

DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL  
SERVICIO DE RESIDENCIA PARA ESTUDIANTES  
DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Proyecto Integrador realizado por:

APOLO MEDINA JUAN JOSÉ

CEDEÑO ANDRADE SANDRA ELIZABETH

**Presentado a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de  
la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)**

**Previa a la obtención del Título de:**

INGENIERIA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Director de Proyecto: José Omar Zurita Cueva

Febrero 2018

## RESUMEN

A través de este trabajo de investigación, se presenta un proyecto que evalúa cuán importante es que Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil de la Universidad de Guayaquil, implemente la creación de una residencia universitaria para sus estudiantes; tomando en cuenta la gran cantidad de alumnos de otras provincias ajenas a Guayaquil y extranjeros que la demandan. Para ello, en primer lugar, se desarrolló un estudio de mercado con un enfoque cuantitativo- cualitativo en el que se realizaron encuestas a estudiantes tanto de Guayaquil como de otras provincias, para determinar, cuál consideran que es el principal problema de no contar actualmente con residencias universitarias. Así también, con la participación de un grupo focal, se establecieron estrategias que faciliten llegar al objetivo. Posteriormente, se muestra un estudio técnico en el que se describen las políticas y requisitos que los estudiantes deberán cumplir para tener acceso a las residencias. Finalmente, se presenta un estudio financiero en el que, a través de indicadores, se demuestra que el proyecto que implica la edificación de una residencia universitaria en la Universidad de Guayaquil sí resultará factible. Además, se exponen conclusiones y recomendaciones para que el plan en mención sea sostenible.

## DEDICATORIA

Este trabajo de titulación se lo dedico en primer lugar a Dios, quien es el pilar fundamental en mi vida. A mis papás, porque siempre estuvieron prestos a ayudarme y son quienes me han acompañado en todo momento.

*Juan José Apolo Medina*

Quiero dedicar primero a Dios por permitirme celebrar este triunfo personal junto con las personas que más quiero. A mis padres amados, René y Charo, por ser mi pilar y siempre brindarme su apoyo, en especial a mi madre, por darme la vida, amarme incondicionalmente, creer en mí, y por todo su sacrificio y esfuerzo, eres mi ángel, simplemente me haces llenar de orgullo, te amo y no va a haber manera de devolverte todo lo que me has ofrecido. A mi hijo, Leonidas Caleb, eres mi motor y fuente de inspiración, gracias a ti aprendí a ser madre y a amar incondicionalmente. Aún eres un bebé, pero cuando crezcas y puedas leer esto, quiero que sepas que podrás lograr todos tus sueños, trabajando siempre duro y dando lo mejor de ti, y que tener una vida maravillosa, no significa que sera fácil, deberás esforzarte mucho para vencer tus miedos y conseguir tus objetivos, siempre de la mano de Dios. No olvides nunca que eres mi vida, mi pedacito de cielo, mi pequeño principito. Con amor, mamá.

*Sandra Elizabeth Cedeño Andrade*

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a Dios porque sin él no podría haber llegado a cumplir esta meta.

A mi tutor, por su motivación, guía y por estar siempre dispuesto a compartir sus conocimientos.

A mi compañera de tesis y a su hijo, por su constante apoyo y compromiso para culminar este trabajo de titulación.

A mis padres, por su apoyo constante durante esta etapa y por inculcarme valores que hoy me han permitido llegar donde estoy.

*Juan José Apolo Medina*

Agradezco a Dios por permitirme vivir y disfrutar cada día con mi familia.

A ESPOL por haberme formado en una profesional con valores morales y éticos, y a mi tutor, el Ing. José Omar Zurita, por la paciencia, dedicación y apoyo brindado en este proyecto, que, con sus consejos y sugerencias, facilitaron el desarrollo de este.

A mi compañero de tesis y a todas las personas que fueron participes en mi etapa de estudio, que de manera directa o indirecta aportaron en mi desarrollo personal y profesional.

A mis familiares, principalmente a mis padres, por todo el apoyo brindado a lo largo de mi vida, y por educarme y convertirme en una persona de bien, integra y honesta. A mis hombres, Christian y Leonidas, porque sin su apoyo hubiese sido más complicado desarrollar este trabajo, les agradezco por su paciencia, comprensión, y por el tiempo que me supieron conceder, son mi vida.

*Sandra Elizabeth Cedeño Andrade*

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación nos corresponden exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual.

---

Juan José Apolo Medina

---

Sandra Elizabeth Cedeño Andrade

## SIGLAS

UG	Universidad de Guayaquil
ViBE	Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
PIB	Producto Interno Bruto
TIR	Tasa Interna de Retorno
TMAR	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento
PAYBACK	Plazo de Recuperación

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	1
DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTOS .....	3
DECLARACIÓN EXPRESA .....	4
SIGLAS .....	5
LISTADO DE TABLAS.....	9
LISTA DE ILUSTRACIONES .....	11
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Antecedentes .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Design Thinkign .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.1 Entrevistas .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.2 Mapa de Empatía .....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.3 Insights .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Definición del Problema .....</b>	<b>21</b>
<b>1.4 Objetivos del proyecto.....</b>	<b>25</b>
<b>1.4.1 Objetivo General .....</b>	<b>25</b>
<b>1.4.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>25</b>
<b>1.5 Justificación .....</b>	<b>26</b>
<b>1.6 Alcance .....</b>	<b>26</b>
<b>2.- ANÁLISIS SITUACIONAL (MICRO Y MACRO ENTORNO).....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 Análisis de la situación .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.1 Análisis del macroentorno .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.2 Análisis del microentorno .....</b>	<b>42</b>
<b>2.2 Cadena de valor.....</b>	<b>46</b>
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>53</b>
<b>3.1 Objetivos del diseño de la Investigación .....</b>	<b>53</b>
<b>3.1.1 Objetivo general .....</b>	<b>53</b>
<b>3.1.2 Objetivo específico.....</b>	<b>53</b>
<b>3.2 Método Descriptivo.....</b>	<b>54</b>
<b>3.3 Método de recolección de datos .....</b>	<b>54</b>
<b>3.3.1 Técnica de Investigación – Entrevista .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4 Población y muestra.....</b>	<b>58</b>
<b>3.4.1 Población .....</b>	<b>58</b>

3.4.2 Muestra.....	58
3.5 Análisis de datos .....	59
3.5.1 La encuesta y sus resultados.....	59
<b>4. MERCADEO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>67</b>
4.1 Objetivos del plan estratégico.....	67
4.1.1 Objetivo general .....	67
4.1.2 Objetivos específicos .....	67
4.2 Estrategia de segmentación .....	67
4.2.1 Macro-segmentación.....	68
4.2.2 Micro-segmentación.....	68
4.3 Estrategia de posicionamiento .....	74
4.4 Análisis del proceso de decisión del consumidor .....	74
4.5 Definición de la estrategia .....	76
4.6 <i>Marketing Mix</i> .....	76
4.6.1 Producto .....	76
4.6.2 Precio.....	82
4.6.3 Plaza .....	83
<b>5. ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>87</b>
5.1 Punto de equilibrio .....	87
5.2 Estimación de la demanda.....	90
5.3 Fuentes de Ingreso.....	90
5.3.1 Ingresos por Alojamiento.....	90
5.3.2 Ingreso por Alquiler de Espacios.....	93
5.4 Costos fijos .....	95
5.5 Costos variables.....	96
5.6 Inversión Inicial.....	96
5.7 Capital de trabajo.....	98
5.8 Flujo de caja proyectado .....	99
5.9 Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR).....	102
5.10 VAN y TIR .....	103
<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>104</b>
6.1 Conclusiones.....	104
6.2 Recomendaciones.....	105
<b>ANEXOS.....</b>	<b>110</b>
Guía de preguntas.....	110
Encuesta .....	111

**Presupuesto De Construcción Residencia Universitaria ..... 116**

## LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Cantidad de ingreso de estudiantes por provincia 2016.....	23
Tabla 2 Estratificación del Nivel Socioeconómico .....	29
Tabla 3 Proyección poblacional por regiones (2016 - 2020).....	30
Tabla 4 Población según los niveles de educación que asisten a un establecimiento ...	30
Tabla 5 Distribución de la población que asiste por tipo de establecimiento .....	31
Tabla 6 Población con título superior .....	32
Tabla 7 Producto Interno Bruto por industrias .....	34
Tabla 8 Matriz FODA .....	50
Tabla 9 Estratos socioeconómicos del país.....	70
Tabla 10 Características dentro de los estratos socioeconómicos .....	71
Tabla 11 Calendario de publicidad.....	86
Tabla 12 Punto de Equilibrio Año 1 .....	88
Tabla 13 Punto de Equilibrio Año 2 en Adelante.....	89
Tabla 14 Ingreso por Alojamiento Año 1 .....	91
Tabla 15 Ingreso por Alojamiento Año 2 en adelante.....	92
Tabla 16 Ingreso por Alquiler de Espacios .....	93
Tabla 17 Proyección de Ingresos por alquiler de espacios .....	94
Tabla 18 Costos Fijos .....	95
Tabla 19 Sueldos y Salarios .....	96
Tabla 20 Costos Variables .....	96
Tabla 21 Inversión Inicial .....	97
Tabla 22 Depreciación.....	98
Tabla 23 Capital de Trabajo .....	99
Tabla 24 Flujo de Caja Mensual .....	100

Tabla 25 Flujo de Caja Anual.....	101
Tabla 26 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) .....	103

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa de Empatía - Estudiante de Provincia .....	17
Ilustración 2 Mapa de Empatía - Padre de Estudiante de Provincia .....	18
Ilustración 3 Insights .....	19
Ilustración 4 Porcentaje de la población de estudiantes del Guayas vs Otras provincias .....	24
Ilustración 5 Provincias con mayor número de ingreso de estudiantes a la UG (sin considerar Guayas).....	24
Ilustración 6 Cobertura del sistema de educación pública y privada.....	31
Ilustración 7 Asistencia poblacional a clases por establecimiento .....	31
Ilustración 8 Porcentajes de personas con aceptación de cupo que se movilizaron a una provincia diferente a su provincia de residencia en el año 2016.....	32
Ilustración 9 Precio del barril de petróleo (año 2010-2017).....	33
Ilustración 10 Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional .....	37
Ilustración 11 Acceso a internet según el área .....	37
Ilustración 12 Hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional.....	38
Ilustración 13 Porcentaje de personas que utilizan computadora por grupos de edad a nivel nacional .....	38
Ilustración 14 Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos 12 meses por grupos de edad a nivel nacional .....	39
Ilustración 15 Lugar de uso de internet por área .....	39
Ilustración 16 Frecuencia de uso de internet a nivel nacional .....	40
Ilustración 17 Porcentaje de personas entre 16 a 24 años con Smartphone a nivel nacional .....	40

Ilustración 18 Cinco Fuerzas de Porter .....	42
<i>Ilustración 19 Cadena de valor</i> .....	46
Ilustración 20 Estrategias de negocios .....	52
Ilustración 21 Macro segmentación .....	68
Ilustración 22 Nivel de estratos socioeconómicos del país .....	69
Ilustración 23 Distribución de la población por estratos socioeconómicos .....	74
Ilustración 24 Proceso de decisión de compra .....	75
Ilustración 25 Habitación doble .....	77
Ilustración 26 Habitación doble .....	77
Ilustración 27 Habitación doble .....	78
Ilustración 28 Habitación triple .....	78
Ilustración 29 Habitación Triple .....	79
Ilustración 30 Fachada de las habitaciones .....	79
Ilustración 31 Planta alta de la residencia .....	80
Ilustración 32 Planta baja de la residencia .....	80
Ilustración 33 Área Común .....	81
Ilustración 34 Organigrama de la residencia .....	82
Ilustración 35 Ubicación de 010a residencia .....	84
Ilustración 36 Uso de redes sociales .....	86
Ilustración 37 Mapa de Empatía - Estudiante de Provincia4 .....	113
Ilustración 38 Mapa de Empatía - Estudiante de Provincia4 .....	113

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Antecedentes**

Las residencias universitarias son propuestas alternativas para estudiantes foráneos y que no tienen alojamiento en la ciudad, generalmente se ubican en espacios estratégicos dentro del campus universitario (ESPE, s.f.). En Guayaquil este servicio, que no ha sido ofertado, representa una oportunidad de negocio que beneficiaría simultáneamente a los estudiantes universitarios de otras provincias y extranjeros y a la institución, al garantizarle un ingreso y reducir la deserción de quienes aspiran estudiar, pero no tienen hospedaje

En la actualidad, la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UESS) es la única universidad en Guayaquil que ofrece el servicio de residencia universitaria, que es administrada por la institución, que se regula a través de normas y de un contrato. Además de esta propuesta, existen otras residencias universitarias independientes que se encuentran a los alrededores de las universidades, pero que no son económicamente convenientes para los estudiantes.

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se determina que la falta de una residencia universitaria incide en el ingreso y permanencia de ciudadanos de otras provincias, quienes finalmente desisten de continuar los estudios por carecer de un espacio idóneo para hospedarse, éste antecedente permite aseverar que el proyecto de residencia universitaria, de la Universidad de Guayaquil tendría un impacto favorable, ya que, se estima que los potenciales usuarios, población de provincia, asciende aproximadamente a 3700, población que no incluye a extranjeros.

## **1.2 Design Thinkign**

La metodología de Design Thinking posibilita el uso de herramientas metodológicas, como entrevistas, mapa de empatía a partir del estudio de potenciales usuarios del servicio, y el diagrama de Insighst que contiene los potenciales obstáculos del proyecto.

### **1.2.1 Entrevistas**

Los objetivos de las entrevistas fueron conocer la percepción de diferentes personas, en relación con costos actuales de hospedajes, problemas existentes en el contexto de la oferta y demanda de residencia, y establecer las potenciales causas de la falta de este tipo de servicio.

- *Robin Martínez-Encargado de Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil Universidad de Guayaquil (ViBe)*

El encargado del ViBe, indicó que el planteamiento de construir un servicio de alojamiento para estudiantes es una aspiración que no se ha podido concretar por falta de apoyo de otras unidades académicas relacionadas con la construcción y diseño, a pesar de ello no se ha desistido por lo que se ha retomado la idea de la creación de una residencia universitaria.

- *Doménica López - Estudiante de provincia en la Universidad de Guayaquil*

La estudiante López de 18 años, actualmente está cursando el segundo semestre en Medicina, explica que al inicio de cada termino académico se enfrenta a la búsqueda de hospedaje y uno de los obstáculos significativos es el costo de los departamentos que fluctúan entre \$200 y \$300 para ella no es económicamente viable, por lo tanto, debe limitar sus expectativas y alquilar una pequeña habitación con servicios básicos por un

costo de \$120, valor que está dentro del presupuesto económico, respecto al proyecto nos supo indicar que Sería estupendo que la residencia sea dentro de la universidad, que incluya servicios básicos y necesarios para un estudiante, a un precio cómodo.

La estudiante mencionó que estaría dispuesta a cancelar hasta 150 dólares por una pequeña habitación, que se encuentre limpia, puesto que el aseo en general de la universidad es precario.

- *Andrés Hallón – Empresario*

El Sr. Hallón nos comenta que alquilar un departamento es muy costoso, por lo cual, vivir en una residencia universitaria se vuelve muy importante. Conoce de universidades en otros países que tienen residencias dentro del campus, y que aquí en la ciudad, eso sería de gran ayuda para los estudiantes, puesto que la falta de lugares donde residir obstaculiza el interés de estudiar en Guayaquil.

Entre los principales factores que el entrevistado tomaría en cuenta para elegir una residencia serían: seguridad, ubicación, alimentación, ésta última es relevante debido a que los estudiantes cumplen con largas jornadas de estudio y no suelen alimentarse bien, y con frecuencia padecen enfermedades.

- *Flor María Morejón - Ama de Casa*

Flor Morejón es ama de casa y tiene un hijo de 3 años, ella nos comentó que muchas veces, por la falta de lugares donde residir, muchos estudiantes abandonan sus estudios universitarios.

Actualmente ella hospeda en su casa a dos familiares que están estudiando en la universidad de Guayaquil y son de Manabí, esto se debe a que las estudiantes no encontraron un lugar donde residir que se adapte a sus necesidades y sobre todo al presupuesto, por eso optó por brindarles hospedaje en su casa hasta que encuentren un lugar óptimo.

Respecto al proyecto, nos manifestó que debería haber más apoyo de las universidades y del gobierno para los estudiantes, también sugiere la intervención de fraternidades estudiantiles que ayuden a ubicar el alojamiento a los estudiantes de otras provincias y extranjeros. Opina, además, que no hay residencias universitarias por falta de organización y apoyo económico, explica que tiene conocimiento de algunos departamentos que surgieron exclusivamente para ser alquilados para estudiantes, y en la actualidad se alquilan a cualquier persona que demande este servicio. Como madre menciona que los factores clave en una residencia universitaria deben ser: seguridad, cercanía a la universidad y comodidad.

- *Martha Ganchozo - Universitaria con vivienda propia.*

La Srta. Ganchozo cursa actualmente el noveno semestre de Administración de Empresas, menciona que conoce a muchos estudiantes que todos los semestres pasan por la misma situación, al no tener un lugar estable donde vivir durante su término académico, indica que una residencia sería de gran ayuda para los jóvenes que vienen con deseos de superación y de diferentes ciudades, ya que la mayoría no cuentan con los suficientes recursos para alquilar un departamento y costear todos sus gastos.

Además, comenta que la falta de residencias universitarias se debe al descuido en el sector de la educación, al no darle la importancia que se merece, puesto que no han considerado los beneficios que podrían traer a los estudiantes de provincia, debido que a ellos se les complica estudiar por los gastos que implica estar lejos de su ciudad natal, y que también, depende de la capacidad económica de la familia, debido a que son los padres quienes costean los gastos de sus hijos, hasta que ellos puedan tener un poco más de estabilidad y si les da el tiempo, puedan estudiar y trabajar para ayudarse ellos mismo y no depender de sus familiares.

Y respecto al tema del proyecto, nos supo decir que una residencia que sea reconocida, que tenga buenos servicios básicos y que sea accesible, sería ideal y de gran ayuda para quienes deseen estudiar fuera de su pueblo, cantón, o provincia.

Luego de las entrevistas, se pudo concluir que actualmente la oferta de residencias con alquiler exclusivo para estudiantes es muy escasa, por lo tanto, los estudiantes deben recurrir a hoteles, departamentos compartidos, o buscar hospedaje con familiares, caso contrario; deben desistir de su formación académica y abandonar sus estudios.

### 1.2.2 Mapa de Empatía

Para saber realmente lo que necesita un consumidor es primordial conocerlo, pero no solo se trata de hacer estudios de mercado, sino tratar de entenderlos y ponernos en los zapatos de ellos, por lo cual, en esta sección se realizaron dos mapas de empatía, con el objetivo de identificar las necesidades e intereses de los estudiantes de provincia y sus padres respecto a la falta de una residencia universitaria de la UG.

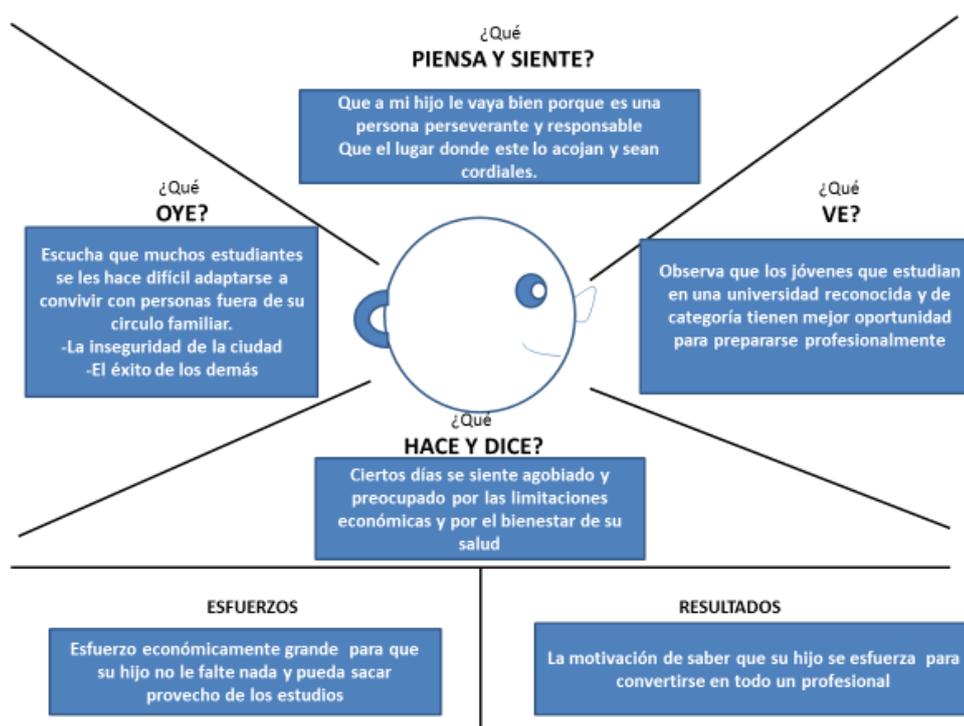
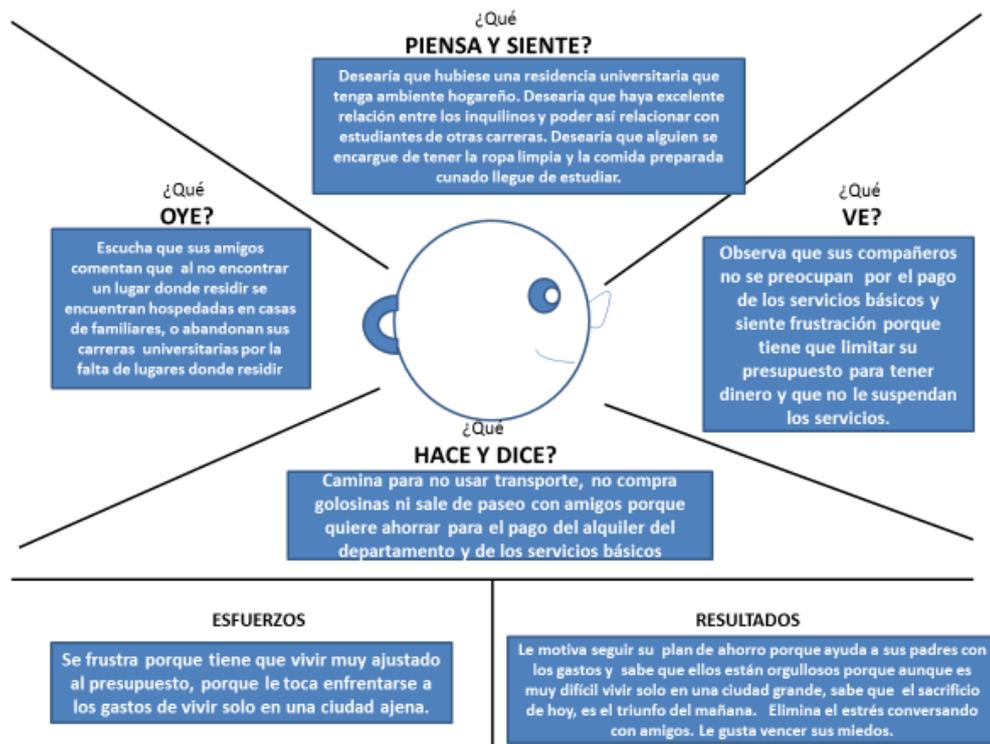


Ilustración 1 Mapa de Empatía - Estudiante de Provincia

Elaborado por Autores



*Ilustración 2 Mapa de Empatía - Padre de Estudiante de Provincia*

Elaborado por Autoras

### 1.2.3 Insights

Los Insights son una herramienta clave que nos ayuda a encontrar un tipo de solución a un problema específico. Esta nos facilita a encontrar el camino adecuado para resolver una ecuación por más complicada que sea, pero hay que recalcar que los insights no son la solución, es simplemente la esencia que nos lleva al camino de dicha solución.

Con este propósito aplicamos esta herramienta en el proyecto de residencias universitarias para entender las necesidades y los problemas específicos que atraviesan ViBe y estudiantes para buscar las mejores soluciones a los problemas de nuestros consumidores.



*Ilustración 3 Insights*

Elaborado por Autoras

**Falta de estudios financieros sobre el proyecto**

- No se ha realizado estudios para saber la viabilidad económica del proyecto
- No se tiene información sobre los requisitos legales que hay que cumplir para que el proyecto se ejecute.
- Se desconoce el monto de inversión que conlleva poner en funcionamiento el proyecto de la residencia.

**ViBe no cuenta con el apoyo suficiente para desarrollar una residencia universitaria.**

- El Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil de la universidad de Gye no tiene apoyo de las facultades de Arquitectura e Ingeniería Civil para desarrollar una residencia universitaria.
- La universidad no tiene apoyo del Gobierno para la construcción de una residencia
- Falta de interés por parte de inversionistas privados
- Descuido

#### **Falta de estudios de mercado sobre residencias**

- No se ha realizado análisis sobre la competencia, desconocen quienes prestan servicios de alquiler de departamentos en la ciudad de Guayaquil.
- Se desconoce las características que buscan los estudiantes para elegir una residencia como calidad, facilidades de pago, localización.
- No se ha realizado un análisis de la demanda, únicamente se tiene información del número de estudiantes que son de provincias, se desconoce el nivel de ingreso y el patrón de gastos de los estudiantes, entre otros.
- No se ha realizado un plan de marketing.

#### **Mala administración de recursos monetarios**

- No se dispone de capital suficiente en las universidades para cubrir el alto costo que implica la construcción de una residencia
- Mala administración del dinero en las universidades
- No hay apoyo económico exclusivo del Gobierno para la construcción de una residencia.

#### **Número de terrenos limitados para realizar el proyecto**

- ViBE no cuenta con espacio adecuado dentro de la universidad para la construcción de una residencia

- No hay estudios de suelo para la construcción de la residencia en sectores aledaños a la universidad
- La Universidad de Guayaquil dispone de terrenos, pero no se encuentran en zonas céntricas.

### **1.3 Definición del Problema**

La Universidad de Guayaquil (UG) es una institución pública de educación superior ubicada en la ciudad de Guayaquil, cuenta con 18 facultades ofertando actualmente 52 carreras de pregrado, razón por la cual se vuelve atractiva para muchos bachilleres que buscan prepararse profesionalmente en una carrera universitaria, no sólo de Guayaquil, sino que también de las diferentes provincias del Ecuador, y de países cercanos.

La UG es considerada por miles de estudiantes como la primera opción de entre las universidades del país, debido a su mejora continua en la calidad de educación superior, también por su flexibilidad en su horario académico; ya que cuenta con horarios de estudio en la mañana, tarde, y noche; permitiéndoles a sus estudiantes organizarse de mejor manera y puedan tener la opción de desempeñarse en el ámbito laboral.

A finales del periodo 2016 se matricularon 62614 estudiantes de pregrado aproximadamente, considerando la sede principal y la modalidad de estudio presencial, con esta cifra la UG se ubica como la universidad con mayor alumnado en todo el país.

Para los estudiantes de la UG que son de provincia, buscar un lugar donde vivir constituye un reto, debido a que se encuentran en una de las ciudades más importantes y grandes del país, desconocen de las vías de acceso y recorrido del servicio de transporte público hacia la universidad, se enfrentan a problemas tanto de inseguridad, como también de alimentación debido a las largas jornadas de estudio.

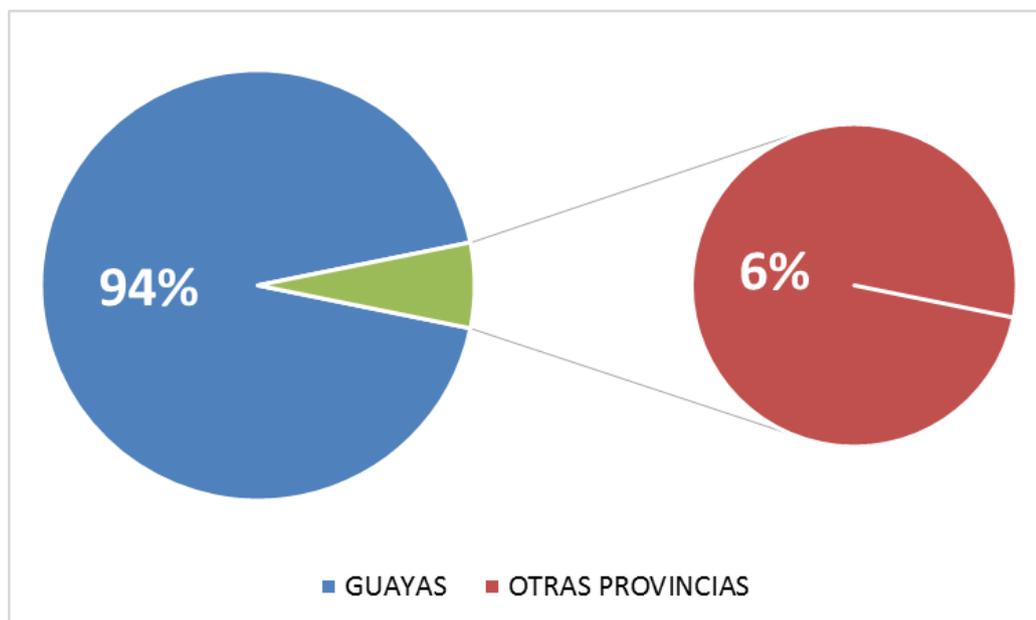
Es por eso que Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil de la Universidad de Guayaquil se encuentra interesado en crear una residencia, frente a ésta problemática que afecta especialmente a los estudiantes que son de provincia, se ha decidido llevar a cabo un estudio de factibilidad económica para el desarrollo de un plan habitacional temporal para estudiantes de la Universidad de Guayaquil, según la información adquirida por ViBE actualizada en el segundo término académico del 2016, la UG cuenta con 62 214 alumnos, perteneciente a las siguientes provincias del país:

*Tabla 1 Cantidad de ingreso de estudiantes por provincia 2016*

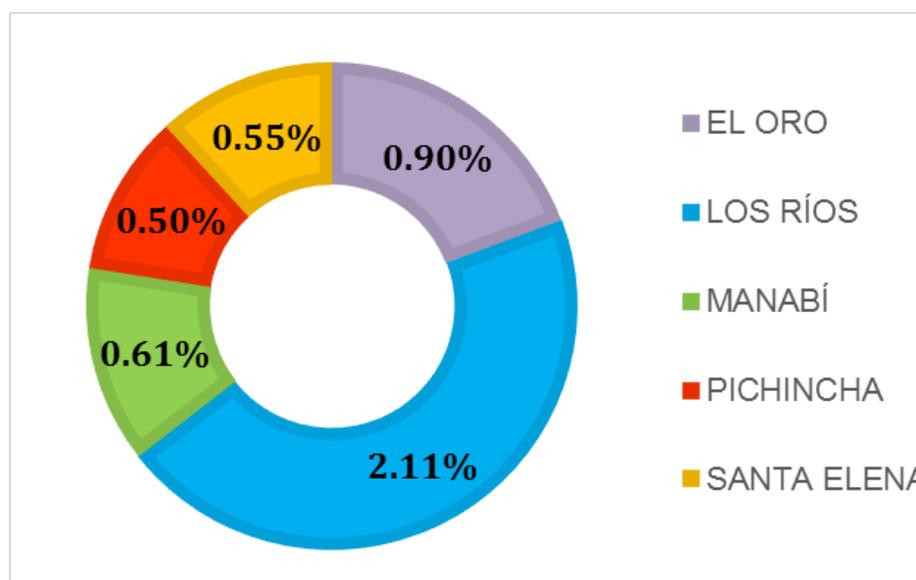
<b>PROVINCIA</b>	<b>ESTUDIANTES INGRESADOS</b>
AZUAY	99
BOLIVAR	281
CAÑAR	202
CARCHI	3
CHIMBORAZO	62
COTOPAXI	25
EL ORO	565
ESMERALDAS	151
GALÁPAGOS	17
GUAYAS	58614
IMBABURA	13
LOJA	44
LOS RÍOS	1320
MANABÍ	381
MORONA SANTIAGO	3
NAPO	6
ORELLANA	4
PASTAZA	2
PICHINCHA	313
SANTA ELENA	343
STO. DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	92
SUCUMBIOS	7
TUNGURAHUA	11
ZAMORA CHINCHIPE	4
EXTRANJEROS	13
EN BLANCO	39
<b>TOTAL</b>	<b>62614</b>

*Fuente: Informe Estadísticas Admisión 2016 ViBE-UG*

Elaborado por Autoras



*Ilustración 4 Porcentaje de la población de estudiantes del Guayas vs Otras provincias*  
Elaborado por Autoras



*Ilustración 5 Provincias con mayor número de ingreso de estudiantes a la UG (sin considerar Guayas)*

Fuente: Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil- UG

Según los datos de la Tabla 1, la mayor cantidad de estudiantes de la UG pertenecen a la provincia del Guayas; es decir, 58 641 equivalente al 93.61% del

alumnado, sin considerar el registro de estudiantes extranjeros y los que dejaron en blanco la información de su residencia de origen, con un porcentaje total del 6.31% siendo 3948 los estudiantes que vienen de provincias especialmente de Los Ríos, seguido de El Oro, Manabí, Santa Elena y Pichincha.

## **1.4 Objetivos del proyecto**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar la factibilidad económica sobre el desarrollo de una residencia universitaria para los estudiantes que son de provincia de la Universidad de Guayaquil.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar el nivel de aceptación del proyecto mediante un estudio de mercado aplicado a los estudiantes que son de provincia, a fin de cuantificar la demanda de posibles residentes para el proyecto.
- Determinar que sitio sería el óptimo para construir la residencia universitaria, si dentro o fuera de las instalaciones de la Universidad de Guayaquil, para ofrecer un plan habitacional con mayor calidad al menor costo.
- Identificar los gustos y preferencias que poseen los estudiantes sobre una residencia estudiantil, a fin de cumplir con las expectativas del mercado meta.
- Realizar un análisis del nivel de ingresos de los estudiantes de provincia con el fin de determinar la capacidad de pago que deberían tener para adquirir el servicio.

- Determinar la rentabilidad del proyecto mediante un análisis económico y definir la viabilidad del desarrollo de la residencia universitaria.

### **1.5 Justificación**

La Universidad de Guayaquil al ser una institución pública de educación superior, y que oferta 52 carreras universitarias, acoge a miles de estudiantes del todo el país, siendo uno de los principales inconvenientes que tienen los estudiantes que vienen de otras provincias es que no siempre disponen de un sitio donde hospedarse durante su preparación académica.

La idea de este proyecto surge dada la carencia de residencias universitarias, puesto que el número de estudiantes de provincias va incrementando año a año debido al aumento en la calidad académica de la universidad y a los bajos costos en la educación.

Aunque la educación sea gratuita, hay muchos gastos que van de la mano con la formación profesional que debe correr por cuenta propia del estudiante y que no los cubre el Estado, entre ellos tener un lugar donde hospedarse durante el periodo académico.

Debido a que no es considerado un gasto innecesario ni un lujo, la demanda de este servicio pasa a ser una necesidad para el estudiante, es decir que es poco sensible a la crisis económica, y aunque sea un proyecto a largo plazo debido a los altos costos que requiere la construcción de una residencia y lo que conlleva la puesta en marcha del proyecto, los estudiantes estarían dispuestos a pagar un costo razonable por una habitación en una residencia estudiantil que satisfaga sus necesidades.

### **1.6 Alcance**

La presente investigación comprenderá el estudio socioeconómico que implica la construcción de una residencia universitaria para los estudiantes de la Universidad de

Guayaquil. Se analizarán los factores por los cuáles aún no se ha puesto en marcha este proyecto y, por otro lado, se plantean los beneficios que su ejecución representan.

El estudio se llevará a cabo en la ciudad de Guayaquil, específicamente en la Universidad de Guayaquil (UG) en un período de 4 meses, desde octubre del 2017 hasta febrero del 2018; tiempo en el cual se alcanzarán los objetivos de investigación.

## 2.- ANÁLISIS SITUACIONAL (MICRO Y MACRO ENTORNO)

### 2.1 Análisis de la situación

#### 2.1.1 Análisis del macroentorno

De acuerdo con Torreblanca (2013), el macroentorno está constituido por todos aquellos agentes externos que influyen en el comportamiento de una organización y que no pueden ser controlados por esta. Estos agentes son: demográficos, económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos y ambientales.

**Entorno demográfico:** Hace referencia a la dimensión geográfica en la que va a operar una empresa, con sus variaciones y características.<sup>1</sup>

**Entorno económico:** Comprende los factores económicos que pueden incidir en los niveles de renta del mercado meta.<sup>2</sup>

**Entorno natural:** Se refiere al impacto natural que puede llegar a tener los procesos productivos y comerciales, determinando en qué medida afectan a la imagen de la empresa.<sup>3</sup>

**Entorno tecnológico:** Abarca la obsolescencia y desarrollo de nuevos productos, los cambios en la comunicación derivados de las nuevas tecnologías y en los procesos productivos.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Tomado del libro Fundamentos de marketing (Kotler & Armstrong, 2003)

<sup>2</sup>

<sup>3</sup>

<sup>4</sup>

**Entorno político:** Engloba los factores políticos y sociales que hacen referencia al papel que tiene el gobierno sobre el desempeño de todo aquello que pueda afectar en el proceso del plan de negocios<sup>5</sup>

### **Entorno demográfico.**

De acuerdo con el último censo que se realizó en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ecuador contaba con un estimado de 15'012,228 habitantes y en la actualidad la cifra se ha incrementado a 16'776,977 personas, siendo el 49.51% equivalente a hombres, y el 50.49% a mujeres. Los hogares del Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.

*Tabla 2 Estratificación del Nivel Socioeconómico*

Nivel Socioeconómico	Dimensiones							Total de Niveles
	Vivienda (236 puntos)	Nivel de Educación (171 puntos)	Actividad Económica (170 puntos)	Posesión de Bienes (163 puntos)	Acceso a tecnología (161 puntos)	Hábitos de Consumo (99 puntos)		
A	De 845,1 a 1000 puntos							1,90%
B	De 696,1 a 845 puntos							11.2%
C+	De 535,1 a 696 puntos							22,80%
C-	De 316,1 a 535 puntos							49,30%
D	De 0 a 316 puntos							14,90%

Fuente: INEC 2011

El INEC ha realizado proyecciones de la población hasta el año 2020 con un promedio anual de crecimiento del 1.75%

<sup>5</sup>

Tabla 3 Proyección poblacional por regiones (2016 - 2020)

POBLACIÓN TOTAL					
REGIONES	AÑOS CALENDARIO				
	2'016	2017	2018	2019	2020
<b>TOTAL PAÍS</b>	16'528'730	16'776'977	17'023'408	17'267'986	17'510'643
REGIÓN SIERRA	7'389'686	7'504'942	7'619'649	7'733'725	7'847'136
REGIÓN COSTA	8'191'269	8'303'168	8'413'888	8'523'453	8'631'859
REGIÓN AMAZÓNICA	878'996	898'547	918'016	937'406	956'699
REGIÓN INSULAR	30'172	30'890	31'600	32'320	33'042
ZONAS NO DELIMITADAS	38'607	39'430	40'255	41'082	41'907

Elaborado por Autores

Según INEC el 36.8% de la población de más de 5 años asiste a un establecimiento de educación regular.

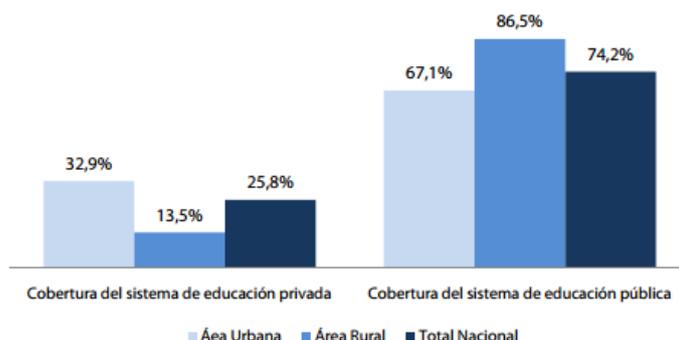
Tabla 4 Población según los niveles de educación que asisten a un establecimiento

NIVELES	Establecimiento		TOTAL
	PÚBLICO	PRIVADO	
PREESCOLAR	81399	27025	108424
EDUCACIÓN BÁSICA	2463965	673587	3137552
BACHILLERATO	549586	231155	780741
EDUCACIÓN SUPERIOR	427545	292008	719553
<b>Total</b>	<b>3.522.495</b>	<b>1.223.775</b>	<b>4.746.270</b>
	74,2%	25,8%	100%

Fuente: INEC 2010

El 74,2% de la población que estudia lo hace en establecimientos públicos

Ilustración 6 Cobertura del sistema de educación pública y privada



Fuente: INEC 2010

En niveles de instrucción superior la población asiste a más establecimientos de educación público con 57% en el caso de los hombres y el 61% en el de las mujeres

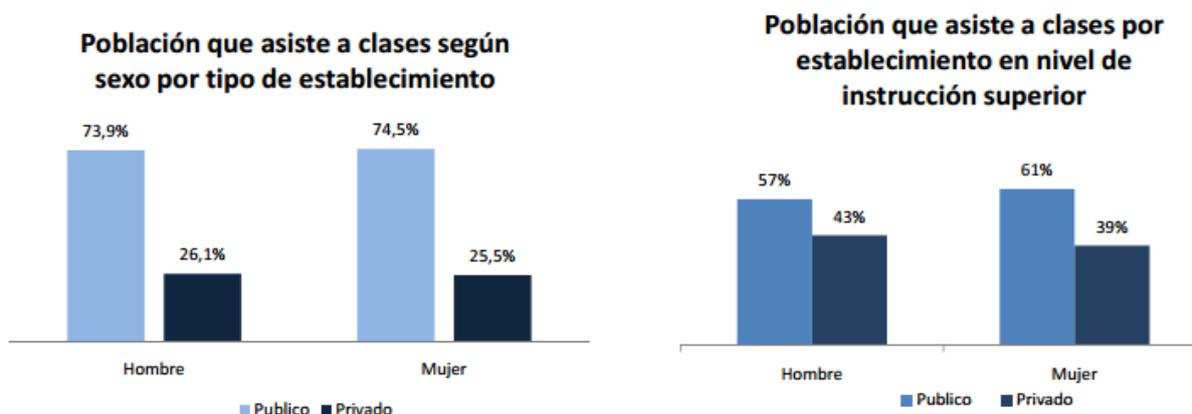


Ilustración 7 Asistencia poblacional a clases por establecimiento

El 66,1% de la población que estudia se encuentra en educación básica, mientras el 16,4% estudia bachillerato

Tabla 5 Distribución de la población que asiste por tipo de establecimiento

Niveles	Establecimiento		Total
	Público	Privado	
Preescolar	2,3%	2,2%	2,3%
Educación básica	69,9%	55,0%	66,1%
Bachillerato	15,6%	18,9%	16,4%
Educación superior	12,1%	23,9%	15,2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC 2010

El 6,3% de la población tiene título de educación superior

*Tabla 6 Población con título superior*

Autoidentificación según su cultura y costumbres	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
1. Indígena	7486	5047	12533
2. Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	10334	13904	24238
3. Montubio/a	9170	10806	19976
4. Mestizo/a	318248	370076	688324
5. Blanco/a	37053	34301	71354
6. Otro/a	1960	1384	3344
<b>Total</b>	<b>384251</b>	<b>435518</b>	<b>819.769</b>

Fuente: INEC 2010

En el Ecuador el porcentaje de aspirantes que ha aceptado un cupo y tiene que emigrar a otra provincia para cursar sus estudios universitarios es del 25.58%, según datos de SNNA en julio de 2016, es decir, 3 de cada 10 estudiantes tiene que incurrir en los gastos económicos que implica estudiar en una ciudad ajena.

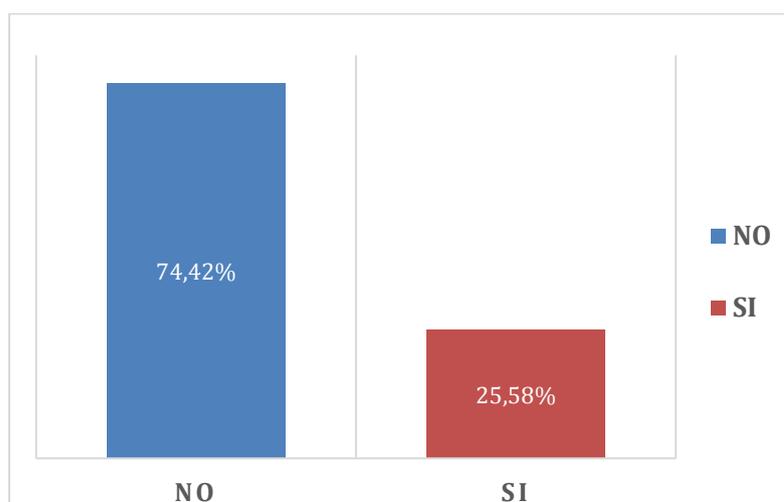


Ilustración 8 Porcentajes de personas con aceptación de cupo que se movilizaron a una provincia diferente a su provincia de residencia en el año 2016

Fuente Base de Datos SNNA 2016

### **Entorno económico.**

Dentro de este entorno se tomará en cuenta los datos económicos más significativos del país tales como: precio del petróleo y PIB.

#### ***Precio del petróleo (USD por barril)***

El petróleo es una de las variables fundamentales para poder medir el dinamismo dentro de la economía del país, puesto que, es el recurso que mayores ingresos le genera al país; debido a esto, es necesario conocer su conmutación a lo largo del tiempo para así, obtener una perspectiva del 2017 y 2018.

Se puede observar, en el siguiente gráfico que Ecuador mejoró sus expectativas después de dos años con caídas profundas que repercutieron negativamente en la economía, ya que, en el año 2016 tocó su punto más bajo con \$41, y ha tenido un crecimiento, recuperándose en el mercado internacional con un precio por barril de \$57.47 en el 2017, y en lo que va del mes de enero de 2018, el precio ya llega a \$58 por barril.



*Ilustración 9 Precio del barril de petróleo (año 2010-2017)*

Elaborado por Autores

### ***Producto Interno Bruto (PIB)***

El PIB representa una de las variables macroeconómicas más importantes en la situación económica del país, debido que indica el valor total de la producción de bienes y servicios durante un periodo de tiempo determinado.

La economía ecuatoriana registró un crecimiento de 3,3% en el segundo trimestre de este año 2017, en comparación con el mismo período del año anterior. El crecimiento económico se debe, en parte, al crecimiento del consumo de los hogares que ha incrementado en 5,4%.

Considerando los resultados de la variación del PIB por industrias, se puede observar en la siguiente figura a continuación que la industria de alojamiento y servicios de comida con resultados del Cambio de Año Base (CAB) para el año del 2016 tiene un porcentaje de 0.3% mayor en comparación al 2015 que tuvo un -3.7% y el PIB total al 2016 fue del -1.6%.

*Tabla 7 Producto Interno Bruto por industrias*

<b>Período / Industrias</b>	<b>Alojamiento y servicios de comida</b>	<b>Total valor agregado bruto</b>	<b>Otros elementos del PIB</b>	<b>PIB</b>
2007	2.1	2	7	2.2
2008	5.3	6.2	10	6.4
2009	8.8	1.6	-19.7	0.6
2010	4.2	3.7	0.2	3.5
2011	6	7.7	12.7	7.9
2012	4	5.7	5.1	5.6
2013	4.8	5.1	0.2	4.9
2014	2.3	4.2	-6	3.8
2015 (sd)	-3.7	0.8	-19.5	0.1
2016 (p)	0.3	-1.4	-9.1	-1.6

Elaborado por Autores

La industria de alojamiento está compuesta por actividades de alojamiento temporal para visitantes, y también al largo plazo para estudiantes, trabajadores y demás, algunos de los establecimientos de brindan hospedaje, pueden ofrecer adicionalmente servicios de comida e instalaciones de recreación.

En el Ecuador este sector desde el tercer trimestre de 2014 hasta el primer trimestre del 2017 mantuvo un decrecimiento económico. Esta situación mantuvo a los empresarios de la industria del turismo buscando maneras de atraer el dinero que requiere sus negocios para no quebrar, por lo que paso de -0.37 en el 2015 a 0.3 en el 2016, esto gracias a que buscaron la forma de ser competitivos ofreciendo un buen servicio, debido a que, cuando el producto es de excelente calidad, las personas tienen predisposición para pagarlo, ya que en medio de la contracción económica hay sitios en Guayaquil que tienen éxito por el ambiente y la exclusividad que brindan.

### **Entorno natural.**

En la actualidad, el entorno ambiental es un factor clave en la sociedad, puesto que cada vez las personas tienen más conciencia sobre los problemas y efectos que se pueden presentar en el entorno por el uso de productos o servicios. Además, los costos ambientales en los que incurren los sitios de hospedaje son altos.

La industria de alojamiento y su conjunto, es un gran generador de residuos sólidos, un consumidor ineficiente de agua utiliza grandes cantidades de papel, así como emplea gran cantidad de productos poco respetuosos con el medio ambiente como plásticos desechables, envases y contenedores no reciclables, así como productos de limpieza, generando alrededor de un 21% de emisiones de CO<sub>2</sub> del total de este sector.

Para alcanzar una sostenibilidad en la actividad hotelera, hay que lograr que la industria sea más eficiente en el uso de los recursos, adicionalmente aplicando, buenas prácticas, es decir, siendo ecoeficientes.

Gran parte de la cultura de un hotel ecoeficiente depende del nivel de aceptación y de la participación de los usuarios de las instalaciones hoteleras, en especial aquellos que fomentan el ahorro de agua y energía, por lo que debería acompañarse de iniciativas dirigidas a promover la sensibilización ambiental del hotel, haciendo de ésta una gestión cotidiana.

### **Entorno tecnológico.**

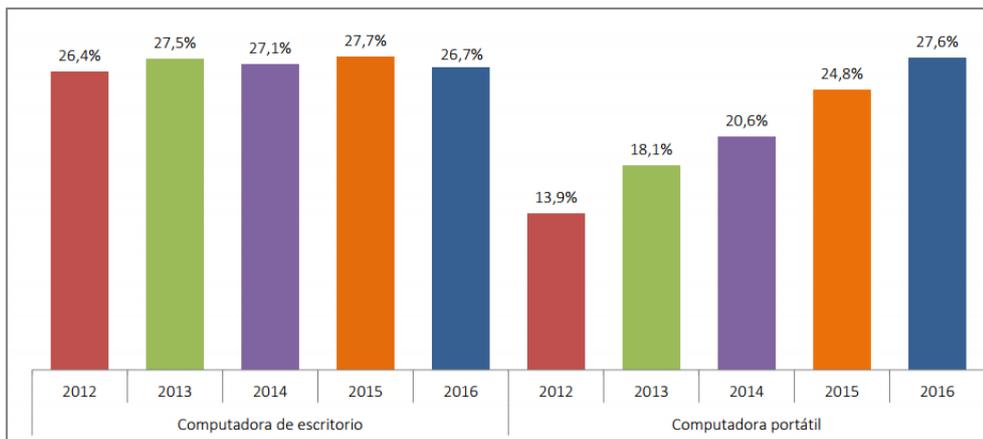
En el sector hotelero, la tecnología va aumentando su evolución de manera exponencial, sometiendo a la industria de alojamiento a cambios constantes que repercuten en la productividad del negocio.

La introducción de tecnología a la industria de alojamiento deber ser sistematizada, apostando por herramientas tecnológicas que ayuden a mejorar los procesos internos y externos, no solo se necesita apostar por nuevas herramientas tecnológicas que permitan una mejora en los procesos tanto internos como externos, sino que también se requiere de personal que esté a la altura de estos cambios. Por tanto, tan importante será contar con la mejor tecnología como con personas capaces de hacer un buen uso de ella

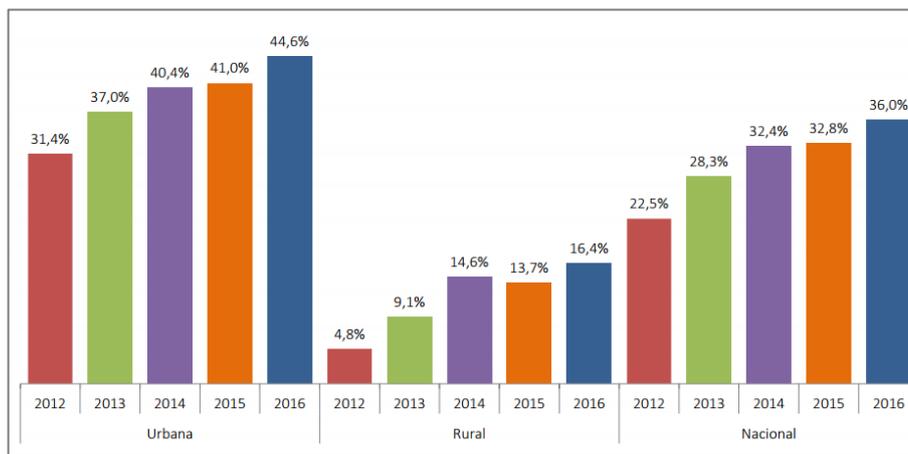
La tecnología ofrece la oportunidad de mejorar el rendimiento y la productividad de los hoteles, y está al alcance de cualquier establecimiento siempre que sus gestores cuenten con el apoyo y el conocimiento de profesionales experimentados, que no sólo permitirán optimizar la inversión en tecnología, sino que proporcionarán las herramientas

más adecuadas para la gestión, la toma de decisiones y la consecución de los objetivos de negocio.

Según datos del INEC 2010 en cinco años ha incrementado 13.7 puntos el uso de uso de laptops, a diferencia de las computadoras de escritorio que solo se incrementó en 0.3 puntos.



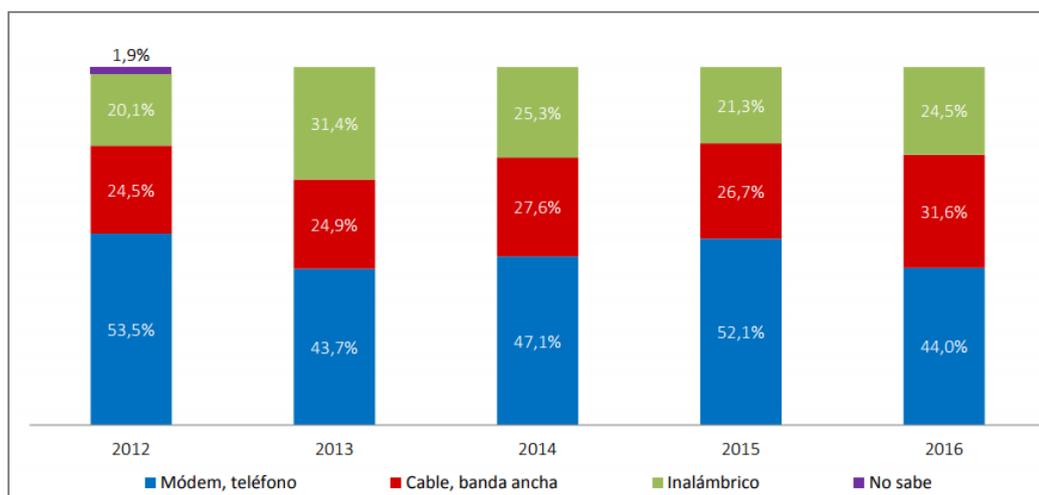
*Ilustración 10 Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional*  
*Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU*  
*(2012 - 2016).*



*Ilustración 11 Acceso a internet según el área*  
*Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU*  
*(2012 - 2016)*

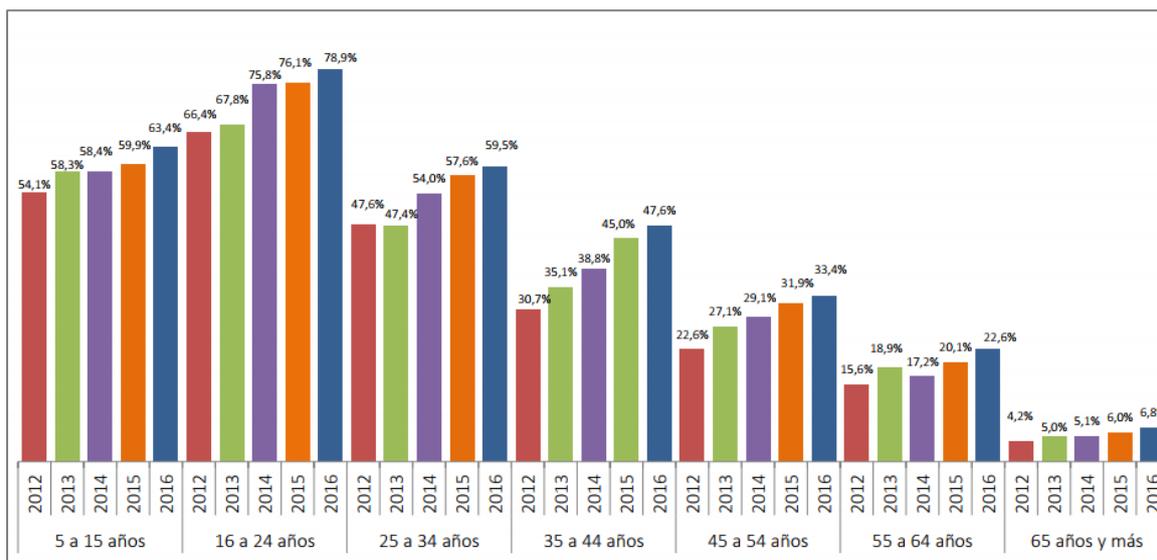
Así mismo, se determinó que el 36% de los hogares en el país tienen internet, es decir, 13.5 puntos más que hace cinco años.

Sabiendo que el 36% de los hogares tiene Internet, de los cuales el 24,5% accede a través de algún medio inalámbrico, es decir c4.0 puntos más que en 2012.



*Ilustración 12 Hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional*  
*Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2016)*

Los jóvenes entre 16 y 24 años con un 78,9% son los que más usan computadoras, seguidos de los menores entre 5 y 15 años con un 63.4%.



*Ilustración 13 Porcentaje de personas que utilizan computadora por grupos de edad a nivel nacional*  
*Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU*  
*(2012 - 2016)*

El 55,6% de los ecuatorianos ha utilizado Internet en el último año, siendo los jóvenes entre 16 y 24 años quienes más usaron internet en 2016 con un 83,8%, seguidos de quienes tienen 25 y 34 años con el 67,3% de su población.

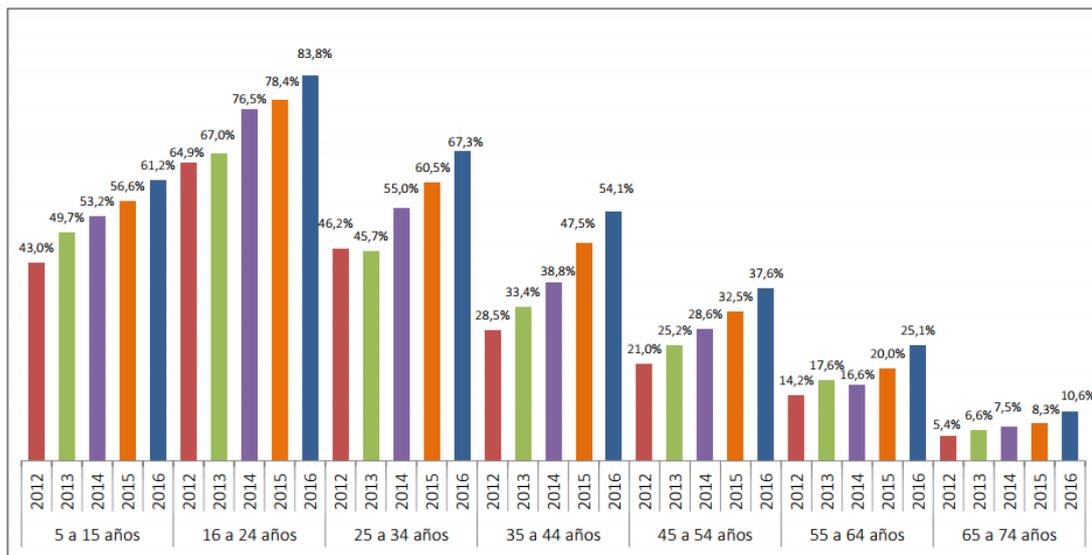


Ilustración 14 Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos 12 meses por grupos de edad a nivel nacional

Generalmente las personas a nivel nacional que acceden a internet lo hacen desde sus hogares con un 54,1%, y mediante centros de acceso público tienen mayor uso las personas del área rural con un 36,8%.

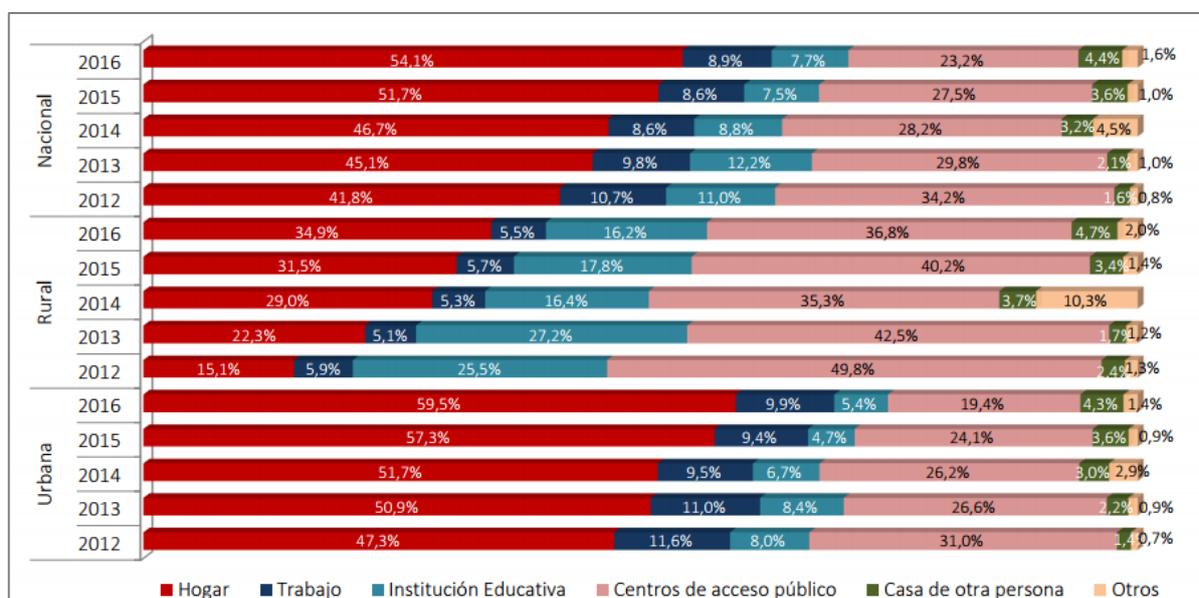
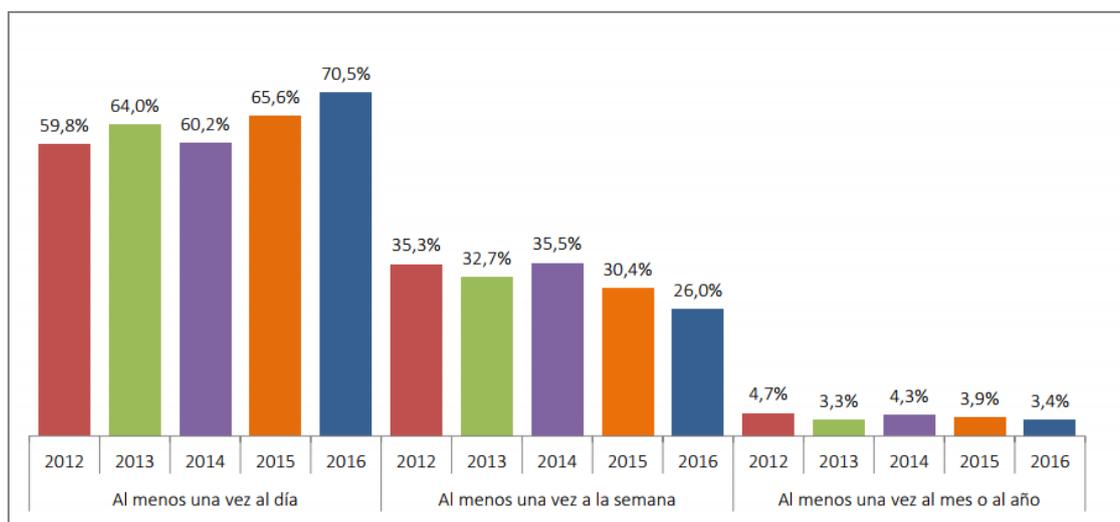


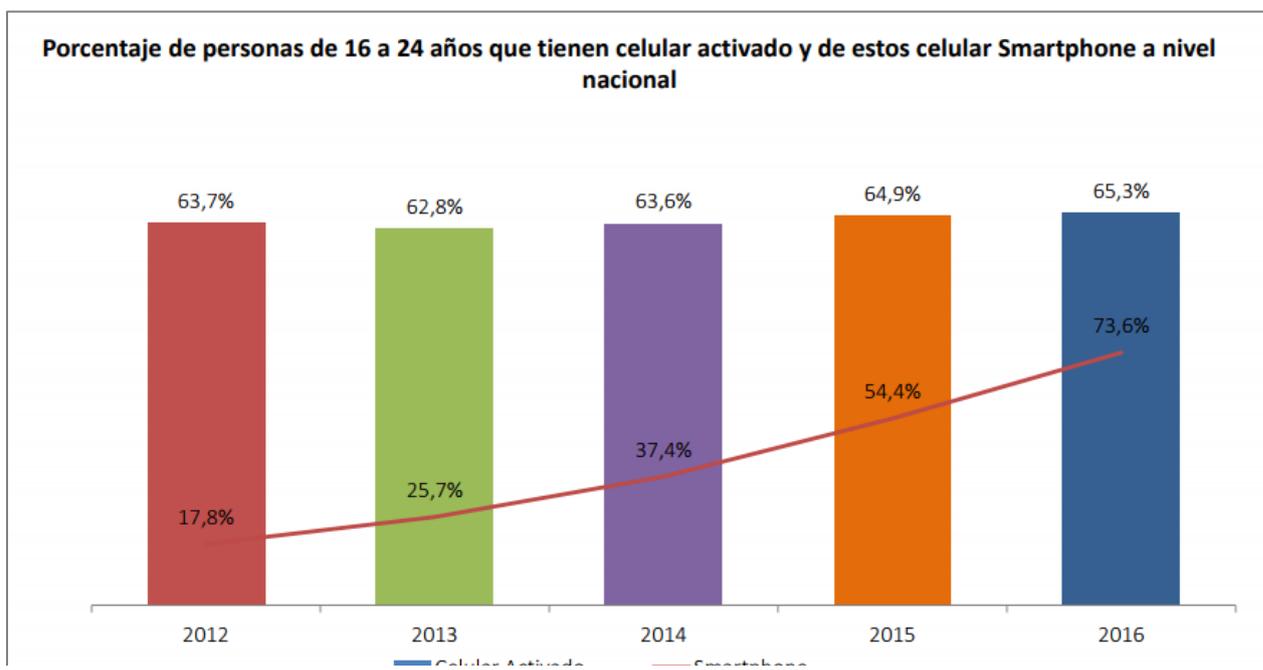
Ilustración 15 Lugar de uso de internet por área

La frecuencia de uso de internet de quienes lo usan una vez al día es del 70,5%, seguido de quienes lo utilizan una vez a la semana con el 26%.



*Ilustración 16 Frecuencia de uso de internet a nivel nacional*

En el 2016, del 65.3% de la población que tiene un celular en estado activo, el 73.6% de estas personas, tiene un Smartphone, es decir 19.2 puntos más que en el año 2015.



*Ilustración 17 Porcentaje de personas entre 16 a 24 años con Smartphone a nivel nacional*

## **Entorno político**

Ecuador ha tenido varios cambios en el actual gobierno del Lcdo. Lenin Moreno, por lo cual, existe gran incertidumbre entre los estudiantes de tercero de bachillerato del país, debido a un cambio en el sistema de educación superior, esto se debe a que la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) eliminó el requisito del puntaje mínimo para postular a las carreras de las universidades públicas del Ecuador.

El 8 de julio de 2017 Harry Sánchez, director ejecutivo del Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEVAL), comunicó a la prensa que los estudiantes que quieran ingresar a la universidad pública ya no necesitarán un puntaje mínimo para postularse a las carreras, por lo que, no será necesario aprobar el examen “Ser Bachiller” y ENES, que permitía aplicar a las universidades públicas.

Fernanda Maldonado, subsecretaria de acceso a la educación superior expresó lo siguiente, “Las posibilidades de que un joven alcance uno de los cupos que las universidades ofrecen crecen si es que este tiene un puntaje alto”, (Maldonado, 2017)

“Entre los nuevos cambios que se implementaron también consta que las universidades sean las encargadas de asignar directamente los cupos a los estudiantes según la oferta y el puntaje, pues los cupos se asignarán en función de las calificaciones más altas.” Así lo señaló el, director ejecutivo del INEVAL. (Sánchez, 2017)

Actualmente el país se encuentra dividido en dos, por un lado, los partidarios del gobierno anterior del Ec.Rafael Correa, y por otro, los del gobierno actual con el Lcdo. Lenin Moreno, existiendo una crisis social.

### 2.1.2 Análisis del microentorno

Según Kothler & Armstrong (2003), al realizar el análisis del microentorno de una empresa, necesariamente se deberá estudiar a la empresa, los proveedores, intermediarios y competidores; puesto que estos son los participantes cercanos a la compañía, y como resultado, tienen un impacto directo sobre su cabida para atender a sus clientes. (p. 66)

De acuerdo con Herrera y Baquero (s.f.), para Porter existen cinco fuerzas que definen el rendimiento de un mercado a largo plazo. Además, según Porter, para las organizaciones debe ser fundamental analizar sus objetivos y recursos en base a cinco fuerzas que gobiernan la competencia industrial. (p.2)



*Ilustración 18 Cinco Fuerzas de Porter*

Fuente: Web - Porter (2008)

#### **Amenaza de los nuevos competidores**

Las organizaciones que presenten características o que ofrezcan productos similares a los expuestos en esta investigación; es decir las residencias universitarias, serían los principales competidores. Mientras más fácil sea para estas entrar en el mercado de las residencias, mayor será la probabilidad de amenaza que representan; en este caso el competidor potencial serán las nuevas residencias en la ciudad de Guayaquil.

Después de lo anterior expuesto, resulta oportuno mencionar que existen diferentes factores que deberán ser tomados en cuenta para lograr una diferenciación y que de esta forma a los nuevos competidores se les dificulte la entrada en el mercado. Entre las barreras más relevantes que se deberán considerar, se encuentran las siguientes:

**Precio:** Se deberá ser capaz de tener diferentes precios accesibles para el consumidor y estar pendientes de la competencia como los departamentos de arriendo y que se los puede encontrar entre \$150 a \$350.

**Inversión inicial:** Esta sería una gran barrera de entrada que, de ser bien manejada, marcaría diferenciación del negocio. Se deberá considerar aspectos como el acondicionamiento del inmueble, cumplir con los estándares de seguridad y con el lugar donde estaría ubicada dicha residencia.

**Canales de distribución:** En cuanto a los canales de distribución, esta será de una forma directa con el cliente, ingresando a la página web de la Universidad, publicidad por redes sociales.

**Barreras legales:** En este punto no habría ningún impedimento, puesto que se cumplirá con todas las normas que hay que cumplir para empezar un negocio.

### **Rivalidad entre competidores**

Según Porter (2008), la rivalidad entre competidores es una de las fuerzas más relevantes en un mercado porque esta permite que la empresa tome las decisiones pertinentes para alcanzar el posicionamiento esperado a costa de la competencia ya existente.

En la ciudad de Guayaquil el mercado de las residencias universitarias es un negocio que no ha sido explotado; por lo tanto, no existe una fuerte rivalidad. Sin

embargo, actualmente existe competencia indirecta como propuesta para suplir la demanda de residencias universitarias para los estudiantes de otras provincias conformada por: departamentos, casas de arriendo y pensionados estudiantiles; entre los cuales se ofertan diversos precios y calidad en el servicio, por lo tanto, es evidente que si existe una rivalidad para la residencia universitaria.

### **Poder de negociación de los Proveedores**

De acuerdo con Porter (2008), los proveedores tienen un rol importante en el mercado debido a que son ellos quienes abastecen con la materia prima para el desarrollo de los bienes. Mientras más proveedores existan en el mercado, menor será su capacidad de negociación, debido a que habría diferentes ofertas; por lo tanto, tienden a disminuir un poco los precios de sus insumos y esto a su vez resulta beneficioso para la empresa.

En el caso de las residencias universitarias, los proveedores serían los que brindan los servicios básicos, limpieza, seguridad estos con un poder de negociación alto debido que son monopolios por lo tanto no existe mucho margen para negociar.

Además, también habría una demanda de televisión pagada y servicio de internet fijo que ha incrementado su demanda en el país de un 3.35% en el 2010 a 9.97% en el 2017, fuente arcotel. En el mercado existen algunas empresas que ofrecen estos servicios por lo que el poder de estas es menor, sin embargo, su poder de negociación seguiría siendo alto, debido que hay un rango de precios establecidos.

### **Poder de negociación de los Clientes**

Según Porter (2008), el cliente es quien tiene la facultad de escoger cualquier servicio o producto de la competencia que sea capaz de satisfacer sus necesidades.

Los clientes serían todos los estudiantes de la Universidad de Guayaquil provenientes de otras provincias del Ecuador y extranjeros. Estos suman 4000 estudiantes aproximadamente; esperando abarcar con un 5% de los estudiantes que están dispuestos a solicitar el servicio de residencia universitaria.

El poder de negociación de los clientes será alto debido a que pueden comparar los servicios ofertados en otros lados como las casas de arriendos, departamentos o pensionados universitarios.

### **Amenaza de ingreso de productos Sustitutos**

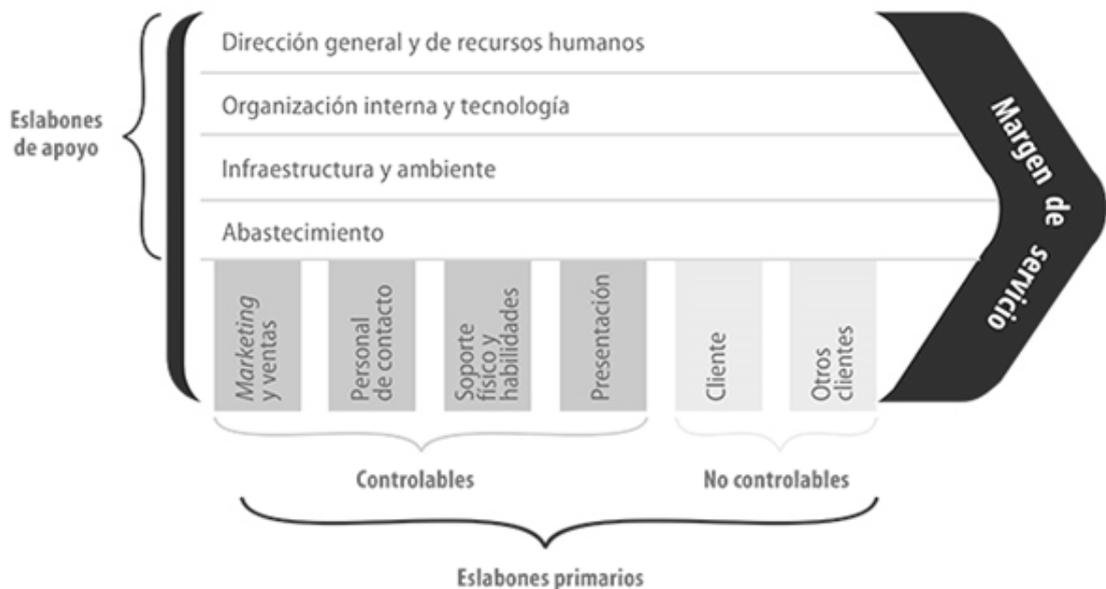
Porter (2008) manifiesta que cuando existen diversos bienes que pueden ser sustituidos en un determinado mercado, este no puede ser considerado como un mercado o segmento atractivo. Además, menciona que la situación puede ponerse más compleja cuando los productos sustitutos son más competitivos en cuanto a tecnología, o si bien estos presentan precios más accesibles; considerando que esto afecta considerablemente al rendimiento de la industria.

Para el caso de las residencias universitarias, existen diferentes alternativas que muy bien cabrían como sustitutos. Las casas de familiares y casas de arriendo que no disponen de los servicios apropiados para el progreso de las actividades académicas para los estudiantes de provincias y extranjeros serían los productos sustitutos debido a que en algunos casos sus precios son relativamente bajos; lo que resulta atractivo para los estudiantes que buscan desempeñarse académicamente en una ciudad lejana a la suya.

## 2.2 Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta básica para analizar las fuentes de ventajas competitivas, permitiendo también, examinar las actividades y sus interacciones para poder entender su comportamiento (*Porter, p.51*)

La cadena de valor propuesta por Michael Porter puede ser adaptada y reformulada a los negocios que ofrecen servicios (Gustavo Alonso 2006 Marketing de la Experiencia).



*Ilustración 19 Cadena de valor*

Fuente: Internet

**Dirección General y de recursos humanos:** La Universidad de Guayaquil mantiene capacitaciones constantes, tanto como para el área administrativa, como para los profesores.

**Organización interna y tecnología:** Involucra la departamentalización de la empresa y el ordenamiento de sus funciones con la intención de facilitar la prestación del servicio y den respuesta a la estrategia de la empresa, así como el diseño del servicio, desarrollo de procesos y tecnología. La Universidad de Guayaquil trabaja de manera integrada, y cada de una de las facultades cuentan con equipos tecnológicos, los cuales pueden ser utilizados en los estudios para el desarrollo de la residencia.

**Infraestructura y ambiente:** Espacio físico donde ocurre la prestación y las interacciones con el cliente. La Universidad de Guayaquil cuenta con buenas infraestructuras y espacios libres que le permitirían acceder a la construcción de una residencia universitaria.

**Aprovisionamiento:** Adquisición de materiales, insumos, soporte físico, servicios de capacitación, y los elementos necesarios para brindar un servicio de calidad en todas las áreas de la universidad.

**Soporte Físico y Competencias:** Todos los elementos físicos que soportan la prestación y que en alguna medida definen la calidad de la Universidad de Guayaquil: aulas, laboratorios, baños, auditorios, comedores, etc., y la idoneidad del personal dentro de la institución para que el nivel de satisfacción de los estudiantes sea alto.

**Prestación:** Actividades involucradas en la solución que se brinda a las necesidades que requiera el estudiante dentro de la universidad.

**Clientes:** El cliente va cambiando, así como la forma de percibir el servicio requerido, lo cual condiciona la prestación e influye en la calidad de este, incluso si vuelve a elegir el mismo servicio en un periodo académico distinto.

**Otros Clientes:** Es necesario segmentar el mercado para minimizar la exacerbación que generan otros estudiantes, focalizando las estrategias de liderazgo en el mercado objetivo que son los estudiantes de provincia.

### **2.3 Matriz FODA**

“La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa” y además “su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.” (Espinosa, 2013, p.1). De acuerdo a lo que manifiesta Espinosa (2013), realizar el análisis FODA resulta fundamental para las empresas con el fin de conocer su situación y a partir de esto, plantear estrategias. Esta matriz permite evaluar a la empresa tanto internamente a través del análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa como externamente por medio del estudio de las oportunidades y amenazas que presente el mercado.

- **Oportunidades**

- La gran demanda que tendría el proyecto por la cantidad de estudiantes de provincias y extranjeros que ingresan en la Universidad de Guayaquil.
- Convenio con la universidad de Guayaquil por medio del vicerrectorado estudiantil (Vibe).
- Es un mercado no explotado en la ciudad de Guayaquil.

- **Amenazas**

- Como las barreras de entrada son bajas existe la probabilidad de otras residencias universitarias
- Incremento de los costos de bienes y servicios
- Cambio de las políticas internas de la Institución

- **Fortalezas**

- Precios accesibles
- Ambiente adaptado académicamente
- Servicio Innovador
- Ubicación estratégica

- **Debilidades**

- Necesidad de financiamiento
- Es una nueva empresa
- Los fondos son limitados

Tabla 8 Matriz FODA

	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración profesional</li> <li>• Estratégica localización</li> <li>• Precios menores de alquiler de departamentos</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca experiencia en el área hotelera.</li> <li>• Necesidad de financiamiento</li> <li>• Fondos limitados</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran demanda por los estudiantes nuevos provenientes de provincias y del extranjero</li> <li>• Convenio con la Universidad de Guayaquil por medio del ViBE.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIA FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficiarse de la gestión familiar y del conocimiento profesional para adaptar rápidamente los servicios a las exigencias de los estudiantes.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIA DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un buen plan de Marketing direccionado a los estudiantes para hacerles saber las ventajas que tiene residencia</li> </ul>

<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en los costos de bienes y servicios</li> <li>• Entrada de nuevos competidores privados (barreras de entrada bajas).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer con las necesidades de los estudiantes y de sus familiares con un servicio de alojamiento con mayor costo/beneficio</li> <li>• Encontrar a proveedores que nos den los mejores precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar personal con experiencia en la actividad hotelera.</li> <li>• Obtener un apoyo de financiamiento para la adquisición del mobiliario para evitar la inflación.</li> </ul>

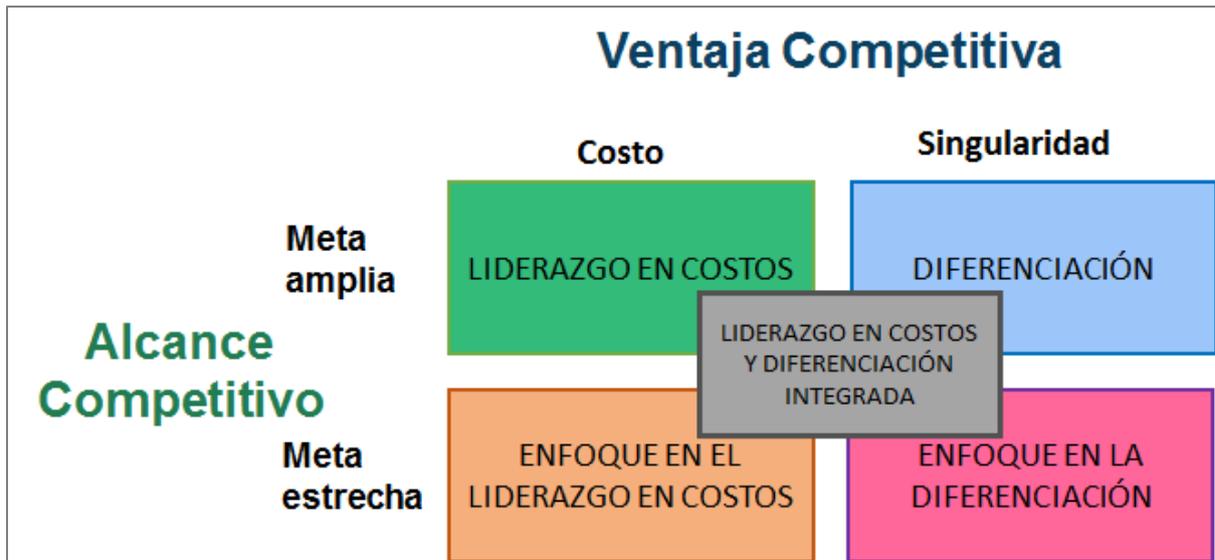
Elaborado por Autores

### **Estrategia de Negocio**

En simples palabras la estrategia de negocio es crear diferencias entre su posición y la de los competidores. Para posicionarse de forma distinta a sus competidores la empresa debe decidir si: pretende desempeñar sus actividades de forma diferente y que quiera desempeñar actividades que sean diferentes.

Oportunidad del mercado existe una gran oportunidad porque existe una gran demandan de 4010 estudiantes.

En este caso tomaremos una estrategia de negocio que será obtener los costos más bajos que el de los competidores y desempeñar sus actividades de forma diferente, además, “el alcance competitivo será una meta estrecha esto quiere decir que la empresa seleccionara un segmento o grupos de segmentos en la industria y diseña su estrategia para servirlos excluyendo a otros” (Moreno, 2016, p.3)



*Ilustración 20 Estrategias de negocios*

Para este proyecto se aplicará la estrategia de enfoque en el liderazgo en costos; debido a que el mercado meta al que está enfocado el proyecto son los estudiantes de la Universidad de Guayaquil que son de diferentes provincias o extranjeros que presentan un nivel socioeconómico alto medio, medio, generando así una ventaja competitiva.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Objetivos del diseño de la Investigación**

##### **3.1.1 Objetivo general**

- Determinar la factibilidad económica sobre el desarrollo de una residencia universitaria para los estudiantes que son de provincias y extranjeros de la Universidad de Guayaquil.

##### **3.1.2 Objetivo específico**

- Realizar un estudio de mercado con el fin de determinar la demanda real e identificar los posibles competidores que el proyecto de residencia pudiere enfrentar en el futuro.

- Determinar los servicios requeridos por los estudiantes de acuerdo a sus necesidades, para de esta forma proveer los elementos necesarios para satisfacer y superar sus expectativas.

- Realizar un análisis sobre el nivel de ingresos de los estudiantes para así conocer la capacidad de endeudamiento que poseen para tener acceso al servicio.

- Conocer el poder de aceptación que tendrá la residencia universitaria por los estudiantes de la Universidad de Guayaquil.

#### **3.2 Método de investigación**

##### **3.2.1 Método Analítico**

El método de investigación que se utilizó fue mediante un análisis de resultados obtenidos de las entrevistas realizadas, lo cual nos ayuda a conocer más del objeto de estudio planteados en este proyecto.

### 3.2.2 Método Descriptivo

Este método tiene como objetivo identificar el perfil del objeto de estudio, analizando e identificando las características que tendrían los estudiantes de provincia de la universidad de Guayaquil sobre la residencia universitaria

### 3.3 Método de recolección de datos

#### 3.3.1 Técnica de Investigación – Entrevista

La entrevista es una “Técnica orientada a obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de los informantes en relación con la situación que se está estudiando”. (Folgueiras, 2009)

##### 3.3.1.1 Entrevista a Experto en la Industria de Alojamiento

Las preguntas que formaron parte de la entrevista se encuentran adjuntadas en el anexo

- **Nombre:** *Janella Torres*
- **Edad:** *38 Años*
- **Profesión:** *Ing. Comercial*
- **Lugar de trabajo:** *Propietaria de departamentos en alquiler*
- **Años de experiencia:** *12 años*

*La Ing. Torres nos comenta que a pesar de que el país está enfrentando una situación difícil, su negocio de alquiler de departamentos está al 100% copado, ella cuenta con 6 departamentos de los cuales, 4 están siendo arrendados a estudiantes universitarios. La mayor dificultad que se le presenta es que en el periodo vacacional de los universitarios, ellos desalojan los departamentos aproximadamente por uno o dos meses, y es complicado en ese corto tiempo conseguir a alguien que desee arrendar, por*

*lo que generalmente retornan en su gran mayoría los mismos inquilinos que meses atrás habían arrendado.*

*También nos comentó que decidió apostar por esta industria debido a que es un negocio rentable, debido a que invierte en la construcción de los departamentos, y poco a poco va recuperando no solo el dinero, sino que también se le suma un inmueble a su patrimonio, actualmente no oferta servicios adicionales por la renta de los departamentos, para poder alquilar un departamento solo deben abonar dos meses de adelanto, posterior a eso, el cobro lo realiza de manera mensual durante la primera semana de cada mes. La Ing. le informa a sus inquilinos que durante su estadía está prohibido tener mascotas en los departamentos, hacer mucho ruido, y cuando el departamento sea desalojado, debe ser entregado en las mismas condiciones que fue encontrado.*

*La ingeniera considera que si logró cumplir sus proyecciones respecto al nivel de ingresos, cree también que esto se debe al incremento de la demanda de estudiantes en las universidades, ella no mantiene promociones o descuentos para fidelizar a sus clientes, y el único medio de marketing utilizado es el boca a boca, ya que indica que tiene una buena relación con cada uno de sus inquilinos, y eso le ha ayudado a tener más personas interesadas en arrendar, sobre todo cuando son estudiantes, porque se relacionan con otros jóvenes que vienen de diferentes provincias y ya cuando están próximos a empezar el semestre, se contactan con ella telefónicamente por información, concretar una cita para revisar los departamentos, y finalmente cerrar el contrato de arrendamiento.*

*Ha tenido inquilinos de muchas partes del Ecuador, pero en su mayoría han sido de Manabí, El Oro y Los Ríos. Finalmente nos supo indicar que su mayor competencia*

*son los condominios y las casas en alquiler, puesto que sus dueños ponen una renta fija y generalmente éstas son arrendadas por grupos de compañeros o amigos, dividiendo el valor de la renta y así pagando menos, a diferencia que una sola persona alquilara la casa.*

### **3.3.1.2 Entrevista a Cliente**

Las preguntas que formaron parte de la entrevista se encuentran adjuntadas en el anexo

- **Nombre:** Christian Cruz
- **Edad:** 23 Años
- **Carrera:** Ingeniería Civil
- **Semestre:** 8vo semestre

*El estudiante Christian Cruz nos comentó que actualmente está cursando el 8vo. Semestre de la carrera Ingeniería Civil, tiene 23 años y es oriundo del cantón El Empalme, de la provincia del Guayas. El motivo principal por el que decidió venir a estudiar a Guayaquil fue para en un futuro poder obtener un buen trabajo al graduarse de una mejor universidad, puesto que en Empalme no hay universidades, y la más cercana es en la ciudad de Quevedo, pero no cumplía sus expectativas en cuanto a infraestructura y docencia.*

*Actualmente reside al norte de Guayaquil, alquila un pequeño departamento, cual costo es de 100\$ al mes sin incluir servicios básicos, por lo general se adapta rápido al lugar donde va a vivir, sin embargo, el estar lejos de la universidad, hace que los viajes sean más cansados. El principal problema que se le presenta al momento de buscar un lugar donde hospedarse durante el periodo académico, es que piden un adelanto, normalmente es de dos meses como garantía, un adelanto que prácticamente está*

*perdido, puesto que por más que entregue el departamento en óptimas condiciones, nunca le devuelven ese dinero. A esto se le suma que es difícil ahorrar y tener el dinero para 3 meses de arriendo, 3 meses que se repartirán entre los 2 de garantía y 1 del mes venidero.*

*Nos indicó que, si conoce residencias universitarias en la ciudad, pero son muy caras, puesto que le venden la idea en combo, desayuno, internet y agua, y por lo general, él pasa todo el día en la universidad y no aprovecharía esos beneficios al cien por ciento, y que gastaría mucho menos por esos servicios si los contrataría por él mismo. Comenta también que las residencias universitarias son una buena opción a la hora de venir a vivir a la ciudad, más que todo durante el periodo universitario, siempre y cuando tenga un costo arrendatario accesible, y que los servicios antes mencionados son necesarios, pero no por esa razón va a pagar una mensualidad de 300\$ al mes. Y que sí estaría dispuesto a vivir en una residencia universitaria, que cumpla con los servicios más necesarios como de agua potable, luz eléctrica, internet, buen ambiente y una cisterna para cuando haya algún corte de agua por cualquier motivo.*

### **3.3.2 Técnica de Investigación - Encuesta**

De acuerdo con Prado (2012), esta técnica es “El método más directo y económico que se utiliza para poder obtener información, además se puede conseguir datos verídicos y más precisos que con cualquier otra técnica de investigación”.

En su gran mayoría las entrevistas se pueden llevar a cabo con bastante rapidez, puesto que son flexibles y fáciles de realizar.

### **3.4 Población y muestra**

#### **3.4.1 Población**

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, (1997), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde la unidad de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación" (P.114)

De acuerdo con los datos que nos ha facilitado el ViBe de la Universidad de Guayaquil contamos con una población de 4000 estudiantes de provincia y extranjeros

#### **3.4.2 Muestra**

"Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (Tamayo, 1997, p.38)

"Es una parte representativa de la población que es seleccionada para ser estudiada, ya que la población es demasiado grande para ser estudiada en su totalidad" Allen Webster.

#### **3.4.3 Tamaño de la muestra**

Para obtener el tamaño de la muestra nos basamos con la información que se obtuvo del ViBe de la universidad de Guayaquil, lo que permite realizar el cálculo de una muestra cuando se cuenta con una población finita.

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{[(N - 1)(e^2)] + [(e^2) (Z^2)]}$$

$$n = \frac{4000 * 0.5^2 * 1.96^2}{[(4000 - 1)(0.05^2)] + [(0.5^2)(1.96^2)]}$$

$$|n = 350$$

Considerando que 4000 estudiantes son de provincia y extranjeros dato censado hasta el 2016 por el ViBe de la Universidad de Guayaquil, por lo que se determina que se debe realizar la encuesta a 350 personas de la ciudad de Guayaquil.

**Variables:**

**N:** Tamaño de la población.

**n:** Tamaño de la muestra.

**$\sigma$ :** Desviación estándar en caso de saber cuál es el valor, se puede utilizar el 0,5

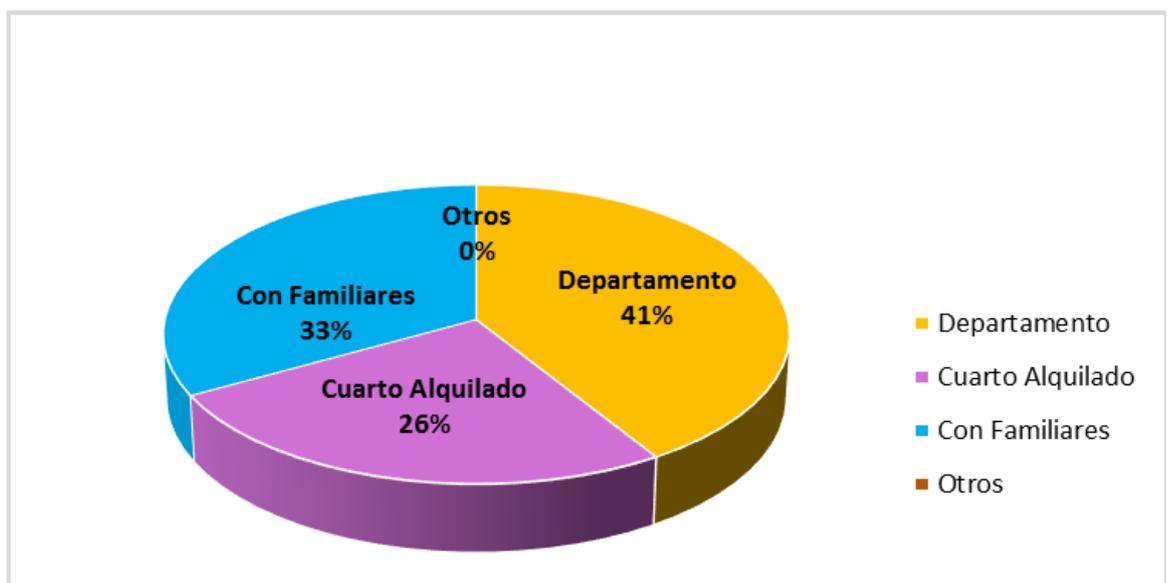
**e:** Error, es el límite que se considera como aceptable de error cuyo valor puede estar entre el 1% y el 9%, el encuestador lo elige generalmente.

**Z:** Nivel de confianza, es un valor que se adquiere por del intervalo de confianza, se optó por utilizar el 95% lo que equivale a una constante de 1,96

**3.5 Análisis de datos**

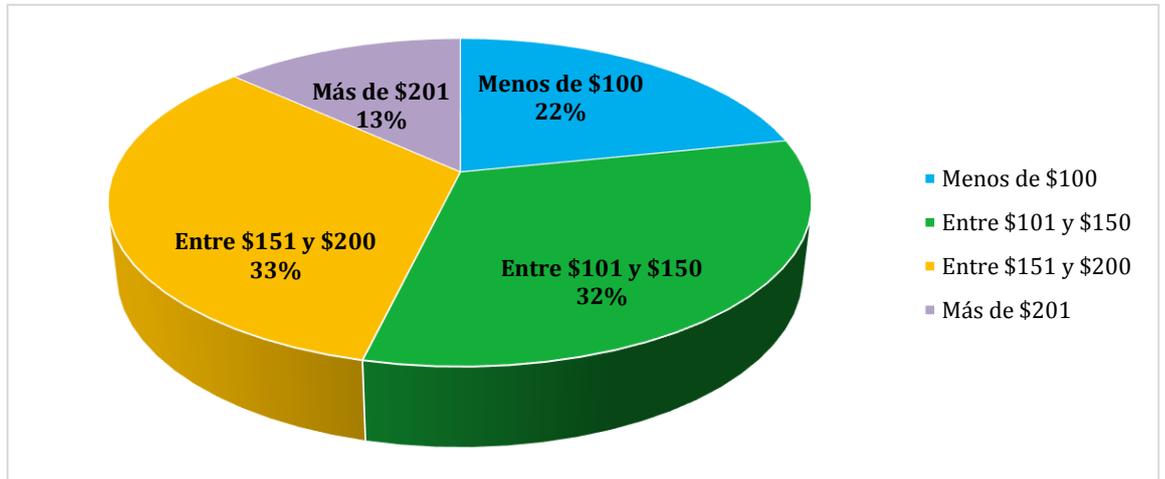
**3.5.1 La encuesta y sus resultados**

**1) ¿Desde su llegada a Guayaquil, actualmente qué tipo de alojamiento tiene?**



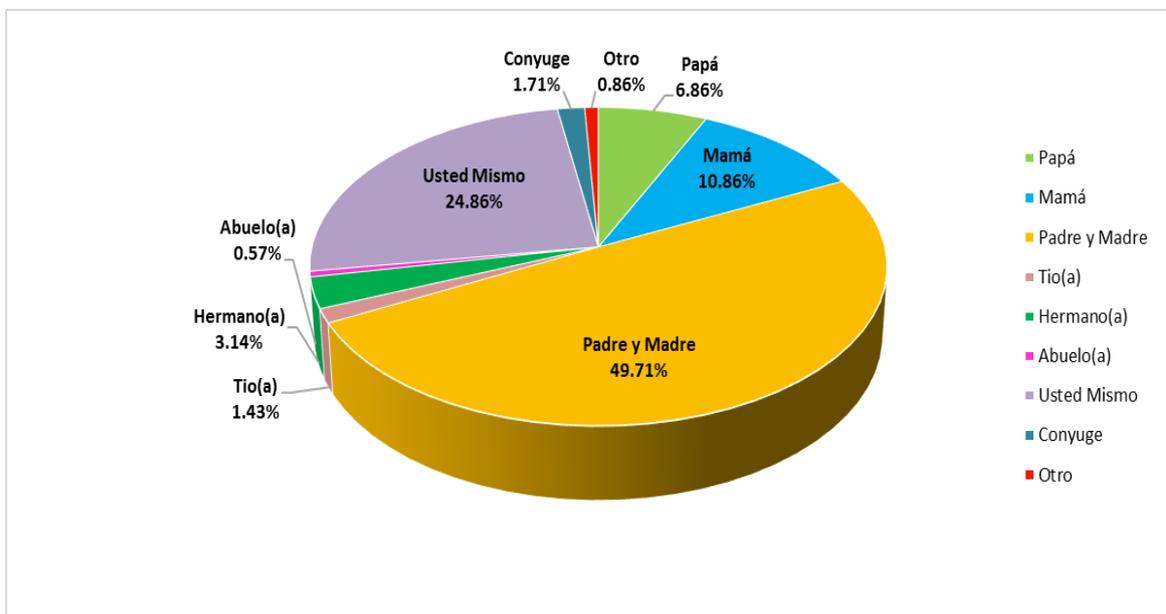
De acuerdo con la información obtenida de los 350 estudiantes encuestados, se logró determinar que el 41% de ellos reside actualmente en departamentos, seguido del 33% que viven con familiares y un 26% paga alquiler solo por un cuarto.

**2) En el caso de que alquile actualmente, ¿cuánto paga mensualmente de renta?**



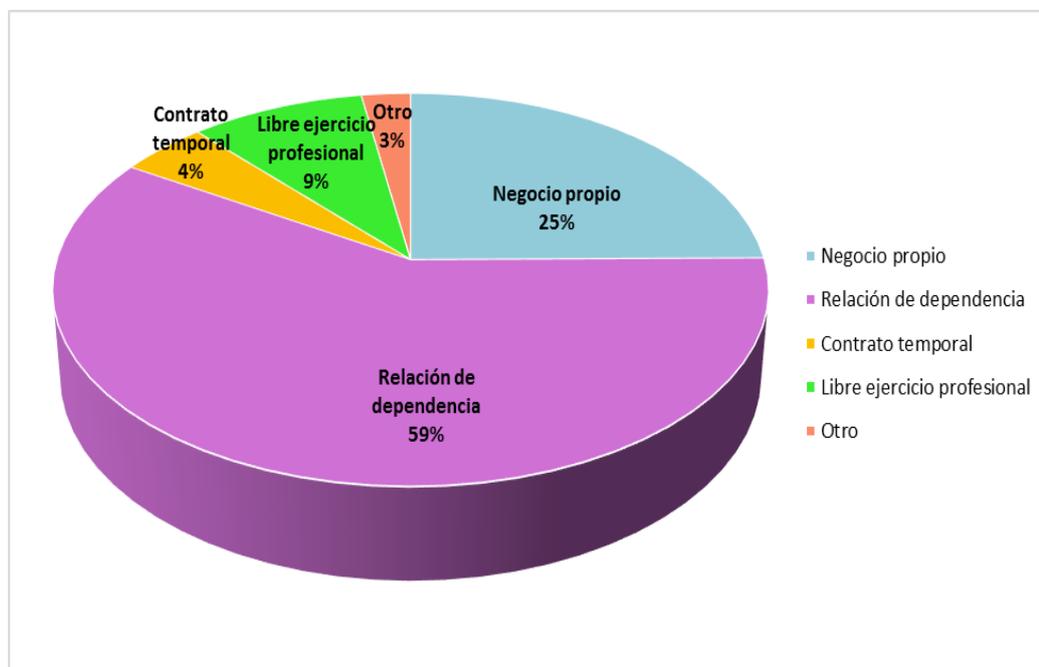
Según la información recaudada, se determinó que la mayoría de los estudiantes pagan una renta mensual dentro de \$101 y \$200 dólares, debido a que un 33% paga entre 151\$ y 200\$, siendo mínima la diferencia, puesto que, el 32% de los encuestados cancelan entre \$101 y \$150 dólares.

**3) ¿Quién cubre sus gastos de hospedaje durante su periodo académico?**



Como se puede observar en el gráfico, el 49.71% de los gastos de hospedaje de los estudiantes de provincia lo cubren el padre y la madre, seguido por un 24.86% asumiendo la responsabilidad el mismo estudiante, y un 10.86% cubiertos únicamente por la madre.

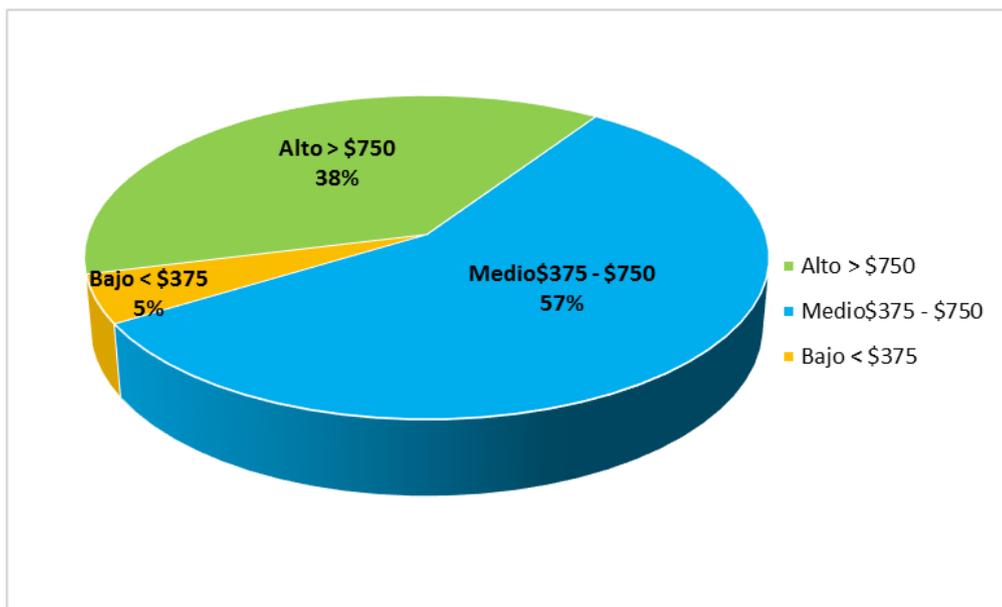
#### 4) ¿Cuál es la fuente de ingreso de la persona que cubre sus gastos?



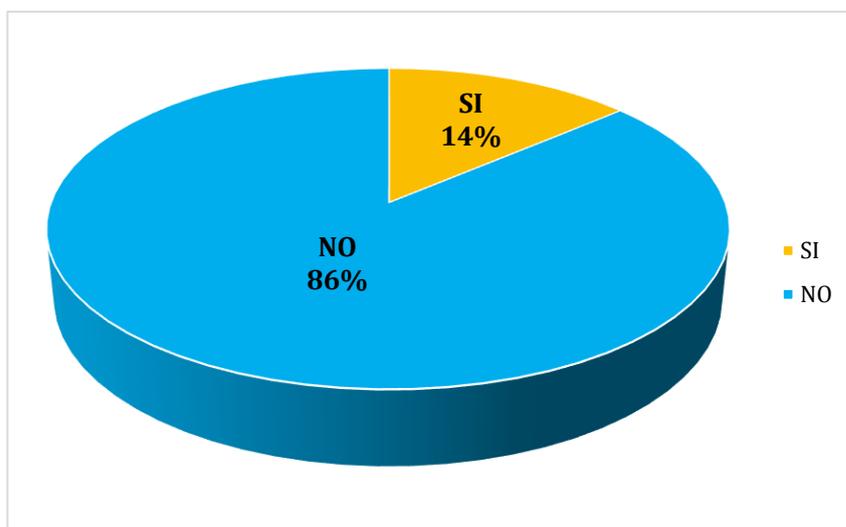
En este caso, los resultados sobre el tipo de trabajo que sustenta la fuente de ingresos de quienes cubren los gastos del estudiante en su mayoría son por relación de dependencia con un 59%, seguido de un 25% por negocio propio y un 9% con libre ejercicio profesional.

#### 5) ¿Cuál es el nivel de ingreso mensual del responsable en cubrir los gastos de hospedaje?

Según la información recopilada, se pudo determinar que el nivel de ingreso mensual del responsable en cubrir los gastos de hospedaje del estudiante es medio, es decir está entre \$375 y \$750 dólares, seguido del 38% con un nivel alto de ingresos, es decir, que poseen capacidad económica para demandar los servicios de la residencia.

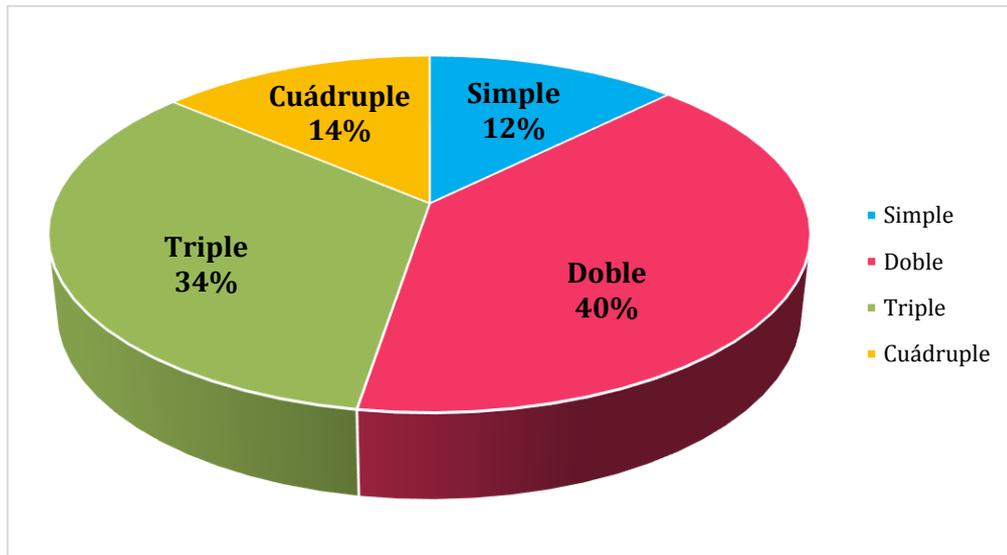


6) ¿Conoce Ud. alguna residencia universitaria en la ciudad de Guayaquil?



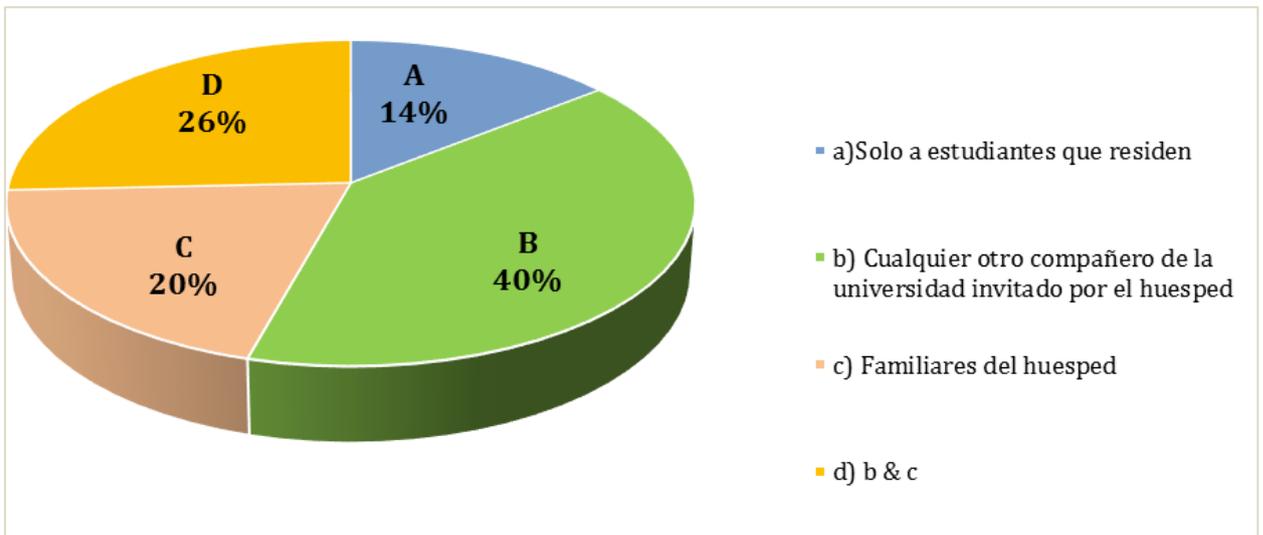
Con esta pregunta se puede observar que el 86% de los estudiantes encuestados desconocen sobre alguna residencia universitaria en la ciudad, es decir, que solo el 14% ha escuchado o tenido acceso a información sobre residencias, siendo éstas de uso exclusivo para extranjeros y para estudiantes de educación superior privada.

**7) En qué tipo de habitación preferirías vivir, sabiendo que, a mayor cantidad de estudiantes por habitación, la renta a pagar será menor.**



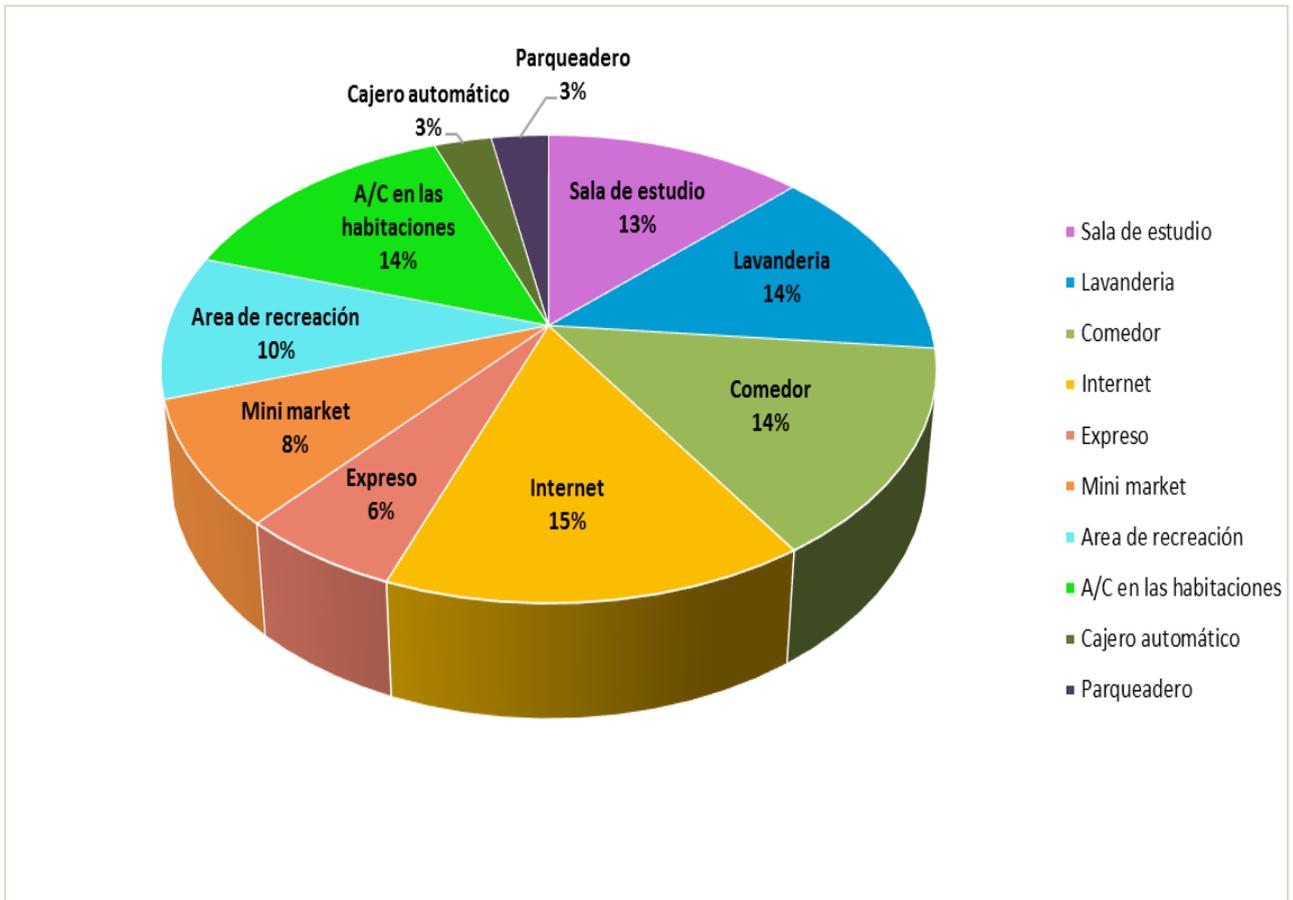
El resultado del gráfico expuesto nos indica que la mayoría de los estudiantes prefieren compartir una habitación doble o triple debido que el precio sería más bajo con respecto a la habitación simple.

**8) El acceso a los dormitorios, crees que debería ser:**



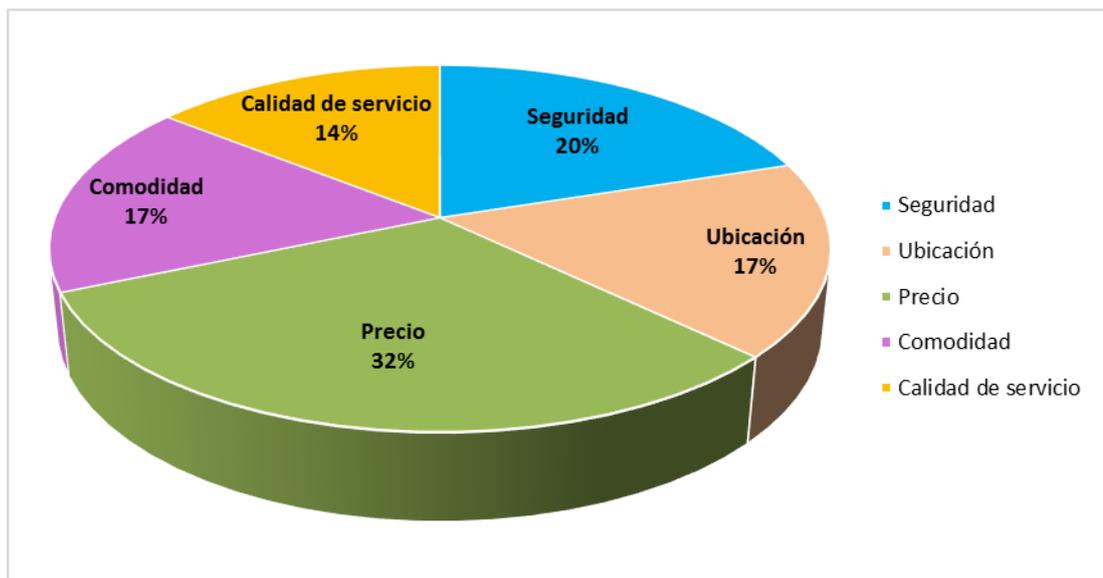
Como podemos observar en el gráfico el 40 % de los encuestados prefieren que solo tengan acceso a los dormitorios sus compañeros, siguiéndole sus familiares con un 20%.

**9. ¿Qué servicios desearías que tuviera la residencia?**



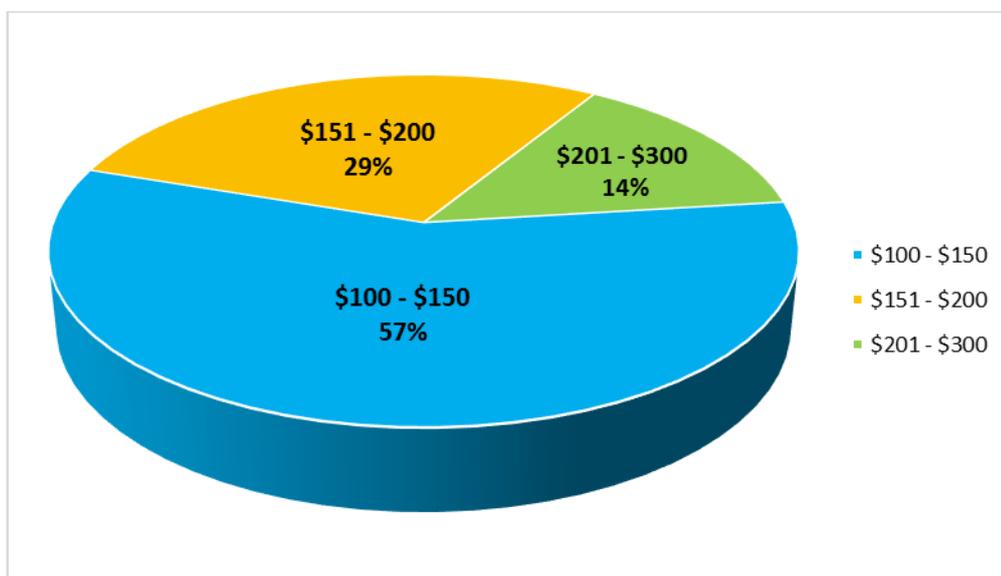
El gráfico nos muestra que los servicios más relevantes para el estudiante son la lavandería, comedor e internet todas con un 14% y el servicio con menor ponderación es el de cajero automático y parqueadero con un 3%.

**10) ¿Qué parámetros toma en cuenta al momento de elegir un lugar donde residir?**



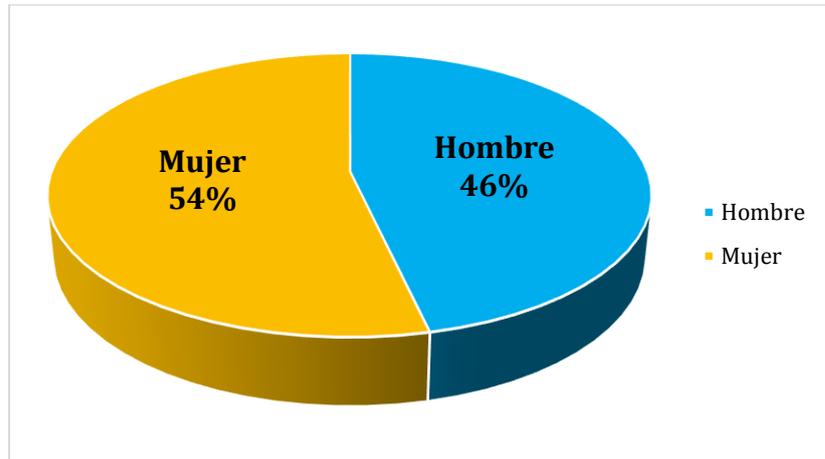
Como podemos observar en el gráfico los estudiantes consideran más relevante a la hora de elegir un lugar de residir es el precio con un 32%, siguiendo la seguridad con un 20%.

**11) ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar mensualmente por alojarse en la residencia universitaria con los servicios antes señalados?**



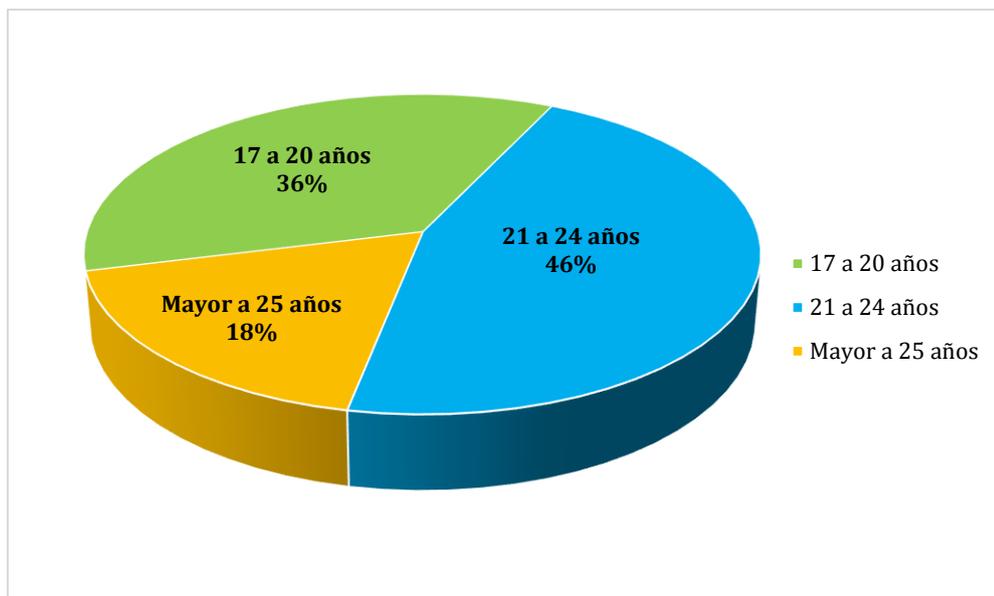
Con esta pregunta podemos saber el valor que están dispuesto los estudiantes pagar por residir en la residencia universitaria. El 57 % de los estudiantes estarían dispuesto a cancelar entre \$100 a \$150 y como último el 14% un valor entre \$201 a \$300.

**12) ¿Cuál es su género?**



De 350 encuestados tenemos que el 54% de la muestra son mujeres y el 46% hombres.

**13) ¿Qué edad tiene?**



Como podemos observar la mayoría de los estudiantes encuestados tienen una edad entre 21 a 24 años con el 46% siguiendo con el 36% los más jóvenes con un rango de edad de 17 a 20 años.

## **4. MERCADEO ESTRATÉGICO**

### **4.1 Objetivos del plan estratégico**

#### **4.1.1 Objetivo general**

Posicionar la residencia universitaria de la Universidad de Guayaquil como la primera opción de hospedaje para los estudiantes de provincia antes de iniciar cada término académico.

#### **4.1.2 Objetivos específicos**

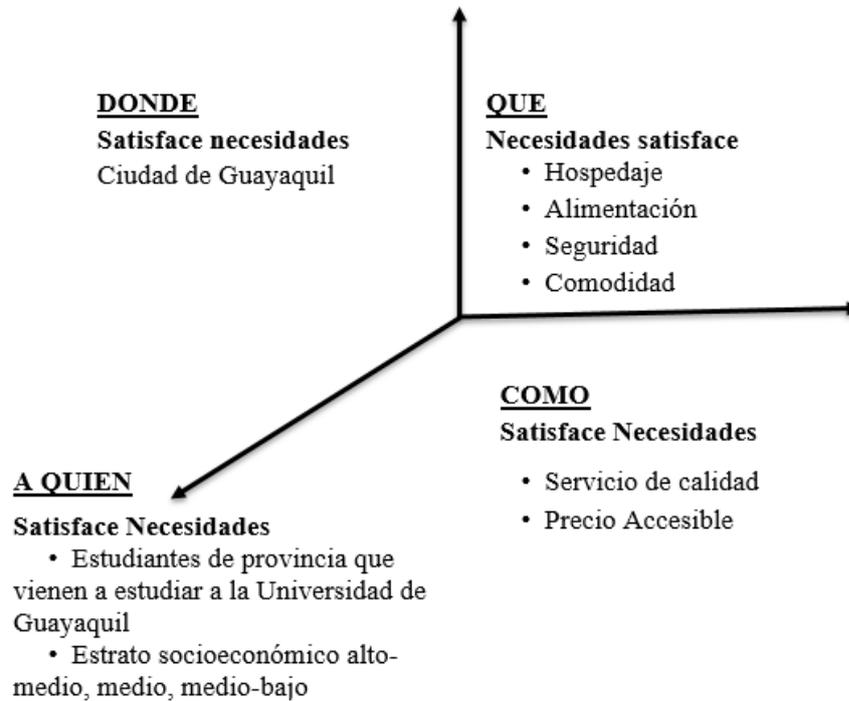
- Realizar campañas de publicidad y promoción con el fin de que los estudiantes de provincia se sientan interesados y atraídos en utilizar los servicios.
- Mantener el precio de alquiler de las habitaciones igual o menor al de departamentos alquilados individualmente.
- Lograr que el 80% de las habitaciones estén ocupadas para el primer año de actividad, y en los posteriores años un 100%.
- Afianzar el liderazgo en la industria de alojamiento para estudiantes en los dos primeros años de actividad.

### **4.2 Estrategia de segmentación**

Según Vega (1993) Estrategia de segmentación se denomina como el “proceso en donde subdividimos mercados en grupos o sectores menores, reconociendo que éstos mercados no son homogéneos y que sus consumidores difieren respecto a sus necesidades, precios, entre otros aspectos.” (p.68).

### 4.2.1 Macro-segmentación

De acuerdo con el libro Fundamentos de marketing octava edición, señala que la macro-segmentación consiste en establecer en qué mercado o mercados la empresa debe concentrar su plaza de actividad. (Armstrong, 2008, p.361)



*Ilustración 21 Macro segmentación*

Elaborado por Autores

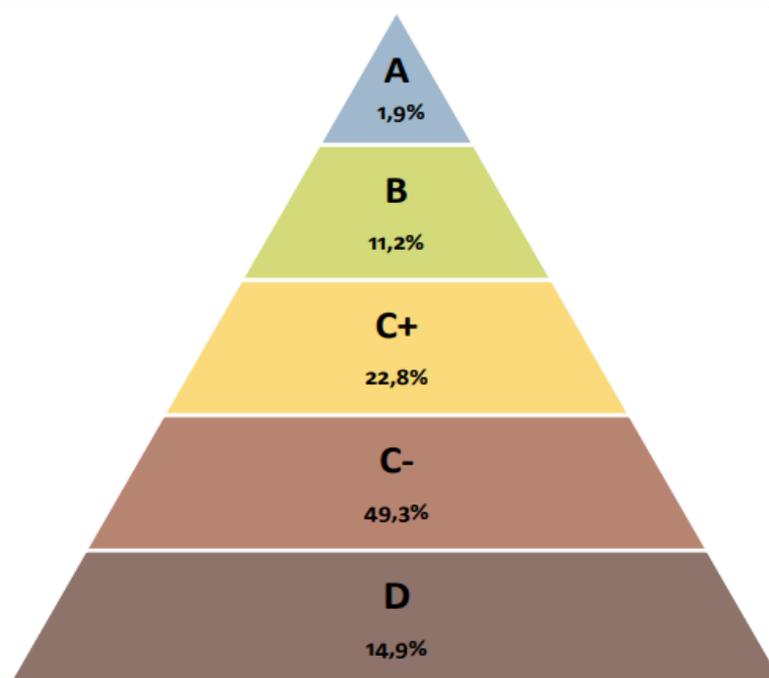
### 4.2.2 Micro-segmentación

Roberto Dvoskin (2004), manifiesta que el micro-segmento se enfoca en dos tipos de criterios:

1. Específicos (segmentación demográfica, geográfica, psicométrica) y
2. Generales (producto, atributos y proceso de compra).

A continuación, se presenta la información pertinente para observar los criterios específicos del nicho de mercado.

- El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011) analizó la estratificación del nivel socioeconómico del Ecuador, actualmente los hogares del país se dividen en cinco estratos, el estrato A(Alto), el B(Alto-Medio), el C+ (Medio), el C- (Medio-Bajo) y estrato D(Bajo), representados de manera porcentual en la siguiente ilustración:



*Ilustración 22 Nivel de estratos socioeconómicos del país*

Fuente: INEC 2016

También se utilizaron variables para esta clasificación de estratos, las características se detallan a continuación:

- Vivienda 236 puntos
- Educación 171 puntos
- Economía 170 puntos

- Bienes 163 puntos
- Tecnología 161 puntos
- Hábitos de consumo 99 puntos

*Tabla 9 Estratos socioeconómicos del país*

<b>Grupos socioeconómicos</b>	<b>Puntaje</b>
<b>A</b>	De 845 a 1000 puntos
<b>B</b>	De 696 a 845 puntos
<b>C+</b>	De 535 a 696 puntos
<b>C-</b>	De 316 a 535 puntos
<b>D</b>	De 0 a 316 puntos

*Fuente: INEC 2011*

*Tabla 10 Características dentro de los estratos socioeconómicos*

CLASES DE ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS	CARACTERÍSTICAS
A	<p>Entre los materiales del piso están de parquet, piso flotante, disponen de dos baños con ducha, cocina con horno, lavadora, seguro privado, y de dos vehículos utilizándolos únicamente para el hogar,</p> <p>Disponen de internet, computadoras y aproximadamente de cuatro celulares por hogar. La persona a cargo del hogar tiene estudios superiores y de post grado, desempeñándose en importantes cargos de empresas públicas y privadas.</p>
B	<p>El 46% del material del piso es de parquet, piso flotante, entre otros. El 81% de los hogares dispone de internet y telefonía fija, computadora de escritorio y el 50% tiene laptop, el 81% de refrigeradora, cocina con horno, lavadora, y de un vehículo solo para uso del hogar, compran la ropa en centros comerciales.</p> <p>El jefe de hogar tiene estudios superiores, y el 47% de los hogares tienen seguro privado.</p>

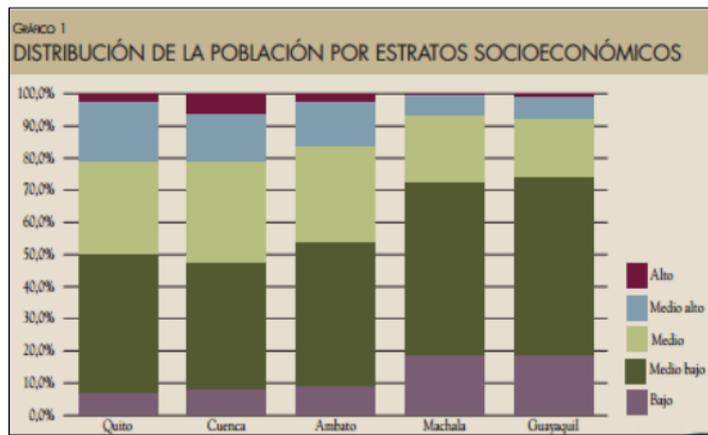
C+	<p>Los materiales del piso son de cerámica, baldosa, marmetón, o vinil, tienen un baño con ducha, tienen refrigeradora, internet, y solo el 83% tienen telefonía fija, el 39% con internet, y el 62% computadora de escritorio, y solo el 21% tiene laptop, disponiendo generalmente de dos celulares.</p> <p>El 38% compra su ropa en centros comerciales, el jefe de hogar es bachiller, desempeñándose como comerciantes, operadores de máquinas, entre otros.</p> <p>El 77% está afiliado al IESS y el 20% de los hogares tiene seguro privado.</p>
C-	<p>El material del piso es ladrillo o cemento, tienen un baño con ducha, refrigeradora, cocina con horno, el 52% tiene telefonía fija, menos del 48% dispone de lavadora, equipo de sonido, tienen un tv a color y cuentan con dos celulares en todo el hogar.</p> <p>Solo el 11% tiene computadora de escritorio, el 43% tiene internet, el 14% compra ropa en centros comerciales.</p> <p>El jefe de hogar solo tiene estudios completos de primaria, desempeñándose como comerciante, operador de maquinaria, y en algunos casos no trabajan, el 48% de los hogares están afiliados al IESS y solo el 6% tiene seguro privado.</p>

D	<p>El material del piso es ladrillo, cemento, tabla o tierra, el 31% de los hogares cuenta con un baño con ducha, el 12% con telefonía fija, menos del 43% tiene cocina y refrigeradora, el 5% tiene lavadora y el 10% equipo de sonido, el 9% utiliza internet, y disponen de un tv a color y un celular en todo el hogar.</p> <p>El jefe de hogar solo tiene estudios completos de primaria, desempeñándose como trabajadores no calificados, comerciantes, operadores, y algunos están inactivos. Solo el 11% de los hogares está afiliado al IESS</p>
---	---

Fuente INEC 2011

Nos enfocaremos en los estratos B y C+ representados por el 34% entro los niveles alto-medio y medio, los cuales se convierten en clientes potenciales que tienen computadora, internet, y que sus jefes de hogares tienen formación académica secundaria o de nivel superior.

Según el último censo realizado por el INEC en el 2010 se logró determinar que las personas que están dentro del estrato bajo se desempeñan en labores informales, operadores de maquinaria, y en algunos casos están inactivos, mientras que los estratos altos se desempeñan en puestos jerárquicos del sector privado o público.



*Ilustración 23 Distribución de la población por estratos socioeconómicos*

Fuente INEC 2010

### 4.3 Estrategia de posicionamiento

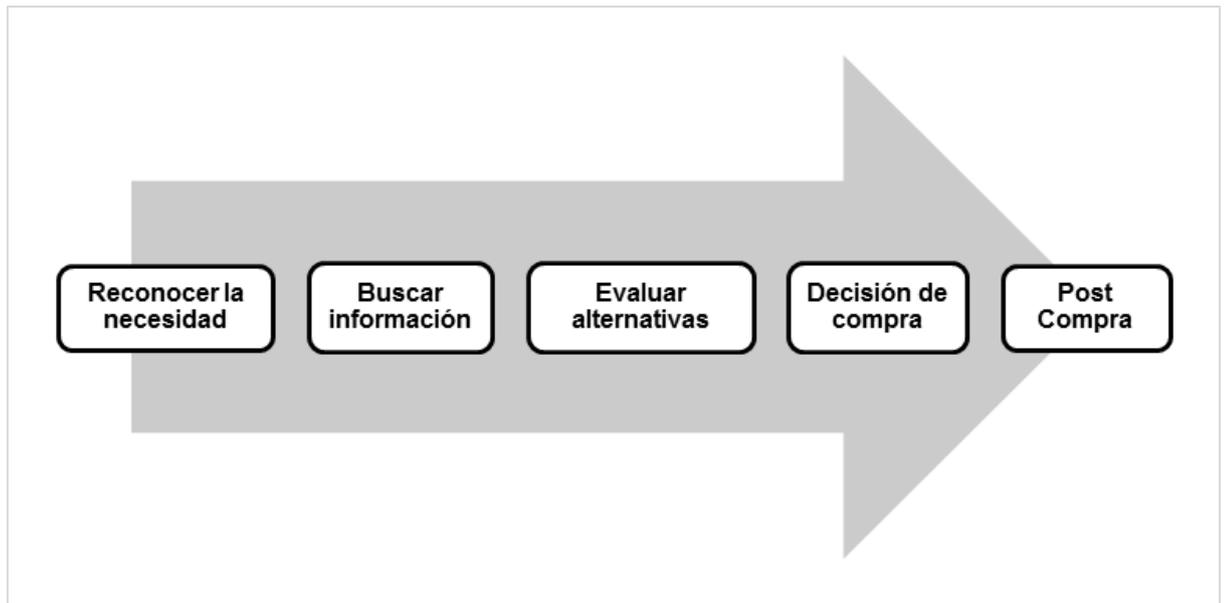
Se conoce como estrategia de posicionamiento a la perspectiva que tiene un determinado servicio o producto dentro de la mente del consumidor de manera individual, y respecto a la competencia.

Se optó por utilizar una mezcla de dos tipos de estrategia de posicionamiento, es decir:

- En base a atributos, puesto que la residencia tiene características que la resaltaría frente a sus competidores, como lo sería la seguridad y comodidad.
- En base a calidad y precio, debido a que la residencia ofrecería servicios de calidad a un precio asequible.

### 4.4 Análisis del proceso de decisión del consumidor

Para realizar el análisis se consideró el proceso de decisión de compra expuesto por Kotler:



*Ilustración 24 Proceso de decisión de compra*

Fuente INEC 2010

- **Reconocer la necesidad:** Tener un lugar donde residir durante el periodo académico.
- **Buscar información:** Consultar con familiares o amigos sobre lugares donde se pueda hospedar y estén disponibles.
- **Evaluar alternativas:** Comparar las alternativas del lugar donde residir, teniendo en cuenta el precio, calidad, nivel de seguridad y comodidad.
- **Decisión de compra:** Después de analizar los atributos, la calidad y precio, la persona decide si se adquiere el producto/servicio propuesto.
- **Post compra:** El cliente observará los beneficios las características del producto/servicio y decidirá adquirirlo con frecuencia

#### **4.5 Definición de la estrategia**

Luego de realizar el análisis del microentorno y macroentorno, se determinó que se aplicará la estrategia de concentración, para que la residencia centre sus recursos en su mercado específico, obteniendo un volumen de ingresos continuo y creciente.

Adicionalmente, se eligió esta estrategia ya que el número potencial de clientes del mercado es alto, estable y con una demanda constante en la que el cliente es fiel al proveedor habitual.

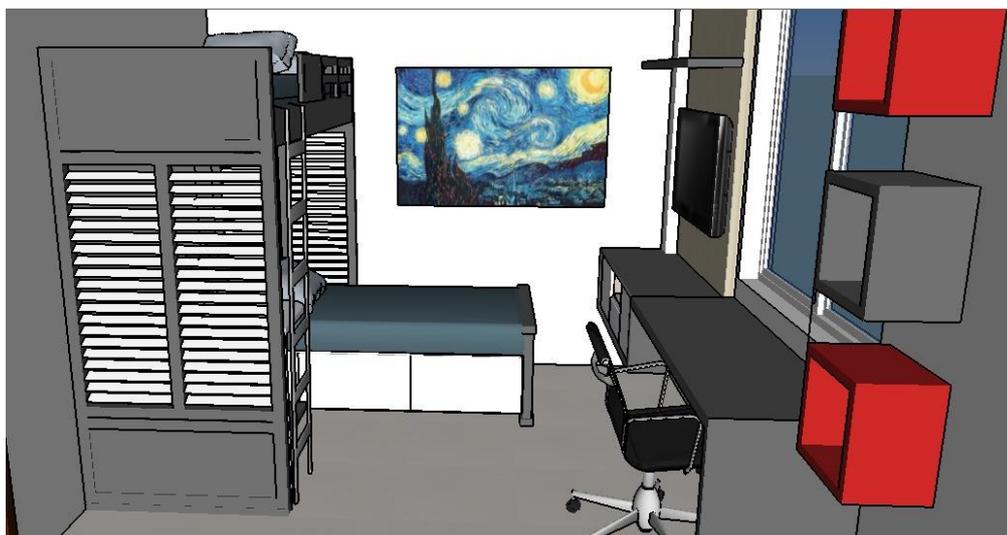
#### **4.6 Marketing Mix**

##### **4.6.1 Producto**

El proyecto de residencias universitarias es una idea innovadora y necesaria en la ciudad que se ha puesto en manos de la Universidad de Guayaquil, quien lo realizará y administrará con el nombre Residencia de Guayaquil.

Consiste en la construcción de dos edificios con dos pisos cada uno alrededor de áreas verdes con espacios comunes donde se encontrará una zona de entretenimiento y una sala de estudio, distribuidos de la siguiente manera: el primer piso de cada edificio tendrá 11 habitaciones dobles y el segundo, 9 triples; es decir, contará con capacidad total de 98 estudiantes en toda la residencia. Cada una de las habitaciones, estará debidamente amoblada y contará con baño privado.

Además, habrá un tercer edificio en el que estará conformado por un comedor, lavandería para los usuarios de la residencia y locales comerciales para su alquiler.



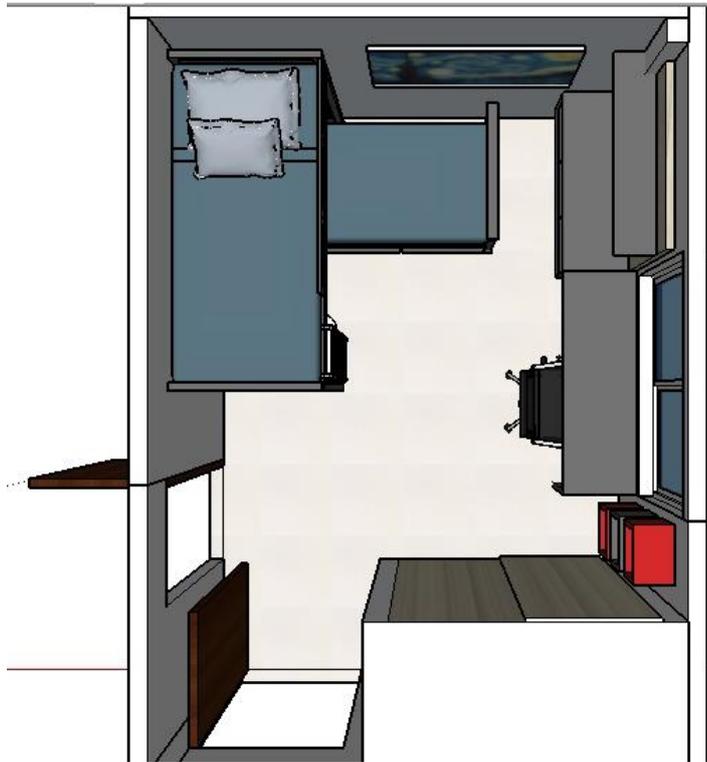
*Ilustración 25 Habitación doble*

Elaborado por Autores



*Ilustración 26 Habitación doble*

Elaborado por Autores



*Ilustración 27 Habitación doble*

Elaborado por Autores



*Ilustración 28 Habitación triple*

Elaborado por Autores



*Ilustración 29 Habitación Triple*

Elaborado por Autores



*Ilustración 30 Fachada de las habitaciones*

Elaborado por Autores

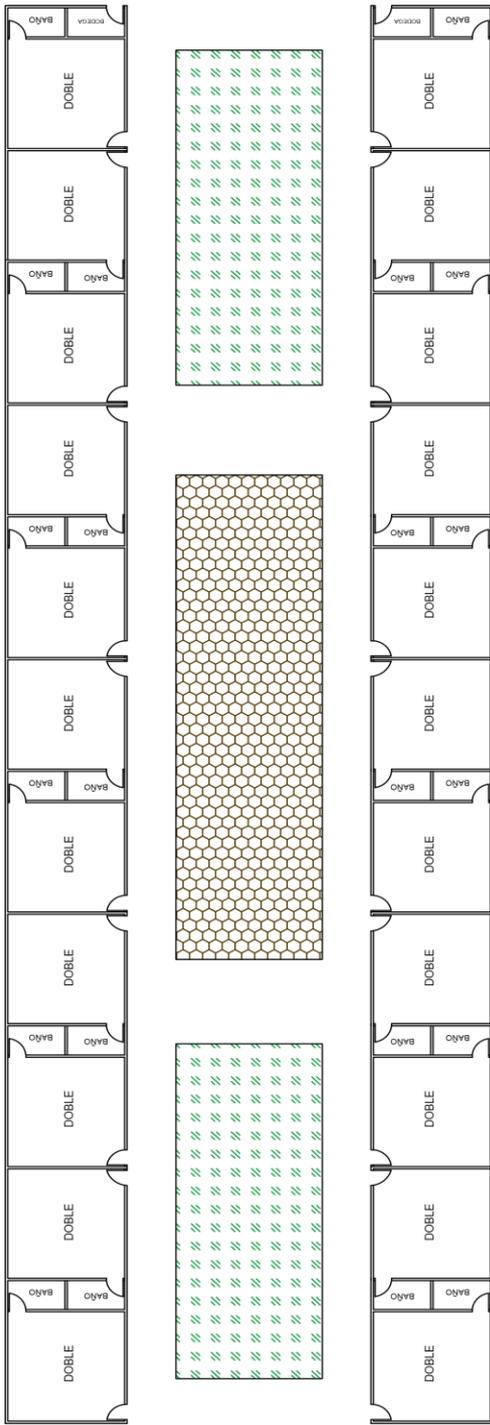


Ilustración 32 Planta baja de la residencia

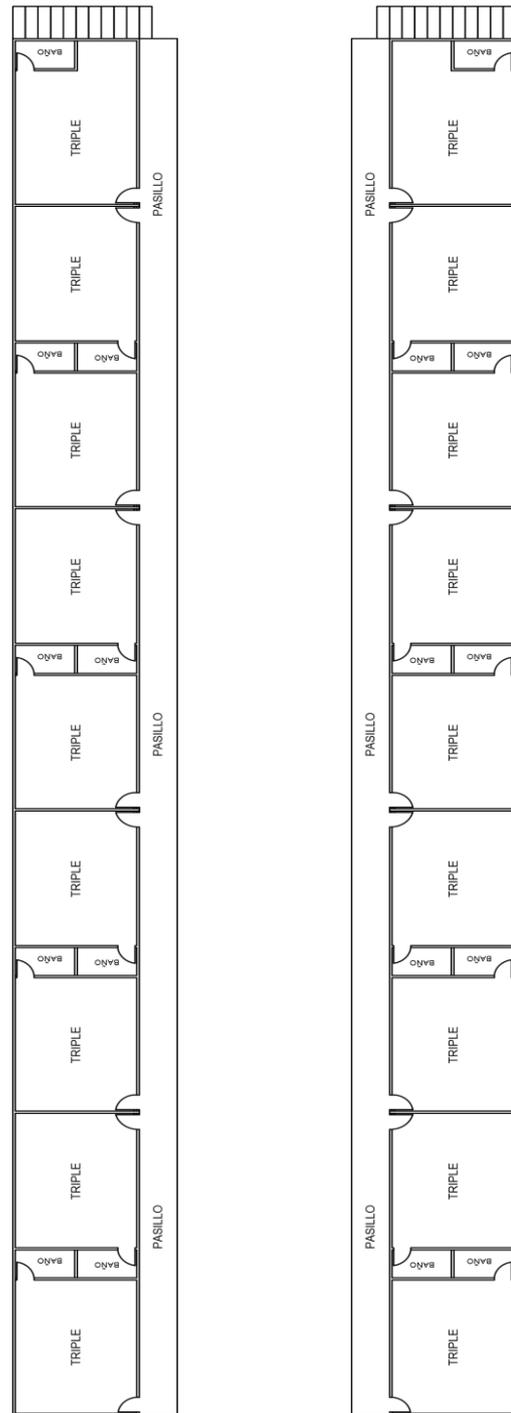
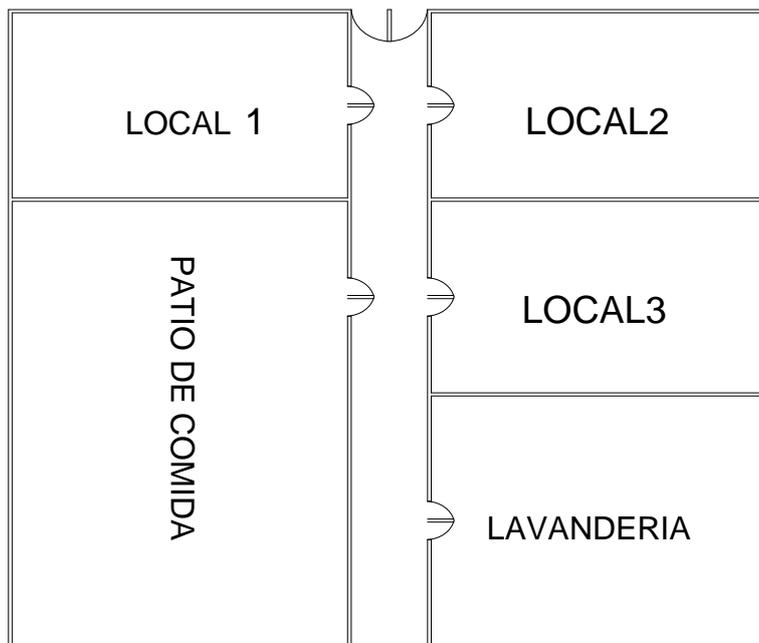


Ilustración 31 Planta alta de la residencia

Elaborado por Autores



*Ilustración 33 Área Común*

Elaborado por Autores

#### **4.6.1.1 Políticas internas de la Residencia Universitaria**

La Residencia Universitaria se constituye como un servicio destinado a dar alojamiento, preferentemente, a los estudiantes universitarios de Pregrado, sean nacionales o extranjeros, que tienen su domicilio familiar alejado de los Centros Universitarios de la ciudad. Las presentes políticas tienen por objeto preservar el respeto mutuo, el bienestar y la seguridad de los residentes y del personal de la residencia. Los usuarios deberán respetar toda norma que regule la convivencia en la residencia.

##### **Admisión**

- El estudiante deberá estar matriculado en la Universidad de Guayaquil.
- La Dirección valorará las condiciones económicas, académicas y geográficas del centro de estudio con respecto a su dirección domiciliaria. La Administración se encargará de la asignación de los cupos para las habitaciones.

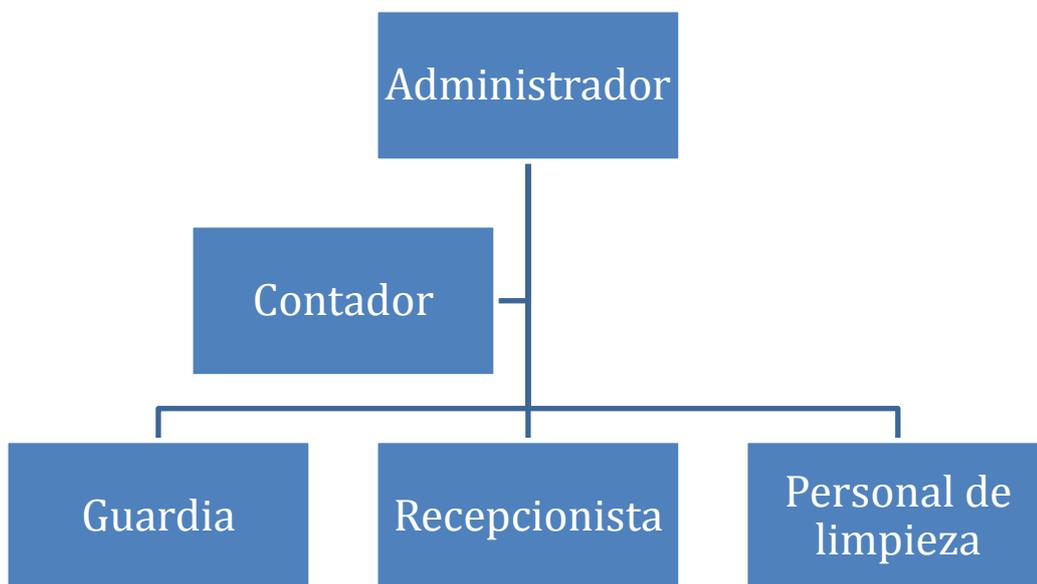
- Como regla general, el número de años que un estudiante podrá permanecer en la residencia será igual al de los años de su carrera. En el caso de que la admisión del estudiante no tenga lugar en el primer año de la carrera, el periodo comprenderá únicamente los años que le resten para completar sus estudios.

Una vez aprobada la solicitud de admisión, el estudiante recibirá a su llegada:

Una copia de la llave de su habitación

- Una copia del presente Reglamento Interno de la residencia
- Un inventario que incluirá una lista de los objetos y bienes que le serán asignados y su valor de reposición, para que lo firme una vez comprobada su veracidad y estado.

#### 4.6.1.2 Organigrama de la Residencia



*Ilustración 34 Organigrama de la residencia*

Elaborado por Autores

#### 4.6.2 Precio

Para determinar el precio de las habitaciones de la Residencia Universitaria, se tomaron en cuenta los resultados arrojados por las encuestas y los precios ya existentes

en el mercado para servicios similares. Asimismo, se consideraron ciertos beneficios brindados por la residencia tales como la seguridad, acceso a la tecnología, comodidad, entre otros; que representan un valor agregado a la hora de fijar el precio.

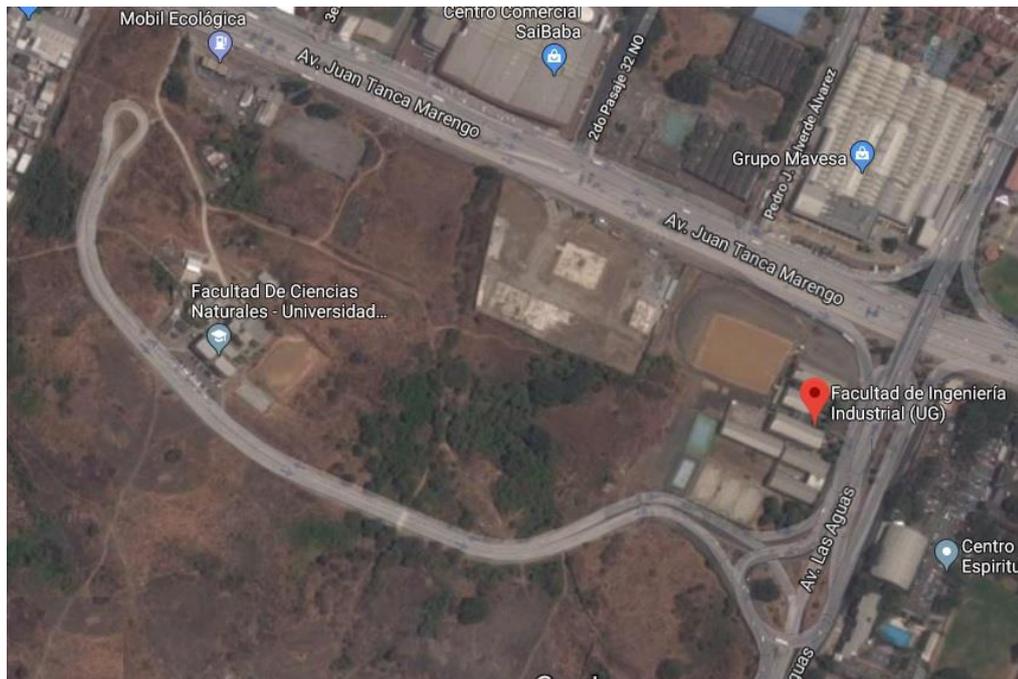
Con base en las consideraciones anteriores, se estableció un valor de \$300 para las habitaciones dobles (cada persona pagaría \$150) y \$390 para las habitaciones triples (\$130 por estudiante).

Los estudiantes que requieran ser parte de la Residencia deberán dejar un depósito de \$200 como garantía, que será devuelto al culminar su estadía, salvo el caso de que se hubiese presentado algún inconveniente con las instalaciones.

De acuerdo con la investigación de mercado realizada, a través de las encuestas se pudo determinar que el estudiante promedio, actualmente, paga entre \$100 y \$200 por un departamento en el que no se incluyen ni seguridad ni servicios básicos, a diferencia de lo que brindaría la Residencia de Guayaquil, en la que se pagaría un precio bajo por los servicios básicos, de hospedaje, Internet, y seguridad.

#### **4.6.3 Plaza**

La Residencia Universitaria se encontrará ubicada en los terrenos de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Guayaquil con una infraestructura amplia y moderna, abastecida por servicios básicos, seguridad y tecnología. El proyecto contará con una superficie 900.m2 para así poder albergar, inicialmente, a 98 estudiantes distribuidos en un edificio para hombres y el otro para mujeres.



*Ilustración 35 Ubicación de 010a residencia*

Fuente: Google Maps

#### **4.6.4 Promoción**

La promoción tendrá como objetivo principal dar a conocer a los estudiantes de otras provincias y extranjeros lo beneficioso que les representaría ser parte del proyecto de la Residencia Universitaria. Esto se logrará mediante las redes sociales donde, constantemente, se anunciará información sobre la residencia; asimismo, la página *Web* de la Universidad de Guayaquil será una herramienta muy útil al ser la plataforma que más frecuentan sus estudiantes. De igual manera, se colocarán estantes publicitarios en las distintas facultades de la Universidad.

Para lograr que el poder de adquisición del servicio sea más alto, se ofrecerá una promoción a los estudiantes que cancelen de manera puntual el mensual durante el semestre académico que tiene una duración de 5 meses, esto incluye, cambio de ropa de cama y lavado de las mismas cada 8 días, además el anticipo del alquiler será únicamente del valor de la renta según la habitación que elija. Y para quienes alquilen las habitaciones durante el tiempo de vacaciones, es decir, desde febrero hasta abril, y de septiembre a

octubre, adicionalmente a los beneficios antes mencionados, abonarán solo el anticipo de 100 dólares.

### **Propuestas de Publicidad**

- **Revista y afiches de la Universidad**

Se brindará información detallada de la residencia. mediante la revista de la universidad, y, mediante los afiches de la universidad se podrá difundir información más generalizada.

- **Página *web***

Por medio de la página *web* de la Universidad de Guayaquil, se dará a conocer los servicios y beneficios brindados por la residencia; además se publicarán los precios actualizados y las promociones a las que podrán acceder los estudiantes.

- **Redes sociales**

Las redes sociales son una herramienta útil, económica y de alto alcance para llegar a un determinado mercado. En este caso particular, el mercado meta son estudiantes de entre 17 y 26 años; que al ser jóvenes son quienes más interactúan a través de este medio. De acuerdo con una encuesta realizada a los 4000 estudiantes de otras provincias y extranjeros de la Universidad de Guayaquil, el 92% tiene y usa frecuentemente las redes sociales, el 5% las tiene; pero las usan con poca frecuencia y el 3% no tiene acceso a este medio. Esto significa que las redes sociales será un medio efectivo para promocionar las ventajas ofrecidas por la residencia universitaria.



*Ilustración 36 Uso de redes sociales*

Elaborado por Autores

*Tabla 11 Calendario de publicidad*

		2018											
Publicidad		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Página web		[Barra naranja continua]											
Redes Sociales		[Barra azul]								[Barra azul]			

Elaborado por Autores

## 5. ANÁLISIS FINANCIERO

### 5.1 Punto de equilibrio

El punto de Equilibrio nos ayuda a saber qué cantidad de ingresos totales es equivalente a los costos totales, para que así, exista un punto en el cual no haya ni pérdida, ni ganancias.

Para encontrar el punto de equilibrio del proyecto, considerando que la residencia cuenta con habitaciones dobles y triples, se procedió a realizar el punto de equilibrio para cada tipo de habitación, utilizando las siguientes fórmulas.

$$\text{PEQ (unidades)} = \frac{CF}{PV - CV} \qquad \text{PEV (valores)} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{PV}}$$

En donde:

**PE:** es el número de unidades que se debe vender para que los ingresos sean iguales a costos.

**CF:** Son los costos fijos de la empresa.

**PVU:** Es el precio de venta unitario del producto.

**CVU:** Es el costo variable unitario del producto.

Como resultado tenemos en la tabla número 12, los datos proyectados durante el primer año de funcionamiento de la Residencia de Guayaquil, con un total de 32 habitaciones, siendo 17 dobles y 15 triples; y, en la tabla número 13 los datos proyectados desde el año 2 hasta el 5 con 40 habitaciones, es decir 22 dobles y 18 triples.

Tabla 12 Punto de Equilibrio Año 1

HABITACIÓN DOBLE	
Precio de Habitación	\$ 300.00
Precio de venta Total Mensual	\$ 5'100.00
<b>Precio de Venta Total Anual</b>	<b>\$ 61'200.00</b>

HABITACIÓN TRIPLE	
Precio de Habitación	\$ 390.00
Precio de venta Total Mensual	\$ 5'850.00
<b>Precio de Venta Total Anual</b>	<b>\$ 70'200.00</b>

Costo Variable Total Mensual	\$ 1'600.00
Meses	12
<b>Costo Variable Total Anual</b>	<b>\$ 19'200.00</b>

Costo Variable	\$ 1'600.00
Meses	12
<b>Costo Variable Total Anual</b>	<b>\$ 19'200.00</b>

Costos Fijos Total Mensual	\$ 3'590.11
Meses	12
<b>Costos Fijos Total Anual</b>	<b>\$ 43'081.37</b>

Costos Fijos Total Mensual	\$ 3'590.11
Meses	12
<b>Costos Fijos Total Anual</b>	<b>\$ 43'081.37</b>

$$PEQ \text{ (unidades)} = \frac{CF}{PV - CV}$$

$$PEQ = \underline{\underline{1.03}}$$

$$PEQ = \underline{\underline{1}}$$

$$PEV \text{ (valores)} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{PV}}$$

$$PEV = \underline{\underline{\$ 62'775.71}}$$

$$PEV = \underline{\underline{\$ 59'300.24}}$$

Elaborado por Autores

Tabla 13 Punto de Equilibrio Año 2 en Adelante

HABITACIÓN DOBLE	
Precio de Habitación	\$ 300.00
Precio de venta Total Mensual	\$ 6'600.00
<b>Precio de Venta Total Anual</b>	<b>\$ 79'200.00</b>

HABITACIÓN TRIPLE	
Precio de Habitación	\$ 390.00
Precio de venta Total Mensual	\$ 7'020.00
<b>Precio de Venta Total Anual</b>	<b>\$ 84'240.00</b>

Costo Variable Total Mensual	\$ 1'600.00
Meses	12
<b>Costo Variable Total Anual</b>	<b>\$ 19'200.00</b>

Costo Variable	\$ 1'600.00
Meses	12
<b>Costo Variable Total Anual</b>	<b>\$ 19'200.00</b>

Costos Fijos Total Mensual	\$ 3'590.11
Meses	12
<b>Costos Fijos Total Anual</b>	<b>\$ 43'081.37</b>

Costos Fijos Total Mensual	\$ 3'590.11
Meses	12
<b>Costos Fijos Total Anual</b>	<b>\$ 43'081.37</b>

$$PEQ \text{ (unidades)} = \frac{CF}{PV - CV}$$

$$PEQ = \underline{1}$$

$$PEQ = \underline{1}$$

$$PEV \text{ (valores)} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{PV}}$$

$$PEV = \underline{\underline{\$ 56'867.41}}$$

$$PEV = \underline{\underline{\$ 55'799.12}}$$

Elaborado por Autores

## **5.2 Estimación de la demanda**

La demanda de proyectada viene dada por el total de estudiantes foráneos de la Universidad de Guayaquil que no tengan un lugar donde residir durante cada termino académico, es decir, que la demanda de la Residencia Universitaria es limitada, debido al número de habitaciones que oferta, siendo un total de 40 habitaciones, 22 dobles y 18 triples, con capacidad para albergar a máximo 98 estudiantes de provincia o extranjeros.

La estimación de la demanda durante el primer año es con un escenario normal, es decir que estaría copado en un 80% de su capacidad total, y a partir del segundo año, con un escenario optimista, es decir, que la residencia este llena al 100%.

Se toman estos dos escenarios, debido a que el total de estudiantes foráneos durante los últimos tres registros en la Universidad de Guayaquil han sido los siguientes:

- AÑO 2014 - 3796
- AÑO 2015 - 3850
- AÑO 2016 - 3948

Con un promedio aproximadamente 4000 estudiantes por año, solo se está cubriendo al 2.5% del mercado objetivo.

## **5.3 Fuentes de Ingreso**

### **5.3.1 Ingresos por Alojamiento**

Los ingresos por alojamiento incluyen el hospedaje de 40 habitaciones, siendo estas, 22 dobles y 18 triples, se espera que durante el primer año de funcionamiento la residencia tenga ocupada el 80% de su capacidad total, y a partir del segundo año de funcionamiento este al 100%.

Se detalla a continuación la proyección de los ingresos por alojamiento:

Tabla 14 Ingreso por Alojamiento Año 1

	<b>AÑO 1</b>		
	<b>Número de Habitaciones</b>	<b>Precio por Habitación</b>	<b>Total Ingreso</b>
<b>Habitación Doble</b>	17	\$ 300.00	\$ 5'100.00
<b>Habitación Triple</b>	15	\$ 390.00	\$ 5'850.00
<b>Total Ingreso Mensual</b>	32	\$ 690.00	<b><u>\$ 10'950.00</u></b>
<b>Total Ingreso Anual por Habitaciones</b>			<b><u>\$ 131'400.00</u></b>

Elaborado por Autores

Tabla 15 Ingreso por Alojamiento Año 2 en adelante

	AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Número de Habitaciones	Precio por Habitación	Total Ingreso	Número de Habitaciones	Precio por Habitación	Total Ingreso	Número de Habitaciones	Precio por Habitación	Total Ingreso	Número de Habitaciones	Precio por Habitación	Total Ingreso
Habitación Doble	22	\$ 300.00	\$ 6'600.00	22	\$ 300.00	\$ 6'600.00	22	\$ 300.00	\$ 6'600.00	22	\$ 300.00	\$ 6'600.00
Habitación Triple	18	\$ 390.00	\$ 7'020.00	18	\$ 390.00	\$ 7'020.00	18	\$ 390.00	\$ 7'020.00	18	\$ 390.00	\$ 7'020.00
<b>Total Ingreso Mensual</b>	40	\$ 690.00	<b><u>\$ 13'620.00</u></b>									
<b>Total Ingreso Anual por Habitaciones</b>			<b><u>\$ 163'440.00</u></b>									

Elaborado por Autores

### 5.3.2 Ingreso por Alquiler de Espacios

Los ingresos por alquiler de espacios, consiste en cobrar un arriendo a terceras personas por rentarles los espacios para comedor, minimaket, y papelería, a continuación, se presenta el ingreso mensual y anual proyectado para los 5 años, el arriendo se incrementará a partir del segundo año considerándose una inflación del 1.4%.

*Tabla 16 Ingreso por Alquiler de Espacios*

<b>AÑO</b>	<b>TOTAL MENSUAL OTROS INGRESOS</b>	<b>TOTAL ANUAL OTROS INGRESOS</b>
1	\$ 3'200.00	\$ 38'400.00
2	\$ 3'244.80	\$ 38'937.60
3	\$ 3'290.23	\$ 39'482.73
4	\$ 3'336.29	\$ 40'035.48
5	\$ 3'383.00	\$ 40'595.98

Elaborado por Autores

Tabla 17 Proyección de Ingresos por alquiler de espacios

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Ingreso Mensual	Ingreso Anual	Ingreso Mensual	Ingreso Anual						
Arriendo de Comedor	\$ 2'000.00	\$ 24'000.00	\$ 2'028.00	\$ 24'336.00	\$ 2'056.39	\$ 24'676.70	\$ 2'085.18	\$ 25'022.18	\$ 2'114.37	\$ 25'372.49
Arriendo de Local MiniMarket	\$ 800.00	\$ 9'600.00	\$ 811.20	\$ 9'734.40	\$ 822.56	\$ 9'870.68	\$ 834.07	\$ 10'008.87	\$ 845.75	\$ 10'149.00
Arriendo de Local Papelería	\$ 400.00	\$ 4'800.00	\$ 405.60	\$ 4'867.20	\$ 411.28	\$ 4'935.34	\$ 417.04	\$ 5'004.44	\$ 422.87	\$ 5'074.50
<b>Total</b>	<b>\$ 3'200.00</b>	<b>\$38'400.00</b>	<b>\$ 3'244.80</b>	<b>\$38'937.60</b>	<b>\$ 3'290.23</b>	<b>\$39'482.73</b>	<b>\$ 3'336.29</b>	<b>\$ 40'035.48</b>	<b>\$ 3'383.00</b>	<b>\$ 40'595.98</b>

Elaborado por Autores

## 5.4 Costos fijos

Los costos fijos son aquellos costos que se deben de cubrir para que la Residencia de Guayaquil pueda funcionar, independientemente de la cantidad y volumen de ingresos.

La Residencia contaría con costos anuales de \$43.081,29 los cuales se desglosan de la siguiente manera: en energía eléctrica un monto de \$1.800, servicio de telefonía fija \$360, Internet \$600, Agua \$ 1.800, suministros \$ 960, publicidad \$300, y el costo más elevado es el rubro de sueldos y salarios por un valor de \$37.261,29.

*Tabla 18 Costos Fijos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Energía electrica	\$ 150.00	\$ 1'800.00
Telefonía Fija	\$ 30.00	\$ 360.00
Internet	\$ 50.00	\$ 600.00
Agua	\$ 150.00	\$ 1'800.00
Sueldos y salario:	\$ 3'105.11	\$ 37'261.37
Suministros	\$ 80.00	\$ 960.00
Publicidad	\$ 25.00	\$ 300.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3'590.11</b>	<b>\$ 43'081.37</b>

Elaborado por Autores

Como se puede observar en la tabla, la cantidad de personal requerido para que la residencia necesitaría para entrar en funcionamiento es de 5 empleados, de los cuales, 2 pertenecen al área administrativa y 3 al área operativa.

Los cargos de mayor jerarquía los ocupa el Administrador y el Contador, y entre el personal operativo se encuentra la recepcionista, personal de limpieza y guardia.

*Tabla 19 Sueldos y Salarios*

Descripción	N° de Personas	Sueldo	Aporte Patronal 11.45%	Décimotercer Sueldo	Décimocuarto Sueldo	Sueldo Mensual	TOTAL SUELDO ANUAL
Administrador	1	\$ 650.00	\$ 74.43	\$ 54.17	\$ 32.17	\$ 810.76	\$ 9'729.10
Contador	1	\$ 650.00	\$ 74.43	\$ 54.17	\$ 32.17	\$ 810.76	\$ 9'729.10
Recepcionista	1	\$ 386.00	\$ 44.20	\$ 32.17	\$ 32.17	\$ 494.53	\$ 5'934.36
Personal de Limpieza	1	\$ 386.00	\$ 44.20	\$ 32.17	\$ 32.17	\$ 494.53	\$ 5'934.36
Guardia	1	\$ 386.00	\$ 44.20	\$ 32.17	\$ 32.17	\$ 494.54	\$ 5'934.44
						<b>\$ 3'105.11</b>	<b>\$ 37'261.37</b>

Elaborado por Autores

### 5.5 Costos variables

Se considera costos variables a los rubros de servicios básicos por energía eléctrica y agua en lo que se refiere al servicio de alojamiento y lavandería, debido a que el consumo de estos aumenta en período de clases, mientras que en periodo de vacaciones se reducen, ya que, los estudiantes están ausentes y el uso de las habitaciones y lavandería es menor.

*Tabla 20 Costos Variables*

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	\$ 850.00	\$ 10'200.00
Agua	\$ 750.00	\$ 9'000.00
	<b>\$ 1'600.00</b>	<b>\$ 19'200.00</b>

Elaborado por Autores

### 5.6 Inversión Inicial

Es necesario un capital de \$410'172.84 dólares para la puesta en marcha del proyecto, con el cual, se realizará el acondicionamiento de la residencia, adquiriendo todo el mobiliario necesario para la adecuación del lugar.

A continuación, se detalla los elementos que son parte de la inversión con sus respectivos precios.

**Tabla 21 Inversión Inicial**

	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Muebles</b>			<b>\$ 24'200.00</b>
Puff	5	\$ 15.00	\$ 75.00
Almohadas	98	\$ 5.00	\$ 490.00
Camas de plaza y media	54	\$ 90.00	\$ 4'860.00
Literas	22	\$ 180.00	\$ 3'960.00
Colchon de plaza y media	98	\$ 90.00	\$ 8'820.00
Sábanas	100	\$ 15.00	\$ 1'500.00
Juego de escritorio y silla para estudiante	103	\$ 25.00	\$ 2'575.00
Cesto de basura	10	\$ 5.00	\$ 50.00
Juego de comedor de 6 sillas	17	\$ 110.00	\$ 1'870.00
<b>Electrodomésticos</b>			<b>\$ 21'690.00</b>
Lavadora	4	\$ 700.00	\$ 2'800.00
Secadora	2	\$ 450.00	\$ 900.00
Ventilador	0	\$ 30.00	\$ -
Dispensador de Agua	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Microondas	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Teléfono	2	\$ 20.00	\$ 40.00
Televisor	1	\$ 400.00	\$ 400.00
A/C	43	\$ 400.00	\$ 17'200.00
<b>Equipos Informáticos</b>			<b>\$ 1'640.00</b>
Computadoras	5	\$ 300.00	\$ 1'500.00
Impresora	2	\$ 70.00	\$ 140.00
<b>Equipos de Oficina</b>			<b>\$ 805.00</b>
Mueble para recepción	1	\$ 130.00	\$ 130.00
Escritorios	3	\$ 90.00	\$ 270.00
Sillas de Oficina	3	\$ 65.00	\$ 195.00
Archivadores	3	\$ 70.00	\$ 210.00
<b>Utensilios de Limpieza</b>			<b>\$ 119.00</b>
Escoba	4	\$ 1.50	\$ 6.00
Trapeador	4	\$ 2.00	\$ 8.00
Suministros de limpieza		\$ 80.00	\$ 80.00
Tachos de plástico	4	\$ 4.00	\$ 16.00
Recogedor de Basura	3	\$ 3.00	\$ 9.00
<b>Construcción</b>			<b>\$ 313'264.84</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 410'172.84</b>

**Elaborado por Autores**

Las depreciaciones reflejan el desgaste que los bienes sufren con el paso del tiempo. A continuación, se detalla la vida útil de cada bien y su depreciación anual.

*Tabla 22 Depreciación*

	<b>Valor Total</b>	<b>Años Vida Util</b>	<b>Depreciacion Anual</b>
<b>Muebles</b>	\$ 24'200.00	10	\$ 2'420.00
<b>Electrodomésticos</b>	\$ 7'490.00	10	\$ 749.00
<b>Equipos Informáticos</b>	\$ 1'640.00	3	\$ 546.67
<b>Equipos de Oficina</b>	\$ 805.00	10	\$ 80.50
<b>Utensilios de Limpieza</b>	\$ 119.00	10	\$ 11.90
<b>Construcción</b>	\$ 313'264.84	40	\$ 7'831.62
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 381'772.84</b>		<b>\$ 11'639.69</b>

Elaborado por Autores

### 5.7 Capital de trabajo

El origen de los datos para calcular los precios de urbanización y vivienda son de la base de datos de la Arquitecta Carolina Angulo, que según sus especificaciones indican que la vivienda tipo tiene un costo por m<sup>2</sup>= \$450.78

**Área construida** 900 m<sup>2</sup>

**Precio / m<sup>2</sup>** 348.07/m<sup>2</sup>

El área de construcción de la residencia es 900 m<sup>2</sup> de superficie, por cada edificio tiene 300 m<sup>2</sup>. El cálculo para precio total de la construcción será el siguiente:

- 300 m<sup>2</sup> \* 3 (edificios)= 900 m<sup>2</sup>
- 900 m<sup>2</sup> \* 348.07 = **\$ 313'264.84**

A continuación, se indica la inversión inicial que contempla la inversión en muebles y enceres, electrodomésticos, equipos informáticos, equipos de oficina, utensilios de oficina, diseño, gastos de constitución y el capital de trabajo necesario para crear la Residencia Universitaria de Guayaquil.

Tabla 23 Capital de Trabajo

	<b>Valor Total</b>
<b>Muebles</b>	\$ 24'200.00
<b>Electrodomésticos</b>	\$ 7'490.00
<b>Equipos Informáticos</b>	\$ 1'640.00
<b>Equipos de Oficina</b>	\$ 805.00
<b>Utensilios de Limpieza</b>	\$ 119.00
<b>Construcción</b>	\$ 313'264.84
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 381'772.84</b>

Elaborado por Autores

### 5.8 Flujo de caja proyectado

A continuación, se detalla la tabla 24 del flujo de caja proyectado para el análisis a 12 meses, cabe recalcar que, asumiendo un escenario normal, durante el primer año de funcionamiento de la Residencia Universitaria estaría brindando alojamiento al 80% de su capacidad, y a partir del segundo año estaría al 100%.

Y en la tabla 25, el flujo de caja proyectado de manera anual durante cinco años.

Tabla 24 Flujo de Caja Mensual

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Ventas</b>	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00	\$10'950.00
<b>Otros Ingresos</b>	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00	\$ 3'200.00
<b>Total Ingresos</b>	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00	\$14'150.00
<b>Costos Variables</b>	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00	\$ 1'600.00
<b>Costos Fijos</b>	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11	\$ 3'590.11
<b>Depreciación</b>	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>	<b>\$ 7'871.58</b>
<b>Impuesto a la Renta 22%</b>	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75	\$ 1'731.75
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>	<b>\$ 6'139.83</b>
<b>Depreciación</b>	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31	\$ 1'088.31
<b>Inversión</b>	<b>\$ 313'264.84</b>											
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-\$ 313'264.84</b>	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52	\$ 5'051.52

Elaborado por Autores

Tabla 25 Flujo de Caja Anual

		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ventas</b>		\$ 131'400.00	\$ 163'440.00	\$ 163'440.00	\$ 163'440.00	\$ 163'440.00
<b>Otros Ingresos</b>		\$ 38'400.00	\$ 38'937.60	\$ 39'482.73	\$ 40'035.48	\$ 40'595.98
<b>Total Ingresos</b>		\$ 169'800.00	\$ 202'377.60	\$ 202'922.73	\$ 203'475.48	\$ 204'035.98
<b>Costos Variables</b>		\$ 19'200.00	\$ 19'200.00	\$ 19'200.00	\$ 19'200.00	\$ 19'200.00
<b>Costos Fijos</b>		\$ 43'081.37	\$ 43'081.37	\$ 43'081.37	\$ 43'081.37	\$ 43'081.37
<b>Depreciación</b>		\$ 13'059.69	\$ 13'059.69	\$ 13'059.69	\$ 12'513.02	\$ 12'513.02
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ 94'458.94</b>	<b>\$ 127'036.54</b>	<b>\$ 127'581.67</b>	<b>\$ 128'681.09</b>	<b>\$ 129'241.59</b>
<b>Impuesto a la Renta 22%</b>		\$ 20'780.97	\$ 27'948.04	\$ 28'067.97	\$ 28'309.84	\$ 28'433.15
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 73'677.97</b>	<b>\$ 99'088.50</b>	<b>\$ 99'513.70</b>	<b>\$ 100'371.25</b>	<b>\$ 100'808.44</b>
<b>Depreciación</b>		\$ 13'029.69	\$ 13'029.69	\$ 13'029.69	\$ 12'513.02	\$ 12'513.02
<b>Inversión</b>	<b>\$</b>	<b>313'264.84</b>				
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-\$</b>	<b>313'264.84</b>	\$ 86'707.66	\$ 112'118.19	\$ 112'543.39	\$ 112'884.27
<b>VAN 15.15%</b>		<b>\$35'156.78</b>				
<b>TIR %</b>		<b>20.27%</b>				
<b>Payback</b>	<b>-\$</b>	313'264.84	<b>-\$ 226'557.17</b>	<b>-\$ 114'438.98</b>	<b>-\$ 1'895.59</b>	<b>\$ 110'988.68</b>
<b>Tiempo de recuperación de la inversión</b>			<b>3 años</b>			
			<b>7 días</b>			

Elaborado por Autores

## 5.9 Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR)

Para realizar el cálculo de la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) se procedió a utilizar el método del modelo de variación de activos financieros (CAPM), cuya fórmula es:

$$R_i = R_f + \beta(R_m - R_f) + RPEcuador$$

A continuación, se detallan los significados de las siglas:

- ***R<sub>i</sub>***: Se considera como la rentabilidad que espera obtener el inversionista.
- ***R<sub>f</sub>***: Es la tasa libre de riesgo, se toma a consideración los bonos de tesoro de Estados Unidos a 5 años.
- **$\beta$** : Representa la beta de la industria a comparar.
- ***R<sub>m</sub>***: Rentabilidad de mercado.
- ***RP Ecuador***: Riesgo País de Ecuador

Se consideró como la tasa libre de riesgo a los bonos de tesoro de Estados Unidos que se encuentran en 2,502%, la beta fue seleccionada en base a la industria de inmobiliaria en Estados Unidos, según Damodaran 2018 es de 0,75, el rendimiento de mercado, de acuerdo con S&P 500 tiene un valor de 13.45% a un plazo de 5 años y el riesgo país de Ecuador está en 445 puntos, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador.

Tabla 26 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

<b>DATOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<i>R<sub>f</sub></i>	2.45%
<i>B</i>	0.75
<i>R<sub>m</sub></i>	13.45%
<i>RP Ecuador</i>	4.45%
<i>R<sub>i</sub></i>	<b>15.15%</b>

Elaborado por Autores

### 5.10 VAN y TIR

De acuerdo con el análisis financiero se consideran dos puntos que determinan la viabilidad del Plan de Negocio de la Residencia Universitaria.

1. El valor actual neto del proyecto es de \$35,156.78, al ser el VNA > 0, se determina que el proyecto es rentable.
2. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 20.27%, superando al TMAR de 15.15%.

Adicionalmente, se estima que el tiempo de recuperación de la inversión (Payback) es de tres años y 7 días.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

A través de la ejecución del presente trabajo de investigación que implica la creación de una residencia universitaria para los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, es posible llegar a las siguientes conclusiones:

- Por medio de la investigación de mercado realizada, se logró determinar que el proyecto de la residencia universitaria para los estudiantes de otras provincias ajenas a la ciudad de Guayaquil resultaría sumamente atractivo; tomando en cuenta la gran demanda que existe como respuesta a esta necesidad que hasta ahora no ha sido satisfecha. Además, se muestra una tendencia positiva a que, en el futuro, esta demanda se vea incrementada como consecuencia de la escasez de residencias universitarias en Guayaquil de calidad a un precio asequible; considerando que la única que existe actualmente es privada.
- El precio final que tendrán que pagar los estudiantes por tener acceso a la residencia, está fijado en base a las encuestas que se realizaron y en base a la demanda estimada que al principio será mínima en cuanto a los estudiantes foráneos (3%); sin embargo se proyecta cubrir un mayor porcentaje del mercado al pasar de los años.
- Es necesario recalcar que, en Ecuador, durante los últimos años la oferta de residencias universitarias públicas financiadas por el Estado ha estado en crecimiento; lo que hace que este plan de negocios resulte más atractivo.
- Tomando en cuenta la escasa competencia que existe actualmente en cuanto a residencias universitarias privadas en Guayaquil, este proyecto se convierte en

una propuesta llamativa que, de acuerdo con las encuestas realizadas, muestra una gran aceptación.

- A través del estudio financiero, se demostró la factibilidad del proyecto de la residencia universitaria; considerando que, a pesar de que se requiere de una gran inversión, se presentan buenos resultados concernientes al valor presente neto y a la tasa interna de retorno.
- Con el fin de generar una ventaja competitiva frente a la competencia actual y a la que se pudiere presentar en el futuro, resulta fundamental mencionar la estrategia de diferenciación aplicada a este proyecto para ofrecer valor agregado a los estudiantes mediante los servicios personalizados que se pretende ofrecerles como: seguridad y comodidad.

## **6.2 Recomendaciones**

- Es recomendable que, en los meses próximos a iniciar el semestre, hacer seguimiento de la base de datos de estudiantes, para así, mantener una relación a largo plazo con los mismos, y adicionalmente, se les brindaría información sobre los precios y promociones, todo esto con el fin de asegurar que la capacidad de hospedaje de la residencia este completa.
- Se recomienda coordinar junto con ViBE, charlas informativas para los estudiantes que se encuentran en los cursos de nivelación dentro de la universidad, y para los estudiantes de los primeros semestres, esto con el fin de captar a nuestro mercado objetivo.
- Se recomienda dar seguimiento constante a los estudiantes mientras se encuentren hospedados en la residencia, es decir, vigilando que cumplan las políticas

establecidas, y, que se sientan a gusto en la misma, receptando cualquier sugerencia o comentario en caso de ser necesario, todo esto con el fin de brindar un servicio de excelencia y cuidar la reputación de la residencia universitaria.

- Se debe estar actualizado en base a la industria, es por eso que se recomienda que se estudie constantemente a la competencia, y de esta manera implementar nuevos servicios, generando ventajas competitivas a largo plazo.
- Se recomienda buscar aliados estratégicos, y nuevos clientes, para disminuir el riesgo del negocio.
- Y finalmente, pero no menos importante, debido a la gran cantidad de estudiantes foráneos que recepta la universidad de Guayaquil, se recomienda que el proyecto de la residencia universitaria se expanda, para así, en un futuro poder albergar a más estudiantes, ya que, con este proyecto solo se cubriría aproximadamente al 4% de la población de estudiantes que son de otras provincias.

## REFERENCIAS

Armstrong, K. y. (2008). Fundamentos de Marketing.

Calderón C. (2010). Cadena de valor.

<https://es.slideshare.net/robertsteve/cadena-de-valor-de-los-servicios-8913238>

Cevallos F. (2015). Tipos de Investigación.

[http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cdocentes\\_y\\_diactivos%5Carticulos/5066\\_Fcevallos\\_00024.pdf](http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cdocentes_y_diactivos%5Carticulos/5066_Fcevallos_00024.pdf)

El Comercio. (2017). Situación económica del país.

<http://www.elcomercio.com/actualidad/leninmoreno-acciones-presupuesto-economia-ecuador.html>

El Comercio. (2017). Senescyt no centralizará postulaciones para cupos en universidades públicas.<http://www.elcomercio.com/tendencias/senescyt-cupos-universidadespublicas-serbachiller-enes.html>

El Telégrafo. (2017). La economía ecuatoriana creció 3,3% en segundo trimestre de 2017

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/bce-la-economia-ecuatoriana-crecio-3-3-en-segundo-semester-de-2017>

EL Universo. (2017). Postulaciones carreras universitarias

<https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/09/nota/6270028/ya-no-hay-puntaje-minimo-postular-carreras>

El Universo. (2017). Examen Ser Bachiller.

<https://www.eluniverso.com/noticias/2017/03/01/nota/6067729/mas-300-mil-aspirantes-rendiran-prueba-cupo-universidad>

Expreso. (2018). Restaurantes y hoteles decrecen 11 trimestres.

<http://www.expreso.ec/actualidad/restaurantes-y-hoteles-decrecen-11-trimestres->

[JE1512812](#)

Herrera R. (2016). Las 5 fuerzas de Porter.

[http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]20Docu](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]20Documentos20-%20520fuerzas20de20porter.pdf)

[mentos20-%20520fuerzas20de20porter.pdf](#)

INEC. (2017). Cuenta Satélite de los Servicios de Educación.

[.https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing\\_kotler-](https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-)

[armstrong.pdf](#)

INEC. (2017). Proyecciones Poblacionales

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales>

INEC. (2013). Censo de población y vivienda.

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web->

[inec/Sistema\\_Estadistico\\_Nacional/Inventario\\_de\\_Operaciones\\_Estadisticas/Sociales\\_y](#)

[\\_demograficas/Fichas\\_metodologicas/Censo20de20Poblaci%C3%B3n20y20Vi](#)

[vienda.pdf](#)

INEC. (2017). Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico.

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel->

[socioeconomico/](#)

INEC. (2016). Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](#)

Moreno M. (2016). Estrategia de Negocios

<https://es.scribd.com/presentation/356495265/Capitulo-4-Estrategia-de-Negocio>

Pincay B. (2013). Guía ambiental dirigida a los establecimientos hoteleros.<https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/88940/D-64750.pdf>

SNNA. (2018). Puntajes mínimos para carreras 2018 ser bachiller.  
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/1742-snna-puntajes-m%C3%ADnimos-para-carreras-2017>

Torreblanca, F. (2013). Francisco Torreblancaes. Obtenido de  
<http://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>

Tamayo y Tamayo, Mario. El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México.1997.

Webster A. (2001.) Estadística Aplicada a los Negocios.  
<https://solucionesmatematicasweb.files.wordpress.com/2016/05/webster-allen-estadistica-aplicada-a-los-negocios-y-la-economia-3edicion.pdf>

## ANEXOS

### Guía de preguntas

- *Expertos en la Industria*

1. *¿Actualmente cómo está la situación económica del negocio?*
2. *¿Qué dificultades se le han presentado en los últimos años?*
3. *¿Por qué decidió desarrollar su negocio en la industria de alojamiento?*
4. *¿Aparte del hospedaje, oferta otros servicios a sus inquilinos?*
5. *¿Cuál es el método de cobranza que utiliza para el pago de la renta de los inquilinos?*
6. *¿Tiene normas o reglas que deban cumplir sus inquilinos? En caso de tenerlas detalle las más relevantes.*
7. *¿Ha alcanzado a cubrir las proyecciones del nivel de ingresos que se estimaron en estos dos últimos años? Y si no es así ¿Por qué cree que ocurrió?*
8. *¿Maneja algún tipo de promoción o descuento para sus inquilinos?*
9. *¿El marketing actual de su empresa es eficiente? Que medios utiliza.*
10. *¿De qué provincia ha tenido inquilinos, y cuál de estas es la que representa la mayor demanda de hospedaje?*
11. *¿Cuáles crees Ud. que son sus principales competidores?*

• **Al Cliente**

1. *¿De qué provincia es origen?*
2. *¿Cuál fue el motivo de venir a estudiar en la ciudad de Guayaquil?*
3. *¿Dónde y con quién reside actualmente*
4. *¿El lugar donde reside es alquilado o propio?*
5. *¿Cuánto cancela usted por el alquiler de un departamento?*
6. *¿Está conforme del lugar donde reside?*
7. *¿Qué inconvenientes suele pasar cuando busca un lugar donde hospedarse?*
8. *¿Conoce alguna residencia Universitaria en Guayaquil?*
9. *¿Cree que las residencias universitarias son un factor importante para la gente que viene de otras provincias a estudiar en Guayaquil?*
10. *¿Qué le gustaría que tenga una residencia universitaria?*
11. *¿Le gustaría residir en una residencia universitaria?*

**Encuesta**

Somos estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas.

La presente encuesta es con fines académicos, en la cual procederemos a evaluar la opinión de los estudiantes foráneos de la Universidad de Guayaquil sobre el desarrollo de una Residencia Universitaria para estudiantes de provincias y extranjeros.

**1) ¿Desde su llegada a Guayaquil, actualmente qué tipo de alojamiento tiene?**

Departamento

Con Familiares

Cuarto alquilado

Otros (especifique)

**2) En el caso de que alquile actualmente, ¿cuánto paga mensualmente de renta?**

Menos de 100\$

Entre 101\$ y 150\$

Entre 151\$ y 200\$

Más de 200\$

**3) ¿Quién cubre sus gastos de hospedaje durante su periodo académico?**

Papá

Mamá

Padre y Madre

Hermano(a)

Tío(a)

Abuelo(a)

Usted mismo

Cónyuge

Otro (especifique)

**4) ¿Cuál es la fuente de ingreso de la persona que cubre sus gastos ?**

Negocio propio

Contrato temporal

Relación de dependencia

Libre ejercicio profesional

Otro (especifique)

**5) ¿Cuál es el nivel de ingreso mensual del responsable en cubrir los gastos de hospedaje?**

Alto >750\$

Medio 375\$ -750\$

Bajo < 375\$

**6) ¿Conoce Ud. alguna residencia universitaria en la ciudad de Guayaquil?**

SI

NO

**7) ¿Considera Ud. que es necesaria la creación de una residencia universitaria para dar alojamiento a los estudiantes que son de otras provincias de la Universidad de Guayaquil?**

SI

NO

Si su respuesta es NO, la encuesta ha terminado par Ud., le agradecemos por su tiempo y ayuda prestada.

**8) En qué tipo de habitación preferirías vivir, sabiendo que, a mayor cantidad de estudiantes por habitación, la renta a pagar sería menor.**

a) Simple

b) Doble

c) Triple

d) Cuádruple

**9) El acceso a los dormitorios, crees que debería ser:**

a) Solo estudiantes registrados en la residencia como huésped

b) Cualquier otro compañero de la universidad invitado por el huésped.

c) Familiares del huésped

d) b y c

**10) ¿Qué servicios desearías que tuviera la residencia?**

Enumérelos del 1-10, Siendo 1 el más importante.

- ( ) Sala de estudio
- ( ) Lavandería
- ( ) Comedor
- ( ) Internet
- ( ) Expreso
- ( ) Mini Market
- ( ) Área de recreación
- ( ) A/C en las habitaciones
- ( ) Cajero Automático
- ( ) Parqueadero

**11) ¿Qué parámetros toma en cuenta al momento de elegir un lugar donde residir?** Elija solo tres opciones, siendo 1 el más importante

- ( ) Seguridad
- ( ) Ubicación
- ( ) Precio
- ( ) Comodidad
- ( ) Calidad del servicio

**12) Ud. Estaría dispuesto a contratar los servicios de la residencia universitaria a un precio por:**

Alquiler

Alquiler + Servicio

**13) ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar?**

100\$ - 150\$

150\$ -200\$

200\$ – 300\$

**14) ¿Cuál es su género?**

Femenino

Masculino

**15) ¿Qué edad tiene?**

Mayor a 25

Entre 24 -21

Entre 17-20

## Presupuesto De Construcción Residencia Universitaria

Solicitado por: Sandra Cedeño Andrade

Elaborado por: Arq. Carolina Angulo

Rubro	Cantidad	Unidad	P. Unitario	P. Total	
<b>ESTUDIOS</b>					\$
					1'050.00
Diseño arquitectonico	1.00	global	-	-	
Planos electricos	1.00	global	-	-	
Planos sanitarios	1.00	global	-	-	
Proyecto estructural	1.00	global	-	-	
Copias, impresiones de planos, varios	5.00	juego	50.00	250.00	
Tramite Municipal	1.00	global	800.00	800.00	
<b>PRELIMINARES</b>					\$
					2'750.00
Bodegas provisionales, guardiania,	50.00	m2	15.00	750.00	
Bodeguero	25.00	mes	80.00	2'000.00	
<b>ESTRUCTURA</b>					\$
					114'404.
Excavación manual cimentación	737.63	m3	4.80	3'540.63	
Excavacion de plintos	148.18	m3	4.95	733.47	
Cimientos de mampostería de piedra	400.00	m3	56.00	22'400.00	
Hormigón en replantillos	1.18	m3	90.00	105.84	
Hormigón en plintos	18.14	m3	85.00	1'542.24	
Hormigón cadenas inferiores	8.44	m3	120.00	1'012.84	
Hormigón columnas	34.02	m3	165.00	5'613.30	
Hormigón losas	12.00	m3	185.00	2'220.00	
Impermeabilizacion de cadenas	8.44	m3	50.00	422.02	

Encofrado cadenas	135.05	m2	13.00	1'755.59
Encofrado columnas	24.00	m2	13.00	312.00
Encofrado losas	59.00	m2	11.00	649.00
Bloque de aliviamiento en losas	472.00	u	0.65	306.80
Malla temperatura losas	59.00	m2	6.15	362.85
Hierro estructural	6'272.10	kg	1.90	11'916.98
vigas de madera horizontales				
amarre cubiertas en eucalipto	419.16	m	7.50	3'143.70
vigas de madera para armado				
cubiertas	509.45	m	7.50	3'820.88
vigas de madera para armado de				
cerchas	101.89	m	8.00	815.12
columnas de madera	31.00	u	36.00	1'116.00
basas de piedra para columnas	31.00	u	25.00	775.00
superboard en cubiertas	1'152.00	m2	19.00	21'888.00
impermeabilizacion de cubiertas	1'152.00	m2	14.00	16'128.00
tireado cubiertas, alfajías	1'152.00	m2	12.00	13'824.00
<b>PISOS</b>				\$
Compactacion mecanica de				24'436.2
rellenos	180.08	m3	15.00	2'701.20
Hormigón contrapisos	90.00	m3	110.00	9'900.00
Malla pisos	900.00	m2	5.90	5'310.00
Masillado en fresco contrapisos	900.00	m2	5.75	5'175.00
Impermeabilización contrapisos	900.00	m2	1.50	1'350.00
<b>MAMPOSTERIAS -</b>				\$
<b>ENLUCIDOS</b>				32'926.1
Mampostería	1'702.53	m2	10.50	17'876.53
Hormigón en dinteles	0.75	m3	210.00	157.50
Enlucido de mamposteria	123.00	m2	4.15	14'130.97
Revocado de mamposteria	3'405.05	m2	3.00	177.00

Enlucido horizontal losas	59.00	m2	5.45	321.55	
Masillado de losas	59.00	m2	4.45	262.55	
<b>ACABADOS</b>					\$
Piso acceso a vivienda y garaje - empedrado	70.00	m2	5.60	392.00	58'184.1
ceramica en pisos planta baja	300.00	m2	33.00	9'900.00	
ceramica en pisos planta alta	300.00	m2	33.00	9'900.00	
Ceramica paredes de baños	400.00	m2	35.00	14'000.00	
ceramica paredes cocina y maquinas	50.00	m2	30.00	1'500.00	
Teja de barro en cubiertas	1'152.00	m2	9.00	10'368.00	
Pintura paredes interiores y tumbados	3'464.05	m2	3.50	12'124.19	
<b>CARPINTERIA - MUEBLES</b>					\$
Puerta ingreso principal	3.00	u	300.00	900.00	25'497.5
Puertas madera interiores	90.00	u	220.00	19'800.00	
Muebles cocina, melaminico	14.75	m	280.00	4'130.00	
meson en formica	8.25	m	40.00	330.00	
Barrederas	75.00	m	4.50	337.50	
<b>ALUMINIOS - VENTANERIA</b>					\$
Ventanas de madera	17.84	m2	75.00	1'338.00	4'193.60
Mamparas de madera	12.60	m2	110.00	1'386.00	
Domos y claraboyas	3.36	m2	110.00	369.60	
Mamparas de aluminio en duchas h.1.80m, vidrio templado	2.00	u	550.00	1'100.00	
<b>CERRAJERIA - PUERTAS METALICAS</b>					\$
Puertas de tol	3.00	u	150.00	450.00	5'990.00
Tablero medidores	10.00	u	230.00	2'300.00	
Cerradura principal	1.00	u	90.00	90.00	

Cerraduras dormitorios y baños	90.00	u	35.00	3'150.00	
<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>					\$ 11'120.0

Salidas iluminación 110	90.00	pto	32.00	2'880.00	
Salidas 220v	5.00	pto	40.00	200.00	
Tomacorrientes 110	130.00	pto	33.00	4'290.00	
Tomacorrientes 220	5.00	pto	40.00	200.00	
Salidas teléfono	2.00	pto	27.00	54.00	
Salidas TV cable	4.00	pto	25.00	100.00	
Acometida eléctrica principal	30.00	m	30.00	900.00	
Acometida teléfonos	30.00	glo	25.00	750.00	
Sistema protección a tierra	1.00	glo	250.00	250.00	
Tablero medidores	8.00	u	110.00	880.00	
Tablero servicios generales	1.00	u	150.00	150.00	
Breaker 1P - 20 A	4.00	u	21.00	84.00	
Breaker 2P - 20/30 A	6.00	u	27.00	162.00	
Medidor definitivo, derechos aproximado	1.00	glo	220.00	220.00	

**INSTALACIONES SANITARIAS**

Excavación canalización	8.00	m3	4.50	36.00	
Relleno excavación	8.00	m3	3.00	24.00	
Bajantes de aguas lluvias	100.00	pto	6.90	690.00	
Pozo ciego	60.00	m	50.00	3'000.00	
Desagues aguas lluvias	40.00	pto	12.50	500.00	
Desagues aguas servidas	90.00	pto	17.50	1'575.00	
Tubería PVC 50 mm	162.00	m	4.00	648.00	

\$ 13'043.0

Tubería PVC 110 mm	360.00	m	6.00	2'160.00
Tubería PVC 160 mm	90.00	m	9.00	810.00
Cajas de revisión	20.00	u	180.00	3'600.00

**SANITARIOS**

\$  
14'930.00

Inodoros	43.00	u	100.00	4'300.00
Lavamanos	43.00	u	75.00	3'225.00
Duchas dormitorios	40.00	u	25.00	1'000.00
Duchas telefono	40.00	u	50.00	2'000.00
Accesorios baños	43.00	u	75.00	3'225.00
Fregadero de cocina Teka 1.2 x. 5 2pozos	1.00	u	420.00	420.00
Calefones	2.00	u	380.00	760.00

**INSTALACIONES AGUA  
POTABLE**

\$  
4'740.00

Salidas de agua potable 1/2"	75.00	pto	49.00	3'675.00
Acometida tubería 1/2"	60.00	m	5.00	300.00
Acometida tubería 3/4"		m	7.00	-
<u>Llaves de control 1/2"</u>	<u>45.00</u>	u	17.00	<u>765.00</u>

**TOTAL**

**SUMAN: \$313'264.84**

**TOTAL USD\$ 313'264.84**

**PRECIO / m2 348.0720 c/m2**