ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

“CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD D E GUAYAQUIL”

Proyecto de Graduación

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Especialización: COMERCIO EXTERIOR

Presentado por:

JENNY ANTONIETA DÍAZ WU

Guayaquil – Ecuador

2009

Le agradezco a Dios por haberme dado la voluntad y la fuerza para salir adelante y alcanzar una meta más en el camino.

A mi familia por haberme brindado apoyo y comprensión, en especial a mis padres por inculcarme la importancia del estudio durante toda mi vida.

A Félix por guiar mis pasos y complementar mi espíritu.

A mis amigos, compañeros y profesores que con optimismo, conocimientos y generosidad permitieron que éste logro se hiciera posible.

Jenny Antonieta Díaz Wu.

Dedico esta tesis a mi familia, que ha sido el pilar y la base de mi vida, en especial a mis padres por su esfuerzo y sacrificio para respaldar el logro de cada meta trazada.

A Félix por creer en mí y compartir conmigo éste momento que es y será uno de los más importantes de mi vida.

Jenny Antonieta Díaz Wu.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Oscar Mendoza Macías, Decano

PRESIDENTE

Econ. Giovanny Bastidas, Subdecano

DIRECTOR DEL PROYECTO

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este tópico de grado corresponde exclusivamente al autor y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

Jenny Antonieta Diaz Wu

ÍNDICE GENERAL

PÁG.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRAFICOS

ÍNDICE DE ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está diseñado para proporcionar una visión general del sector de alojamiento de larga estancia dirigido para estudiantes universitarios, enfocado en estudios técnicos de Investigación de Mercados y Análisis Financieros, que permitirán determinar la viabilidad y factibilidad de la creación de una residencia universitaria en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Inicialmente se definirá la existencia de una oportunidad de negocio en el sector, mediante la realización de una investigación de mercado que abarcará tanto un estudio exploratorio como descriptivo, para obtener información acerca del mercado objetivo, características del sector, perfiles de los clientes potenciales y demanda potencial, aplicando entrevistas de profundidad, grupo focal y encuestas como metodologías del estudio de mercado.

Así mismo, se analizará la situación general del país en los ámbitos: económico, legal/jurídico, demográfico y tecnológico, en los aspectos más relevantes que influyan en el desarrollo del presente proyecto. Adicionalmente, se evaluarán las condiciones del sector en el cual compite la residencia universitaria, se determinarán las características del mercado meta y se establecerá de qué manera se posicionará el presente proyecto en el mercado local.

A continuación, se plantearán las estrategias genéricas y sectoriales a implementarse en el mercado local para el desarrollo del proyecto, las cuales estarán enfocadas a crear valor agregado y definir los atributos más significativos que serán incorporados a la oferta de servicio.

De igual manera, se presentará el desarrollo del plan comercial, con el objeto de perfilar las estrategias de marketing que generen mayor rentabilidad al proyecto en el largo plazo, enfocadas en la gestión de la diferenciación, calidad y productividad del servicio.

Adicionalmente, se establecerá el plan operativo de la residencia, orientado a la gestión y mejora continua de la calidad del servicio, considerando como factores relevantes la ubicación y la infraestructura, cuya selección debe cumplir con las expectativas estratégicas, comerciales, operativas y financieras de la residencia.

Finalmente, se evaluará la factibilidad y sostenibilidad financiera de la residencia, mediante el análisis de estimaciones de demanda, ingresos, costos, estados financieros proyectados y se examinará el grado de factibilidad y sensibilidad de las variables financieras más relevantes que influyen en la rentabilidad del proyecto a largo plazo.

CAPITULO 1

1 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

1.1 Diseño de la Investigación de Mercado

En el Ecuador, se ha evidenciado en los últimos años, una relativa recuperación de la estabilidad macroeconómica del país, que ha estimulado el desarrollo de diversos proyectos de inversión en diferentes sectores del país.

Por ejemplo, uno de los sectores que se ha reactivado y ha mostrado un crecimiento en los últimos años, es el negocio de la construcción, que permitió concretamente en la ciudad de Guayaquil, captar el mayor porcentaje de inversión del país, concentrando un creciente número de construcciones e incrementando la creación de alternativas inmobiliarias, sumando a la vez, mayores opciones de servicios complementarios, en busca satisfacer las necesidades de mercados potenciales no explotados en su totalidad *(Ver Anexo 1: Producto Interno Bruto por Clase de Actividad Económica, Anexo 2: Estadísticas del Sector de la Construcción).*

Sin embargo, la inversión en proyectos de construcción de alternativas inmobiliarias para alojamiento de larga estancia en la ciudad de Guayaquil, específicamente en residencias universitarias, ha sido escasamente explotada y desarrollada por el sector privado, por lo que la oferta actual del mercado es reducida y no suple las necesidades reales de cientos de estudiantes universitarios que se desplazan a Guayaquil, provenientes de distintos lugares del país, en busca de un ambiente académico más adecuado y competitivo, considerando que la expansión y diversificación de la oferta de Educación Superior en el país, tiene mayor concentración en las ciudades de Quito y Guayaquil – donde se centra el 50% del total de centros universitarios del país - y que además, la población universitaria en el Ecuador ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años. *(Ver Anexo 3: Marco de Referencia del Proyecto).*

Por otra parte, es necesario mencionar que no existe una orientación de mejoramiento continuo en el desarrollo de los servicios complementarios ofrecidos a los estudiantes universitarios, lo que no estimula el crecimiento integral del perfil académico de los individuos, afectando negativamente en el rendimiento académico y en la adaptación al entorno profesional, laboral y social.

Considerando que la investigación de mercados es la función que enlaza una organización con su mercado mediante la recolección de información con la que se identifican y definen las oportunidades y los problemas que trae dicho mercado (Hair, Bush, Ortinau, *Investigación de mercados*, 2004), el estudio de mercado del presente proyecto tendrá por objeto:

- Evaluar la viabilidad de crear una residencia universitaria para estudiantes universitarios de provincia en la ciudad de Guayaquil.
- Analizar la situación del sector de alojamiento de larga estancia e identificar el mercado potencial en la plaza actual.
- Identificar gustos, preferencias y necesidades de los clientes potenciales.
- Determinar estrategias de comercialización, promoción y establecer un óptimo plan de financiamiento que permita la creación de una oportunidad de negocio con rentabilidades sostenibles en el largo plazo.

Considerando que el presente proyecto es una propuesta nueva y diferente en el mercado local, es necesaria la realización tanto de un Estudio Exploratorio del tipo Cuantitativo, para adquirir ideas preliminares sobre problemas y oportunidades de decisión, así como Descriptivo del tipo Cuantitativo, que pone énfasis en preguntas formales normalizadas y en opciones de respuesta predeterminadas en cuestionarios o encuestas aplicadas a muchos entrevistados (Hair, Bush, Ortinau, *Investigación de mercados*, 2004).

Para ello se seleccionaron las siguientes metodologías de investigación:

- Entrevistas de profundidad, para reconocer y definir el perfil de los clientes potenciales y las características del sector.
- Grupo Focal, para determinar con claridad el perfil de los clientes potenciales, sus gustos, preferencias, necesidades no satisfechas y capacidad económica.
- Muestreo, aplicando encuestas que permitan determinar cuantitativamente, las dimensiones del proyecto.

1.2 Realización de la investigación de mercado.

La investigación de mercado se realizó en tres etapas:

Primera etapa: Estudio Exploratorio.

Para el estudio exploratorio, se aplicaron las entrevistas de profundidad, en el que un entrevistador capacitado formula al sujeto preguntas semiestructuradas en un encuentro personal (Hair, Bush, Ortinau, *Investigación de mercados*, 2004), con el objeto de identificar y reconocer el perfil de los clientes potenciales y las características del sector de alojamiento de larga estancia. Para ello, se entrevistó a estudiantes universitarios de provincia que viven actualmente en una residencia universitaria en la ciudad de Guayaquil y padres de familia de estudiantes universitarios de provincia.

Las entrevistas dirigidas a los estudiantes se centraron en reconocer su perfil: gustos, preferencias, necesidades, estilo de vida e identificar necesidades no satisfechas por la oferta actual de residencias universitarias y los problemas por los que atraviesan a causa de la lejanía entre el domicilio familiar y los centros universitarios. Para ello, se entrevistaron entre el 11 y 13 de septiembre del 2008, a tres estudiantes universitarios de cada una de las universidades objeto del presente estudio, con un tiempo aproximado de duración de cada entrevista de entre 30 – 40 minutos.

Las entrevistas dirigidas a los padres de familia se enfocaron en identificar las preocupaciones generadas por la lejanía entre el domicilio familiar y la universidad de sus hijos y los factores económicos, sociales, culturales, limitaciones, peligros, necesidades y preferencias que consideran importantes al momento de elegir un lugar de alojamiento para sus hijos en la ciudad. Para ello, se entrevistaron entre el 11 y 13 de septiembre del 2008, a los padres de familia de los estudiantes universitarios entrevistados, con un tiempo aproximado de duración de cada entrevista de entre 20 – 30 minutos.

Segunda Etapa: Estudio Descriptivo

Se seleccionó como primera metodología de investigación para este estudio, la realización de un Grupo Focal, proceso formalizado de reunir un grupo pequeño de personas para una discusión libre y espontanea de un tema o concepto particular (Hair, Bush, Ortinau, *Investigación de mercados*, 2004), aplicada a un grupo homogéneo de 7 estudiantes universitarios de provincia, seleccionados en base a criterios definidos por las características del mercado objetivo, a fin de determinar con mayor detalle las características y el perfil de los clientes potenciales.

El Grupo Focal fue realizado el 14 de septiembre del 2008, con una duración aproximada de una hora. A continuación, se muestra la información general de los participantes:

Tabla 1.- Información General de los participantes del Grupo Focal

Estudiante No.	Provincia Natal (Ciudad)	Condición de residencia en Guayaquil (actual)
1	El Oro (Machala)	Vive en casa de un familiar
2	El Oro (Machala)	Alquila un cuarto
3	Guayas (Milagro)	No vive en la ciudad, viaja diariamente
4	Guayas (Milagro)	No vive en la ciudad, viaja diariamente
5	Los Ríos (Babahoyo)	Alquila un departamento
6	Manabí (Manta)	Vive en casa de un amigo
7	Santa Elena (La Libertad)	Vive en casa de un familiar

Fuente: *Elaboración la autora*

Para alcanzar los objetivos planteados en esta etapa del estudio, el moderador del grupo focal enfocó las preguntas y el desarrollo de la actividad, hacia lo que los estudiantes universitarios buscan y esperan encontrar en una residencia universitaria: las características consideradas más importantes, atributos de la oferta que vayan acorde a sus costumbres y estilos de vida, los tipos de servicios que demandan -enfatizando los de mayor importancia y frecuencia de uso-, determinar el sector socioeconómico al cual se dirige y la sensibilidad de los clientes al precio del servicio.

Como tercer y último paso en el estudio, se seleccionó al Muestreo como metodología de investigación, para recolectar grandes cantidades de datos puros mediantes formatos de preguntas y respuestas, mediante la selección de un número relativamente pequeño de elementos toma de un grupo de elementos definido mayor, con la expectativa de que la información recogida del grupo menor permita que se hagan juicios sobre el grupo mayor (Hair, Bush, Ortinau, *Investigación de mercados*, 2004). Para ello, se aplicaron encuestas a estudiantes universitarios de las universidades: Estatal de Guayaquil, Católica de Guayaquil y Escuela Superior Politécnica del Litoral, de edades comprendidas entre los 18 - 24 años. Este muestreo fue realizado entre el 15 al 19 de septiembre del 2008, y tuvo por objeto cuantificar estadísticamente la demanda potencial del proyecto inmobiliario y establecer aspectos de diseño, capacidad operativa e infraestructura del complejo habitacional, basado en el análisis cualitativo del perfil de los clientes potenciales, determinado en las metodologías detalladas previamente. Para ello, se utilizó un cuestionario sencillo basado en preguntas cualitativas acerca de los gustos, preferencias, necesidades y capacidad económica de los encuestados, a fin de determinar cuantitativamente la viabilidad del proyecto *(Anexo 4: Fórmula para determinar el Tamaño Muestral y Anexo 5: Formato de Encuesta).*

1.3 Resultados de la Investigación de Mercado

Una vez desarrolladas y culminadas las actividades planteadas en las metodologias de investigacion aplicadas, se procedioo a realizar las siguientes actividades con los datos primarios y secundarios recolectados: **1) validacion**, para determinar si la encuestas, entrevistas u observaciones se llevaron a cabo correctamente y si estan libres de sesgo, **2) edicion**, para la revision los datos puros en busca de errores cometidos por el entrevistador o el encuestado, **3) codificacion** para la agrupacion y asignacion de valor a las diversas respuestas del instrumento de encuesta, **4) tabulacion** para la clasificacion de variables existentes en un estudio y finalmente, se analizan los resultados obtenidos (Hair, Bush, Ortinau, *Investigación de mercados*, 2004, pagina 409 - 515).

Como primer punto, se determinó que existe una necesidad de alojamiento de larga estancia por parte de estudiantes de las universidades: Estatal de Guayaquil, Católica de Guayaquil y Escuela Superior Politécnica del Litoral, provenientes de provincias y ciudades localizadas fuera de la urbe, y como resultado del muestreo realizado, se obtuvo que el 60,67% de los encuestados, está interesado en la oferta del proyecto de Residencia Universitaria, con lo cual se identifica una atractiva oportunidad de negocio en este sector del mercado, que abarca un mercado potencial de 9.651 estudiantes. (*Ver Anexo 6: Tamaño del Mercado Potencial).*

Como segundo punto, en el desarrollo de grupo focal se identificaron las alternativas de alojamiento de larga estancia que ofrece el actual mercado local: pensionados, cuartos/departamentos, casas de familiares o amigos y el retornar a sus hogares diariamente, los cuales no han cubierto eficientemente las necesidades de los estudiantes universitarios. Cabe mencionar, que la mayoría de estas alternativas de alojamiento, no están registradas formalmente como razones sociales dedicadas a la actividad de hospedaje o de alquiler de inmuebles, sino que su oferta se realiza de manera informal a través de medios de comunicación escritos, en páginas electrónicas en Internet o mediante acuerdos y negociaciones informales entre las partes.

Adicionalmente, como resultado del grupo focal realizado, se reconocieron problemas comunes diarios y malestar general para los estudiantes universitarios, por la lejanía del domicilio familiar de los centros universitarios que afectan al rendimiento académico del estudiante y su desarrollo social y profesional *(Anexo 7: Problemas, malestares e incomodidades por las que atraviesan los estudiantes universitarios de provincias o ciudades ubicadas fuera de Guayaquil).*

Otro punto importante determinado mediante las metodologías de investigación aplicadas, es la disponibilidad económica de los clientes potenciales, los cuales están dispuestos a pagar hasta USD $150 mensuales por alquilar una habitación individual en la residencia universitaria, que es el precio promedio del alquiler de un cuarto o departamento de pequeñas a medianas dimensiones en la ciudad, según las referencias tomadas de los estudiantes entrevistados, los participantes del grupo focal y las ofertas que se encuentran en páginas de internet y en medios escritos, como periódicos, revistas, anuncios en murales universitarios, volantes, entre los más comunes.

Considerando los puntos tratados anteriormente, se estima que el sector de alojamiento de larga estancia para estudiantes universitarios provenientes de provincias y ciudades ubicadas fuera de la urbe, que estudian en los centros universitarios objeto inicial del presente proyecto, podría mover anualmente cerca de USD $ 10.539.471,06 como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2.- Movimiento Anual Estimado (USD) del sector de alojamiento de larga estancia

Tamaño del Mercado Potencial (estudiantes universitarios)	9.651
Nivel de Aceptación en el Mercado Potencial	60,67%
Tamaño del Mercado Objetivo	5.855
X	
Disponiblidad económica de los Clientes Potenciales (usd/mensual)	$ 150,00
Movimiento Mensual Estimado (usd)	**$ 878.289,26**
Movimiento Anual Estimado (usd)	**$ 10.539.471,06**

Fuente: *Elaboración la autora*

Cabe mencionar que la rentabilidad del sector puede incrementarse aún más, si se considera la influencia de factores como: el crecimiento anual de la población de estudiantes en estas universidades, la expansión de cobertura hacia las demás universidades de la ciudad y el incremento de la diferenciación y del valor agregado que mejore el precio del servicio.

Por lo anteriormente expuesto, se concluye que existe una oportunidad de negocio en el sector de alojamiento de larga estancia dirigida a estudiantes universitarios, ineficientemente atendida por la oferta actual del mercado, la misma que puede resultar rentable, si se aplica un correcto plan estratégico y plan comercial, que permitan captar la demanda del mercado potencial.

CAPITULO 2

2 ANÁLISIS EXTERNO

La evaluación del entorno se define como el proceso de obtención continua de información sobre los eventos que ocurren fuera de la organización para identificar e interpretar posibles tendencias. Las tendencias tienen generalmente cinco fuentes: sociales, económicas, tecnológicas, competitivas y reglamentarias (KERIN R., BERKOWITZ E., HARTLEY S., RUDELIUS W., *Marketing,* Séptima edición, McGraw-Hill, 2004). Considerando lo expuesto, el análisis externo evaluara la situación general del Ecuador, para determinar las oportunidades y riesgos del mercado.

2.1 Situación General del Ecuador

2.1.1 Ámbito Económico

El Ecuador se ha caracterizado por presentar una desequilibrada economía a través del tiempo. Cuando la economía crece, la inflación es baja y la inversión privada se mantiene en niveles adecuados, los consumidores responden con un aumento del consumo. Eso a su vez genera mayores inversiones, más créditos y mayor crecimiento económico. Es un círculo virtuoso, muy parecido al que vivimos en el Ecuador y buena parte de América Latina entre 2004 y mediados de 2007. Sin embargo, el cambio de modelo económico por parte del Gobierno y las condiciones actuales dentro del panorama actual de recesión económica, han ocasionado cambios en las tendencias de los principales indicadores macroeconómicos, situando al país ante un cambio de tendencia importante que genera grandes preocupaciones en la población general y en los empresarios.

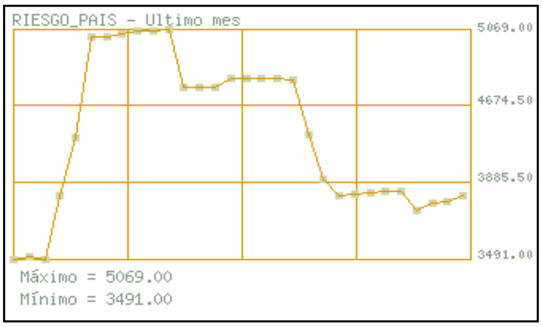
La desaceleración económica pasada, adicionada al descontrolado consumo del boom petrolero, generó un gasto desproporcionado que incrementó las importaciones, desequilibrando la balanza de pagos y convirtiendo al país en un Estado consumista y de poca intención de desarrollo y producción. Esta falta de iniciativa, así como las equivocadas formas de generar nuevas líneas de negocio, generaron una conducta y práctica comercial de imitación, desmotivando la inversión para la consecución de nuevos proyectos.

Para efectos del estudio macroeconómico del país y determinar el impacto que puede tener en el proyecto de la creación de la residencia, se ha considerado el análisis de los siguientes indicadores: Riesgo País, PIB, desempleo, inflación, inversión privada, inversión pública.

El **riesgo país**, que mide el grado de posible insolvencia de una economía determinada, permite a los agentes financieros extranjeros establecer sus posibilidades de inversión. Dadas las cambiantes políticas económicas, el Ecuador posee un riesgo país alto y actualmente se halla situado en 3.928 puntos (al 04 de febrero del 2009), según se muestra en el Gráfico 1, cifra que se ha manteniendo estable este año y muestra de un menor grado de incertidumbre para los inversionistas, teniendo como referencia que en el año 2000, cuando se adoptó la dolarización, el riesgo país se ubicó en 4.712 puntos y que a finales del 2008 se produjo una escalada significativa producida por los cambios de la política gubernamental.

Este último resultado, ha motivado a que las prácticas gubernamentales ofrezcan estabilidad financiera y política a las inversiones nacionales privadas, con el afán de desacelerar el impacto de la crisis mundial en el país, en comparación con la restricción a la inversión extranjera, que tiene por objeto evitar divisas golondrinas que no generen riquezas nacionales.

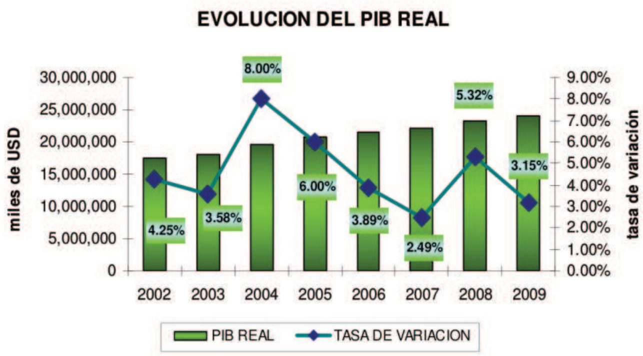
Gráfico 1.- Riesgo País – último mes



Fuente: *BCE*

El **Producto Interno Bruto** ecuatoriano, muestra un comportamiento favorable en los niveles de riqueza país. Como se observa en el Gráfico 2, hay un positivo panorama de negocio debido a la creciente curva de los últimos años, favoreciendo a la disponibilidad de recursos para el consumo.

Gráfico 2.- Producto Interno Bruto (millones de dólares)



Fuente: *BCE*

Los sectores que más aportaron al Producto Interno Bruto en el 2008, son principalmente: Explotación de Minas y Canteras (26%), Servicios (25%), Comercio (12%), Construcción (10%), Industria Manufacturera (9%), Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones (7%) y Agricultura, Ganadería y Pesca (6%).

Gráfico 3.- Sectores que más aportaron al PIB

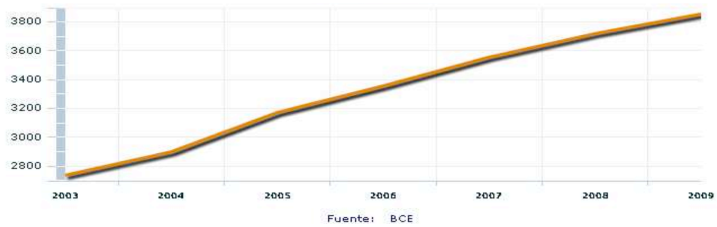
Fuente: *BCE*

En el caso particular del sector de la construcción y del sector de los servicios, el PIB de estos sectores se mostrado favorable en los últimos años, como se muestra en el Gráfico 4 y 5, con un crecimiento sostenido anual y proyecciones optimistas a futuro.

Gráfico 4.- PIB Construcción (millones de dólares)

Fuente: *INEC, "Ecuador en Cifras", 2008.*

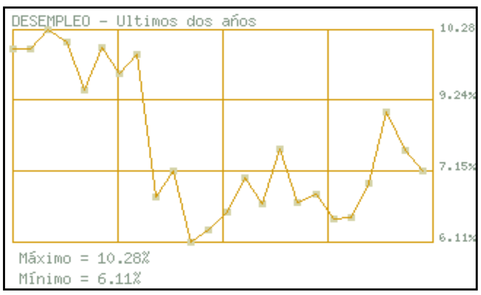
Gráfico 5.- PIB Otros Servicios (millones de dólares)



Fuente: *INEC, "Ecuador en Cifras", 2008.*

El nivel de **desempleo** en la población denota que se ha generado un decreciente comportamiento, como se muestra en el Gráfico 6, motivando a la población a un mejor estilo de vida, accediendo a servicios nuevos de interés social y de porvenir familiar.

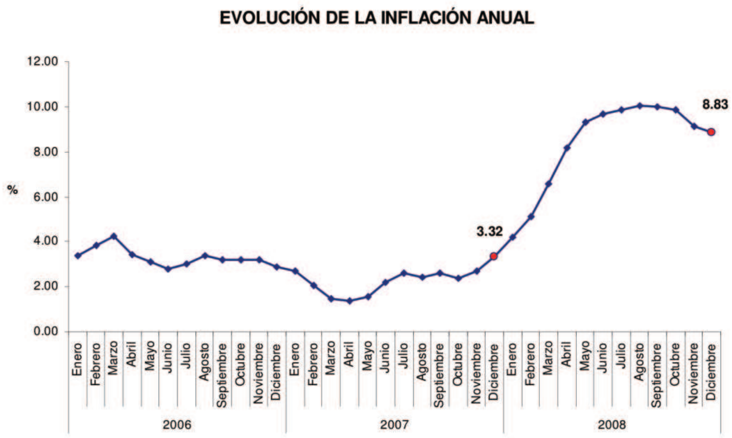
Gráfico 6.- Desempleo – últimos dos años



Fuente: *BCE*

La conducta de la **inflación** en Ecuador (8.83%), como se observa en el Gráfico 7, es la tasa más alta desde el 2006, esto debido principalmente a la crisis alimentaria a nivel mundial, el fuerte invierno a principios del 2008, que disminuyó considerablemente la producción en la costa ecuatoriana y la política de aumento del gasto público emprendido por el Gobierno. A pesar de ello, esta tasa inflacionaria se mantiene por debajo del promedio de los países de América Latina y Estados Unidos (9.13%) y por encima de la mediana de los países en mención (7.67%), mostrando que la dolarización ha permitido mantener una economía poco propensa a generar espirales inflacionarias incontrolables bajo la óptica de crisis mundial latente.

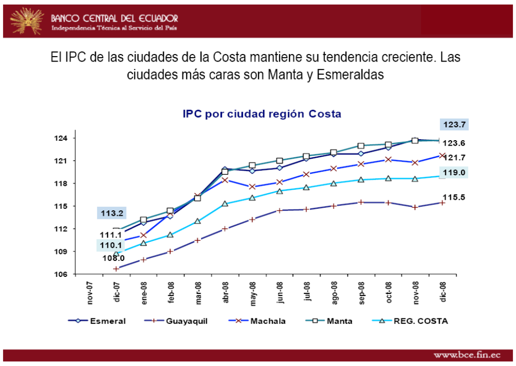
Gráfico 7.- Inflación – últimos dos años



Fuente: *BCE*

El **Índice de Precios al Consumidor** (IPC) de las ciudades de la región de la costa, demuestra que Guayaquil es la ciudad menos cara de la región costa y está entre las 3 ciudades más convenientes del país, como se observa en el Gráfico 8.

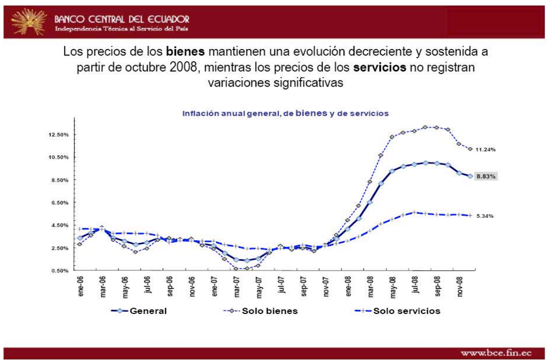
Gráfico 8.- El IPC por ciudad – región Costa



Fuente: *BCE*

Adicionalmente la **inflación anual general de bienes y servicios**, describe claramente que el comportamiento de los precios de los servicios no registra variaciones significativas en un periodo comprendido desde Enero del 2006 a Noviembre del 2008, como se muestra en el Gráfico 9.

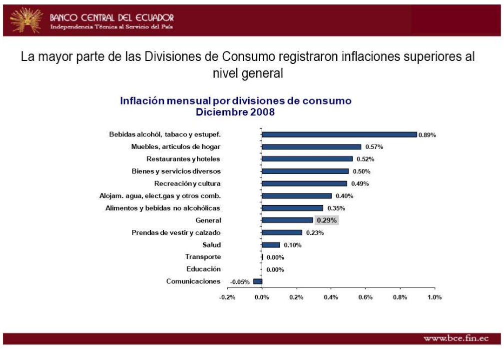
Gráfico 9.- Inflación Anual General de Bienes y Servicios



Fuente: *BCE*

La mayor parte de las **divisiones de consumo**, registraron inflaciones superiores al nivel general, entre los que se encuentra con un 0.40, la división señalada como “Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles”, como se muestra en el Gráfico 10.

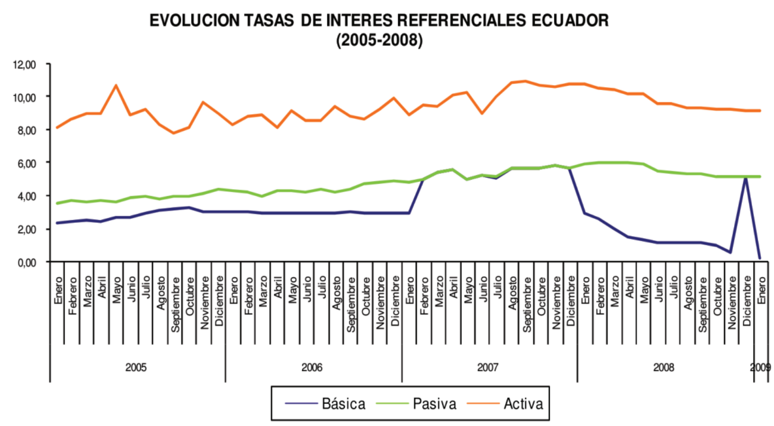
Gráfico 10.- Inflación mensual por división de consumo



Fuente: *BCE*

En lo referente a las tasas de interés referenciales, el Banco Central del Ecuador a partir del 2008, ha emprendido un proceso de disminución paulatina de las mismas, lo que ha llevado a tener en enero de 2009, una tasa activa referencial de 9.61%; un decremento de 1.58 puntos porcentuales de la registrada en el mismo mes del año precedente, al igual que la tasa pasiva referencial cuyo valor es de 5.10% que presenta un descenso de 0.81 puntos porcentuales (1), como se muestra en el Gráfico 11.

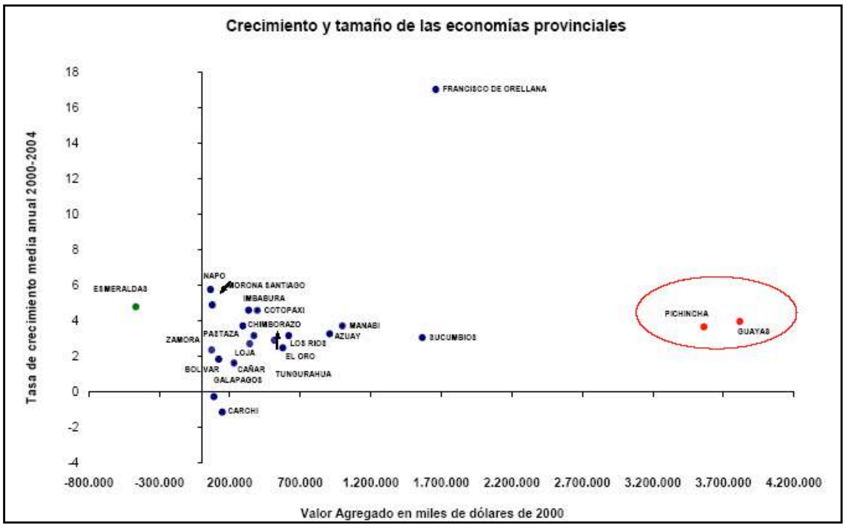
Gráfico 11.- Evolución de las Tasas de Interés Referenciales del Ecuador



Fuente: *BCE (2008)*
Elaboración: *Subgerencia Nacional de Planeación y Estudios CFN*

Dentro del análisis macroeconómico, es importante mencionar que Ecuador ha sido un país cuyo desarrollo ha estado caracterizado por la elevada concentración de recursos económicos, financieros, políticos y sociales en unas pocas provincias y determinadas ciudades, dejando muchas veces de lado a la mayoría de provincias, las cuales no han recibido del Gobierno Central la atención necesaria para impulsar su crecimiento en el país, solamente se ha favorecido el crecimiento de ciertos polos económicos. Como se puede observar en el Gráfico 12*,* las provincias de Guayas y Pichincha son las que presentan los mayores niveles del Valor Agregado Bruto a nivel nacional. Con respecto a sus tasas de crecimiento, en ambos casos éstas no superan de manera importante el crecimiento promedio nacional del período (3.72%).

Gráfico 12.- Crecimiento y tamaño de las economías provinciales



Fuente: *BCE, "Boletín de Competitividad No. 20", 2007.*

Los índices y entornos expuestos anteriormente generan un panorama optimista para la implementación del proyecto, dada la seguridad y estabilidad de los indicadores inflacionarios para este tipo de negocios. La inversión nacional se ve protegida y escudada por ideologías políticas del gobierno en salvaguardar la formación y generación de riquezas propias, impactando positivamente a la generación de nuevas líneas de negocios no exploradas anteriormente, sin la necesidad de ver la inmersión de competidores internacionales debido a su poca garantía, analizada por los niveles de riesgo país que resumen como vulnerables las inversiones extranjeras, venidas a menos por conductas socialistas del actual gobierno que inicia su mandato por un prolongado periodo de tiempo si se mantiene con el respaldo popular que lo llevó al poder.

2.1.2 Ámbito Legal/Jurídico

Ante la evidente variabilidad política del país, afectado por la perenne destitución de presidentes, el escudo jurídico de las empresas se ha visto amenazado, lo que genera que el riesgo del país se incremente y aleje la inversión extranjera, favoreciendo la propagación de negocios locales, que se convierten en ejes primordiales de un crecimiento sostenible para el mercado local y en las principales vertientes de estabilidad social, generadores de riquezas financieras locales y aristas para la expansión de fuentes de empleo en nuestra sociedad.

Es importante mencionar que acorde a la nueva Constitución, el Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, priozando aquellas de inversión nacional, orientadas a la diversificación productiva, innovación tecnológica y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

Por otro lado, la actual tendencia orientada hacia una atención ágil y oportuna del sistema jurídico del país, para los negocios formales, sumado a una creciente y correcta conducta tributaria local, evita que la incertidumbre afecte a la pequeña industria, antítesis de lo vislumbrado en aquellas corporaciones a las que se ha acechado por su irregular comportamiento financiero.

Como resultado de este marco económico estable y seguro, se crea un respaldo jurídico óptimo y eficiente que promueve el desarrollo de nuevos proyectos de inversión, con propuestas diferentes y orientadas la diversificación productiva en mercados locales diferentes, incrementando las garantías legales y la ampliación de nuevas metas financieras.

Por otra parte, la legislación ecuatoriana obliga a tomar mecanismos formales para contrarrestar inestabilidades e inequidades en la regulación de los negocios. Por ello es importante constituir formalmente el negocio a través de la Superintendencia de Compañías, en las que son requisitos exigibles:

- Nombre de la Compañía;
- Solicitud de Aprobación;
- El capital suscrito mínimo de USD $ 800;
- El Objeto Social, el cual es determinado acorde a la actividad a la cual se va a dedicar la Compañía o el sector en el cual va a operar la misma;
- El Origen de la Inversión;
- Inscripción en el Registro Mercantil.

Adicionalmente, la creación de un negocio exige ofrecer seguridad y estabilidad a los empleados, por lo que ningún trabajador podrá percibir como remuneración, una cantidad inferior a los sueldos y salarios establecidos en las diversas tablas sectoriales dispuestas en el Acuerdo 008 del Ministerio del Trabajo. Cabe mencionar, que la actual Constitución exacerba las expectativas sociales y la estabilidad laboral a los trabajadores. En este sentido, la relación laboral entre trabajadores y empleadores deberá ser bilateral y directa, prohibiéndose la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales del empleador, así como la contratación laboral por horas, según el Art. 327 de la nueva Constitución 2008.

La remuneración básica unificada será la base para calcular los siguientes rubros:

- Horas suplementarias y extraordinarias
- Aportes al IESS
- Fondos de Reserva
- Décimo Tercer Sueldo
- Vacaciones
- Décimo Cuarto sueldo

2.1.3 Ámbito Demográfico

El Ecuador se ha caracterizado por mantener un moderado ritmo de crecimiento poblacional, sin embargo a partir del año 2001, han disminuido las tasas de natalidad y mortalidad, iniciando una etapa de transición demográfica que indica el inicio de un proceso de envejecimiento de la población. Según proyecciones demográficas, se estima que el crecimiento de la población para el 2010 sea de 1,54%, como se muestra en la Tabla 3 *(Ver Anexo 8: Proyección de la Población Ecuatoriana Según Grupos de Edad, periodo 2001 - 2010).*

Tabla 3.- Estimaciones y Proyecciones de la Población Total y Tasas de Crecimiento

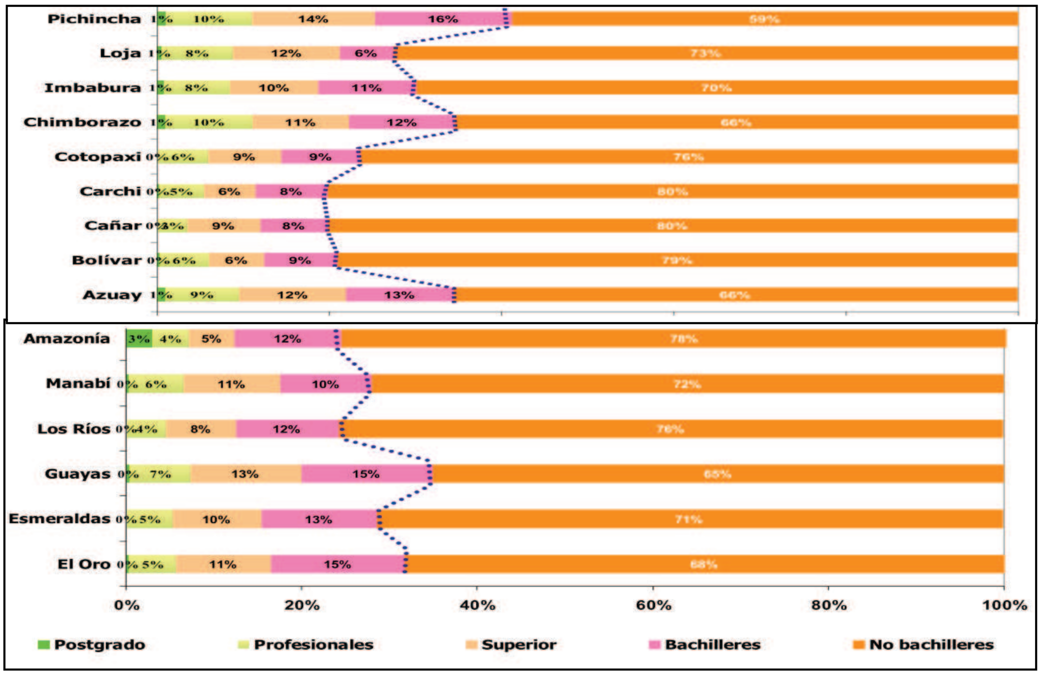
AÑO	TASA DE CRECIMIENTO (%)
1995	2,20
1998	1,99
2000	1,97
2005	1,74
2010	1,54
2015	1,35

Fuente: *CONDE, INEC, CELADE, "Ecuador Estimaciones y Proyecciones de Población 1950 – 2010, 1993.*

Cabe mencionar que la población del país es mayoritariamente urbana, sobre un 65% del total. Un factor relevante a mencionar es la migración interna hacia las ciudades más desarrolladas, una de ellas es Guayaquil, definida como una zona urbana con una población estimada para el 2010 de 2'306.479 habitantes, según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), siendo la ciudad más poblada del país y una de las más desarrolladas económicamente. *(Ver Anexo 9: "Proyección de la Población Ecuatoriana por Provincias y Principales Ciudades, periodo 2008 - 2010")*

Otro aspecto importante, es el nivel de preparación académica de la población. Las provincias de: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, El Oro, Imbabura, Esmeraldas, Manabí, Loja, son las mayores preparadas académicamente, como se observa en el Gráfico 13, y donde concentran la mayor parte de las universidades, según el Gráfico 14.

Gráfico 13.- Nivel de Preparación Académica por provincia



Fuente: *INEC, "Condiciones de Vida Según Nivel de Preparación Académica", 2008.*

Gráfico No. 14.- Número de Universidades Vs. Porcentaje que ha asistido a la universidad por provincia

	Número de universidades	% de población que ha asistido a una universidad
Pichincha	24	25,30%
Azuay	5	21,90%
Manabí	5	17,60%
Guayas	15	20,00%
Loja	3	21,20%
Imbabura	2	18,70%
Chimborazo	3	22,30%
Tungurahua	4	18,40%
Cotopaxi	1	14,40%
El Oro	2	16,50%
Esmeraldas	1	15,40%
Carchi	1	11,40%
Los Ríos	2	12,50%
Amazonía	2	12,00%
Bolívar	1	12,40%
Cañar	1	12,00%
Promedio	3,2	17%

En la zona rosada se encuentran las provincias que tienen *pocos establecimientos universitarios y bajo porcentaje de población que ha asistido a una universidad.*

En la zona verde se encuentran las provincias que tienen *pocos establecimientos universitarios* y que sin embargo tienen *alto porcentaje de población* (en relación a las demás provincias) *que ha asistido a una universidad.*

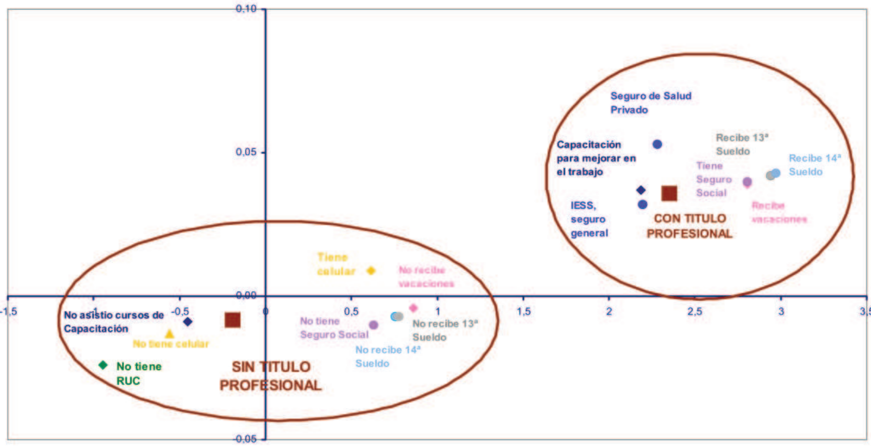
En la zona celeste se encuentran las provincias con *muchas universidades y alto porcentaje de población que ha asistido a una universidad*; en relación a las demás provincias.

INEC
instituto nacional de estadística y censos

Fuente: *INEC, "Condiciones de Vida Según Nivel de Preparación Académica", 2008.*

Cabe mencionar que los trabajadores con un título profesional tienen mayores beneficios que los que no lo poseen, tales como: Vacaciones, Décimo Tercero, Décimo Cuarto, Seguro Privado de Salud, Seguro Social, Seguro General del IESS, Capacitación. Adicionalmente, mientras mayor es el grado académico, los ingresos son también mayores, así como las posibilidades de tener un trabajo, como se muestra en el Gráfico 15.

Gráfico 15.- Análisis de Homogeneidad



Fuente: *INEC, "Condiciones de Vida Según Nivel de Preparación Académica", 2008.*

En la población varía, según el ambiente social y cultural, los niveles de acceso al consumo y a los cambios tecnológicos. Las formas de consumo, así como de entretenimiento, dejan percibir una invasión de medios de consumo extranjeros, especialmente americanos, que han influido en los estilos de vida de los habitantes, abarcando cada vez a más estratos de la población.

2.1.4 Ámbito Tecnológico

En el ranking mundial de desarrollo tecnológico, según un estudio realizado por el Foro Económico Mundial (FEM) a 127 países, el

Ecuador se ubica en la posición 107, entre los menos desarrollados tecnológicamente.

Ecuador ha realizado un progreso significativo en comparación con años anteriores en el uso de las tecnologías de información, sin embargo la pobreza del sistema educativo y los bajos niveles de inversión en Ciencia y Desarrollo son deficiencias importantes que deben ser tomados en cuenta para la generación de un progreso continuo de difusión y la adopción de innovación a fin de generar valores agregado y competitivos en el país.

Por ende, es importante tener acceso a nuevas tecnologías de información, por lo que el actual aumento en las importaciones en equipos de computación y de telecomunicaciones permitiría optimizar la gestión de los empresarios y de esta manera mejorar la productividad. Sin embargo, es necesario también fomentar y mejorar la conectividad del país a través de la dotación de una adecuada infraestructura tecnológica por medio de las diferentes vías alternativas de conexión (satelital, fibra óptica, microonda, radio frecuencia, celular, entre otras) que permitan optimizar la conexión a Internet y así disminuir el costo final de conexión a Internet y aumentar la competitividad del país.

Por lo tanto, la implementación tecnológica del proyecto está influenciada en generar una mayor conexión del usuario de la residencia con el macro entorno de la red mundial, acercando el negocio y a sus usuarios a crecimiento en el conocimiento de tecnología globalizado, considerando el uso creciente de la tecnología de comunicaciones inalámbricas y el costo decreciente del poder de cómputo.

2.2 Análisis Sectorial

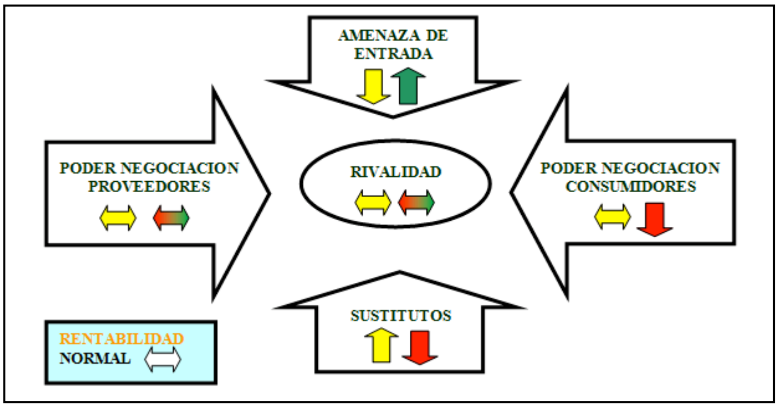
2.2.1 Fuerzas de Porter

Un enfoque muy popular para la planificación de la estrategia corporativa ha sido el propuesto en 1980 por Michael E. Porter en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and* Competitors. El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste.

Para entender mejor la dinámica que influye en el sector y la posición del presente proyecto en la misma, se empleó el modelo de las cinco fuerzas de Porter, que perfila un esquema para seleccionar las estrategias a seguir en base al análisis de cinco fuerzas que inciden y determinan la rentabilidad del sector de alojamiento de larga estancia en el largo plazo.

El análisis del Gráfico 16, muestra que la rentabilidad promedio a largo plazo en el sector será normal, lo que implica que si una empresa emplea estrategias similares, obtendrá una rentabilidad que compense el costo de oportunidad del capital. En consecuencia, el plan de negocios presentará en el Capítulo No. 3 las estrategias sectoriales que permitirán contrarrestar las fuerzas negativas del sector para asegurar una rentabilidad superior (Ver Anexo 10: Análisis de las Fuerzas de Porter).

Gráfico 16.- Fuerzas de Porter



Fuente: *Elaboración la autora*

2.3 Estudio de la Competencia

2.3.1 Mercado Meta

El mercado meta se refiere a un grupo bastante homogéneo de clientes a quienes una compañía determinada quiere atraer (Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica, Tomo 1, 11a. Edición, de McCarthy Jerome y Perreault William, Mc Graw Hill, Pág. 47).

La determinación de mercados meta es el proceso de evaluar qué tan atractivo es cada segmento de mercado y escoger el o los segmentos en los que se ingresará. En ese sentido, la empresa debe enfocarse hacia segmentos en los que puedan generar el mayor valor posible para los clientes, de manera rentable y sostenible a través del tiempo (Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Prentice Hall, Pág. 61).

La Residencia Universitaria es una propuesta del sector privado que ofrece servicio de alojamiento de larga estancia dirigido a estudiantes de las universidades: Estatal de Guayaquil, Católica de Guayaquil y

Escuela Superior Politécnica del Litoral, provenientes de provincias y ciudades localizadas fuera de la ciudad de Guayaquil, los mismos que acceden con dificultad a alternativas de alojamiento cómodas, económicas, seguras y agradables que faciliten su estancia en la ciudad mientras cursan los estudios superiores.

Los estudiantes universitarios que compone el mercado meta del presente proyecto, son jóvenes de nivel socioeconómico medio, cuyo domicilio familiar se localiza fuera de la urbe y que actualmente viven en residencias universitarias, pensionados, cuartos o departamentos, casas de familiares y/o amigos o retornan a sus hogares diariamente.

En el mercado local, las alternativas de alojamiento mencionadas anteriormente, componen la gran variedad de competidores indirectos del sector de alojamiento de larga estancia para estudiantes universitarios, cuya oferta de servicio difiere significativamente entre una alternativa y otra. Adicionalmente, muchas de ellas ofrecen el servicio de alojamiento de manera informal, sin registrar la actividad de hospedaje o de alquiler formalmente, por lo que no figuran como tales para los organismos de control público. Por otro lado, existen establecimientos registrados como empresas cuya actividad comercial principal es el servicio de hospedaje en pensiones y casa de huéspedes, sin embargo, en la práctica, muchas de ellas desarrollan otras actividades no registradas que cambian la naturaleza de la oferta del servicio y el segmento al cual va dirigido. *(Ver Anexo 11.- Establecimientos registrados en el SRI cuya Actividad Comercial es "Servicio de Hospedaje en Pensiones y Casa de Huéspedes").*

Cabe mencionar que entre las alternativas que en la práctica prestan servicios de alojamiento o alquiler de inmuebles, no existe entre ellos una competencia directa y en general, no tienen un segmento de mercado específico, sino que la oferta de servicios se dirige de manera bastante amplia y variada al mercado local, por lo tanto no representan competencia directa en el sector de servicio de alojamiento para estudiantes universitarios.

A pesar de la escasa presencia de competidores directos en el mercado local, existen residencias universitarias y pensionados dirigidos para estudiantes universitarios ofrecidas por el sector privado, algunas de ellas de carácter religioso y otras particulares dirigidas sólo para ciertos estudiantes de determinadas universidades, sin embargo, la oferta de servicio de éstas está limitada por factores como: 1) falta de registro formal para el desarrollo de la actividad de hospedaje o alquiler de inmueble, 2) escasa promoción del servicio en medios publicitarios y de comunicación y 3) reducida capacidad de oferta de alojamiento, atendiendo sólo a un reducido segmento del mercado, lo que dificulta la localización de oferta por parte de los estudiantes interesados.

Por lo anteriormente expuesto, se concluye que no existen competidores directos en el mercado local, posicionados mediana o fuertemente con significativa participación de mercado, derivándose la presente oportunidad de negocio en el sector.

2.3.2 Posicionamiento

El posicionamiento consiste en hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en las mentes de los consumidores meta (Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, Pág. 65).

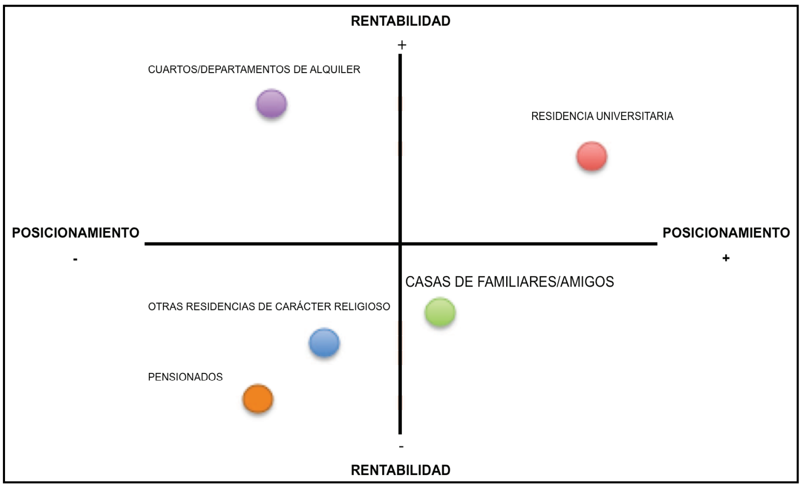
La Residencia Universitaria busca posicionarse en el mercado local como la primera y mejor alternativa de alojamiento de larga estancia, ofrecida por el sector privado dirigida exclusivamente para estudiantes universitarios, cuyo domicilio familiar se encuentra localizado fuera de la urbe y cursan estudios superiores en la ciudad de Guayaquil.

Considerando que las alternativas de alojamiento de larga estancia para estudiantes universitarios en el mercado local, no satisfacen al total de la demanda del mercado local, la presente propuesta se convierte en única en su género dentro del mercado local, combinando la comodidad y tranquilidad de una habitación, con un conjunto de servicios complementarios que mejoran su estancia, haciéndola más placentera, agradable y beneficiosa para el estudio.

Una clave para el posicionamiento efectivo de un producto radica en las percepciones de los consumidores. A partir de ahí es posible elaborar un mapa de percepciones, que e una representación gráfica bidimensional de la ubicación de los productos o marcas en la mente de los consumidores, lo cual permite ver las percepciones que los consumidores tienen sobre los productos o marcas competidores, para luego emprender acciones de marketing (KERIN R., BERKOWITZ E., HARTLEY S., RUDELIUS W., *Marketing,* Séptima edición, McGraw-Hill, 2004).

Dadas las características de la oferta de servicio de la residencia universitaria, ésta buscará posicionarse según se detalla en el Gráfico 17.

Gráfico 17.- Mapa estratégico de la Competencia



Fuente: *Elaboración la autora*

CAPITULO 3

3 PLAN ESTRATÉGICO

3.1 Misión, Visión y Objetivos Iniciales

Las organizaciones necesitan una razón de ser y una directriz. Es aquí donde convergen sus negocios, misión, valores, cultura y objetivos (KERIN R., BERKOWITZ E., HARTLEY S., RUDELIUS W., *Marketing,* Séptima edición, McGraw-Hill, 2004, pág. 36).

- **Misión**

Ofrecer servicios integrales de alojamiento, alimentación, recreación y complementarios de educación, para estudiantes universitarios que necesitan un lugar para alojarse en la ciudad de Guayaquil, mientras cursan Estudios Superiores, brindando una estancia cómoda, incrementando su crecimiento personal y mejorando la calidad de vida de sus residentes, a través de la variedad más completa de servicios educativos y complementarios.

- **Visión**

Ser en un lapso de cinco años, el líder en centro residenciales integrales para comunidades estudiantiles universitarias en la ciudad de Guayaquil.

- **Objetivos Iniciales**
  - Captar la mayor cantidad de clientes potenciales del mercado local y en el plazo de 2 años, lograr la ocupación de la capacidad máxima de alojamiento de la residencia.
  - Ofrecer la mejor infraestructura a nivel local en residencias estudiantiles, junto con una amplia variedad de servicios complementarios que mejoren las condiciones de alojamiento de los residentes.
  - Posicionar a la residencia universitaria como la primera y mejor opción de alojamiento en la ciudad de Guayaquil, para estudiantes universitarios provenientes de provincias y ciudades localizadas fuera de la urbe.
  - Recuperar la inversión inicial en un plazo igual o menor a 5 años y cubrir el préstamo otorgado para el financiamiento en un plazo

igual o menor a 10 años, obteniendo utilidades netas para los accionistas a partir de estos plazos.

3.2 Estrategia Genérica

Las estrategias genéricas son tácticas para superar el desempeño de los competidores en un sector industrial; en algunas estructuras industriales significará que todas las empresas pueden obtener elevados rendimientos, en tanto que en otras, el éxito al implantar una de las estrategias genéricas puede ser lo estrictamente necesario para obtener rendimientos aceptables en un sentido absoluto (Porter 1987).

Considerando el enfoque del proyecto y basado en la investigacion de mercado que se muestra en el Capítulo No. 1, la alternativa de estrategia genérica aplicada al proyecto de la Residencia Universitaria será la ***diferenciación,*** que consiste en crearle al servicio algo que fuera percibido en toda la industria como único.

Esta estrategia se centrará en crear un valor agregado al servicio de alojamiento de larga estancia, mediante la selección de atributos importantes para los clientes que satisfagan sus necesidades y sea percibido en el sector como único con el objetivo de superar las expectativas de los consumidores, lo que recompensará un precio superior del servicio. El éxito de esta estrategia está basado en un minucioso estudio de necesidades y preferencias de los consumidores mediante las metodologías de investigación de mercado expuestas en el Capitulo No. 1, que determinaron la viabilidad de incorporar servicios adicionales a la estadía en las habitaciones como atributos distintivos que generan valor agregado en el consumidor.

Adicionalmente, se determinó que existen riesgos en la implementación de esta estrategia primero: algunos consumidores podrían no valorar lo suficiente los servicios ofrecidos (cyber, cabinas, centro de fotocopiado, centro de estudio, lavandería y restaurante) como atributos distintivos que justifiquen un precio elevado. Segundo: los competidores podrían copiar las características de diferenciación con rapidez, ofreciendo servicios parecidos a un precio inferior.

Por lo tanto, para superar los riesgos derivados de la implementación de la estrategia de diferenciación y garantizar la rentabilidad del proyecto en el largo plazo, es necesario lograr costos eficientes para establecer precios razonables en los servicios y de esta manera, el consumidor esté dispuesto a pagar por ellos; además, se debe invertir significativamente en promoción y marketing, con el objetivo de aumentar la participación de mercado y asegurar la fidelidad de los residentes.

3.3 Estrategias Sectoriales

Considerando que el mercado objetivo tiene un nivel alto de conocimiento acerca de las alternativas de alojamiento en la ciudad de Guayaquil, es necesario reforzar la presencia de la residencia universitaria como primera opción de hospedaje para estudiantes universitarios provenientes de otras provincias del país, que estudian en una institución de Educación Superior de la ciudad.

Para reducir las amenazas de sustitutos y el poder de negociación del consumidor, es necesario que las estrategias estén enfocadas a la superación de las expectativas y satisfacción de las necesidades de los clientes potenciales, mediante una oferta de alojamiento en la cual prime la calidad del servicio, con el objeto de salir del mercado donde la relación calidad/precio se caracteriza por servicios de alojamiento no estandarizados, poco profesionales y bajos niveles de comodidad y calidad.

Para ello, se deben aplicar estrategias agresivas de publicidad y promoción para llegar al mercado objetivo, pero creando un nuevo enfoque en la oferta de servicios de alojamiento para estudiantes universitarios que diferencia la actual propuesta de las demás alternativas existentes en el mercado local, resaltando atributos diferenciadores como: servicios integrales, comodidad, seguridad, accesibilidad, localización e infraestructura moderna.

Adicionalmente, es importante incorporar características y atributos que generen valor agregado en el largo plazo, como propiciar el desarrollo de una sólida comunidad estudiantil dentro de la residencia, que asegure la fidelidad a largo plazo y mejore el posicionamiento y la participación de mercado.

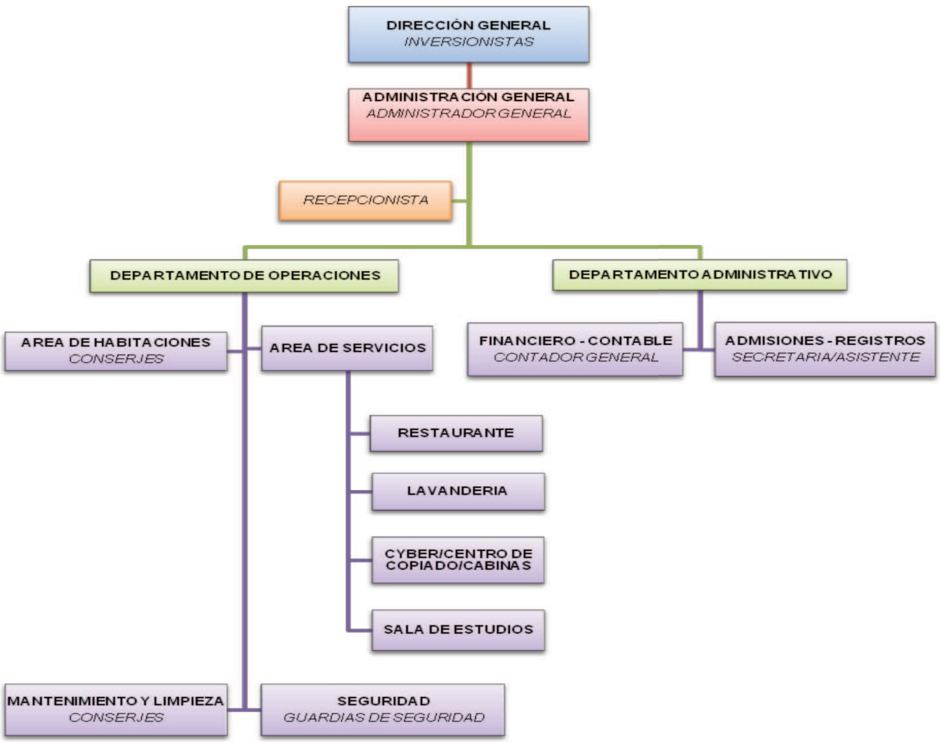
3.4 Organigrama Inicial

Considerando que la propuesta del proyecto de residencia universitaria es una alternativa nueva en el mercado, se diseñó un organigrama inicial estructurado según las funciones desempeñadas por las áreas requeridas, con una reducida departamentalización y con requerimientos básicos de personal, con el objetivo de minimizar los gastos de contratación y optimizar el uso del recurso humano, en función del tamaño estructural y funcional de la residencia.

Para ello, es importante establecer un Reglamento Interno como documento normativo administrativo, que en conjunto permita regular tanto las actividades de los residentes, como los procesos internos que realiza el personal, garantizando la armonía, el bienestar y la seguridad en la residencia *(Ver Anexo 12: Reglamento Interno de la Residencia Universitaria).*

Analizando los requerimientos de personal de la residencia, se consideró una estructura simple que centraliza gran parte de la toma de decisiones en la Dirección y Administración General y a continuación, se distribuyen las funciones según se detalla en el Gráfico 18 *(Ver Anexo 13: Funciones que desempeña cada área de la Estructura Organizativa de la Residencia Universitaria).*

Gráfico 18.- Organigrama Inicial



Fuente: *Elaboracion la autora*

CAPITULO 4

4. PLAN COMERCIAL

Todo nuevo producto o servicio tiene que estar respaldado por un plan de marketing que proporcione una rentabilidad que compense la correspondiente inversión de tiempo y dinero. (*Doug Hall, Jump Start Your Business Brain (Cincinnati, OH: Brain Brew Books, 2001), pág. 3*).

El Plan Comercial de la Residencia está definido en base a los resultados obtenidos en la Investigación de Mercado, el Análisis Externo, el Estudio de la Competencia y el Plan Estratégico planteado, que en suma ayudan a perfilar las estrategias de marketing que generen mayor rentabilidad al proyecto en el largo plazo, enfocadas en:

1) La gestión de la diferenciación del servicio, desarrollando una oferta diferenciada, una prestación exclusiva y una imagen genuina.
2) La gestión de la calidad del servicio, ofreciendo más calidad que sus competidores.
3) La gestión de la productividad del servicio, aumentando la productividad del capital de trabajo.

(KOTLER P., ARMSTRONG G. (2004), *Marketing,* Decima edición, Prentice Hall, pag. 315 - 316)

El objetivo de implementar un adecuado plan comercial es el gestionar relaciones rentables con los clientes, mediante la entrega de un valor superior y de una mayor satisfacción, ya que obtener clientes satisfechos, produce diversos beneficios para la empresa: son menos sensibles respecto al precio, hablan positivamente de la empresa, lo que genera una marketing de boca a boca positivo y finalmente, se mantienen fieles durante periodos más largos (KOTLER P., ARMSTRONG G. (2004), *Marketing,* Decima edición, Prentice Hall, pag. 16, 19).

4.1 Producto

La Residencia Universitaria ofrece servicio de alojamiento de larga estancia en el norte de la ciudad de Guayaquil, orientado a estudiantes de las universidades: Estatal de Guayaquil, Católica Santiago de Guayaquil y la Escuela Superior Politécnica del Litoral, cuyo domicilio familiar se encuentra lejos de los centros universitarios y acceden con dificultad a convenientes opciones de alojamiento en la urbe, ya que la oferta actual del mercado local no satisface eficientemente las necesidades de la demanda y además generan en los estudiantes, incomodidades y malestar general, que repercute en su desarrollo académico y personal.

El presente proyecto está definido como una propuesta nueva en el mercado local, diseñada en base a las necesidades del mercado y busca incentivar el desarrollo de alternativas de alojamiento de larga estancia a precios accesibles para estudiantes universitarios, brindando además, servicios complementarios como valor agregado que genere beneficios a sus residentes, facilite su estancia en la ciudad y mejore su condición de vida.

A continuación, se detallan los atributos más importantes que ofrece la Residencia Universitaria:

- Ubicación en una zona segura, de fácil acceso y cercana a las universidades mencionadas.
- Infraestructura espaciosa y moderna, dotada de servicios básicos, seguridad privada, acceso a la tecnología y una amplia capacidad de alojamiento.
- Habitaciones cómodas individuales y compartidas, con baño privado y amoblada para una estadía agradable.
- Oferta de servicios complementarios adecuadamente equipados como: restaurante, lavandería, cyber, centro de copiado, cabinas, sala de estudios con acceso a internet inalámbrico, canchas deportivas y área de parqueo para satisfacer las necesidades y

requerimientos de los residentes *(Ver Anexo 14.- Estadísticas de la frecuencia de uso de servicios complementarios).*

- Administración de la Residencia enfocada en garantizar: la tranquilidad, seguridad y un ambiente adecuado que motive el desarrollo académico – social de sus residentes mediante la interrelación y convivencia en una agradable comunidad estudiantil.

4.2 Promoción

Considerando que el proyecto es una propuesta nueva y diferente en el mercado local, la promoción se enfocará en presentar a los estudiantes y padres de familia, los atributos diferenciadores de la Residencia Universitaria como: infraestructura, habitaciones, servicios complementarios, administración formal, ambiente agradable, seguro y tranquilo en el que se desenvolverán los residentes, creando una comunidad estudiantil motivada a la superación personal y académica. Para ello, se emplearán las siguientes herramientas de promoción:

- **Publicidad**, a través de periódicos, revistas juveniles comerciales, revistas elaboradas y difundidas dentro de las universidades, con mayor énfasis en los meses de diciembre, enero y febrero, en los cuales se gradúan los bachilleres de colegios de la costa. Se espera con ello, captar clientes potenciales de Guayas, Manabí, El Oro, Los Ríos y Esmeraldas. Adicionalmente se hará publicidad en páginas web frecuentadas por cibernautas jóvenes.

- **Marketing directo,** mediante expo-ferias que cuenten con la presencia de centros universitarios e institutos técnicos, stand publicitario en las universidades objetivo y visitas promocionales a colegios de las ciudades de la Costa, de las cuales se ha registrado una mayor afluencia de jóvenes bachilleres a las universidades objetivo.

4.3 Plaza

Para la localización es muy importante seleccionar lugares que sean accesibles para los consumidores del mercado objetivo y coherentes con el posicionamiento de la empresa (KOTLER P., ARMSTRONG G. (2004), *Marketing,* Decima edición, Prentice Hall, pag. 469).

Como parte de los atributos de la oferta, la Residencia estará localizada en una zona segura en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil, considerando que un significativo porcentaje de estudiantes encuestados viven actualmente en mencionado sector; además, tendrá facilidades de acceso a las líneas de transporte urbano y cercanía a los centros de estudios universitarios objetivos. *(Ver Anexo 15.- Sectores de la ciudad donde viven los estudiantes interesados en alquilar una habitación en la Residencia Universitaria).*

La edificación de la Residencia contará con una superficie no inferior a los 2000 m^2 para abarcar una infraestructura moderna con capacidad inicial de alojamiento aproximadamente de 200 estudiantes distribuidos en dos edificios divididos para hombres y mujeres, con acceso a las habitaciones por escaleras y ascensor. En la planta baja estarán a disposición de los residentes, los servicios de: comedor/restaurante, lavandería, cyber/centro de copiado/cabinas y sala de estudios; en los espacios abiertos se ubicarán áreas verdes, canchas deportivas y el área de parqueo.

4.4 Precio

La política de precios debe ajustarse al mercado objetivo de una empresa y a su posicionamiento (KOTLER P., ARMSTRONG G. (2004), *Marketing,* Decima edición, Prentice Hall, pag. 468).

La fijación del precio de la habitación en la Residencia Universitaria, combina las variables de valor agregado: seguridad, comodidad, cercanía a la universidad y servicios complementarios sumado a un precio accesible y aceptable, para posicionar a la Residencia como una alternativa de alojamiento de mejor calidad y servicio, a un precio ligeramente superior al de otras alternativas de alojamiento, que ofrece un valor agregado diferente y único en el mercado local.

La estrategia de fijación de un precio alto para un producto nuevo, permite obtener el máximo beneficio de cada uno de los segmentos del mercado dispuestos a pagar ese precio; el volumen de ventas es menor pero el nivel de beneficios por cada venta es mayor (KOTLER P., ARMSTRONG G. (2004), *Marketing,* Decima edición, Prentice Hall, pag. 391).

Se consideró en el proceso de fijación del precio, el rango de precios del mercado para servicios similares como: alquiler de cuarto/habitación/ departamento, casas residenciales, residencias universitarias locales, diferenciándose la oferta del presente proyecto, además de la disponibilidad a pagar de los clientes potenciales (*Ver Anexo 16.- Disponibilidad a pagar de los clientes potenciales)*, en la combinación de mayor calidad y variedad del servicio a un precio de alquiler mensual de la habitación ligeramente superior de USD $180 por habitación individual y USD $120 por habitación doble compartida.

CAPITULO 5

5 PLAN DE OPERACIONES

5.1 Características de Ubicación y Local

Para establecer las características de la localización de la residencia, se tomaron en cuenta como factores relevantes, los aspectos considerados importantes para los clientes potenciales en la investigación de mercado, éstos son:

- Seguridad de la zona y buena imagen de las áreas próximas.
- Ubicación cercana a las universidades objetivos.

- Facilidad de acceso a las líneas de transporte urbano.

Adicionalmente, se deben considerar los requisitos que debe reunir el terreno, para cumplir con la propuesta de valor planteada en la oferta del servicio de alojamiento y asegurar la rentabilidad del proyecto:

- Costo del terreno viable para la inversión inicial del proyecto, que permita la recuperación del capital en un tiempo no superior a los 5 años, considerando los ingresos de la residencia.
- Amplia superficie de terreno no inferior a los 2000 m2, para la edificación de una espaciosa área de habitaciones y servicios.

Finalmente, se debe considerar que dada la naturaleza del proyecto y los atributos de la oferta de servicio de la residencia, la localización debe ser preferentemente, en zonas no comerciales ni muy traficadas, sino en sectores residenciales con tráfico liviano, para garantizar la tranquilidad de los residentes y la armonía en la convivencia dentro de la residencia.

Para la selección de la alternativa de localización, se empleó una Matriz de Decisión basada en la Evaluación de Criterios de selección, establecidos dentro de las características de ubicación y local. En esta matriz se mide el grado de cumplimiento que cada alternativa tiene de cada criterio, en una escala de puntuación lineal de 10 puntos. Adicionalmente, cada criterio tiene un peso porcentual previamente determinado, que multiplicado por cada calificación de grado de cumplimiento, genera la puntuación final.

Para la comparación de las alternativas, se consideraron algunas opciones de terreno ubicadas en el sector norte de la ciudad, que cumplen con los criterios establecidos y se ajustan de mejor manera, a las necesidades iniciales del proyecto de residencia universitaria *(Ver Anexo 17.- Opciones de Localización).*

A continuación, se presenta la Matriz de Evaluación de Criterios:

Tabla 4.- Matriz de Evaluación de Criterios para Selección de Localización

		ALTERNATIVA					
		Urb. Sta. Cecilia		Urb. Las Cumbres		Av. de las Américas	
CRITERIO	PESO	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Tranquilidad de la zona	20%	8	1.6	9	1.8	4	0.8
Seguridad de la zona	20%	8	1.6	7	1.4	6	1.2
Cercanía a las universidades	10%	7	0.7	4	0.4	3	0.3
Accesibilidad	10%	6	0.6	4	0.4	10	1
Costo del terreno	25%	9	2.25	10	2.5	3	0.75
Tamaño del terreno	15%	9	1.35	5	0.75	10	1.5
TOTALES	100%		8.1		7.25		5.55

Fuente: *Elaboración la autora*

Como resultado de la evaluación, la alternativa con la mejor calificación es el terreno ubicado en la Urbanización Santa Cecilia. Entre los atributos de esta opción, tenemos:

- El terreno tiene un costo de USD $230.000, el cual resulta viable y rentable para las expectativas iniciales del proyecto.
- Dimensiones amplias del terreno: 2500 m^2 que comprende 5 lotes de terrenos contiguos, lo cual cubre los requerimientos de la residencia tanto en capacidad de alojamiento –número de habitaciones-, como en la oferta de servicios.
- Se encuentra localizado en un área residencial tranquila y segura, que cuenta con guardianía privada.
- Está localizado a 10 minutos de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, a 20 minutos de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y a 30 minutos de la Universidad Estatal de Guayaquil.

- Por la zona circulan líneas de transporte público, líneas alimentadores de la metrovía y los autobuses de la ESPOL.
- El terreno está aprobado por el Municipio, para la edificación de un Conjunto Habitacional Cerrado y cuenta con el permiso de construcción y los avalúos del suelo.

5.2 Distribución y Descripción de las Áreas de la Residencia

La residencia tendrá un área de construcción de aproximadamente 1.000 m^2, distribuidos de la siguiente manera:

- Una torre destinada para habitaciones para hombres y una torre destinada para habitaciones para mujeres. Cada torre está compuesta por cuatro pisos que cubren en conjunto, un área de alojamiento de 160 habitaciones dobles y 40 habitaciones sencillas.
- La planta baja de ambas torres, comprenderá un área común de servicios complementarios al alojamiento, que incluye: Restaurante/comedor, lavandería, cyber/centro de copiado/cabinas, sala de estudios y baños. Adicionalmente, se ubicará en esta planta, el área administrativa y el área de monitoreo/conserjería. En el Anexo 18 se detalla el Plano de Distribución de la Planta Baja de la Residencia.
- En las torres donde se localiza el área de habitaciones, cada cuarto tendrá baño y estará amoblada con una cama, un velador, un ropero, un escritorio/mesa de estudio y una silla. La distribución del espacio físico de la habitación se detalla en el Anexo 19.
- En los exteriores de las torres, se instalará una cancha deportiva, un área de parqueadero para los residentes y una garita a la entrada y salida de la residencia.

5.3 Esquema de Servicio

El flujo del esquema de servicio establece de qué manera fluyen los procesos, tanto administrativos como operativos, dentro de la residencia; además, indica las actividades que realiza el personal que integra la estructura organizacional, garantizando que el cliente reciba un servicio satisfactorio en cada una de las áreas.

En el Anexo 20 se detalla la secuencia del esquema de servicio, así como la infraestructura desarrollada para la prestación de servicios y las actividades internas que ejecuta el recurso humano para la prestación de servicios al cliente:

5.4 Gestión de la Calidad

Un elevado nivel de calidad de servicio proporciona beneficios en cuento a cuota de mercado, productividad, costes, motivación del personal, diferenciación con respecto a la competencia, lealtad y captación de nuevos clientes. Por lo tanto, la gestión de la calidad de servicio se convierte en una estrategia prioritaria que debe ser definida, medida y mejorada continuamente.

En este sentido, todo el personal de la organización debe ser consciente de su compromiso ante el cliente y que el propósito central de la gestión de la organización es la satisfacción del cliente, por ende, todos los esfuerzos estarán orientados hacia la mejora continua del desempeño que permitirá fortalecer el posicionamiento y generar ventaja competitiva perdurable en el largo plazo.

Para la medición de los costes de obtención de calidad, se evaluarán los costes de prevención y los costes de evaluación. Dentro de los costes de prevención tenemos: capacitación del personal de servicio, mantenimiento preventivo de máquinas y equipos y sistemas de sugerencias. Dentro de los costes de evaluación tenemos: inspecciones de las instalaciones, equipos, máquinas e insumos utilizados para detectar fallas y errores.

Para la medición del control estadístico de la calidad de servicio, se evaluarán la satisfacción del cliente mediante la medición de la capacidad de respuesta, número de reclamaciones, fidelidad del residente medida por el número de veces que repite el servicio.

Por otro lado, los indicadores externos serán empleados para medir la opinión explícita de los clientes sobre el servicio que reciben, y por consiguiente, su satisfacción o insatisfacción con el servicio. La evaluación estará basada en el empleo de cuestionarios aplicados directamente a los residentes, que permitirán obtener información sobre la evolución de la calidad del servicio, compararlo con la situación de los principales competidores, segmentar a los clientes en función de cómo valoran la calidad recibida y evaluar las percepciones de los residentes acerca de la calidad de servicio de los distintos departamentos.

CAPITULO 6

6. PLAN FINANCIERO

Este capítulo tiene como finalidad determinar la inversión necesaria para poner en marcha la residencia, los presupuestos de ingresos y egresos operativos para posteriormente evaluar el potencial económico de la creación de la misma.

Adicionalmente, se presentarán los estados financieros proyectados para un horizonte de tiempo de ocho años con el objeto de analizar la situación económica del proyecto.

Finalmente, se evaluará la rentabilidad del proyecto a través de los criterios del VAN y la TIR y se realizará un análisis de sensibilidad considerando cambios en las variables que influyen de manera significativa en la rentabilidad del proyecto, para tener una visión más amplia de los resultados económicos futuros.

6.1 Inversión Inicial

Se estima una inversión inicial para el proyecto de USD $ 1.350.876, según se detalla a continuación:

Tabla 5.- Inversión Inicial de la Residencia

ACTIVOS	COSTO
Terreno	$ 300,000
Edificio	$ 937,500
Muebles de Oficina	$ 3,907
Equipos de Oficina	$ 2,233
Muebles de Habitaciones	$ 44,800
Colchones	$ 16,600
Ilumininación	$ 948
Ascensor (6 personas)	$ 35,000
Planta Generadora de Luz (50 Kw - 75 Kw)	$ 8,700
Extintores	$ 600
Gastos de Constitución	$ 588
TOTAL	**$ 1,350,876**

Fuente: *Elaboración la autora*

6.2 Descripción de Activos

6.2.1 Activos Fijos

Dada las características de capacidad de alojamiento y calidad en la oferta de servicio, los requerimientos de bienes muebles deben cubrir:

- **Área de habitaciones**, con capacidad de alojamiento para 200 estudiantes universitarios, distribuidos en 40 habitaciones simples y 160 habitaciones dobles.

Tabla 6.- Activos Fijos del Área de Habitaciones

ACTIVOS FIJOS DEL AREA DE HABITACIONES			
Descripción	**Cantidad**	**Precio**	**Total**
Colchón 1 ½	200	$83.00	$16,600.00
Base de colchón	200	$32.00	$6,400.00
Velador	200	$27.00	$5,400.00
Estructura para Armario	200	$39.00	$7,800.00
Mesa de Estudio	200	$75.00	$15,000.00
Silla	200	$19.00	$3,800.00
Ventilador de techo	200	$32.00	$6,400.00
Focos ahorradores 20W	600	$0.65	$390.00
Total			**$55,000.00**

Fuente: *Elaboración la autora*

- **Área de servicios**, que comprenden los servicios concesionados de restaurante, lavandería y cyber/centro de copiado/cabinas, los cuales serán equipados en su totalidad por los proveedores de estos servicios. Por otra parte, el servicio de sala de estudios será proporcionado por la residencia de manera gratuita, con capacidad para 50 personas y cobertura de wi-fi en el área.

Tabla 7.- Activos Fijos del Área de Servicios

SALA DE ESTUDIOS			
Descripción	**Cantidad**	**Precio**	**Total**
Mesa de estudio para 6 personas	4	$125.00	$500.00
Silla	50	$19.00	$950.00
Ventilador de techo	6	$32.00	$192.00
Focos 23W	10	$0.80	$8.00
Ruteador Netgear hasta 300 Mbps	1	$199.00	$199.00
Total			**$1,849.00**

Fuente: *Elaboración la autora*

- **Área Administrativa**, que comprenden las áreas de: Administración General, Financiero-Contable, Admisiones y Recepción. Adicionalmente, se deben considerar las instalaciones de la residencia que comprenden áreas comunes, corredores, pasillos y escaleras.

Tabla 8.- Activos Fijos del Área Administrativa

AREA ADMINISTRATIVA			
Descripción	**Cantidad**	**Precio**	**Total**
Computador (incluye CPU, Monitor, Teclado, Mouse, Parlantes, Headset y Cámara web	4	$383.00	$1,532.00
Impresora Multifuncional	1	$222.00	$222.00
Estación de trabajo (Escritorio, silla, archivador)	3	$220.00	$660.00
Teléfono/Fax	2	$140.00	$280.00
Counter para recepción y Silla	1	$195.00	$195.00
Silla de espera	12	$19.00	$228.00
Linea Telefónica Comercial	2	$134.40	$268.80
Aires Acondicionados 18000 BTU	2	$591.00	$1,182.00
Tubos Fluorescentes 40W	100	$3.50	$350.00
Total			**$3,117.00**
INSTALACIONES			
Extintores (capacidad 10lbs)	25	$24.00	$600.00
Focos 23W	250	$0.80	$200.00
			$800.00

Fuente: *Elaboración la autora*

Adicionalmente, en el Anexo 21 se presenta la tabla de depreciación de los activos fijos en el horizonte de planeación de ocho años.

6.2.2 Activos Diferidos

Los activos diferidos están compuestos por los Gastos de Constitución en los cuales debe incurrir la residencia para iniciar sus actividades. Cabe mencionar que no se considerarán los gastos por concepto de permisos, tasas y demás trámites requeridos para el funcionamiento, ya que éstos últimos están incluidos en el costo del terreno.

Tabla 9.- Activos Diferidos

DESCRIPCION DE ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	
Honorario por elaboración de Minuta	$35.00
Elevación de Minuta a Instrumento Publico	$50.00
Inscripción en el Registro Mercantil	$60.00
Publicación del extracto en diario El Telegrafo	$300.00
Inscripción de la compania y nombramientos en la Super de Cias	$0.00
Afiliación a la Camara de Comercio de Guayaquil	$142.88
Total	**$587.88**

Fuente: *Elaboración la autora*

6.3 Estructura de Capital y Financiamiento

La estructura de capital y financiamiento del presente proyecto está distribuida de la siguiente manera:

Tabla 10.- Estructura de Capital y Financiamiento

	Porcentaje	Valor
Capital Propio	30%	$400,876
Prestamo	70%	$950,000
Inversion Total	100%	$1,350,876

Fuente: *Elaboración la autora*

- El 70% del financiamiento se realizara mediante una linea de credito multisectorial otorgada por la Corporacion Financiera Nacional (CFN), que estara destinada a la financiacion de los activos fijos de la residencia: terreno, bienes muebles e inmuebles y construccion. El prestamo se realizara por un monto de USD $ 950.000, amortizados en un plazo de 10 años, a un tasa de 4.61% semestral, con pagos semestrales fijos, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 11.- Tabla de Amortización del Préstamo

No. Cuota	Pago Capital	Intereses	Cuota	Saldo Capital
0				$ 950,000.00
1	$ 37,925.42	$ 21,897.50	$ 59,822.92	$ 912,074.58
2	$ 38,799.60	$ 21,023.32	$ 59,822.92	$ 873,274.97
3	$ 39,693.94	$ 20,128.99	$ 59,822.92	$ 833,581.04
4	$ 40,608.88	$ 19,214.04	$ 59,822.92	$ 792,972.16
5	$ 41,544.92	$ 18,278.01	$ 59,822.92	$ 751,427.24
6	$ 42,502.53	$ 17,320.40	$ 59,822.92	$ 708,924.72
7	$ 43,482.21	$ 16,340.71	$ 59,822.92	$ 665,442.51
8	$ 44,484.47	$ 15,338.45	$ 59,822.92	$ 620,958.03
9	$ 45,509.84	$ 14,313.08	$ 59,822.92	$ 575,448.19
10	$ 46,558.84	$ 13,264.08	$ 59,822.92	$ 528,889.35
11	$ 47,632.02	$ 12,190.90	$ 59,822.92	$ 481,257.33
12	$ 48,729.94	$ 11,092.98	$ 59,822.92	$ 432,527.38
13	$ 49,853.17	$ 9,969.76	$ 59,822.92	$ 382,674.22
14	$ 51,002.28	$ 8,820.64	$ 59,822.92	$ 331,671.93
15	$ 52,177.89	$ 7,645.04	$ 59,822.92	$ 279,494.05
16	$ 53,380.59	$ 6,442.34	$ 59,822.92	$ 226,113.46
17	$ 54,611.01	$ 5,211.92	$ 59,822.92	$ 171,502.46
18	$ 55,869.79	$ 3,953.13	$ 59,822.92	$ 115,632.66
19	$ 57,157.59	$ 2,665.33	$ 59,822.92	$ 58,475.07
20	$ 58,475.07	$ 1,347.85	$ 59,822.92	$ 0.00

Fuente: *Elaboracion la autora*

- El restante 30%, que equivale a USD $ 400.876, será financiado mediante capital propio de los inversionistas.

6.4 Supuestos de Proyección

6.4.1 Demanda Proyectada

La demanda del presente proyecto se estimó en base a los resultados obtenidos en la investigación de mercado, que arrojaron un nivel de aceptación del 60.67% de un mercado objetivo compuesto actualmente por 9.651 estudiantes universitarios provenientes de provincia que estudian en la ESPOL, Católica o Estatal.

Tabla 12.- Demanda Proyectada de la Residencia

Mercado Objetivo	9.651 estudiantes universitarios de provincia
% de Aceptación en el Mercado	60.67%
Clientes Potenciales	5.855 estudiantes universitarios de provincia

Fuente: *Elaboracion la autora*

A pesar de la considerable cantidad de clientes potenciales que tiene el proyecto, se estimó que al finalizar el primer año se alcanzará un nivel de ocupación del 80%, dado que se trata de una oferta de servicio nueva en el sector de alojamiento y que recién se introduce en el mercado local buscando posicionamiento.

La residencia iniciará la promoción de la oferta de alojamiento en el mercado local, de manera simultánea al inicio de la construcción de la edificación. Una vez que sea inaugurado el inicio de las actividades, se espera recibir una demanda inicial de 50 residentes en el primer mes, cifra que se irá incrementando hasta alcanzar el nivel máximo de ocupación de 200 residentes, estimado para el segundo año de actividades.

La etapa de selección de los proveedores de servicios de restaurante, cyber/centro de copiado/cabinas y lavandería, se definirá previa a la etapa de construcción de la residencia, con el objetivo de ofrecer estos servicios a todos los residentes, desde el inicio de las actividades de la residencia.

6.4.2 Ingresos Proyectados

Determinada la proyección de la demanda, se calculan los ingresos totales proyectados de la residencia por concepto de alojamiento para el horizonte de planeación de ocho años. Adicionalmente, se suman los ingresos fijos anuales por concepto de alquiler de los espacios físicos destinados a la oferta de servicios.

Tabla 13.- Ingresos Anuales de la Residencia

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Habitaciones	$188,290	$389,664	$393,600	$393,600	$393,600	$393,600	$393,600	$393,600
Alquiler	$32,400	$32,400	$32,400	$32,400	$32,400	$32,400	$32,400	$32,400
Total	**$220,690**	**$422,064**	**$426,000**	**$426,000**	**$426,000**	**$426,000**	**$426,000**	**$426,000**

Fuente: *Elaboracion la autora*

6.4.3 Egresos Proyectados

Para establecer la proyección de los egresos al horizonte de planificación especificado (ocho años), se establece como supuesto que el valor de los gastos crecerá acorde a la tasa de inflación proyectada que es del 3% para cada año.

Tabla 14.- Egresos Anuales de la Residencia

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Gasto de Sueldos	$39,046	$40,217	$41,423	$42,666	$43,946	$45,265	$46,623	$48,021
Gasto de Servicios Basicos	$250	$258	$266	$274	$282	$290	$299	$308
Gasto de Servicios de Internet	$65	$67	$69	$71	$73	$75	$78	$80
Gasto de Publicidad	$239	$246	$253	$261	$269	$277	$285	$294
Gasto de Insumos de Oficina	$61	$63	$65	$67	$69	$71	$73	$75
Gasto de Insumos de Limpieza	$125	$129	$133	$137	$141	$145	$149	$154
Gasto de Uniformes	$600	$618	$637	$656	$675	$696	$716	$738
Costo Variable por S. Basico	$7,255	$15,014	$15,165	$15,165	$15,165	$15,165	$15,165	$15,165
Total Gastos Fijos	**$47,641**	**$56,611**	**$58,011**	**$59,296**	**$60,620**	**$61,984**	**$63,388**	**$64,835**

Fuente: *Elaboracion la autora*

6.5 Plan de Gastos de Personal

El plan proyectado de gastos de personal de la residencia universitaria, se determinó considerando los requerimientos mínimos de personal en cada área, el cual puede presentar variaciones futuras dependiendo de las necesidades operativas o administrativas, ligadas al comportamiento de la demanda del servicio.

Adicionalmente, el sueldo mensual para cada uno de los cargos considerados dentro del cálculo de los gastos de personal, se estableció acorde a los sueldos referenciales que se ofrecen en el mercado local, para puestos de iguales o similares funciones, tomando en cuenta las responsabilidades asignadas y el grado de complejidad de las mismas. A continuación, se presenta el plan de gastos de personal:

Tabla 15.- Plan de gastos de personal

PERSONAL A CONTRATAR (CARGO)	CANTIDAD DE PERSONAL REQUERIDO	AREA	SUELDO MENSUAL	GASTO ANUAL EN PERSONAL	BENEFICIOS SOCIALES	GASTO ANUAL EN PERSONAL + BENEFICIOS SOCIALES
ADMINISTRADOR GENERAL	1	ADMINISTRACIÓN GENERAL	US$500.00	US$6,000.00	US$1,260.75	US$7,260.75
CONTADOR GENERAL	1	ADMINISTRATIVO – CONTABILIDAD, PRESUPUESTO Y PROVEEDURÍA	US$400.00	US$4,800.00	US$1,048.60	US$5,848.60
SECRETARIA - ASISTENTE	1	ADMINISTRATIVO - ADMISIONES	US$250.00	US$3,000.00	US$730.38	US$3,730.38
RECEPCIONISTA – SECRETARIA	1	ADMINISTRATIVO - GENERAL	US$250.00	US$3,000.00	US$730.38	US$3,730.38
CONSERJES	4	OPERATIVO – MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	US$800.00	US$9,600.00	US$1,897.20	US$11,497.20
GUARDIAS DE SEGURIDAD	2	OPERATIVO – SEGURIDAD	US$480.00	US$5,760.00	US$1,218.32	US$6,978.32
TOTAL	10		US$2,680.00	US$32,160.00	US$6,885.62	US$39,045.62

***Fuente:** Elaboración la autora*

6.6 Estados Financieros Proyectados

6.6.1 Estado de Resultados

Establecida la inversión, los ingresos y gastos que genera el proyecto, se presenta a continuación, el Estado de Resultados correspondiente a las operaciones de los ocho primeros años, en el cual se refleja los ingresos y gastos operativos en se incurrirá durante el periodo de análisis *(Ver Anexo 22.- Estado de Resultados).*

6.6.2 Balance General

El Balance General del proyecto correspondiente al primer año de operaciones, en el cual se refleja el total de activos, pasivos y patrimonio de la residencia generados en el periodo de análisis *(Ver Anexo 23.- Balance General correspondiente al primer año).*

6.6.3 Flujo de Caja

El flujo de caja del proyecto se realizó tomando como tiempo base un horizonte de planeación de ocho años. Este estado financiero refleja los movimientos de ingresos, egresos y la disponibilidad de fondos de los primeros ocho años de operaciones de la residencia *(Ver Anexo 24.- Flujo de Caja)*. La proyección del flujo de caja se empleará para el calculo de la VAN y el TIR del proyecto.

6.7 Análisis de VAN y TIR

6.7.1 Tasa de Descuento

Para calcular el VAN del proyecto hay que obtener primero la tasa de descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja de un proyecto, la cual corresponde a la rentabilidad que los inversionistas exigen por renunciar a un uso alternativo de estos recursos, en proyectos con niveles de riesgos similares, lo que se denomina como costo de oportunidad.

Representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto, según su riesgo, de tal manera que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con préstamos y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido.

Para el cálculo de la tasa de descuento, se aplicó la fórmula del costo total promedio ponderado (CCPP) o (Rk):

$$rk = rd\,(1 - T)(L) + re(1 - L)$$

Donde:

L: Nivel de endeudamiento	70%
(1 – L): Capital propio	30%
rd: Rentabilidad de la deuda	9.22%
T: Tasa de impuesto corporativo	25%
re: TMAR o rendimiento del accionista	

Para hallar la TMAR se aplica la fórmula del CAPM:

$$re = rf + \beta(rm - rf) - \Delta\, riesgo_{país}$$

Donde:

rf: Tasa libre de riesgo	2.89%	10-Yr Bond
rm: Tasa de Mercado	6.76%	S&P 500
Δ riesgo pais	39.28%	3.928 puntos base
B	1.22%	sector REIT – Residential

Reemplazando en fórmula de CAPM:

re = 0.0289 + 0.0122*(0.0676 - 0.0289) + 0.3928

re = 42.22%

Reemplazando en fórmula de CCPP

$rk = 0.0922*(1 - 0.25)*(0.70) + 0.2219*(1 - 0.70)$

$rk = 17.51\%$

El resultado obtenido de 17.51% es el costo de capital promedio ponderado y representa la tasa mínima de rentabilidad que debería generar el proyecto, para poder pagarle una tasa del 9.22% anual al 70% de sus inversionistas y el 42.22% al 30% de sus accionistas.

6.7.2 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión, para ello se toma en cuenta los ingresos y egresos descontados a la tasa de rendimiento que los inversionistas requerirán por haber asumido el riesgo de implementar el proyecto.

El Valor Actual Neto del proyecto, descontado a una tasa del 17.51% asciende a USD $167.416,51 el cual es mayor a cero y por lo tanto se concluye que es conveniente la realizacion del proyecto, ya que el mismo es rentable para el horizonte de planeacion de ocho años.

6.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es el rendimiento esperado de un proyecto de inversión. Se requiere que esta tasa sea mayor a la tasa de descuento para poder determinar que el proyecto es rentable para el inversionista.

La TIR obtenida en el flujo de caja proyectado a ocho años es de 23.79%, la misma que supera la tasa de descuento que es de 17.51%. Por lo tanto se puede concluir que el proyecto es rentable.

6.7.4 Retorno de la Inversión

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 7 años.

Tabla 16.- Retorno de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION				
Período	**Saldo de Inversión**	**Flujo de Efectivo**	**Rentabilidad Exigida**	**Recuperación Inversión**
1	$516,376.24	$19,706.86	$3,449.82	$16,257.05
2	$500,119.19	$132,742.72	$23,237.50	$109,505.23
3	$390,613.97	$132,059.75	$23,117.94	$108,941.81
4	$281,672.15	$129,860.02	$22,732.86	$107,127.16
5	$174,544.99	$127,555.70	$22,329.47	$105,226.23
6	$69,318.76	$122,867.10	$21,508.70	$101,358.40
7	-$32,039.64	$121,464.34	$21,263.14	$100,201.20
8	-$132,240.84	$1,012,246.81	$177,200.53	$835,046.28

Fuente: *Elaboración la autora*

6.8 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite apreciar la sostenibilidad financiera que pudiera tener el proyecto frente a diversas variaciones de los principales componentes del flujo de caja y así verificar el grado de afectación a la TIR y VAN del proyecto.

Para ello, se establece un análisis de punto de quiebre, que permite determinar la cuantía en la que puede cambiar una variable hasta que su VAN se vuelva negativo.

Los factores considerados como críticos o de mayor relevancia para análisis de sensibilidad del proyecto son: los ingresos, los gastos operativos y la inversión inicial. En la siguiente tabla se puede apreciar el resumen de los resultados de las variaciones en la TIR y la VAN, ante tres diferentes escenarios:

Tabla 17.- Análisis de Sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
ESCENARIO	**VARIACION**	**VAN**	**TIR**	**ANALISIS**
DISMINUCION DE INGRESOS	5%	$119,824.24	22.00%	SE ACEPTA
	10%	$72,231.97	20.22%	SE ACEPTA
	15%	$24,639.70	18.43%	SE ACEPTA
	20%	**-$22,952.56**	16.64%	**SE RECHAZA**
	PUEDE DISMINUIR HASTA 17.59%			
AUMENTO DE LOS GASTOS OPERATIVOS	5%	$159,084.58	23.47%	SE ACEPTA
	10%	$150,752.65	23.16%	SE ACEPTA
	15%	$142,420.72	22.85%	SE ACEPTA
	20%	$134,088.79	22.53%	SE ACEPTA
	PUEDE AUMENTAR HASTA 100.47%			
AUMENTO DE LA INVERSION INICIAL	5%	$141,597.70	22.65%	SE ACEPTA
	10%	$115,778.89	21.58%	SE ACEPTA
	15%	$89,960.07	20.57%	SE ACEPTA
	20%	$64,141.26	19.63%	SE ACEPTA
	PUEDE AUMENTAR HASTA 32.42%			

Fuente: *Elaboración la autora*

En el primer escenario se observa que ante ligeras variaciones negativas en los ingresos de la residencia, ya sea por reducción de la demanda o por reducción de los precios, la TIR y la VAN se ven afectadas significativamente, pudiendo disminuir este rubro hasta un 17.59%, ya que a partir de este límite, la TIR se vuelve menor que la Tasa de Descuento y la VAN se torna negativa, por lo que el proyecto ya no sería factible financieramente.

En el segundo escenario se observa que los ligeros incrementos porcentuales en los gastos operativos, no afectan significativamente a la TIR y la VAN, pudiendo este rubro aumentar hasta en un 100.47% para que el proyecto siga siendo aun rentable.

Finalmente, en el tercer escenario se observa que los incrementos porcentuales en la inversión inicial, afectan moderadamente a la TIR y la VAN, pudiendo este rubro aumentar hasta en un 32.42% para que el proyecto pueda seguir siendo sostenible financieramente.

CONCLUSIONES

- La Residencia Universitaria surge de la necesidad de alojamiento de un creciente número de estudiantes universitarios provenientes de provincias y ciudades localizadas fuera de la ciudad de Guayaquil, cuya demanda ha sido atendida ineficientemente por la oferta local actual, generándose un mercado potencial y una atractiva oportunidad de negocio en el sector de alojamiento de larga estancia.

- Las metodologías de la investigación de mercado aplicadas para el presente proyecto, permitieron determinar el tamaño del mercado potencial, los servicios complementarios más relevantes para los clientes potenciales y las características deseadas en la oferta de servicio.

- La viabilidad del presente proyecto está basado en el enfoque del plan estratégico y el plan comercial que recalca la diferenciación de la oferta del servicio, como punto clave para el posicionamiento la oferta en el mercado local.

- El plan operativo de la residencia está orientado hacia la gestión y mejora continua de la calidad del servicio. Adicionalmente, se considera clave la selección de la ubicación y la infraestructura óptima para generar ventaja competitiva perdurable en el mercado local a largo plazo y cumplir con las expectativas estratégicas, comerciales, operativas y financieras del proyecto.

- El proyecto es factible y sostenible financieramente, dado los resultados del análisis de la VAN y la TIR, que permitieron establecer que la residencia genera rentabilidades superiores a las exigidas por los inversionistas para proyectos similares, estimándose un periodo de recuperación de la inversión de 7 años.

RECOMENDACIONES

- La residencia deberá concentrar sus esfuerzos en establecer un posicionamiento visiblemente definido por la estrategia de diferenciación de los servicios ofrecidos, incluyendo en la oferta, atributos que generen valor agregado que sea percibido por el mercado objetivo, para distarse notoriamente de los competidores directos y sustitutos.

- Mantener un sistema de información actualizado de los residentes, proveedores, competencia y otras variables de mercado, de tal forma que a partir de una base de datos constantemente actualizada se pueda reaccionar ante diversas variaciones del mercado o de los clientes.

- Llevar un adecuado control de calidad de todos servicios que se ofrecen en la residencia, a fin de garantizar la satisfacción de las necesidades del residente.

- Mantener y mejorar continuamente la calidad y variedad de los servicios ofrecidos, emprendiendo acciones habituales de posicionamiento que capten constantemente la atención de los residentes y se adapten a variaciones de los gustos y preferencias de los clientes potenciales, mediante estar pendiente del comportamiento del consumidor para ofrecer siempre un servicio que supere las expectativas del residente, incremente su fidelidad y genere reacciones positivas por parte del mercado.

- Considerar la alternativa de incrementar en el largo plazo, los servicios ofrecidos, para mantener la fidelidad, incrementar el valor agregado y por consiguiente considerar un incremento en el precio del servicio.

- Analizar la posibilidad de invertir a largo plazo, en la ampliación de la capacidad de alojamiento de la residencia o la creación de nuevas residencias en otros sectores de la ciudad, con la finalidad de cubrir otros segmentos de la creciente población universitaria y aprovechar la rentabilidad de los proyectos de este género.

BIBLIOGRAFÍA

Textos:

- HAIR J., BUSH R., ORTINAU D., *"Investigación de Mercados",* Segunda Edición, 2004.
- ROBERT S. PINDYCK, DANIEL L. RUBINFELD, *"Microeconomía",* Quinta Edición, 2001.
- KOTLER PHILIP, GARY ARMSTRONG, *"Marketing"*, Décima Edición, 2004.
- KERIN R., BERKOWITZ E., HARTLEY S., RUDELIUS W., *Marketing,* Séptima edición, McGraw-Hill, 2004.
- KOTLER PHILIP, *Los 10 pecados capitales del marketing*, Deusto, 2006.
- HORNGREN, SUNDEM, ELLIOTT, *"Introducción a la Contabilidad Financiera"*, Séptima edición, 2000.
- SAPAG CHAIN, NASSIR Y SAPAG CHAIN, "Preparación y Evaluación de Proyectos", Cuarta edicion, Mc Graw Hill, 2000.

Páginas de Internet:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): http://www.inec.gov.ec
- Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP): http://www.conesup.net
- Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA): www.conea.net
- Banco Central del Ecuador (BCE): www.bce.fin.ec
- Centro de Estudios de Población y Desarrollo social (CEPAR): www.cepar.org
- Superintendencia de Compañías: www.supercias.gov.ec

- Corporación Financiera Nacional del Ecuador (CFN): www.cfn.fin.ec
- Federación Hotelera del Ecuador: www.hotelesecuador.com.ec
- Yahoo! Finance: www.finance.yahoo.com

ANEXOS

ANEXO 1

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA Miles de dólares					
Ramas de actividad \ Años	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
		(sd)	**(p)**	**(prev)**	**(prev)**
A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	**2,462,811**	**2,790,042**	**3,026,977**	**3,333,601**	**3,366,900**
B. Explotación de minas y canteras	**5,396,171**	**6,539,760**	**7,480,889**	**8,782,705**	**5,071,752**
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petroleo)	**3,295,962**	**3,697,641**	**4,081,430**	**4,584,934**	**4,832,259**
D. Suministro de electricidad y agua	**541,106**	**538,496**	**610,907**	**695,129**	**733,883**
E. Construcción y obras públicas	**3,099,723**	**3,822,000**	**4,162,006**	**5,260,751**	**5,613,642**
23. Construcción	3,099,723	3,822,000	4,162,006	5,260,751	5,613,642
F. Comercio al por mayor y al por menor	**4,402,323**	**4,822,321**	**5,357,175**	**6,163,933**	**6,598,520**
G. Transporte y almacenamiento	**2,861,705**	**3,039,363**	**3,106,832**	**3,467,735**	**3,621,494**
H. Servicios de Intermediación financiera	**895,357**	**1,086,617**	**1,121,868**	**1,249,121**	**1,284,097**
I. Otros servicios	**10,118,180**	**11,186,777**	**12,232,997**	**13,480,237**	**14,258,586**
27. Otros servicios	10,118,180	11,186,777	12,232,997	13,480,237	14,258,586
J. Servicios gubernamentales	**1,945,857**	**2,147,631**	**2,396,406**	**2,825,255**	**3,020,593**
K. Servicio doméstico	**48,163**	**53,680**	**60,804**	**62,887**	**65,097**
Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente	-783,616	-1,005,368	-1,147,967	-1,174,967	-1,257,342
Otros elementos del PIB	**2,903,200**	**3,044,270**	**3,299,050**	**3,841,167**	**3,896,689**
PRODUCTO INTERNO BRUTO	**37,186,942**	**41,763,230**	**45,789,374**	**52,572,486**	**51,106,170**

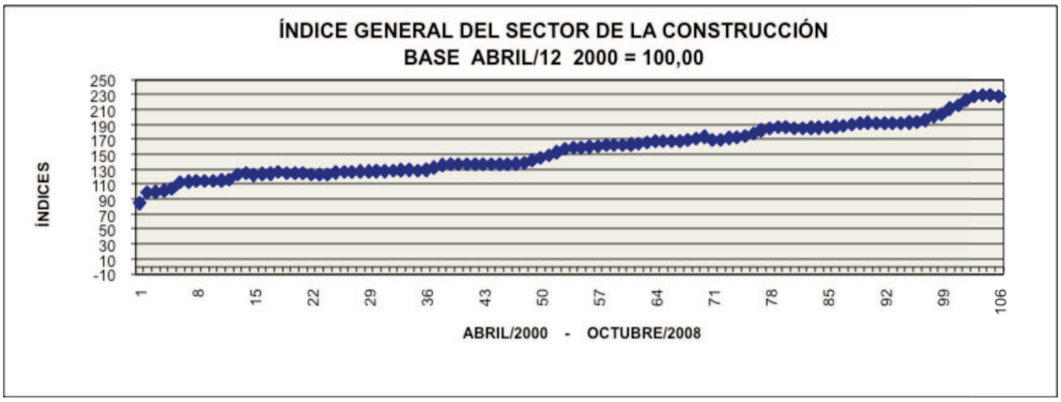
(sd) cifras semidefinitivas.

(p) cifras provisionales
(prev) cifras de previsión.

Fuente: *BCE*

ANEXO 2

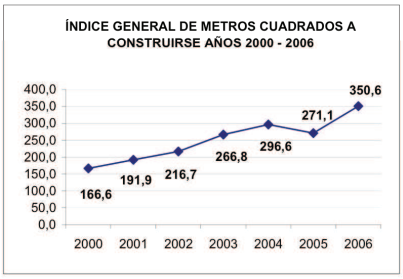
ESTADÍSTICAS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

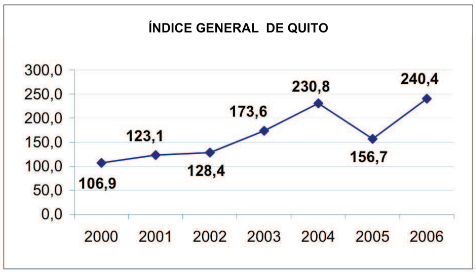


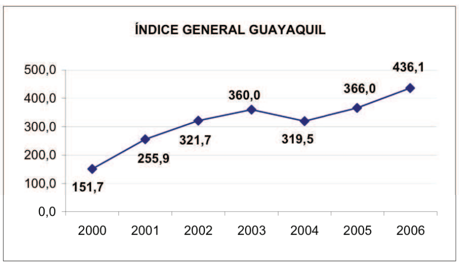
Fuente: INEC

ÍNDICE DE METROS CUADRADOS A CONSTRUIRSE
(PROMEDIO 1972 = 100)

AÑOS	ÍNDICE GENERAL	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	AMBATO	RIOBAMBA	MACHALA
2000	166,6	106,9	151,7	659,2	490,6	49,6	176,4
2001	191,9	123,1	255,9	536,2	373,1	22,0	128,2
2002	216,7	128,4	321,7	607,0	362,0	14,2	98,7
2003	266,8	173,6	360,0	642,2	466,2	124,5	308,6
2004	296,6	230,8	319,5	806,6	412,9	225,8	175,9
2005	271,1	156,7	366,0	736,9	573,3	176,6	352,2
2006	350,6	240,4	436,1	823,8	637,6	143,9	649,6



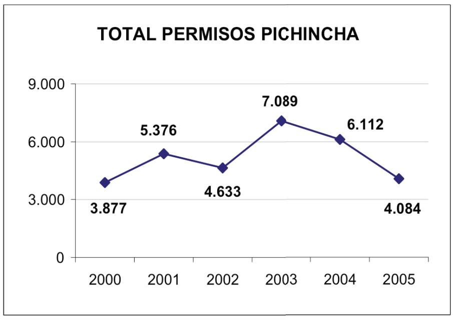


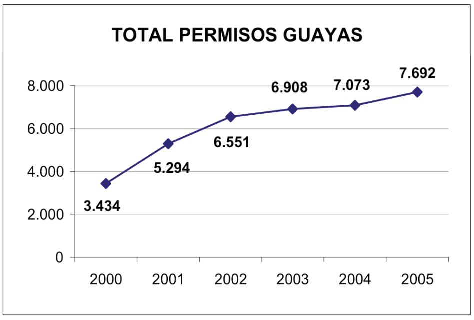


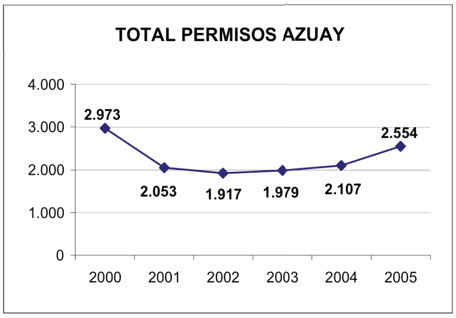
Fuente: INEC

TOTAL DE PERMISOS CON PROPÓSITO DE CONSTRUCCIÓN EN PRINCIPALES PROVINCIAS DEL PAÍS

AÑOS	PICHINCHA	GUAYAS	AZUAY
2000	3.877	3.434	2.973
2001	5.376	5.294	2.053
2002	4.633	6.551	1.917
2003	7.089	6.908	1.979
2004	6.112	7.073	2.107
2005	4.084	7.692	2.554







Fuente: INEC

ANEXO 3
MARCO DE REFERENCIA DEL PROYECTO

Considerando que el conocimiento es esencial para el desarrollo, la generación de riqueza y que además contribuye al bienestar y libertad de las sociedades, las instituciones de Educación Superior y en especial las Universidades, desempeñan un rol de suma importancia en la formación de recursos humanos del más alto nivel y en la creación, desarrollo, transferencia y adaptación de tecnología de manera que lo que ellas hacen para responder adecuadamente a los requerimientos de la sociedad moderna se constituye en un imperativo estratégico para el desarrollo nacional.

El sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanística; además de la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas, con la finalidad de construir soluciones para los problemas del país en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Actualmente el Ecuador cuenta con 70 universidades a nivel nacional, según los registros del Consejo Nacional de Educación Superior, algunas de ellas poseen infraestructura de alta tecnología, laboratorios, sitios de entrenamiento (físico y mental) y espacios amplios de investigación. Estas características incentivan a los jóvenes recién graduados de sus colegios a incursionar en los estudios superiores, con la finalidad de poder acceder a plazas de trabajo que ofrezcan mejores aspiraciones salariales.

El crecimiento económico de la ciudad de Guayaquil, ha influido en la concentración de mayores centros universitarios en la urbe, lo que ha generado un significativo movimiento migratorio interno de jóvenes hacia la urbe, motivados por una mayor cantidad y variedad de la oferta académica de la Educación Superior y mejores condiciones de desarrollo tecnológico, científico, infraestructura y pensum académico de estas universidades.

Cabe recalcar que el desarrollo de proyectos de residencias universitarias a nivel nacional ha tenido un crecimiento lento, dentro del cual, la ciudad de Quito es la que ha mostrado mayores avances. Sin embargo, en la ciudad de Guayaquil, esta alternativa inmobiliaria ha sido escasamente explotada y desarrollada, por lo que la oferta actual en el área de residencias que se ofrece para estudiantes universitarios es muy reducida, y no cubre las necesidades reales del mercado de estudiantes que se desplazan a Guayaquil provenientes de distintos lugares del país, cuyas necesidades de alojamiento han sido insuficientemente atendidas por la oferta local y no han sido consideradas por las universidades de la ciudad, para el desarrollo de proyectos inmobiliarios que cubran esta demanda.

Por lo tanto, considerando el análisis situacional del sector, se concluye que la creación de proyectos inmobiliarios de residencias universitarias en la ciudad de Guayaquil, constituiría una rentable oportunidad de negocio sostenible a largo plazo.

ANEXO 4
FÓRMULA PARA DETERMINAR EL TAMAÑO MUESTRAL

Para determinar el tamaño muestral de la investigación de mercado, se realizó el cálculo de la muestra, obteniéndose los siguientes resultados:

N	9651	
Z	90%	1.65
E	5	
P	50	
Q	50	
n = muestra	**265**	**Estudiantes**

Como el total de nuestra población es menor a 100000 personas se aplicó la fórmula de la POBLACION FINITA.

$$n = z^2pqN/(e^2(N-1)+ z^2pq) = 265$$

Dándonos como resultado 265 encuestas a realizar, pero para la obtención de una mayor cantidad de datos que mejoren los resultados de las conclusiones de la investigación de mercado, se decidió realizar un total 300 encuestas, las cuales se distribuyeron en 100 encuestas en cada una de las universidades objeto de la investigación.

ANEXO 5

FORMATO DE ENCUESTA

ENCUESTA

Este cuestionario forma parte de un proyecto de investigación de mercado elaborado por un grupo de estudiantes de la ESPOL. El propósito es identificar las necesidades, gustos y preferencias de los estudiantes universitarios que no viven en la ciudad de Guayaquil y su opinión acerca de creación de un **Complejo Habitacional para estudiantes universitarios.** El llenado de la encuesta le tomará sólo de 5 a 10 minutos. Agradecemos su tiempo para el desarrollo de este proyecto.

---

1. Género: Masculino____ Femenino____
2. Edad: ____ años
3. ¿De donde proviene? Provincia:______________ Ciudad: _________________
4. ¿Vive en Guayaquil? Sí____ No____
5. ¿En qué sector de la ciudad?

   Norte____ Centro____ Sur____ No vive en Guayaquil____
6. En Guayaquil, actualmente usted:

   a. Vive en casa de un familiar ____
   b. Vive en casa de un amigo ____
   c. Vive en pensionado ____
   d. Alquila un cuarto/departamento ____
   e. Vive en residencia estudiantil ____
   f. No vive en la ciudad, viaja diariamente ____
7. ¿Le interesaría alquilar una habitación en un Complejo Habitacional para universitarios que además ofrezca servicios como: restaurante, lavandería, canchas deportivas, sala de juegos, cyber/centro de copiado/cabinas, internet inalámbrico, gimnasio, sala de estudios, dispensario medico, garaje, librería, entre otros? Sí____ No____

   SI SU RESPUESTA ANTERIOR FUE AFIRMATIVA CONTINÚE CON LA SIGUIENTE PREGUNTA. SI SU RESPUESTA FUE NEGATIVA, AQUÍ TERMINA LA ENCUESTA.

8. Si alquilara una habitación en el Complejo Habitacional, ¿cuál sería la importancia que tendría las siguientes características? En una escala del 1 al 5, ordene su respuesta de acuerdo al nivel de importancia, siendo: 1) Muy importante, 2) Moderadamente importante, 3) Importante, 4) Poco Importante, 5) Indiferente.

   Precio ____
   Comodidad/Infraestructura ____
   Cercanía a la Universidad ____
   Seguridad ____
   Accesibilidad ____

9. ¿Qué tipo de habitación le interesaría alquilar? Escoja sólo una de las siguientes opciones:
   Individual ____
   Doble ____
   Múltiple ____
10. ¿Estaría dispuesto a pagar entre $120 - $150 mensual por alquilar una habitación individual (con baño individual, cama, clóset y mesa de estudio) en un complejo habitacional? Sí____ No____
11. ¿Estaría dispuesto a compartir una habitación para pagar menos por el alquiler?
   Sí____ No____
12. ¿Estaría dispuesto a compartir la habitación con personas del género opuesto?
   Sí____ No____
13. De los servicios ofrecidos en el Complejo Habitacional, especifique cuál sería la frecuencia de uso, siendo: 1) Todos los días, 2) Dos o tres veces a la semana, 3) Una vez a la semana, 4) De vez en cuando, 5) Muy rara vez.

	FRECUENCIA DE USO
a. Restaurante	____
b. Lavandería	____
c. Canchas deportivas	____
d. Sala de juegos	____
e. Cyber/Centro de copiado/Cabinas	____
f. Internet Inalámbrico	____
g. Gimnasio	____
h. Sala de estudios	____
i. Librería	____
j. Dispensario médico	____
k. Garaje	____
l. Otros (especifique)_________________	____

14. Utilizaría estos servicios si tienen costos adicionales que no están incluidos en el alquiler de la habitación? (excepto la sala de estudios, la sala de juegos, el dispensario médico y las canchas deportivas)
   Sí____ No____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN. LA ENCUESTA HA CONCLUIDO.

ANEXO 6
TAMAÑO DEL MERCADO POTENCIAL

El mercado potencial de proyecto está compuesto por estudiantes universitarios de las universidades Estatal de Guayaquil, Católica de Guayaquil y ESPOL, que provienen de ciudades o provincias fuera de la ciudad de Guayaquil, obteniéndose los siguientes resultados:

UNIVERSIDAD	TOTAL DE ESTUDIANTES	TOTAL DE ESTUDIANTES DE PROVINCIA	% DEL TOTAL DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD
GUAYAQUIL	21.984	3.850	17,51%
CATOLICA	10.564	3.355	31,76%
ESPOL	11.748	2.446	20,82%
TOTAL ESTUDIANTES DE PROVINCIA		**9.651**	Estudiantes

Fuente: *Elaboración la autora*

Se determinó que existe un mercado potencial compuesto por 9.651 estudiantes provenientes de diferentes provincias que estudian en las universidades: Católica (con el 23,48%), Estatal de Guayaquil (con el 41,73%) y ESPOL (con el 34,79%). En tal virtud, el desarrollo de este proyecto nace para satisfacer la necesidad que tienen actualmente los estudiantes pertenecientes a las universidades antes mencionadas, quienes hallan con dificultad alternativas de alojamiento en la urbe.

ANEXO 7

PROBLEMAS, MALESTARES E INCOMODIDADES POR LAS QUE ATRAVIESAN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE PROVINCIAS O CIUDADES UBICADAS FUERA DE GUAYAQUIL.

Entre los problemas, malestares e incomodidades se mencionan:

- Inseguridad en los viajes diarios fuera de la ciudad para retornar a sus hogares.
- Prolongadas horas de viaje que merman las horas de descanso y afectan al rendimiento academico.
- Falta de concentración en los estudios por cuestiones de horas de viaje, incomodidad en el lugar de alojamiento dentro de la ciudad y ausencia de lugares adecuados que permitan un desarrollo eficiente de las actividades académicas.
- Incomodidad generada por el alojamiento en casa de familiares que viven en la ciudad, ya que no existe privacidad y además deben participar en las responsabilidades y quehaceres de la casa por compromiso y gratitud lo que resta tiempo de estudio.
- Dificultad para hallar un cuarto/departamento en buenas condiciones, a un precio accesible, que sea seguro y que no este localizado muy lejos de la universidad, ya que la oferta actual de alojamiento para estudiantes no cubre estos requerimientos considerados importantes para una agradable y grata estancia en la ciudad que le permita concentrarse en los estudios.
- Dado los considerables costos de alquiler de cuarto/departamento en la ciudad, los estudiantes se ven forzados a compartir el lugar con otros estudiantes para compartir los gastos, sin embargo, se presentan dificultades por la incompatibilidad con los gustos, costumbres y preferencias de los companeros que comparten el cuarto/habitacion.

- Aislamiento de las actividades extracurriculares de la universidad imposibilitados por horarios de viaje, horarios de entrada a pensionados, cuartos, otros.
- Costos considerables para la transportacion diaria fuera de la ciudad y gastos significativos para el pago de alquiler de cuarto/departamento en la ciudad.

ANEXO 8

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA SEGÚN GRUPOS DE EDAD, PERIODO 2001 - 2010

GRUPOS DE EDAD	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA PERIODO 2001 – 2010									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTALES	12,479,924	12,660,728	12,842,578	13,026,891	13,215,089	13,408,270	13,605,485	13,805,095	14,005,449	14,204,900
< 1 año	294,645	293,305	291,541	289,789	288,485	287,679	287,082	286,616	286,204	285,768
1 - 4	1,164,129	1,163,438	1,161,447	1,158,913	1,156,595	1,154,307	1,151,543	1,148,582	1,145,700	1,143,176
5 - 9	1,410,630	1,420,903	1,431,703	1,441,016	1,446,824	1,448,335	1,446,895	1,443,690	1,439,908	1,436,738
10 - 14	1,382,000	1,384,263	1,386,055	1,388,671	1,393,402	1,401,634	1,412,506	1,423,941	1,433,856	1,440,171
15 - 19	1,307,430	1,316,744	1,325,476	1,333,679	1,341,419	1,348,124	1,353,756	1,359,167	1,365,207	1,372,730
20 - 24	1,169,743	1,183,623	1,197,849	1,212,307	1,226,894	1,242,156	1,258,168	1,274,103	1,289,140	1,302,452
25 - 29	1,036,920	1,050,123	1,063,799	1,078,378	1,094,290	1,112,100	1,131,520	1,151,705	1,171,812	1,190,993
30 - 34	921,390	934,700	947,667	961,155	976,014	992,316	1,009,487	1,027,428	1,046,039	1,065,219
35 - 39	795,991	814,077	832,295	850,352	867,949	884,786	901,056	917,220	933,724	951,023
40 - 44	680,408	697,240	714,548	732,296	750,456	769,372	789,066	809,019	828,714	847,633
45 - 49	585,206	600,217	613,640	627,106	642,240	659,145	676,734	694,858	713,368	732,108
50 - 54	443,256	469,765	497,902	524,929	548,106	566,415	581,681	595,434	609,201	624,515
55 - 59	352,598	363,037	374,599	388,289	405,117	426,858	452,839	480,398	506,872	529,600
60 - 64	290,387	298,349	306,547	315,353	325,144	335,273	345,489	356,763	370,066	386,367
65 - 69	232,335	240,132	248,066	256,073	264,095	271,872	279,449	287,206	295,531	304,808
70 - 74	176,003	182,825	189,778	196,820	203,903	211,035	218,245	225,524	232,861	240,246
75 - 79	122,470	128,300	134,374	140,537	146,633	152,651	158,694	164,780	170,927	177,156
80 y más	114,383	119,687	125,292	131,228	137,523	144,212	151,275	158,661	166,319	174,197

Fuente: *INEC*
Elaboración: *Propia*

ANEXO 9

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA POR PROVINCIA Y PRINCIPALES CIUDADES, PERIODO 2008 - 2010

PROVINCIAS	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
TOTAL PAIS	**13,805,095**	**8,993,796**	**4,811,299**	**14,005,449**	**9,202,590**	**4,802,859**	**14,204,900**	**9,410,481**	**4,794,419**
AZUAY	691,054	425,410	265,644	702,994	441,527	261,467	714,341	457,041	257,300
CUENCA	479,614	374,242	105,372	487,901	388,420	99,481	495,776	402,068	93,708
BOLIVAR	181,607	61,645	119,962	183,193	64,639	118,554	185,049	67,898	117,151
CAÑAR	228,702	107,282	121,420	231,528	112,064	119,464	234,467	116,955	117,512
CARCHI	167,928	93,110	74,818	169,877	96,230	73,647	171,943	99,466	72,477
COTOPAXI	408,473	149,792	258,681	416,167	158,257	257,910	423,336	166,188	257,148
CHIMBORAZO	449,271	220,650	228,621	455,212	230,035	225,177	461,268	239,527	221,741
EL ORO	620,138	502,304	117,834	631,679	515,237	116,442	642,479	527,424	115,055
MACHALA	256,773	241,300	15,473	261,551	245,791	15,760	266,023	249,992	16,031
ESMERALDAS	446,161	195,584	250,577	453,557	200,867	252,690	460,668	205,855	254,813
ESMERALDAS	182,753	118,795	63,958	185,782	122,003	63,779	188,694	125,034	63,660
GUAYAS	3,657,090	3,031,709	625,381	3,699,321	3,073,430	625,891	3,744,351	3,117,929	626,422
GUAYAQUIL	2,252,727	2,223,246	29,481	2,278,738	2,253,987	24,751	2,306,479	2,286,772	19,707
IMBABURA	406,317	231,301	175,016	414,451	239,826	174,625	421,930	247,689	174,241
LOJA	437,742	228,154	209,588	442,011	235,102	206,909	446,809	242,571	204,238
LOJA	189,131	147,527	41,604	190,976	152,018	38,958	193,047	156,848	36,199
LOS RIOS	755,417	437,593	317,824	768,207	452,886	315,321	780,443	467,613	312,830
BABAHOYO	153,971	111,145	42,826	156,577	115,972	40,605	159,071	120,627	38,444
MANABI	1,331,151	803,186	527,965	1,348,430	828,900	519,530	1,366,173	855,059	511,114
PORTOVIEJO	267,297	238,214	29,083	270,765	247,528	23,237	274,330	256,993	17,337
MANTA	215,607	205,274	10,333	218,406	207,939	10,467	221,280	210,675	10,605
MORONA SANTIAGO	133,316	56,911	76,405	135,297	59,364	75,933	137,254	61,790	75,464
NAPO	98,484	40,963	57,521	100,747	42,888	57,859	102,775	44,575	58,200
PASTAZA	77,849	38,751	39,098	79,740	40,198	39,542	81,417	41,428	39,989
PICHINCHA	2,720,764	1,936,195	784,569	2,758,629	1,960,931	797,698	2,796,838	1,985,981	810,857
QUITO	2,093,458	1,579,186	514,272	2,122,594	1,599,361	523,233	2,151,993	1,619,791	532,202
TUNGURAHUA	510,895	255,430	255,465	520,014	265,300	254,714	528,613	274,640	253,973
ZAMORA CHINCHIPE	86,591	39,129	47,462	87,663	40,695	46,968	88,778	42,303	46,475
GALAPAGOS	23,298	19,600	3,698	23,863	20,023	3,840	24,366	20,384	3,982
SUCUMBIOS	168,721	78,494	90,227	173,461	81,989	91,472	177,561	84,840	92,721
ORELLANA	114,537	40,603	73,934	117,896	42,202	75,694	120,781	43,325	77,456
ZONAS NO DELIMITADAS	89,589	0	89,589	91,512	0	91,512	93,260	0	93,260

Fuente: *INEC*
Elaboración: *Propia*

ANEXO 10
ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

A continuación se explicara la síntesis de las 5 fuerzas de Porter:

1. AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

La amenaza de entrada de nuevos competidores en el sector es baja y, en consecuencia, la rentabilidad a largo plazo en el sector será alta. Esto se debe a que los Requisitos de Capital de estos proyectos de construcción, para que resulten verdaderamente rentables, deben contar con una capacidad considerable de alojamiento, lo que implica un alto nivel de financiamiento y elevados costos de inversión inicial que se ubican entre $250.000 - $3.000.000, dependiendo de variables como: ubicación, costo y dimensiones del terreno, concepción del diseño, arquitectura, construcción, cantidad de servicios a ofrecer y capacidad real de alojamiento, sin considerar que existen además, costos operativos y de mantenimiento anual que pueden variar entre $10.000 - $150.000 dependiendo de las variables antes mencionadas.

Además, es necesario considerar el nivel de conocimiento del personal que en general debe ser alto y varía acorde a los requerimientos de cada cargo ocupacional; así, en lo que respecta a las área administrativa-financiera, comercial y supervisión operativa, se requerirá un conocimiento técnico y profesional alto, considerando la complejidad de las responsabilidades de estos cargos, los cuales deben estar encaminados a una dirección óptima del funcionamiento general de la empresa; en cambio, en lo que respecta a los diversos procesos netamente operativos, el nivel de conocimiento del personal puede ser normal o en algunas ocasiones bajo, debido a que las funciones que realizan no requieren de mayores conocimientos técnicos o profesionales.

2. RIVALIDAD

El grado de rivalidad entre las empresas que compiten en el sector es normal, esto se debe a la influencia de las diversas estrategias comerciales empleadas por los competidores. Por un lado, tenemos a las empresas que competirán para conseguir la diferenciación en el mercado ofreciendo mayor variedad de servicios o mejorando la calidad de estos a cambio de un mayor precio, empleando un significativo nivel de inversión en marketing y publicidad para incrementar el valor agregado a su oferta. Por otro lado, tenemos las empresas que se enfocaran en ofrecer servicios básicos a precios reducidos y competir en el sector por el liderazgo en costos. Por lo tanto, la participación que tiene cada empresa varia significativamente dependiendo de factores como la capacidad de cobertura de cada rival y la estrategia que aplica, lo que nos da como resultado, rentabilidades promedio del sector que compensan el costo de oportunidad del capital.

3. SUSTITUTOS

Existen muchos servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades del sector de alojamiento de larga estancia, entre los cuales se pueden mencionar: vivir con familiares y/o amigos, alquilar una habitación y pensionados (sustitutos perfectos), además de numerosos hoteles y hostales (sustitutos imperfectos). Por lo tanto, la fuerza de los sustitutos es alta y en consecuencia, la rentabilidad promedio del sector a largo plazo será inferior al costo de oportunidad de capital.

4. PODER DE NEGOCIACION DEL CONSUMIDOR

El poder de negociación del consumidor en este sector tiende a ser normal, debido a que por un lado, el consumidor procura informarse muy bien antes de tomar una decisión de alojamiento de larga estancia, realizando minuciosas comparaciones calidad / precio entre las diferentes ofertas del sector, lo cual amplía su poder de negociación; sin embargo, por otro lado, la existencia de contratos con plazos mínimos establecidos (mínimo un año en muchos casos) incrementa el costo de cambio y atenúa el poder de negociación. Por lo tanto, la rentabilidad del sector será baja.

5. PODER DE NEGOCIACION DEL PROVEEDOR

Considerando la amplia gama de proveedores del sector entre los principales se mencionan: Construcción (Arquitectos, Ingenieros Civiles, Constructoras, entre otros), Alimentación (alimentos y bebidas), Telecomunicación (Telefonía, Internet, TVCable, otros), Mantenimiento/Limpieza y Seguridad/Vigilancia, se toman decisiones de selección de proveedor basados en una mayor variedad de propuestas que implican un bajo costo de cambio, obteniendo mejores ofertas y precios más competitivos. Por lo tanto, el poder de negociación del proveedor es normal, lo que lleva a una rentabilidad normal en el sector.

ANEXO 11

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN EL SRI CUYA ACTIVIDAD COMERCIAL ES "SERVICIO DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASA DE HUÉSPEDES"

Sector	Nombre Fantasía Comercial	Numero Establecimiento	Descripción	Fecha Inicio Actividades
CENTRO - SUR	EL PARQUE	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	18-dic-83
CENTRO	TAURO	2	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	20-nov-97
NORTE		2	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	27-nov-06
CENTRO		1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	12-feb-96
CENTRO - SUR	RESIDENCIAL NUEVA LOJA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	01-ene-72
SUR	RESIDENCIAL HAWAI	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	03-oct-79
SUR	RESIDENCIAL GARAJE 304	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	29-oct-93
SUR - OESTE	RANCHO GRANDE	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	13-may-73
SUR	FOCO ROJO	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	01-jun-01
CENTRO	RESIDENCIA UNION Y AMISTAD	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	01-jul-94
CENTRO	ROSITA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	27-feb-08
SUR - OESTE	PROSTIBULO EL EDEN	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	15-ago-94
CENTRO	MI SEGUNDA CASA	2	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	30-may-03
CENTRO - SUR	OCTAVA LUNA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	12-may-81
CENTRO - SUR	HOTEL BRASIL	2	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOTELES	23-jul-96
SUR	RESIDENCIAL MARCO POLO	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	09-jun-92
SUR	CASA ACAPULCO 2	3	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	18-jun-07
CENTRO	RESIDENCIAL ESPAÑA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	11-may-84
SUR	CASA CELESTE	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	25-jun-07
CENTRO	RESIDENCIAL CENTRO	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	15-jun-94
NORTE		1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	15-may-08
NORTE	PROSTIBULO EL REFUGIO	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	14-jul-03
SUR	RESIDENCIAL LA GRAN MANZANA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	18-feb-97
SUR	RESIDENCIAL DON PEPE	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	15-ene-97
CENTRO	PAUKER	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	16-oct-92
CENTRO	HOTEL LORO VERDE	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	10-jun-86

CENTRO		1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	06-mar-95
NORTE	EL CASTILLO	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	25-jun-99
NORTE	IGUANAZU	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	27-sep-05
CENTRO	ARGELIA	1	ACTIVIDADES DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	12-ene-98
CENTRO	MONTREAL	2	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOSTERIAS	07-nov-08
CENTRO	LA EMBAJADA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN RESIDENCIALES	29-sep-97
NORTE		1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES.	28-ago-02
CENTRO	JOA JOA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	16-dic-98
CENTRO	MANSO BOUTIQUE	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSION	05-sep-08
SUR	RESIDENCIAL EL PARAISO	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	31-oct-06
CENTRO	HOSTAL LAS PALMAS	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	02-may-78
CENTRO	RESIDENCIAL COSMOPOLITAN	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	16-abr-98
CENTRO - SUR	JIPIJAPA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	12-jul-76
NORTE	PARAISO DE LA FLOR	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	19-oct-04
CENTRO	HOSTAL SAN LORENZO	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	08-ago-00
CENTRO	ESTRELLA DEL MAR	1	ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	16-sep-92
NORTE	CONJUNTO RESIDENCIAL PRADOS DEL ESTE	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES Y CASAS DE HUESPEDES	16-mar-06
CENTRO	LA FLORESTA	1	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	17-ene-94
CENTRO	SENSACION	2	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN PENSIONES	17-ene-94

Fuente: *SRI*
Elaboración: *Propia*

ANEXO 12

REGLAMENTO INTERNO DE LA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

La Residencia Universitaria se constituye como un servicio destinado a dar alojamiento preferentemente a los estudiantes universitarios de pre-grado y post-grado que tienen su domicilio familiar alejado de los Centros Universitarios de la ciudad y, en segundo lugar, a los estudiantes extranjeros de pre-grado y post-grado.

El presente Reglamento tiene por objeto preservar la armonía, el bienestar y la seguridad de los residentes y mantener un vínculo de respeto mutuo entre residentes y personal de la Residencia.

Los estudiantes deberán respetar toda norma que regule la convivencia en la Residencia.

ADMISIÓN, MATRÍCULA Y DEPÓSITO EN GARANTÍA.

Para ingresar a la Residencia, los estudiantes deberán abonar una matrícula de ingreso anual. Esta matrícula no es reembolsable, cubre los gastos derivados de la estancia del alumno en la residencia y todos aquellos deterioros debido al uso de elementos comunes.

Asimismo, deberán abonar un depósito en garantía, equivalente al importe mensual de la habitación en la que se alojen. Este depósito le será devuelto al residente al retirarse de la Residencia.

Los pagos deberán realizarse por anticipado mediante ingreso bancario. En caso de demora que supere los 30 días desde el vencimiento de la mensualidad, sin que medie justificación alguna, la Dirección, previa audiencia del interesado, podrá proceder a su baja como Residente, reteniéndosele el valor por concepto de depósito en garantía.

En ningún caso se procederá a la admisión o renovación de residentes que hayan sido expulsados de la Residencia.

Para la admisión:

- El estudiante deberá estar matriculado en cualquier universidad de la ciudad de Guayaquil.
- La Dirección valorará las condiciones económicas, académicas y de lejanía del centro de estudio con respecto al domicilio familiar para la admisión en la Residencia. La Administración se encargará de la asignación de las habitaciones.
- Como regla general, el número de años que un estudiante podrá permanecer en la Residencia será igual al de 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 tarjeta magnética personal, con la que podrá acceder a la Residencia.
- Una copia del presente Reglamento Interno de la Residencia.
- Una hoja – inventario que incluirá una lista de los objetos y bienes que le son asignados y su valor de reposición, que habrá que firmar una vez comprobada su veracidad y estado.

HORARIOS

- La residencia abrirá a las siete de la mañana y se cerrará a las once de la noche. Los residentes disponen de la tarjeta de entrada y salida con horario indiscriminado.
- Personas no Residentes podrán acceder a la Residencia y permanecer en ella de 8h00 a 23h00, bajo la responsabilidad de un

residente, quien lo acompañará permanentemente desde la entrada hasta la salida. Queda terminantemente prohibido el ingreso de personas ajenas a la Residencia fuera del horario de visitas, salvo que sea con fines de estudio, previa autorización de la Administración.

- Las salidas de fin de semana o toda ausencia de un residente que implique pasar la noche fuera del recinto residencial, deberá notificarse previamente en recepción, para lo cual se llenará un impreso correspondiente a Hoja Fin de Semana. En caso de que fuera imposible la notificación previa, deberá ser comunicad por teléfono desde el lugar en el que se encontrare.
- Después de la medianoche no se permitirán reuniones en las habitaciones. Se respetará escrupulosamente el silencio en todas las dependencias de la residencia y en especial en habitaciones, pasillos, escaleras y sala de estudio.
- Ningún residente podrá ingresar en estado de ebriedad, ni molestar al vecindario o realizar accione que perjudiquen o perturben a otros residentes.
- Está terminantemente prohibido el consumo de drogas y bebidas alcohólicas. Ante la menor evidencia de su uso, el residente será sancionado de manera inmediata, previo aviso a sus padres o tutores.

ADMINISTRACIÓN

El personal Administrativo atenderá de Lunes a Viernes de 8h00 a 17h00. La Recepción funcionará de Lunes a Viernes de 9h00 a 22h00.

ESTACIONAMIENTO

La Residencia tiene un estacionamiento al servicio de los residentes, de manera que todos los vehículos motorizados propiedad de los mismos deberán quedar previamente inscritos e identificados ante la Administración.

HABITACIONES

- Cada habitación contiene: cama, colchón, velador, escritorio silla y ventilador de techo.
- Además de su ropa y objetos personales, los residentes deberán traer: toallas, mantas, almohadas, colchas, artículos de uso personal y si lo desean podrán traer cualquier otro tipo de instrumentos que ayuden a hacer su estancia más agradable, como: ordenadores, mesa de dibujo, otros. Cualquier modificación que el residente desee realizar en la habitación deberá ser previamente notificado y aprobado por la Administración.
- Los dormitorios son zonas de descanso y estudio, por ende debe guardarse silencio en las mismas y en los pasillos, evitando todo ruido molesto. Bajo ningún concepto la habitación es un lugar de reunión, recreo o diversión.
- Por seguridad se prohíbe el uso de velas o similares, así como la instalación sin autorización expresa de la Administración de hornillos, calentadores, microondas o cualquier otro electrodoméstico, aparato y objeto de lo que pudiera derivarse llama o humo.
- Se prohíbe asimismo fumar en las habitaciones y áreas aledañas, guardar alimentos perecederos, pegar afiches en las paredes o ventanas y la tenencia de animales de cualquier tipo.
- Sin perjuicio de las responsabilidades penales a las que pudiere haber lugar, se prohíbe terminantemente la entrada de un residente a la habitación de otro que esté ausente.
- Las visitas se recibirán en áreas comunes, no podrán acceder a las habitaciones ni permanecer en ellas, podrían hacerlo sólo en casos especiales, con permiso expreso de la Administración. En todo caso, el residente, y en su caso el responsable económico del titular de la habitación, será directamente responsable del comportamiento de sus invitados.
- Al finalizar el curso y antes de abandonar la residencia, los residentes dejarán libres sus habitaciones, debiendo llevar consigo todas sus pertenencias personales. Así mismo, se hará un inventario del

estado de los objetos y de la instalación de la habitación. No se permitirá el almacenamiento de objetos en las dependencias de la Residencia sin la autorización expresa y por escrito por parte de la Administración, la cual dispondrá de todo objeto abandonado, considerando que el residente renuncia a su posesión.

COMEDOR

El Régimen de la Residencia no incluye dentro del precio, los costos de alimentación, los cuales podrán ser contratados por un valor adicional de $150 que incluye desayuno, comida y cena diarios, incluidos fines de semana y días festivos. Cualquier otra comida adicional al menú diario, tendrá un costo agregado.

Las comidas serán servidas en el comedor, en ningún caso en las habitaciones o espacios comunes. Únicamente podrá servirse la comida en la habitación en caso de enfermedad, previa comunicación de esta circunstancia a la Administración.

Las comidas se servirán en el siguiente horario:

- Desayuno de 6h00 a 10h00.
- Comidas de 12h30 a 16h00.
- Cena de 20h00 a 23h00.

SALA DE ESTUDIO

- La sala de estudio estará abierta las 24 horas, no será un lugar en el que se realicen reuniones privadas, fiestas o meriendas. Se deberá guardar silencio.
- El acceso al Internet inalámbrico será gratuito.
- Está prohibido ingresar con comida y/o bebidas de cualquier tipo.
- Se podrá invitar compañeros a la sala de estudios previo aviso y autorización de la Administración.

CYBER/CENTRO DE COPIADO/CABINAS

- El horario de atención de estos servicios será de 7h00 a 23h00.
- El costo de estos servicios son adicionales y serán cobrados al momento del uso del mismo. Para ello, puede adquirir tarjetas recargables, de venta en la residencia, que podrán ser utilizadas para el pago de estos servicios.

LAVANDERÍA

- El servicio de lavandería se ofrece las 24 horas. En lo que respecta a planchado, el horario de atención será de 8h00 a 16h00.
- Para el uso de las máquinas, el residente deberá ingresar el valor indicado por la máquina. Adicionalmente, podrá adquirir tarjetas recargables, de venta en la residencia, que podrán ser utilizadas para el pago del servicio.
- El pago del servicio de planchado se lo realizará en el momento del uso del servicio a la persona encargada del mismo.

PASILLOS, ESCALERAS, ASCENSOR

- Durante el día se procurará evitar gritos, golpes y carreras, así como ruidos molestos debido a música, portazos o charlas que molestan a los residentes que estudian o descansan.
- El ascensor se desconectará a las 23h30 para evitar ruidos.

ASISTENCIA MÉDICA

La Residencia no cuenta con un servicio médico propio. En caso de que algún residente enferme o sufra algún accidente, éste deberá comunicarlo inmediatamente al personal de servio para trasladarlo al centro de salud más próximo. Se puede encontrar a disposición de los residentes, un botiquín de primeros auxilios localizado en la Recepción.

RESPONSABILIDAD

- Queda terminantemente prohibida la celebración de fiestas dentro de las habitaciones y áreas comunes de la Residencia. Para este tipo de actividades se requiere autorización previa y por escrito de la Administración.

- Cualquier queja y observación que se tenga sobre el personal administrativo o de servicio, o sobre algún residente en particular, deberá hacerse llegar de inmediato y por escrito a la Dirección.
- La Administración no se responsabiliza de los objetos o el dinero que puedan ser sustraídos dentro de las instalaciones de la Residencia. Tampoco se responsabiliza por los posibles desperfectos y robos que pudieran producirse en los vehículos estacionados dentro del campus. Se recomienda a los residentes que no dejen pertenencias abandonadas en los espacios comunes.
- Con independencia de las acciones judiciales a quien diera lugar, y respecto de las cuales la Dirección de la Residencia dará atento cumplimiento, queda absolutamente prohibida la posesión, mera tenencia, consumo y tráfico de drogas, la posesión de armas de cualquier tipo, la violencia física o psíquica sobre otras personas, la ofensa, por vía de palabra u obra, a un compañero, personal administrativo o de servios o a la propia Institución. Asimismo está prohibido el abuso o acoso sexual; los comportamientos no cívicos, éticos o morales, indignos de un universitario, de los que derive un deterioro de la imagen de la Residencia; el hurto o sustracción de bienes o pertenencias de otros residentes o patrimonio de la Residencia.
- La Dirección se reserva el derecho de informar a los padres, tutores, responsables económicos, en el caso en que los estudiantes desacaten el presente Reglamento.
- Cualquier violación del presente Reglamento Interno de convivencia será objeto de sanción por parte de la Dirección, pudiendo llegarse en el caso y según la gravedad de la falta, a la expulsión del estudiante de forma definitiva, caso en el cual no se devolverá el mes de depósito en garantía.

ANEXO 13
FUNCIONES QUE DESEMPEÑA CADA ÁREA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

Dentro de las funciones de cada miembro de la estructura del organigrama, tenemos:

- La Dirección, representado por los inversionistas o a quienes éstos designen como sus representantes legales, se encargarán del manejo de la política general y planificación, autorizarán los gastos, compras e inversiones que deba realizar la residencia.

- La Administración General, representado por el Administrador General, se encargará de coordinar el trabajo del Personal de Administración y Operativo, velar por el cumplimiento del Reglamento Interno de la residencia, además de cuidar del mantenimiento y mejora de inmobiliarios, instalaciones y bienes de la residencia.

- El Departamento Administrativo, se ocupará de las actividades derivadas de la gestión administrativa – financiera de la Residencia. Comprende las áreas: Contable – Financiero; Admisiones – Registros. Cada área estará representada por un profesional que tendrá a su cargo, el manejo, control, coordinación y dirección de su área dentro del departamento, supervisadas por el Administrador General.

- El Departamento Operativo, el cual se encargará de todas las actividades relacionadas con la parte operativa del alojamiento y de la oferta de servicios de la residencia. Comprende las áreas de: Habitaciones, Servicios (Restaurante, Lavandería, Sala de Estudios y Cyber/Centro de Copiado/Cabinas), Seguridad y Mantenimiento y Limpieza. Cada área contará con un supervisor, los mismos que estarán bajo la dirección del Administrador General.

ANEXO 14
ESTADÍSTICAS DE LA FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Es necesario mencionar que del total de estudiantes interesados en alquilar una habitación en la Residencia Universitaria, el 71% manifestó que utilizaría los servicios adicionales que ofrezca la residencia aun si tuviesen costos adicionales no incluidos en el valor de la habitación, por lo tanto sí se ofrecerán servicios complementarios como parte de la oferta, los cuales representarán ingresos adicionales para la residencia.

Como parte de los resultados del muestreo, se obtuvo la frecuencia de uso de los servicios que se proyectaba ofrecer en la residencia. Los servicios que obtuvieron un nivel de frecuencia de uso significativo, que implique que el servicio es requerido como necesario, serán aquellos que se considerarán dentro de los servicios adicionales iniciales que ofrecerá la residencia. Así:

- El 81,32% usaría el servicio de restaurante todos los días, por lo tanto éste servicio será ofrecido en la residencia.
- El 37,91% usaría el servicio de lavandería dos o tres veces a la semana, un 24,73% lo usaría una vez a la semana y el 13,19% lo usaría todos los días, por lo tanto éste servicio será ofrecido en la residencia.
- El 37,91% usaría el servicio de canchas deportivas muy rara vez, seguido por el 23,63% que lo usaría una vez a la semana y el 17,58% lo usaría de vez en cuando, por lo tanto se optará por ofrecer un número reducido de canchas deportivas.
- El 40,66% de los estudiantes usaría el servicio de sala de juegos muy rara vez, por lo tanto se lo descarta como parte de la oferta inicial de servicios.
- El 37,36% usaría el servicio de cyber/centro de copiado/cabinas todos los días, seguido del 15,93% que lo usaría una vez a la semana y

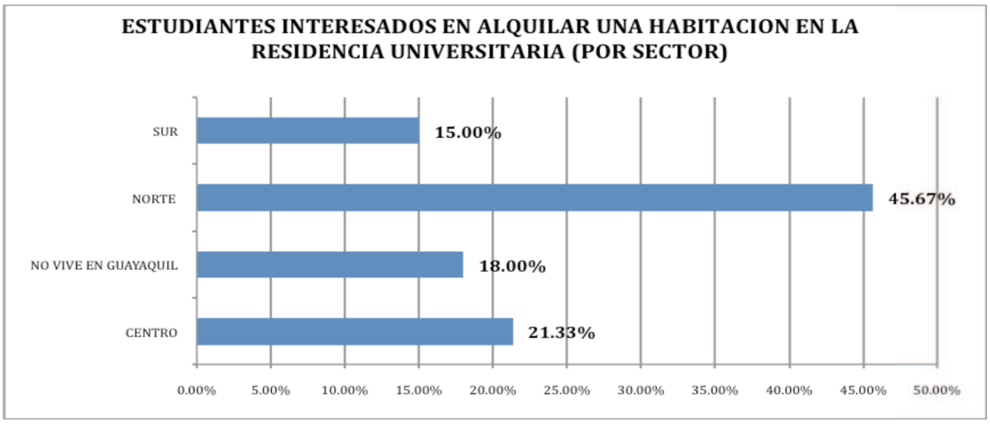
15,38% lo usaría dos o tres veces a la semana, por lo tanto éste servicio será ofrecido en la residencia.

- El 36,81% usaría el servicio de internet inalámbrico todos los días, seguido por el 26,92% que lo usaría rara vez y el 14,29% que lo usaría una vez a la semana, por lo tanto éste servicio será ofrecido sólo en la sala de estudios de la residencia.
- El 34,07% usaría el servicio de gimnasio muy rara vez, seguido del 19,23% que lo usaría dos o tres veces a la semana, por lo tanto se lo descarta como parte de la oferta inicial de servicios de la residencia universitaria.
- El 29,67% usaría el servicio de sala de estudios todos los días, seguido del 24,18%% que lo usaría muy rara vez y 21,98% que lo usaría dos o tres veces a la semana, por lo tanto éste servicio será ofrecido en la residencia adicionando el servicio de internet inalámbrico en ésta área para dar un uso más eficiente a ambos servicios.
- El 39,27% usaría el servicio de librería muy rara vez, seguido del 25,82% que lo usaría todos los días y el 14,84% que lo usaría dos o tres veces a la semana, por lo tanto la librería se reducira a un servicio de papelería que se ofrecerá en conjunto con el centro de copiado.
- El 46,70% de los estudiantes usaría el servicio de dispensario médico muy rara vez, por lo tanto se lo descarta de la oferta inicial de servicios.
- El 73,03% de los estudiantes usaría el servicio de sala de juegos muy rara vez, seguido del 14,29% que lo usaría todos los días, por lo tanto se lo descarta como parte de la oferta inicial de servicios y sólo se contemplará un área de parqueo que tendrá capacidad para el 10% del total de habitaciones, en la entrada de la residencia.

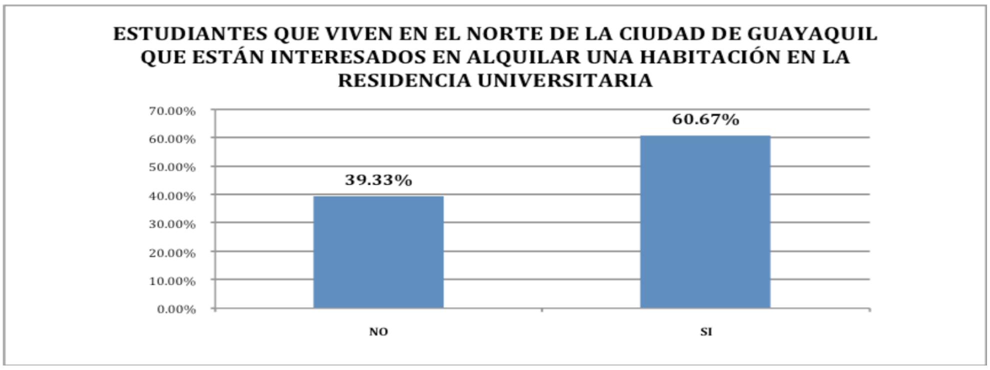
ANEXO 15

SECTORES DE LA CIUDAD DONDE VIVEN LOS ESTUDIANTES INTERESADOS EN ALQUILAR UNA HABITACIÓN EN LA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

Como parte de los resultados obtenidos en el muestreo, el 45,67% de los estudiantes interesados en alquilar una habitación en la Residencia Universitaria, viven en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil, seguido por el 21,33% que viven en el centro y el 18% que no vive en Guayaquil.



Fuente: *Elaboracion la autora*

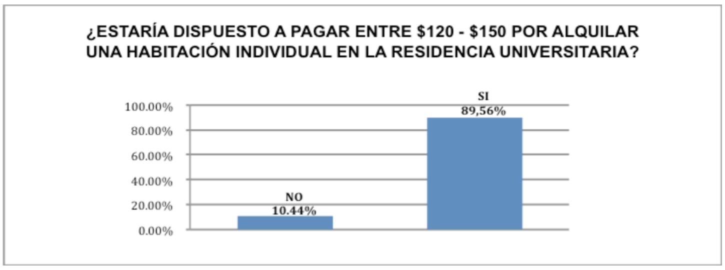


Fuente: *Elaboracion la autora*

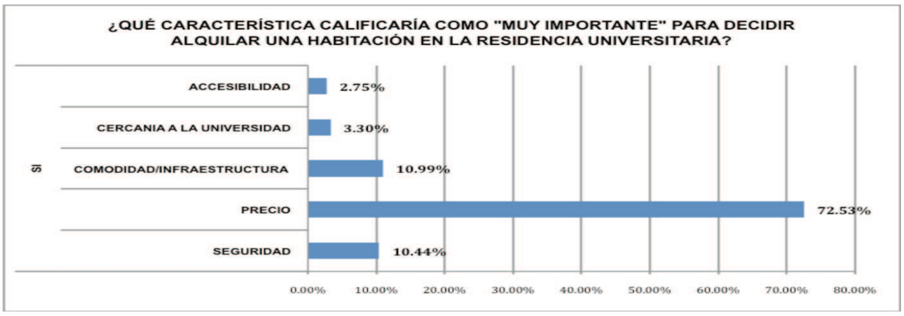
Dado estos resultados y considerando que una de las ventajas de la Residencia Universitaria es la localización, el proyecto inmobiliario estará localizado en el Norte de la ciudad de Guayaquil, ya que un gran porcentaje de los clientes potenciales viven en este sector.

ANEXO 16
DISPONIBILIDAD A PAGAR DE LOS CLIENTES POTENCIALES

Como resultado del muestreo aplicado, del total de estudiantes interesados en alquilar una habitación en la Residencia Universitaria, el 89,56% estaría dispuesto a pagar entre $120 - $150 por alquilar una habitación individual en la residencia universitaria *(Ver Gráfico)*, estableciéndose de esta manera el precio de reserva* de los clientes potenciales del proyecto. De este porcentaje, el 87,73% estaría dispuesto a compartir la habitación para pagar menos por el alquiler. Adicionalmente, cabe recalcar que el 72,53% de los interesados, consideró al precio como característica que calificarían como "muy importante" para decidir alquilar una habitación en la Residencia Universitaria. Toda esta información nos lleva a la conclusión de que los clientes potenciales son sensibles al precio, por lo que no estarían dispuestos a alquilar una habitación individual por más de $150.



Fuente: *Elaboracion la autora*



Fuente: *Elaboracion la autora*

- ***Precio de reserva: Cantidad máxima que está dispuesto a pagar, en este caso, el consumidor, por el bien o servicio. El rango de precios tomado como referencia en la encuesta, es el rango promedio de precios del mercado local por alquiler de cuartos/habitaciones o departamentos pequeños en la ciudad.***

ANEXO 17
OPCIONES DE LOCALIZACIÓN

- **TERRENO EN URBANIZACION STA. CECILIA**

  Características:

  - Terreno de 2500 m2 en Ciudadela Los Ceibos, que comprende 5 lotes de terrenos juntos, ubicados en una ciudadela cerrada.
  - Cuenta con la aprobación del Municipio, para la edificación de un Conjunto Habitacional Cerrado.
  - Costo del terreno: USD $230.000

  VENTAJAS: Dimensiones del terreno amplias que cubren los requerimientos de la residencia; seguridad y tranquilidad en la zona; terreno cuenta con el permiso de construcción y avalúos del suelo.

  DESVENTAJAS: Sólo una línea de transporte público avanzan hasta la zona, aparte de los alimentadores de la metrovia y los autobuses de la ESPOL.

- **TERRENO EN URBANIZACION LAS CUMBRES**

  Características:

  - Terreno de 1200 m2 en la Urbanización Las Cumbres.
  - Subastado por el Banco Central del Ecuador.
  - Costo del terreno: USD $117.000

  VENTAJAS: Precio económico del terreno subastado.

  DESVENTAJAS: Difícil accesibilidad mediante transporte público: sólo se puede acceder mediante los autobuses de la ESPOL; se localiza lejos de las universidades Católica, Estatal, pero cerca de la ESPOL; terreno de dimensiones pequeñas para el proyecto, lo que limita la capacidad de alojamiento y el área de servicios; se requiere construcción de un muro de contención, el cual tiene un elevado costo.

- **TERRENO EN AV. LAS AMÉRICAS**

Características:

- Terreno de 3013 m2 en Avenida de Las Américas, cerca del Terminal Terrestre.
- Cualquier tipo de edificación y negocio está permitido, excepto los que correspondan a la zona rosa.
- Costo del terreno: USD $1.807.800

VENTAJAS: Cuenta con una mayor superficie de terreno, que permite la edificación de una infraestructura más espaciosa y de mayor capacidad; mejor accesibilidad que las alternativas anteriores: numerosas líneas de transporte público circulan por la zona, se ubica cerca de la Terminal Terrestre y de la Terminal de Integración Río Daule de la Metrovía.

DESVENTAJAS: Elevado costo del terreno; localizado en un área comercial bastante traficada.

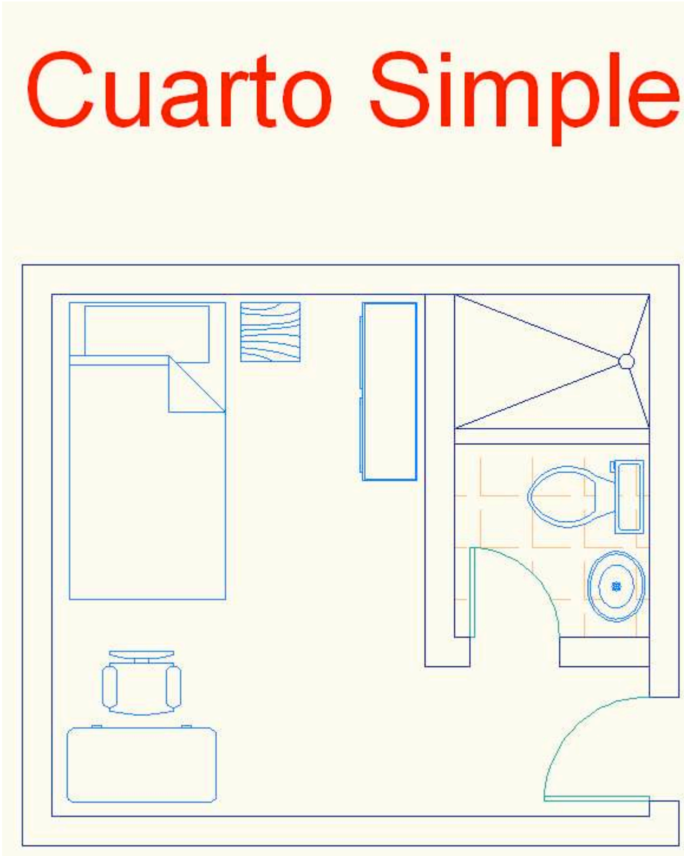
ANEXO 18

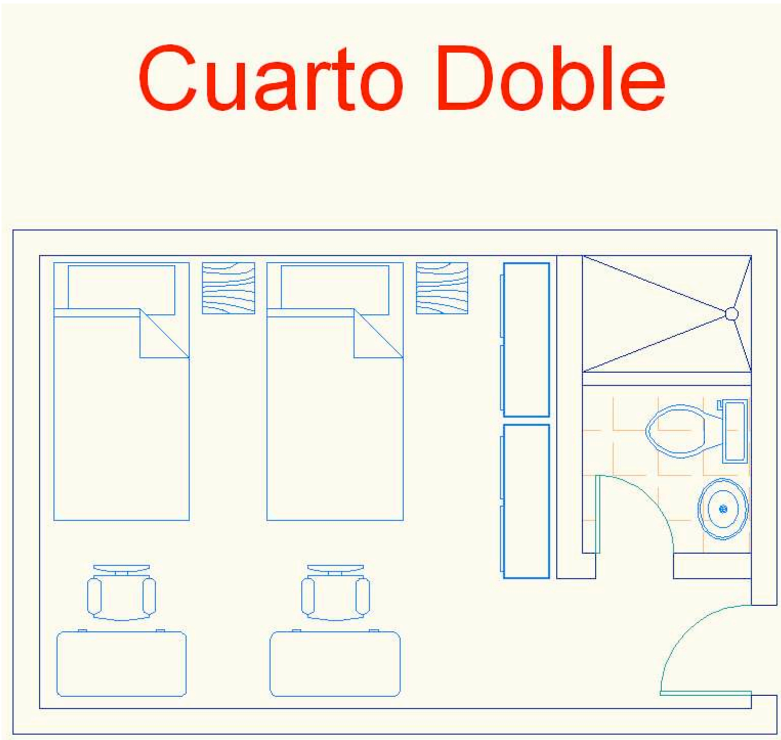
PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA BAJA DE LA RESIDENCIA

Elaboración: *Arq. Lider Cedeño Loor*

ANEXO 19

DISENO DE HABITACION SIMPLE Y HABITACION DOBLE

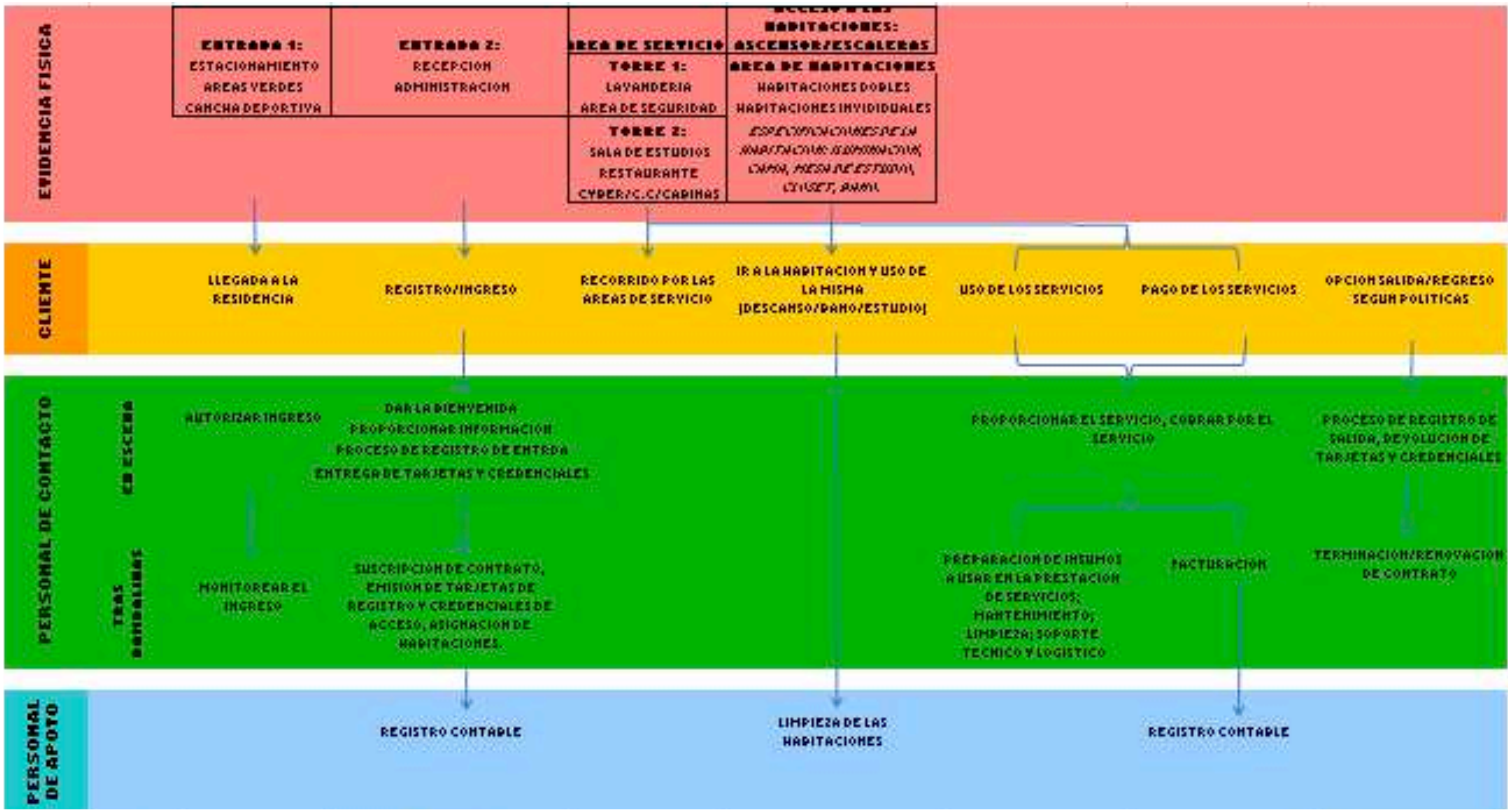




Elaboración: *Arq. Lider Cedeño Loor*

ANEXO 20

ESQUEMA DE SERVICIO



Fuente: *Elaboración la autora*

ANEXO 21

TABLA DE DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION DE ACTIVOS						
Descripcion de Activos	**Valor de Adquisicion**	**Vida Util (Años)**	**Depreciacion Annual**	**Años Depreciandose**	**Depreciacion Acumulada**	**Valor en Libros**
Terreno	$ 300,000.00					$ 300,000.00
Edificio	$ 937,500.00	20	$ 46,875.00	8	$ 375,000.00	$ 562,500.00
Muebles de Oficina	$ 3,907.00	10	$ 390.70	8	$ 3,125.60	$ 781.40
Equipos de Oficina	$ 2,233.00	3	$ 744.33	2	$ 1,488.67	$ 744.33
Muebles de Habitaciones	$ 44,800.00	10	$ 4,480.00	8	$ 35,840.00	$ 8,960.00
Colchones	$ 16,600.00	10	$ 1,660.00	8	$ 13,280.00	$ 3,320.00
Iluminacion	$ 948.00	2	$ 474.00	2	$ 948.00	$ 0.00
Ascensor	$ 35,000.00	15	$ 2,333.33	8	$ 18,666.67	$ 16,333.33
Planta Generadora de Luz	$ 8,700.00	10	$ 870.00	8	$ 6,960.00	$ 1,740.00
Extintores	$ 600.00	3	$ 200.00	2	$ 400.00	$ 200.00
TOTAL	**$1,350,288.00**		**$ 58,027.37**		**VALOR DE SALVAMENTO**	**$ 894,579.07**

Fuente: *Elaboración la autora*

ANEXO 22

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos por Alojamiento		**$188,290.49**	**$389,664.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**
Ingresos por Alquiler		**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**
Total de Ingresos		**$220,690.49**	**$422,064.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**
Costos Variables por S. Basicos (Agua, Luz)		$7,254.85	$15,464.21	$15,620.41	$16,089.02	$16,571.69	$17,068.84	$17,580.91	$18,108.34
Gastos Fijos Administrativos		$39,045.62	$40,216.99	$41,423.50	$42,666.20	$43,946.19	$45,264.57	$46,622.51	$48,021.19
Gastos de Publicidad		$2,867.00	$2,953.01	$3,041.60	$3,132.85	$3,226.83	$3,323.64	$3,423.35	$3,526.05
Gastos de Insumos Oficina		$732.00	$753.96	$776.58	$799.88	$823.87	$848.59	$874.05	$900.27
Gastos de Insumos de Limpieza y Mantenimiento		$1,500.00	$1,545.00	$1,591.35	$1,639.09	$1,688.26	$1,738.91	$1,791.08	$1,844.81
Gastos de Servicios Basicos		$3,004.28	$3,094.41	$3,187.24	$3,282.86	$3,381.34	$3,482.79	$3,587.27	$3,694.89
Gasto de Internet		$780.00	$803.40	$827.50	$852.33	$877.90	$904.23	$931.36	$959.30
Gastos de Uniforme		$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00
Gastos por Venta de Activos		$0.00	$948.00	$2,833.00	$948.00	$0.00	$3,781.00	$0.00	$948.00
Depreciación de Activos		$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37
Amortizacion de Activos Diferidos	$587.88	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49
Total de Egresos		**$113,884.60**	**$124,479.83**	**$128,002.03**	**$128,111.08**	**$129,216.94**	**$135,113.43**	**$133,511.37**	**$136,703.69**
Utilidad Operativa		**$106,805.89**	**$297,584.17**	**$297,997.97**	**$297,888.92**	**$296,783.06**	**$290,886.57**	**$292,488.63**	**$289,296.31**
Ingreso por Venta de Activos		$0.00	$0.00	$944.33	$0.00	$0.00	$944.33	$0.00	$0.00
Intereses		$42,920.82	$39,343.03	$35,598.41	$31,679.16	$27,577.16	23283.88	18790.40	14087.38
Utilidad antes de impuestos y participacion laboral		**$63,885.07**	**$258,241.14**	**$263,343.89**	**$266,209.76**	**$269,205.89**	**$268,547.02**	**$273,698.23**	**$275,208.93**
15% de Participacion Laboral		$9,582.76	$38,736.17	$39,501.58	$39,931.46	$40,380.88	$40,282.05	$41,054.73	$41,281.34
25% de Impuesto a la Renta		$15,971.27	$64,560.29	$65,835.97	$66,552.44	$67,301.47	$67,136.76	$68,424.56	$68,802.23
UTILIDAD NETA		**$38,331.04**	**$154,944.69**	**$158,006.34**	**$159,725.85**	**$161,523.53**	**$161,128.21**	**$164,218.94**	**$165,125.36**

Fuente: *Elaboración la autora*

ANEXO 23

BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL			
ACTIVOS			
ACTIVOS CIRCULANTE			
Caja y Bancos	$121,985.92		
Total de Activos Circulante		*$121,985.92*	
ACTIVOS FIJOS			
Terreno	$300,000.00		
Edificio	$937,500.00		
Muebles de Oficina	$3,907.00		
Equipos de Oficina	$2,233.00		
Muebles de Habitaciones	$44,800.00		
Colchones	$16,600.00		
Ilumininacion	$948.00		
Ascensor	$35,000.00		
Planta Generadora de Luz	$8,700.00		
Extintores	$600.00		
Menos: Dep. Acum. Activos Fijos	-$58,027.37		
Total de Activos Fijos		*$1,292,260.63*	
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de Constitucion	$587.88		
Menos: Dep. Acum. Activo Diferido	$73.49		
Total de Activos Diferidos		*$514.40*	
TOTAL DE ACTIVOS			**$1,414,760.95**
PASIVOS			
PASIVOS CIRCULANTE			
Impuestos por pagar	$15,971.27		
Total de Pasivos Circulante		*$15,971.27*	
PASIVOS A LARGO PLAZO			
Participación de Trabajadores	$9,582.76		
Deuda a L/P	$950,000.00		
Total de Pasivos a largo plazo		$959,582.76	
TOTAL DE PASIVOS		$975,554.03	
PATRIMONIO			
Capital Propio	$400,875.88		
Utilidad del Ejercicio	$38,331.04		
TOTAL DE PATRIMONIO		$439,206.92	
TOTAL DE PASIVOS + PATRIMONIO			**$1,414,760.95**

Fuente: *Elaboración la autora*

ANEXO 24

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos por Alojamiento		**$188,290.49**	**$389,664.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**	**$393,600.00**
Ingresos por Alquiler		**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**	**$32,400.00**
Total de Ingresos		**$220,690.49**	**$422,064.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**	**$426,000.00**
Costos Variables por S. Basicos (Agua, Luz)		$7,254.85	$15,464.21	$15,620.41	$16,089.02	$16,571.69	$17,068.84	$17,580.91	$18,108.34
Gastos Fijos Administrativos		$39,045.62	$40,216.99	$41,423.50	$42,666.20	$43,946.19	$45,264.57	$46,622.51	$48,021.19
Gastos de Publicidad		$2,867.00	$2,953.01	$3,041.60	$3,132.85	$3,226.83	$3,323.64	$3,423.35	$3,526.05
Gastos de Insumos Oficina		$732.00	$753.96	$776.58	$799.88	$823.87	$848.59	$874.05	$900.27
Gastos de Insumos de Limpieza y Mantenimiento		$1,500.00	$1,545.00	$1,591.35	$1,639.09	$1,688.26	$1,738.91	$1,791.08	$1,844.81
Gastos de Servicios Basicos		$3,004.28	$3,094.41	$3,187.24	$3,282.86	$3,381.34	$3,482.79	$3,587.27	$3,694.89
Gasto de Internet		$780.00	$803.40	$827.50	$852.33	$877.90	$904.23	$931.36	$959.30
Gastos de Uniforme		$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00	$600.00
Gastos por Venta de Activos		$0.00	$948.00	$2,833.00	$948.00	$0.00	$3,781.00	$0.00	$948.00
Depreciación de Activos		$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37
Amortizacion de Activos Diferidos	$587.88	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49
Total de Egresos		**$113,884.60**	**$124,479.83**	**$128,002.03**	**$128,111.08**	**$129,216.94**	**$135,113.43**	**$133,511.37**	**$136,703.69**
Utilidad Operativa		**$106,805.89**	**$297,584.17**	**$297,997.97**	**$297,888.92**	**$296,783.06**	**$290,886.57**	**$292,488.63**	**$289,296.31**
Ingreso por Venta de Activos		$0.00	$0.00	$944.33	$0.00	$0.00	$944.33	$0.00	$0.00
Intereses		$42,920.82	$39,343.03	$35,598.41	$31,679.16	$27,577.16	23283.88	18790.40	14087.38
Utilidad antes de impuestos y participacion laboral		**$63,885.07**	**$258,241.14**	**$263,343.89**	**$266,209.76**	**$269,205.89**	**$268,547.02**	**$273,698.23**	**$275,208.93**
15% de Participacion Laboral		$9,582.76	$38,736.17	$39,501.58	$39,931.46	$40,380.88	$40,282.05	$41,054.73	$41,281.34
25% de Impuesto a la Renta		$15,971.27	$64,560.29	$65,835.97	$66,552.44	$67,301.47	$67,136.76	$68,424.56	$68,802.23
UTILIDAD NETA		**$38,331.04**	**$154,944.69**	**$158,006.34**	**$159,725.85**	**$161,523.53**	**$161,128.21**	**$164,218.94**	**$165,125.36**
Depreciación de Activos		$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37	$58,027.37
Amortización de Activos Diferidos		$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49	$73.49
Inversión	$400,875.88								
Inversión de Capital de Trabajo	$32,160.00								
Prestamo de la Deuda	$950,000.00								
Amortización Deuda		$76,725.03	$80,302.82	$84,047.44	$87,966.68	$92,068.68	$96,361.97	$100,855.45	$105,558.47
Valor de Desecho									$894,579.07
Flujo Neto de Efectivo	**-$516,376.24**	**$19,706.86**	**$132,742.72**	**$132,059.75**	**$129,860.02**	**$127,555.70**	**$122,867.10**	**$121,464.34**	**$1,012,246.81**

Fuente: *Elaboración la autora*