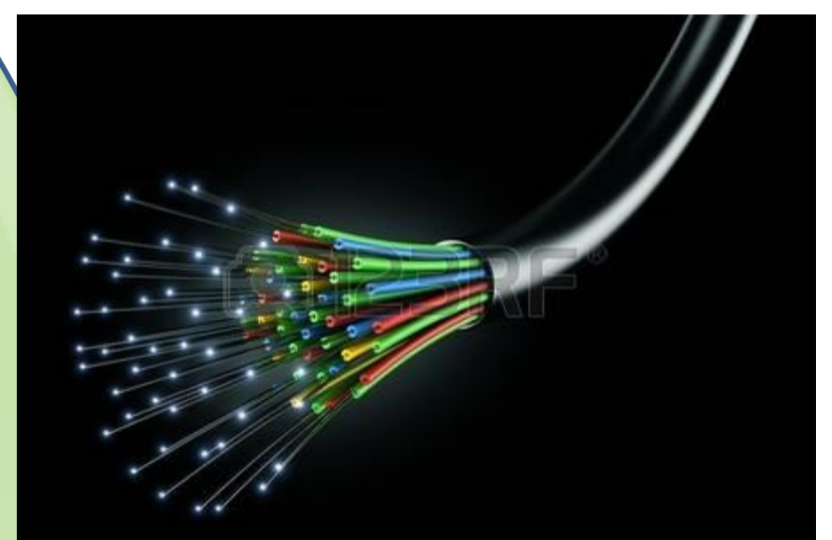


### Resultados

Conocimiento sobre la Cooperativa:

La mayoría de los habitantes

- estaba al tanto de la existencia de la Cooperativa y, entre quienes estaban al tanto de la **existencia** de la cooperativa, la mayoría **NO sabía** que el Consejo Directivo de la misma trabaja "ad honorem".
- **no se informa** de las actividades que realiza la Cooperativa, pero entre los que sí se informan, la mayoría califica como "Bueno" su desempeño. No hubo habitantes que hayan dado calificación negativa al desempeño de la Cooperativa.
- **no está** al tanto de las ventajas de pertenecer a una Cooperativa. Muy **pocos** participan en alguna organización o institución, y entre los que no participan más de la mitad tampoco tienen **interés** en participar.



En las 3 zonas encuestas se detectó como potencial de mercado el servicio de Internet inalámbrico, para lo que debería hacerse el cableado de fibra óptica. A la fecha de entrega del informe se recomendó hacer estudios de factibilidad técnica y económica para diagnosticar la posibilidad de brindar a futuro este servicio.



### Sobre los productos y/o servicios

La prestación del servicio de **energía eléctrica** está limitada geográficamente, si bien en algún momento podría ampliarse este servicio a otros sectores en los que está actualmente la EPE, cuestiones legales deberán ser consideradas.



### Servicio de sepelio

Las encuestas realizadas en los 2 barrios de **no-socios** revelan que, si bien más de la mitad de los habitantes encuestados contaban con servicio de sepelio, muy pocos tenían el servicio de la Cooperativa. Se evidencia desconocimiento general acerca de la disponibilidad de contratar este servicio en la Cooperativa.

A diferencia de los 2 anteriores barrios, en el barrio de los **socios** más de la mitad contaban con servicio de sepelio y la mayoría tenía contratado el servicio de la Cooperativa. Muy pocos manifestaron estar disconformes con el servicio y menos aún desconocían que la Cooperativa lo brindaba. Se presume que la no contratación del servicio no es producto del desconocimiento del mismo.



### Energías alternativas

En los 3 barrios encuestados la gran mayoría de los habitantes sabía que utilizando energías renovables pueden disminuir sus gastos y contribuir a la ecología y mostró intenciones de asistir a una charla informativa sobre el tema.

