



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**  
**Carrera de Gestión Empresarial Internacional**

**TEMA**

Implementación de una plataforma online para búsqueda de residencias  
universitarias en Ecuador, ResidenciasECU.com

**AUTOR**

Guillén Herrera, Samuel Ronald

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de  
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR**

Ing. Lenín Govea Villao

**Guayaquil, Ecuador**

2014

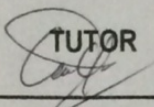


UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

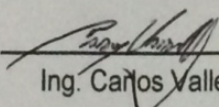
**CERTIFICACIÓN**

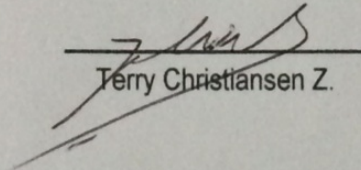
Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Samuel Ronald Guillén Herrera**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

**TUTOR**

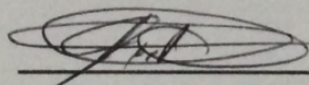
  
\_\_\_\_\_  
Ing. Lenin Govea Villao

**REVISORES**

  
\_\_\_\_\_  
Ing. Caños Valle N.

  
\_\_\_\_\_  
Terry Christiansen Z.

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Alfredo Govea Maridueña

Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Samuel Ronald Guillén Herrera**

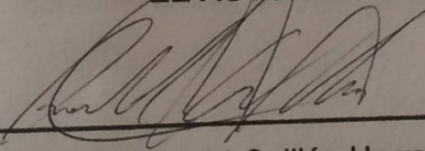
### DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Implementación de una plataforma online para búsqueda de residencias universitarias en Ecuador, ResidenciasECU.com** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2014**

**EL AUTOR**



---

**Samuel Ronald Guillén Herrera**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

## AUTORIZACIÓN

Yo, **Samuel Ronald Guillén Herrera**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Implementación de una plataforma online para búsqueda de residencias universitarias en Ecuador, ResidenciasECU.com**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2014**

**EL AUTOR**

**Samuel Ronald Guillén Herrera**

## **AGRADECIMIENTO**

Dios, el primero y el último en agradecerle por estar en cada actuar y pensamiento, quien me acompaña cada día y quien indudablemente también estuvo a lo largo de mi formación académica universitaria.

Quiero aprovechar este espacio también para dar gracias a mi Padre, Ab. Samuel Guillen que sé que desde el cielo está guiando a mi familia y a mí en cada paso, cuidando de nosotros, iluminando y dando fuerzas para superar cualquier adversidad.

Infinitas y eternas gracias a mi madre, Lcda. Ana Herrera quien también ha sido padre y amiga a la vez. Su latir y respirar siempre ha sido para mis hermanos y para mí. Nunca ha escatimado esfuerzos para apoyarnos y estar presente en cada momento, Gracias a ella por su responsabilidad, esfuerzo, esmero y dedicación para labrar un buen porvenir a la familia. Su amor, enseñanzas e incondicional apoyo siempre serán dignos de destacar cada vez que su rostro y nombre vengan a mi memoria.

Un especial agradecimiento a mis hermanos por su ejemplo de lucha y perseverancia, por ser el reflejo de que cada actuar tiene sus consecuencias.

Gracias a un amigo el Ab. Johnny Rodríguez, quien ha dedicado parte de su tiempo a apoyar y a compartir gratos momentos con esta familia.

Un reconocimiento especial a profesores que aportaron con información para este proyecto y además fueron parte de mi carrera universitaria, Galo Proaño, Stuart Rivers, Guillermo Vizcaíno y Madame Brown.

Agradezco también a mis amigos, Miguel Carreño, Christofer López, Xavier Herrera, Jorge Garcés, Renato Armas, Ruth Velásquez, Xiomara Rivera y Samantha Vega quienes siempre creyeron y confiaron en mí, gracias por su amistad.

A todos y cada uno de ellos, mil gracias

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios, por darme la bendición de contar con salud y sabiduría para llegar a este momento tan anhelado.

Lo dedico también a mi madre y abuela por ser las personas que han guiado mi camino con amor, reprensiones y consejos, con la única y exclusiva finalidad de ser una persona de bien.

Se lo dedico también a mis hermanos y amigos quienes depositaron su confianza en mí, alentándome a seguir adelante en mis proyectos.

Finalmente se lo dedico a personas que se han sumado recientemente a mi vida para acompañarme, quienes con sonrisas y palabras dan más alegría a mis días.

# ÍNDICE GENERAL

<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>X</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b>	<b>XII</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>XIII</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b>	<b>XIV</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>XV</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>XVI</b>
<b>RÉSUMÉ EXÉCUTIF</b>	<b>XVII</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>XVIII</b>
<b>ANTECEDENTES</b>	<b>XIX</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>XX</b>
<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>XX</b>
<b>JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>XXI</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>XXI</b>
OBJETIVO GENERAL	XXI
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	XXI
<b>HIPÓTESIS</b>	<b>XXII</b>
<b>VARIABLES DEPENDIENTES E INDEPENDIENTES</b>	<b>XXII</b>
<b>MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>XXIII</b>
ANÁLISIS PEST	XXIII
ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	XXIV
ANÁLISIS FODA	XXV
PLAN DE MARKETING MIX	XXVI
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>XXVII</b>
TIPO DE ESTUDIO	XXVII
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	XXVII
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	XXVIII

<b>1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO</b>	<b>1</b>
1.1 ASPECTOS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO	2
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>3</b>
2.1 ESTADO Y TENDENCIAS DEL SECTOR.	3
2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	4
2.3 ANÁLISIS DEL MERCADO	9
2.3.1 ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO	9
2.3.2 ANÁLISIS DE CLIENTES	10
2.3.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	10
2.3.4 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	12
2.3.5 RESUMEN DE LA ENCUESTA	24
2.3.6 ANÁLISIS DE LA OFERTANTES DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	25
2.3.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA ONLINE DE BÚSQUEDA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	32
2.3.8 TAMAÑO DEL MERCADO OBJETIVO	34
<b>3. ANÁLISIS FODA</b>	<b>40</b>
<b>4. PLAN DE MARKETING</b>	<b>41</b>
4.1. OBJETIVOS	41
4.1.1 OBJETIVO DE VENTAS	41
4.1.2 OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO	41
4.1.3 OBJETIVO DE RENTABILIDAD O MARGEN	41
4.2. ESTRATEGIA GLOBAL	42
4.3 ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX	43
4.3.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO	43
4.3.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS	46
4.3.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	46
4.3.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL	47
<b>5. ANÁLISIS TÉCNICO</b>	<b>48</b>
5.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	48
5.1.1 FLUJOGRAMA DE SERVICIO	50
5.2 SISTEMA INFORMÁTICO PARA PROCESOS	52
5.3 INFRAESTRUCTURA	54
5.4 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	55
5.4.1 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	55



<b>5.5 PERSONAL, EQUIPOS Y SERVICIOS ADICIONALES</b>	<b>56</b>
5.5.1 REQUERIMIENTO DE PERSONAL	56
5.5.2 REQUERIMIENTO DE EQUIPOS	56
<b><u>6. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL</u></b>	<b><u>57</u></b>
<b>6.1 TIPO DE SOCIEDAD</b>	<b>57</b>
<b>6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	<b>57</b>
<b>6.3 DESCRIPCIÓN DE CARGOS</b>	<b>58</b>
6.3.1 POLÍTICAS DE ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL	59
<b>6.4 MODELO DE PROCESOS</b>	<b>59</b>
<b>6.5 IMPACTO SOCIAL</b>	<b>60</b>
<b><u>7. ANÁLISIS ECONÓMICO</u></b>	<b><u>60</u></b>
<b>7.1 INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>60</b>
<b>7.2 GASTOS PRE-OPERATIVOS</b>	<b>62</b>
<b>7.3 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>62</b>
<b>7.4 POLÍTICAS FINANCIERAS</b>	<b>63</b>
7.4.1 POLÍTICAS DE CARTERA A CLIENTES	63
<b>7.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>	<b>64</b>
<b>7.6 PRESUPUESTO DE PERSONAL</b>	<b>64</b>
<b>7.7 PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS</b>	<b>65</b>
<b><u>8. ANÁLISIS FINANCIERO</u></b>	<b><u>66</u></b>
<b>8.1 BALANCE GENERAL</b>	<b>66</b>
<b>8.2 ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>66</b>
<b>8.3 FLUJO DE CAJA</b>	<b>67</b>
<b><u>9. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO</u></b>	<b><u>68</u></b>
<b>9.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>	<b>68</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>70</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>71</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	<b>75</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA NO. 1 SECTOR ALOJAMIENTO	6
TABLA NO. 2 EDAD DEL ENCUESTADO	13
TABLA NO. 3 LUGAR DE PROCEDENCIA	17
TABLA NO. 4 COMPARACIÓN DE OFERTA 2013	31
TABLA NO. 5 OFERTA PROYECTADA DE RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS Y PENSIONADOS 2013 - 2018	35
TABLA NO. 6 OFERTA HISTÓRICA DE HOSTALES 2007 - 2013	36
TABLA NO. 7 OFERTA PROYECTADA DE HOSTALES	36
TABLA NO. 8 INGRESO DE NACIONALES Y EXTRANJEROS 2006-2012	37
TABLA NO. 9 PROYECCIONES DE NACIONALES Y EXTRANJEROS 2014-2018	38
TABLA NO. 10 CAPTACIÓN DE LA OFERTA DEL SECTOR 2014-2018	39
TABLA NO. 11 SERVICIOS BRINDADOS POR REINEC CIA. LTDA.	43
TABLA NO. 12 SERVICIOS TECNOLÓGICOS REQUERIDOS POR RESIDENCIASECU.COM	44
TABLA NO. 13 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	47
TABLA NO. 14 REQUERIMIENTO DE PERSONAL	56
TABLA NO. 15 REQUERIMIENTO DE EQUIPOS	56
TABLA NO. 16 FUENTES DE FONDO DE FINANCIAMIENTO	60
TABLA NO. 17 DETALLE DE INVERSIONES	61
TABLA NO. 18 DETALLE DE ACTIVOS FIJOS	61
TABLA NO. 19 DETALLE DE GASTOS PRE-OPERATIVOS	62

TABLA NO. 20 CAPITAL DE TRABAJO	63
TABLA NO. 21 PRESUPUESTO DE INGRESOS	64
TABLA NO. 22 PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL	65
TABLA NO. 23 OTROS GASTOS PROYECTADOS	65
TABLA NO. 24 BALANCE GENERAL PROYECTADO	66
TABLA NO. 25 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	67
TABLA NO. 26 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	67
TABLA NO. 27 COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	68
TABLA NO. 28 CONSOLIDADO TIR Y VAN	68
TABLA NO. 29 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	69
TABLA NO. 30 ENTRADAS DE NACIONALES Y EXTRANJEROS AÑO 2006	75
TABLA NO. 31 ENTRADAS DE NACIONALES Y EXTRANJEROS AÑO 2007	76
TABLA NO. 32 ENTRADAS DE NACIONALES Y EXTRANJEROS AÑO 2008	76
TABLA NO. 33 ENTRADAS DE NACIONALES Y EXTRANJEROS AÑO 2009	77
TABLA NO. 34 ENTRADAS DE NACIONALES Y EXTRANJEROS AÑO 2010	77

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO NO. 1 ENTRADA DE EXTRANJEROS Y NACIONALES	5
GRÁFICO NO. 2 CRECIMIENTO DEL SECTOR ALOJAMIENTO Y RESTAURANTES	6
GRÁFICO NO. 3 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA PORTER.	7
GRÁFICO NO. 4 EDAD DEL ENCUESTADO	13
GRÁFICO NO. 5 SEXO DEL ENCUESTADO	14
GRÁFICO NO. 6 UNIVERSIDAD A LA QUE ASISTE	14
GRÁFICO NO. 7 CARRERA QUE ESTUDIA	15
GRÁFICO NO. 8 RESIDENCIA DEL ENCUESTADO	16
GRÁFICO NO. 9 LUGAR DE PROCEDENCIA	16
GRÁFICO NO. 10 LUGAR DONDE VIVE EN GUAYAQUIL	17
GRÁFICO NO. 11 SECTOR DONDE VIVE	18
GRÁFICO NO. 12 MOTIVO DE SELECCIÓN	19
GRÁFICO NO. 13 TIEMPO DE ESTANCIA EN LA RESIDENCIA	19
GRÁFICO NO. 14 GASTO PROMEDIO MENSUAL	20
GRÁFICO NO. 15 PRINCIPALES SERVICIOS RECIBIDOS EN LA RESIDENCIA	21
GRÁFICO NO. 16 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO	21
GRÁFICO NO. 17 MEDIO DE INFORMACIÓN DE BÚSQUEDA	22
GRÁFICO NO. 18 CONOCIMIENTO DE OTRA HERRAMIENTA DE BÚSQUEDA	23
GRÁFICO NO. 19 UTILIDAD DEL SERVICIO DE RESIDENCIASECU.COM	23
GRÁFICO NO. 20 SERVICIOS QUE DEBERÍA OFRECER RESIDENCIASECU.COM	24
GRÁFICO NO. 20 PROYECCIONES DE NACIONALES Y EXTRANJEROS 2014-2018	38

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA NO. 1 FÓRMULA MUESTRA INFINITA	11
FIGURA NO. 2 RESIDENCIA UNIVERSITARIA UEES	26
FIGURA NO. 3 RESIDENCIA UNIVERSITARIA GIRASOL	27
FIGURA NO. 4 RESIDENCIA UNIVERSITARIA ILLINIZAS	28
FIGURA NO. 5 LOGO AIRBNB	32
FIGURA NO. 6 LOGO COUCHSURFING	33
FIGURA NO. 7 LOGO DE DESPEGAR.COM	33
FIGURA NO. 8 LOGO DE TRIVAGO	34
FIGURA NO. 9 DISEÑO DE LA WEB DE RESIDENCIASECU.COM	44
FIGURA NO. 10 PAQUETES EMPRESARIALES DE PROVAB TECHNOFT	53
FIGURA NO. 12 INFRAESTRUCTURA DE RESIDENCIASECU.COM	54
FIGURA NO. 13 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	55
FIGURA NO. 14 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	55
FIGURA NO. 15 ISOTIPO DE LA EMPRESA	57
FIGURA NO. 16 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	57
FIGURA NO. 17 MAPA DE PROCESOS DE LA EMPRESA	59

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO NO. 1 ENTRADAS DE NACIONALES Y EXTRANJEROS	75
ANEXO NO. 2 CATEGORIZACIÓN UNIVERSIDADES ESCALA A Y B	80
ANEXO NO. 3 MODELO DE LA ENCUESTA	81
ANEXO NO. 4A RESULTADOS ENCUESTA: SEXO	84
ANEXO NO. 4B RESULTADOS ENCUESTA: LUGAR DONDE ESTUDIA	84
ANEXO NO. 4C RESULTADOS ENCUESTA: CARRERA QUE ESTUDIA	84
ANEXO NO. 4D RESULTADOS ENCUESTA: RESIDE EN GUAYAQUIL	85
ANEXO NO. 4E TABLAS DE CONTINGENCIA DE LUGAR DE PROCEDENCIA	85
ANEXO NO. 4F TABLAS DE CONTINGENCIA DE LUGAR DONDE VIVE SEGÚN SU PROCEDENCIA	85
ANEXO NO. 4G RESULTADOS ENCUESTA: SECTOR DONDE VIVE	86
ANEXO NO. 4H RESULTADOS ENCUESTA: MOTIVO DE SELECCIÓN DEL LUGAR	86
ANEXO NO. 4I RESULTADOS ENCUESTA: TIEMPO DE PERMANENCIA	86
ANEXO NO. 4J RESULTADOS ENCUESTA: GASTO PROMEDIO EN ALQUILER	86
ANEXO NO. 4K RESULTADOS ENCUESTA: SERVICIOS INCLUIDOS	87
ANEXO NO. 4L RESULTADOS ENCUESTA: SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO	87
ANEXO NO. 4M RESULTADOS ENCUESTA: MEDIO DE INFORMACIÓN	87
ANEXO NO. 4N RESULTADOS ENCUESTA: CONOCE BUSCADOR DE SITIOS DE ALOJAMIENTO	88
ANEXO NO. 4O RESULTADOS ENCUESTA: UTILIDAD DE UN NUEVO BUSCADOR	88
ANEXO NO. 4P RESULTADOS ENCUESTA: SERVICIOS EN EL BUSCADOR	88
ANEXO NO. 5 RESIDENCIA UNIVERSITARIA UEES	89
ANEXO NO. 6 RESIDENCIA UNIVERSITARIA GIRASOL	90
ANEXO NO. 7 RESIDENCIA UNIVERSITARIA ILINIZAS	91
ANEXO NO. 8 REQUISITOS PARA COMPAÑÍA ANÓNIMA	92
ANEXO NO. 9 PROYECCIONES FINANCIERAS	94

## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente plan de negocios se presenta al lector los aspectos fundamentales administrativos y operativos para la puesta en marcha del proyecto Residenciasecu.com en el Ecuador.

En la primera parte se presenta los aspectos estratégicos del negocio, a continuación se describe el análisis efectuado respecto a las tendencias del sector, el análisis de la industria y el análisis del mercado cuyos resultados fueron obtenidos a través análisis cuantitativo y cualitativo aplicado al estudio. Finalmente en este análisis se precisa acerca de los aspectos internos y externos a los que se enfrenta el negocio respecto a su situación en el mercado.

En la segunda sección del estudio se plantea las estrategias de marketing que deberán ser implementadas para lograr obtener los objetivos de ventas, posicionamiento y rentabilidad planteados. La descripción del servicio y de recursos requeridos para el funcionamiento del negocio se detallan en el análisis técnico. El modelo de procesos y cómo deben distribuirse las actividades se enlistan finamente en el análisis organizacional.

En la sección final del estudio se presenta los aspectos financieros relacionados a la inversión requerida, el capital de trabajo, los presupuestos de ingresos y gastos, las proyecciones de los estados financieros y la obtención de los indicadores financieros de decisiones como TIR, VAN y razones financieras, al final se sensibiliza el proyecto para conocer cuán sensible se muestra proyecto respecto a variables manipuladas para el efecto.

**Palabras claves:** residencia universitaria, huésped universitario, sistema educativo universitario, plataforma online, alojamiento universitario.

## ABSTRACT

The business plan presented to the reader observes the administrative and operative aspects in order to implement the project named [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) in the country of Ecuador.

In the first section it is emphasized the strategic position related to the business, then it is described the analysis which was made to understand the tendencies from the sector, the industry and the market analysis in which the results were obtained thanks to quantitative and qualitative analysis applied to the study. Finally in this analysis it is precised the internal and external aspects that the business has to face because of its market situation.

In the second section in this study it is posted the marketing strategies which should be implemented in order to attain the sales, positioning and profitability goals. The description of the service and the needed resources to set up the business are presented in the technical analysis. The business model and how the activities should be distributed among the personnel are listed in the organizational analysis.

In the final section it is stated the financial projections related to the required initial investment, the working capital, the income and the expenses budget, the financial statement projections and financial decision making ratios such as IRR and VNA. At the end the project is object of sensibilization through variables handled to know how it could be affected by external situations in their revenues and profits.

**Key words:** university residence, university student, university educational system, online platform, university lodging.



## RESUMÉ EXÉCUTIF

Le plan d'affaires présenté au lecteur observe les aspects administratifs et opérationnels pour mettre en œuvre le projet nommé [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) dans le pays de l'Equateur.

Dans la première section, il est souligné la position stratégique liés à l'activité, il est décrit l'analyse qui a été faite pour comprendre les tendances du secteur, l'industrie et l'analyse du marché dans lequel les résultats ont été obtenus grâce à une analyse quantitative puis qualitative appliqué à l'étude. Enfin, dans cette analyse, il est précisé les aspects internes et externes que l'entreprise doit faire face en raison de sa situation sur le marché.

Dans la deuxième partie de cette étude, il est posté les stratégies de marketing qui devraient être mises en œuvre pour atteindre les objectifs de vente, de positionnement et de rentabilité. La description du service et les ressources nécessaires pour mettre en place l'entreprise sont présentés dans l'analyse technique. Le modèle d'entreprise et la façon dont les activités devraient être réparties entre le personnel sont énumérés dans l'analyse organizacional.

Dans la dernière section, il est indiqué les projections financières liées à l'investissement requis initial, le fonds de roulement, le revenu et le budget des dépenses, les projections des états financiers et de faire des rapports tels que IRR et VNA décision financière. À la fin du projet est l'objet de sensibilisation par le biais des variables traitées de savoir comment elle pourrait être affectée par des situations extérieures à leurs revenus et leurs profits.

**Mots clés:** résidence universitaire, étudiant à l'université, système éducatif universitaire, la plate-forme en ligne, l'hébergement universitaire.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad se observa el desplazamiento de estudiantes dentro del contexto ecuatoriano para acceder a servicios de educación superior gratuitos o pagados para mejorar su nivel de calidad de vidas y el de sus familias.

Este desplazamiento requiere de mucho esfuerzo y determinación porque en muchos casos el estudiante se enfrenta a una situación completamente diferente a aquel que vive en el entorno de su vivienda o domicilio habitual.

Se suma a esta problemática la angustia y desesperación que acarrea para sus padres y familiares quienes no pueden acompañarlo en su travesía hacia un nuevo destino por factores económicos o laborales, llegando así a la conclusión que siempre sería mejor que su representado pudiera llegar a la casa de algún amigo o familiar lo que no siempre sucede.

Con estos antecedentes nace la idea de formar un negocio apuntado a los estudiantes que necesitan de un lugar seguro y confiable para hospedarse durante su vida universitaria en el que no solo encuentren las facilidades que dejan atrás cuando tienen que marcharse de casa sino que puedan crear una relación de amistad y confraternidad con la o las personas que le servirán de guía mientras se prepara profesionalmente.

## **Antecedentes**

En el futuro la movilidad estudiantil en el país será evidente ante este panorama de la educación superior en el país. La Senescyt lleva a cabo el Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA) un nuevo proceso de admisión en las universidades donde los estudiantes deben inscribirse en línea, es un examen nacional de aptitudes para todas las instituciones de educación superior donde se garanticen el acceso en igualdad de oportunidades mejorando la calidad de la educación superior. Sin embargo, este proceso ha provocado quejas y resignación en estudiantes que debe seleccionar universidades fuera de su lugar de residencia para poder estudiar (El Comercio, 2012).

Esta movilidad tanto interna como externa provocará el aumento de demanda de hospedajes o viviendas adecuadas donde los estudiantes puedan tranquilamente empezar su nueva etapa educacional lejos de sus lugares habituales de residencia. Ciudades como Guayaquil, Quito, Cuenca, Ambato, Riobamba, Loja, Manta son lugares donde existe la mayor parte de oferta de carreras universitarias. De la misma manera la creación de institutos tecnológicos aumentará la oferta académica y la movilidad estudiantil con la creación de carreras técnicas cortas (El Comercio, 2013c).

Ante esta necesidad en el largo plazo, el sector del servicio de hospedaje se plantea nuevos desafíos. El sector de alojamiento y servicios de comida durante el 2011 creció del 8% al 11,4%, este aumento se refleja con el crecimiento de turistas y extranjeros, en especial colombianos y peruanos, que han llegado al país para trabajar y estudiar (Hoy, 2012). Por tanto, la oportunidad de crecimiento del sector de alojamiento es evidente no sólo por la inversión en turismo sino por la movilidad interna que se produciría por los cambios en el sistema de educación superior.

## **Planteamiento del problema**

Los estudiantes ecuatorianos que en actualidad deben movilizarse a otras provincias para acceder a estudios universitarios deben recurrir a la búsqueda de residencias universitarias por su propia cuenta, de igual manera ocurre con aquellos estudiantes extranjeros que vienen al Ecuador motivados a estudiar en carreras de pregrado o postgrado de países vecinos de nuestra región.

En muchas ocasiones la búsqueda de la residencia puede resultar engorrosa al no disponer de referencias personales que le avalen en la otra ciudad de destino o por tener que someterse a cláusulas estrictas por parte del arrendador. Esta situación resulta más agravante para aquellos estudiantes que provienen del extranjero por no tener pleno conocimiento de la ciudad destino siendo objeto de estafas económicas. Gran parte de los extranjeros opta por alojarse en urbanizaciones de estatus alto incrementando de manera sustancial sus gastos de alojamiento y alimentación a lo largo de su carrera estudiantil.

Por estos motivos es necesario crear una plataforma virtual que permita al igual que en los países de primer mundo hacer búsquedas en la web de residencias universitarias de todo tipo así como el contar con un sitio que sea de garante para ambas partes involucradas.

## **Formulación del problema**

¿De qué forma incide la implementación de una plataforma online para búsqueda de residencias universitarias como estrategia de introducción de un servicio innovador en el Ecuador?

## **Justificación de la investigación**

El mejoramiento del sistema de calidad en las Universidades y Centros de Estudio Superior en el Ecuador está fomentando las alianzas de índole académico con más académicos a nivel mundial, permitiendo intercambios, estancias y pasantías en el Ecuador que posteriormente son avaladas en el país de origen del estudiante.

La política de transferencia de conocimiento que promueve el gobierno del Ec. Rafael Correa implica que compatriotas se desplacen hacia otras partes del mundo y que en consecuencia estudiantes, docentes y científicos del exterior participen de manera activa en el sistema educativo ecuatoriano para elaborar proyectos multidisciplinarios que permitan el cambio de la matriz productiva objetivo base de este gobierno.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad financiera y social para la implementación de una plataforma online de búsqueda de residencias universitarias en el Ecuador.

### **Objetivos Específicos**

1. Analizar la industria y el mercado del sector de alojamiento en el Ecuador y su crecimiento en el largo plazo.
2. Explicar y detallar los requerimientos administrativos y técnicos del sitio web [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com).
3. Elaborar los presupuestos y proyecciones financieras para conocer las estimaciones reales de la implementación del negocio.

4. Sensibilizar y evaluar la propuesta para la presentación de recomendaciones en la puesta en marcha del negocio.

## Hipótesis

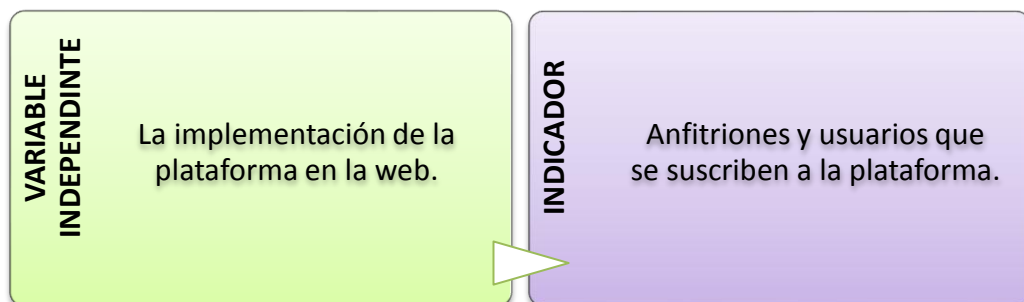
Las hipótesis que se ha planteado para esta investigación es de causa- efecto: Al implementar la plataforma de búsqueda de residencias online se obtendrá al menos el 40% del mercado en los 5 primeros años de lanzamiento. De acuerdo con el flujo de caja proyectado, realizado para medir la factibilidad de la implementación de la plataforma en la web.

La segunda hipótesis que se ha planteado es: Con la implementación de la plataforma en la web se obtendrá el reconocimiento de la marca [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com).

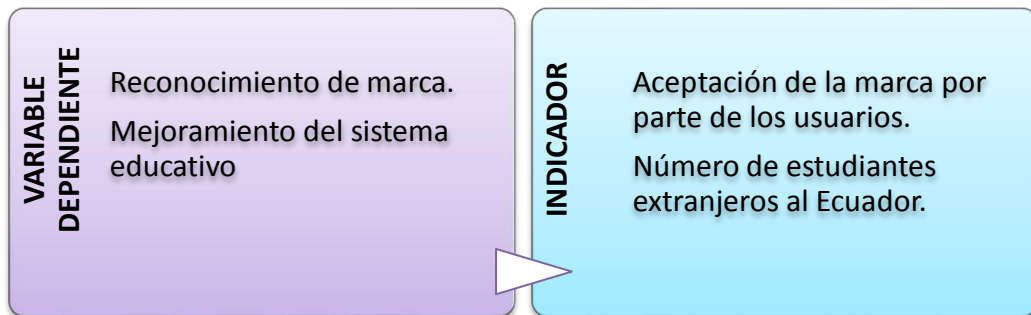
Como última hipótesis: Con la implementación de la plataforma en la web, el Ecuador será capaz de ser no solamente destino turístico sino también destino de estudios gracias al mejoramiento del sistema educativo universitario.

## Variables Dependientes e Independientes

### *Variable Independiente*



### **Variable Dependiente**



### **Marco Teórico de la Investigación**

#### **Análisis PEST**

Según (Boddy, 2009) el análisis PEST debe tomar en cuenta el análisis del macroambiente donde se incluya los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del entorno donde se desarrollará el negocio.

En los **factores políticos** es importante tomar en cuenta las decisiones políticas que pudieran afectar en el futuro al negocio, inclusive verificando si entorno político se muestra estable para las decisiones de la empresa o no.

En los **factores económicos** se especifican variables económicas y aspectos económicos que afectan la futura oferta y demanda de los servicios futuros del negocio.

En los **aspectos sociales** se indica la apertura o el grado de aceptación de las personas y de la sociedad en general respecto a los

incentivos que tienen la población acerca de consumir o comprar un producto o servicio.

Finalmente en el **aspecto tecnológico** se debe conocer el grado tecnológico de un país y qué tan fácil es acceder a productos o servicios tecnológicos especialmente si el negocio depende de tecnología como principal insumo.

### **Análisis de las 5 Fuerzas de Porter**

Según (Borello, 2004) el análisis de la industria o fuerzas de Porter debe medir el grado de interacción que existe dentro de un sector o industria para entender su comportamiento respecto al poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores, rivalidad de los competidores, amenaza de productos sustitutos y amenaza de nuevos entrantes.

El **poder de negociación de los compradores** enfatiza en la importancia de conocer el grado de conocimiento que tiene el cliente o consumidor respecto del producto o servicio y cómo este podría llegar a influir en las decisiones de sus pares.

El **poder de negociación de los proveedores** en cambio se centra en la forma en que los proveedores de insumos y servicios pueden presionar a la organización para incrementar el precio de los insumos en el caso de que éstos sean los únicos en el mercado o estén agrupados en un oligopolio.

La **rivalidad de los competidores** pretende estudiar qué tan fuerte es la competencia a la que se enfrenta el negocio e inclusive proyectar las



estrategias que la competencia estaría dispuesta a adaptar para mantenerse en una posición en el mercado.

La **amenaza de entrada de productos sustitutos** demuestra en qué factores debe agregarse más valor a la organización para que el producto o servicio no sea fácilmente copiable ni sustituible en el tiempo.

La **amenaza de nuevos entrantes** enfatiza en qué tan débiles son tanto las barreras de entrada o qué tan fuertes las barreras de salida en la industria a la que se pretende incursionar proveyendo en esta forma de información vital que permita conocer si el mercado se distribuye entre muchos o pocos competidores.

Según Michael Porter quien actualmente se desempeña como profesor en la reconocida escuela de negocios de Harvard Business School existen dos estrategias genéricas que se pueden implementar una vez que se ha efectuado el análisis de la industria, es decir se puede obtener productos y servicios de los insumos a menos coste para volverse líderes en costes o hacer que el producto o servicio sea concebido por los compradores o usuarios como exclusivo para ser un líder en diferenciación.

## **Análisis FODA**

Mintzberg, Quinn, & Voyer (1997) indican que una vez efectuado el análisis del macroentorno y de la industria es primordial, conocer acerca de los factores internos y externos que envuelven las capacidades y potenciales del negocio.

Entre los aspectos de orden interno de la organización se cuentan las fortalezas y debilidades, ambas deberán reflejar la situación actual de la empresa y como se postula ésta a las respuestas del mercado indagando en los recursos humanos, materiales y tecnológicos con los que cuenta y de qué forma puede responder a la demanda.

Respecto a los factores a analizarse en el orden externo se tiene a las oportunidades y amenazas, para entender con los recursos que cuenta la organización desde afuera de los que podría sacar provecho o más bien diseñar estrategias para contrarrestar a las amenazas que pudieran presentarse.

### **Plan de Marketing Mix**

En el libro el marketing Mix en el año 2001, se menciona que existen diversos tipos de estrategias de marketing las que deben enfocarse según sea el caso a los productos o servicios sirviendo a todos los involucrados dentro de la cadena productiva.

El **producto**, debe describir cómo será la oferta que la organización tiene para sus potenciales compradores.

El **precio**, dependiendo del tipo de estrategia este puede ser el enganche del producto o indicar el grado de exclusividad del mismo entre sus potenciales compradores.

La **plaza**, indicará los canales que servirán para hacer llegar al comprador final el producto.

La **promoción**, se centrará en los medios y estrategias que se utilizará para persuadir en la decisión de compra de los compradores.

## **Metodología de la investigación**

El estudio se plantea dentro del paradigma positivista de la investigación bajo el método de investigación cuantitativo por apoyarse la investigación en la estadística descriptiva para conocer como es el comportamiento de las tendencias de estudiantes que concurren y se desplazan en el Ecuador para continuar con sus estudios de nivel superior.

## **Tipo de estudio**

Para Hernández (2006) la investigación descriptiva conlleva al conocimiento del comportamiento de situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Tiene como objetivo predecir e identificar las relaciones existentes entre variables, motivo por el cual para el presente estudio se utilizará la investigación descriptiva, para recabar la información necesaria de la demanda de alojamiento y hospedaje de residentes y extranjeros que se desplazan para estudiar en el país.

## **Técnicas de investigación**

Para la realización de este proyecto de investigación, se utilizará varias técnicas para la recaudación de información necesaria, válida para la ejecución; dentro de estas técnicas como indica Moreno (2008), a continuación se enumera:

## **Encuestas**

La técnica de encuesta se llevará a cabo entre jóvenes de entre 18 y 30 años en la ciudad de Guayaquil que representan la población estudiantil activa.

## **Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación es de orden cuantitativo por el análisis histórico de los movimientos migratorios hacia el Ecuador por motivos de estudio y de orden cualitativo al presentar la apreciación de académicos e involucrados acerca del sector de alojamientos de corta duración.

## **Instrumentos de recolección de datos**

Un instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. De este modo el instrumento sintetiza en sí toda la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto a las variables o conceptos utilizados.

Por este motivo, la recopilación de datos será a través de fuentes informativas de tipo primaria y secundaria. Una fuente documental primaria es un documento original de investigación donde se puede encontrar información completa y de primera mano, presentada de manera detallada y utilizando un lenguaje técnico. Pueden ser: enciclopedias, diccionarios, textos. Una fuente de información secundaria es aquella que ofrece información sobre el tema a investigar, pero que no

es la fuente original de los hechos, sino solo la referencia. Estos pueden ser: libros, tesis, revistas, documentos escritos, documentales, noticieros y medios de información (Corbetta, 2007).

# 1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO

Residenciasecu.com será una empresa dedicada a la intermediación de servicios de búsqueda de residencias universitarias online a nivel mundial que permitirá realizar la búsqueda en la web de cuartos, casas, residencias y hostales amobladas para estudiantes que decidan venir al Ecuador a realizar estudios universitarios o de postgrado en el sistema educativo ecuatoriano.

El sitio web actuará no solamente como intermediario sino como garante y avalara la existencia y disponibilidad del hospedaje de tal manera que el estudiante una vez que ha encontrado el sitio de alojamiento o estancia de su agrado emita su pago a residenciasecu.com, cuando el estudiante se encuentre en el lugar escogido y verifique que corresponde a las características mencionadas en el portal web entonces contará con 24 horas para que desista de su decisión de alojamiento y su dinero sea reembolsado, caso contrario el dinero será devuelto al arrendatario en su totalidad para garantizar la calidad y veracidad del servicio ofertado.

La idea de negocio facilita la inserción el estudiante dentro del contexto ecuatoriano adoptando una política donde usted paga si está conforme con el servicio recibido creando no solamente reputación sino lealtad a la marca. Por otro lado, este emprendimiento resulta beneficioso para los arrendadores también al conocer que pueden contar con su pago en el plazo establecido promoviendo condiciones equitativas para ambas partes.

Los valores agregados en este servicio radican en el feedback o retroalimentación que los suscriptores al servicio facilitarán a su residencia universitaria cuando haya culminado su estancia en la misma,

generando un sistema de puntuación del servicio que sirva como herramienta de decisión a los futuros suscriptores del servicio.

## **1.1 Aspectos estratégicos del negocio**

**Misión.-** Facilitar la búsqueda de residencias universitarias en la web para atender a nacionales y extranjeros que se movilicen dentro y hacia al Ecuador por temas de estudio.

**Visión.-** Convertirse en el 2015 en una empresa reconocida en el contexto latinoamericano para búsqueda de residencias universitarias en la web.

### **Valores Corporativos**

*Servicio especializado*

*Enfoque al usuario*

*Integridad*

*Veracidad*

*Puntualidad*

## **2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1 Estado y tendencias del sector.**

El presidente del Ecuador Rafael Correa durante su última visita a Rusia presentó al país como una economía dinámica que impulsa el conocimiento y la transformación productiva. La economía del país desde el 2007 ha tenido tasas de crecimiento del 4,3% con una inversión pública del 14% del PIB donde se han impulsado varios proyectos estratégicos a largo plazo que buscan un cambio estructural de la economía, pasar de una economía extractivista hacia una economía del conocimiento (El Comercio, 2013b).

Para lograr una economía del conocimiento se ha impulsado por parte del gobierno una planificación hacia el cambio de la matriz productiva, involucrando 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas (SENPLADES, 2012). Para este cambio es necesario generar nuevo talento humano que, en el largo plazo, ayude en el impulso de estas nuevas industrias, para lo cual desde el 2013 se empezó a construir la Ciudad del Conocimiento Yachay ubicado en el sector de Urcuquí en Imbabura. Según Héctor Rodríguez gerente de la empresa pública Yachay, la ciudad colaborará en la generación del nuevo talento humano requerido para el cambio de la matriz productiva fortaleciendo la planificación para el buen vivir que impulsa el gobierno (El Universo, 2013).

Ante este desafío de construir una economía del conocimiento en el Ecuador, tanto los sectores productivos como el sistema de educación superior han sufrido cambios en sus estructuras para acoplarse a estas estrategias. El estado ha impulsado la creación de 4 nuevas universidades Yachay, de las Artes, del Docente e Ikiam con el fin de

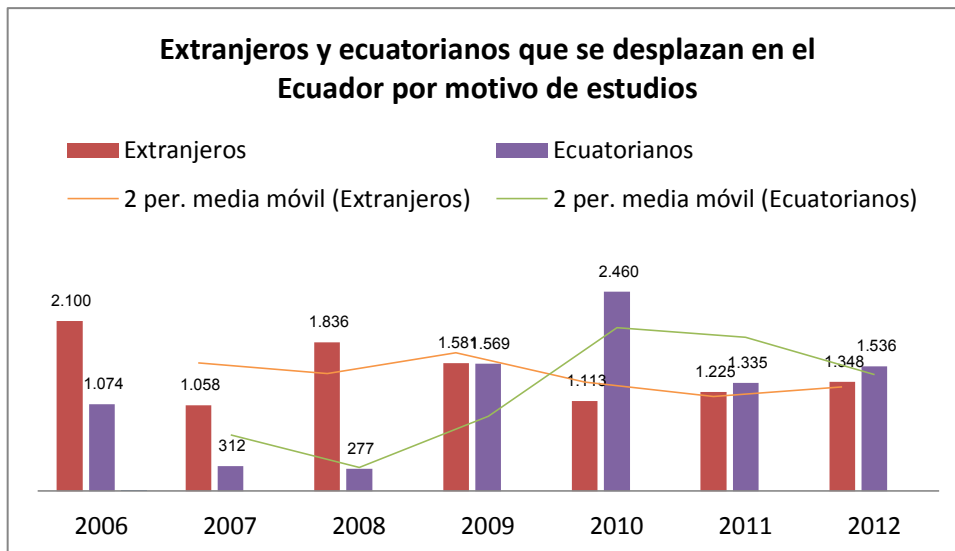


lograr este aporte al cambio de la matriz, para ello se ha destinado más de mil millones de dólares en estos proyectos estratégicos (Andes, 2013).

Con la construcción de las nuevas universidades en provincias estratégicas del país, se plantean un nuevo orden territorial en la oferta de educación superior en el país lo que provocará una movilidad interna y externa de estudiantes entre universidades para realizar su formación profesional. René Ramírez, Secretario de la Senescyt manifiesta que la cooperación educativa reforzará la colaboración científica universitaria permitiendo el surgimiento de proyectos que refuercen la movilidad estudiantil de los jóvenes estudiantes e investigadores (SENESCYT, 2013).

## **2.2 Análisis de la industria**

El país cuenta con una tasa bruta de matrícula del 36% en la educación superior para el 2010, para el examen nacional de admisión el SNNA otorgó 161712 cupos al sistema universitario con una tasa de admisión del 56% que se espera aumente durante los siguientes años, las provincias con mayor número de inscritos están en Guayas, Pichincha, Manabí, Tungurahua y Chimborazo (SENESCYT, 2010). Por otro lado, según el censo de población y vivienda existe un 9,8% de la población que se desplaza a otras zonas de su residencia para estudiar, contemplando una población flotante importante (INEC, 2013b). (Ver Anexo No. 1)



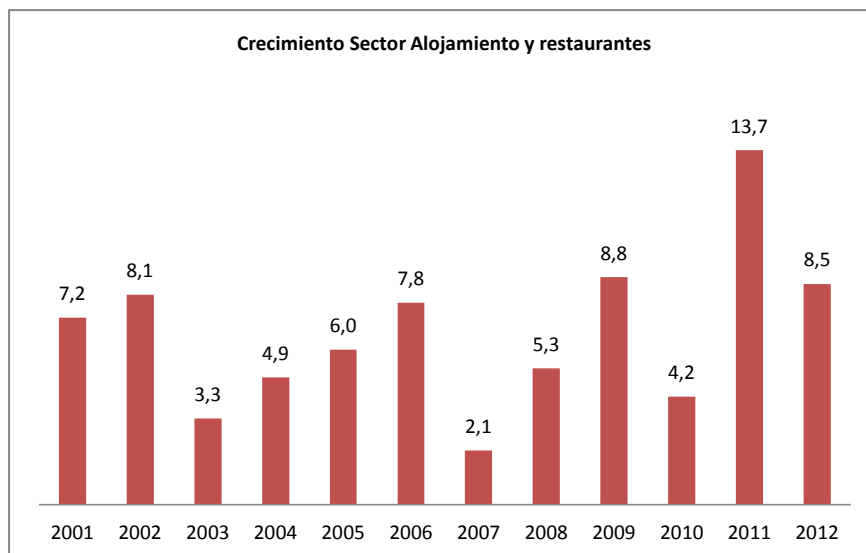
**Gráfico No. 1 Entrada de Extranjeros y Nacionales**

Fuente: Sistema Integrado de Consultas REDATAM - INEC (2013)

Elaborado por: Ronald Guillén

De la misma manera, existen extranjeros que han ingresado al país por motivo de estudios tanto en estancias cortas como largas. Según datos del INEC durante el 2010 ingresaron 1113 extranjeros con el motivo de estudios. Desde el 2006 hasta el 2012 ha existido una tasa promedio de crecimiento del 20.21% de extranjeros que ingresan al país para estudiar (INEC, 2013b).

El sector de alojamiento y hospedaje durante el 2001 y 2012 crecieron al 7,2%, y 8,5% respectivamente, en estos años el sector tuvo una tasa de crecimiento del 6,6% en promedio. Para el 2012 el sector representó un 2,12% del PIB del país (BCE, 2013), generando 272411 empleos en todas las actividades de alojamiento y restaurante (INEC, 2013a).



**Gráfico No. 2 Crecimiento del Sector alojamiento y restaurantes**

Fuente: Sistema Integrado de Consultas REDATAM - INEC (2013)

Elaborado por: Ronald Guillén

Según el ministerio de turismo durante el 2011 se registró 178374 plazas de alojamiento en el país mostrando un incremento del 21,32% desde el año 2007, un número de 3935 establecimientos económicos ofrecen alojamientos de corta estancia en el país ofreciendo un total de 78907 habitaciones para el sector. Sólo en el sector de alojamiento turístico se registró 101329 empleos de los cuales un 46% están destinados a las mujeres (MINTUR, 2011) .

<b>AÑO</b>	<b>Nro. Establecimientos</b>	<b>Nro. De Habitaciones</b>	<b>Nro. De Plazas</b>
<b>2007</b>	3.213	68.805	147.025
<b>2008</b>	3.399	79.235	168.626
<b>2009</b>	3.615	72.958	159.629
<b>2010</b>	3.729	76.808	170.236
<b>2011</b>	3.935	78.907	178.374

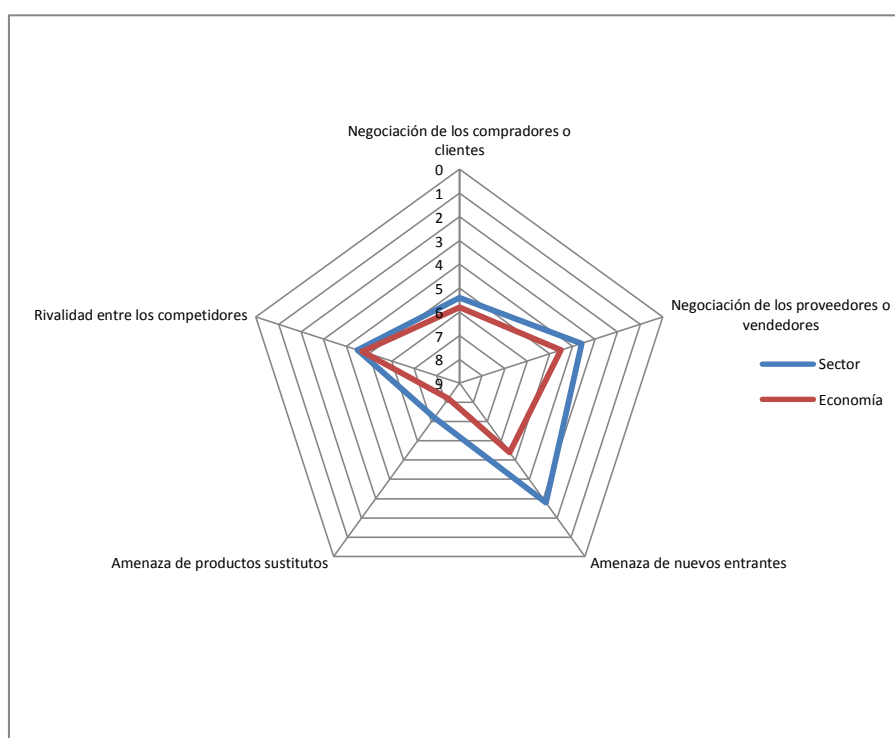
**Tabla No. 1 Sector Alojamiento**

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos del Ecuador 2013, Ministerio de Turismo

Elaborado por: Ronald Guillén

Es importante realizar un análisis de competitividad del sector para poder determinar los factores y estrategias que permitan tener una manera efectiva de desarrollar el sector. Para ello se va utilizar el análisis de las 5 fuerzas de Porter (Porter, 1998) a través de la medición cualitativa de 5 segmentos que propone el autor para definir la competitividad de la industria.

Para la medición de los segmentos se utiliza una escala de valoración de 0 a 10 donde cero es el nivel más bajo del factor de competitividad y diez el más alto. Las mediciones se obtuvieron a través de preguntas de percepción a un grupo focal de expertos compuestos por 2 profesores universitarios, 2 empresarios del sector hotelero, 2 representantes de agencias de viaje, 2 representantes de las familias de los estudiantes y 2 presidentes de federaciones de estudiantes. Los resultados encontrados se presentan a continuación:



**Gráfico No. 3 Análisis de la Industria Porter.**

Elaborado por: Ronald Guillén

El factor de rivalidad entre los competidores tiene niveles medio bajos, ya que, existe poca oferta de alojamientos para universitarios, esta oferta esta complementada por los alojamientos ofrecidos para el turismo. La competencia entre residencias universitarias en las instituciones de educación superior es media baja, ya que, no todas las universidades disponen en sus campus de alojamientos para los estudiantes. Por lo tanto en este factor se puede considerar como una fuerza moderada.

En el factor de poder de la negociación de los proveedores se tiene un nivel medio, ya que, la poca disponibilidad de las universidades en disponer de residencias universitarias no influye en el sector. Por lo tanto para este factor se define un nivel moderado.

En el factor de negociación de los clientes se tiene un nivel medio alto, ya que, las preferencias de los clientes influyen en la decisión de elegir un lugar donde hospedarse generando cambios en sus decisiones mirando bienes sustitutos como hostales. En la competencia con las universidades el poder de los clientes es bajo, ya que, los estudiantes no disponen de otra opción dentro de la universidad. Por lo tanto para este factor se define un nivel moderado.

En el factor de amenazas de nuevos entrantes el nivel es bajo, ya que, las opciones de competencia son las residencias ubicadas en los campus de las universidades. Por lo tanto en este factor se considera un nivel bajo.

En el factor de amenaza de productos sustitutos el nivel es medio alto, ya que, si existen servicios sustitutos en alojamiento para estudiantes como hostales, hoteles, casa de familia y habitaciones simples dentro de las universidades. La competencia en este sentido se torna media alta, siendo muy sensible las preferencias del consumidor a buscar en el mediano plazo un lugar independiente donde vivir. Por lo tanto en este factor se considera un nivel alto.

## **2.3 Análisis del mercado**

### **2.3.1 Especificaciones del servicio**

Los estudiantes sobretodo los residentes ecuatorianos que se desplazan a otras provincias por motivos de estudio generalmente buscan en los medios de comunicación lugares que se acoplen a los requerimientos de un estudiante universitario y sobretodo que sean de bajo costo porque muchos de ellos efectúan muchos esfuerzos económicos familiares para vivir en otras provincias. En ocasiones el arrendador solicita referencias personales y comerciales lo que no permite que el contrato llegue a firmarse entre las partes.

Una vez que el estudiante agota las posibilidades de búsqueda de una residencia universitaria en los medios de comunicación, acude a referencias de entre sus amistades, familiares o conocidos para en este caso poder hospedarse en casa de alguno de ellos. Finalmente si el estudiante no tiene éxito en la búsqueda de residencia en las dos fuentes anteriores, suele recurrir a las instalaciones de la misma universidad para conversar con bienestar estudiantil y que lo orienten sobre lugares donde poder hospedarse en su vida universitaria.

Algunas instituciones superiores tales como Universidad Politécnica Salesiana y Universidad de Especialidades Espíritu Santo cuentan con sus propias residencias universitarias, en cambio la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil cuenta con el servicio de familias anfitrionas lo que de una u otra forma fomenta la seguridad del estudiante por estar avalados por una institución superior de prestigio.

Existen otros lugares de hospedajes promovidos por las iglesias más sin embargo las políticas de ingreso y conducta suelen ser muy exigentes las mismas que no se acoplan al estilo de vida de un universitario de los

tiempos modernos. Las distintas situaciones pueden hacer que un estudiante desista de acudir a una institución educativa superior si no cuenta con la seguridad de contar con un sitio de hospedaje confiable y seguro.

### **2.3.2 Análisis de Clientes**

El análisis de los usuarios se efectuó a través de una encuesta la que arrojó data importante sobre las tendencias de residencia actuales y que mecanismos utilizan los usuarios actuales para satisfacer su necesidad de residencia en otros lugares.

### **2.3.3 Objetivos del estudio de mercado**

- Determinar las variables demográficas, sociales y económicas que identifican al grupo objetivo como edad, centro de estudios al que acude, lugar de residencia habitual.
- Conocer las motivaciones del grupo objetivo al momento de escoger una residencia universitaria.
- Establecer el gasto promedio por concepto de residencias universitarias.
- Determinar el nivel de interés que causarían el concepto de negocio de [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) en el grupo objetivo

#### ***2.3.3.1 Fuentes de Información***

*Fuentes Primarias:*

- Encuestas efectuadas a los usuarios objetivos de los servicios tanto nacionales como extranjeros.
- Entrevistas a grupos focales de expertos e involucrados en el sector de hospedajes para estudiantes.

*Fuentes Secundarias:*

- Reportes estadísticos, material bibliográfico; páginas web de los Ministerios de Turismo, INEC, etc.

### **2.3.3.2 Metodología**

#### *a. Población*

La población de estudio está conformada por estudiantes extranjeros y nacionales que se movilizan hacia y dentro de Ecuador para efectuar estudios universitarios en universidades de las Categorías A y B del Ecuador.

#### *b. Tamaño de muestra*

Para determinar el tamaño de la muestra se considera una población infinita ya que no se conoce el total de personas que estudian en las universidades y son oriundos de otras ciudades, por lo tanto se procedió a calcular con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5 %, y considerando una estimación de la proporción del 50%, utilizando la fórmula para el cálculo de tamaño de muestra para poblaciones infinitas, y se determinó que el tamaño de muestra es 384 unidades muestrales ajustado a un total de 400 encuestas.

$$n = p (1 - p) (z/e)^2$$

**Figura No. 1 Fórmula muestra infinita**

Fuente: Estadística Básica aplicada (2006)

Elaborado por: Ronald Guillén

#### **Dónde:**

n: tamaño muestral

z: porcentaje de confianza

p: probabilidad de ocurrencia



q: probabilidad de no ocurrencia  
e: error de muestreo

### *c. Método de muestreo*

El muestreo se llevó a cabo de manera aleatoria simple con la aplicación en los principales centros de educación superior. Los lugares donde se realizaron las encuestas fueron las salidas de los principales centros y centros comerciales donde habitualmente se encuentran los universitarios como Mall del Sol, Policentro, San Marino y Malecón. También se consideraron a estudiantes de universidades de las Categorías A y B del sistema educativo del Ecuador en días de semana y fines de semana en las principales entradas de acceso peatonales de las instituciones respectivas. (Ver Anexo No. 2).

### **2.3.3.3 Selección de la encuesta**

La encuesta tiene como objetivo obtener información clave sobre datos de los encuestados, información sobre los servicios de hospedaje de su preferencia, el servicio de los buscadores en la web y la información que encuentran acerca de residencias. (Ver Anexo No. 3)

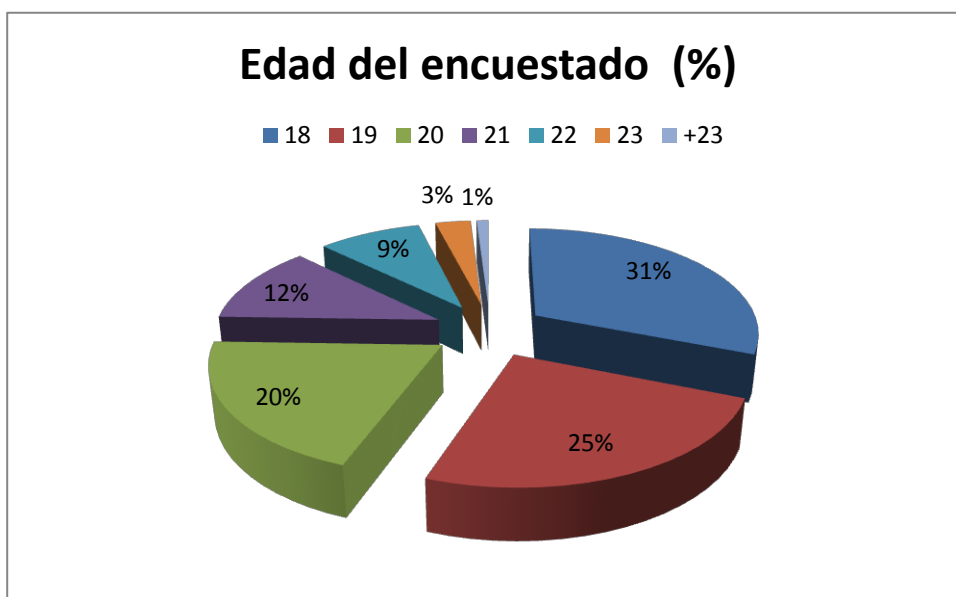
### **2.3.4 Análisis de las encuestas**

#### **1. Información del Encuestado**

##### **a. Edad**

Los encuestados oscilan entre oscilan en un 76% en edades entre 18 a 20 años de edad, resultado que va decreciendo conforme se incrementa la edad. Los estudiantes mayores a 21 años representan apenas el 1%. En esta pregunta se debe considerar que la mayor parte de

la población en el Ecuador empieza sus estudios universitarios a temprana edad una vez que han culminado los estudios de bachillerato.



**Gráfico No. 4 Edad del encuestado**

Elaborado por: Ronald Guillén

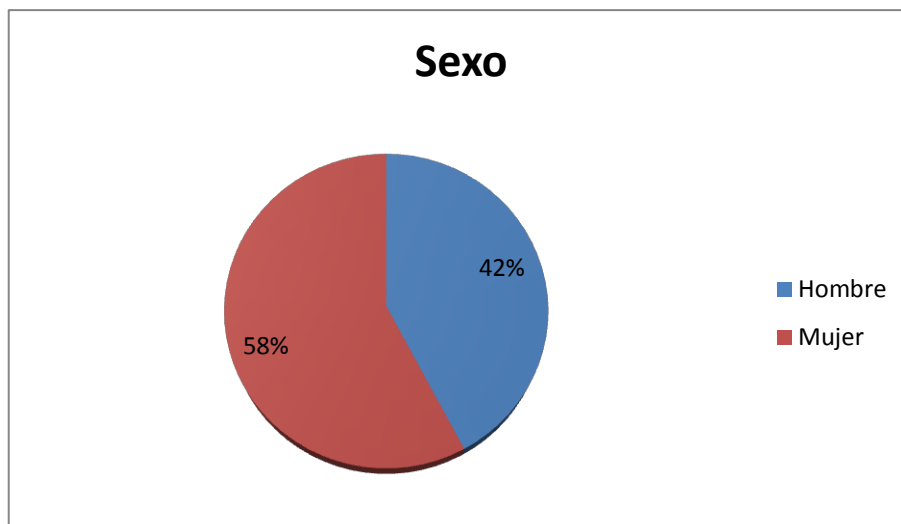
Edad	Frecuencia	F. Relativa
<b>18</b>	124	31%
<b>19</b>	98	25%
<b>20</b>	80	20%
<b>21</b>	47	12%
<b>22</b>	35	9%
<b>23</b>	12	3%
<b>+23</b>	4	1%
Total	400	

**Tabla No. 2 Edad del encuestado**

Elaborado por: Ronald Guillén

## **b. Sexo**

La muestra estuvo compuesta en un 58% por mujeres y 42% por hombres, esto se explica ya que la población ecuatoriana está conformada por más mujeres que hombres según el Censo Poblacional 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (Ver Anexo No. 4A)

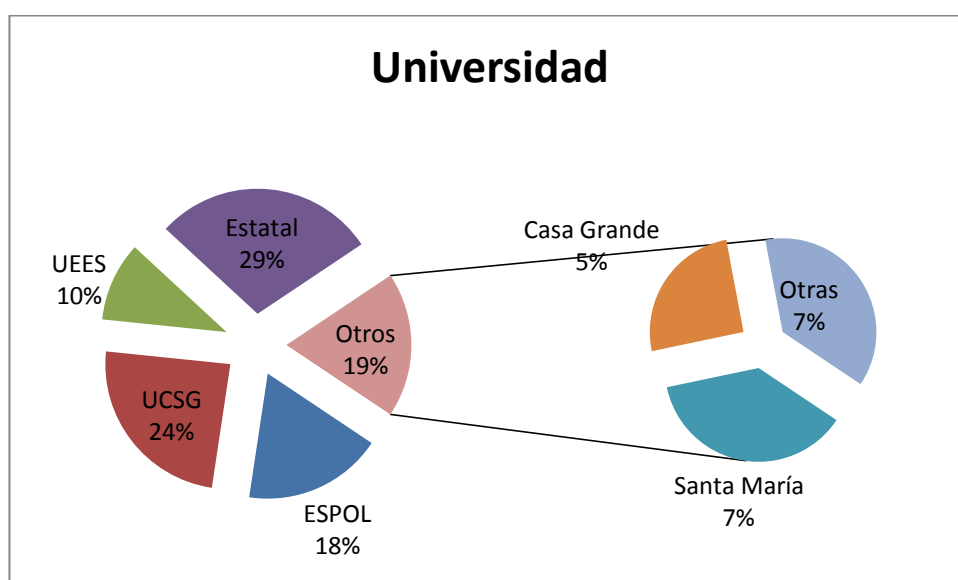


**Gráfico No. 5 Sexo del encuestado**

Elaborado por: Ronald Guillén

**c. Institución donde estudia**

El 24% de los encuestados indicó que estudiaba en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 29% en la Universidad de Guayaquil, 18% en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, 10% en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo y 19% en otros centros educativos de nivel superior. (Ver Anexo No. 4B)

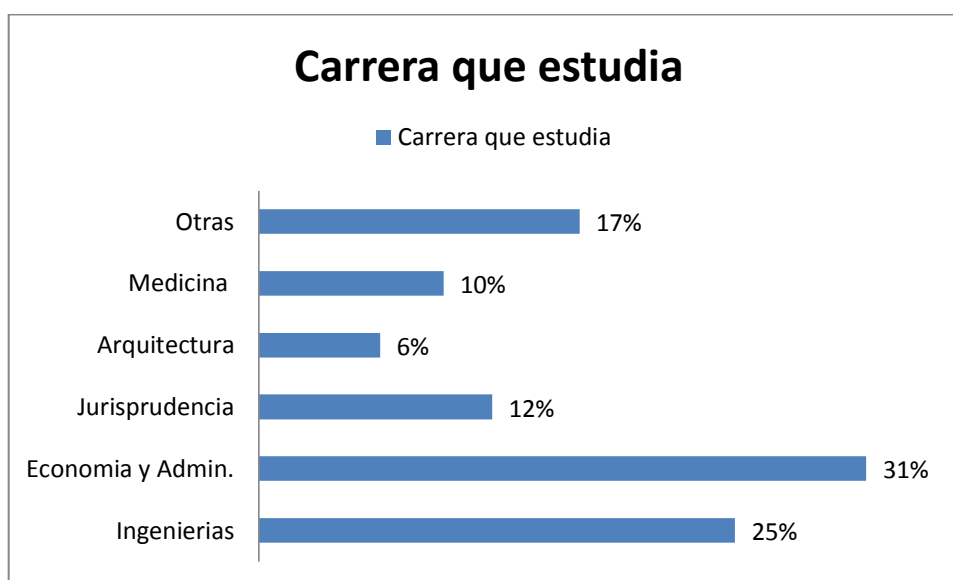


**Gráfico No. 6 Universidad a la que asiste**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### d. Carrera que estudia

Los encuestados indicaron con un 31% pertenecer a carreras de Economía y Administración, un 25% a ingenierías, entre 6% y 12% a Arquitectura, Medicina y Jurisprudencia y el restante de la muestra mencionó pertenecer a otras carreras universitarias. Existe un repentino auge por el avocamiento hacia carreras universitarias no tradicionales gracias al incentivo que el gobierno otorga con la educación gratuita para aquellos estudiantes que deciden estudiar carreras que permitan la consecución del cambio de la matriz productiva. (Ver Anexo No. 4C)

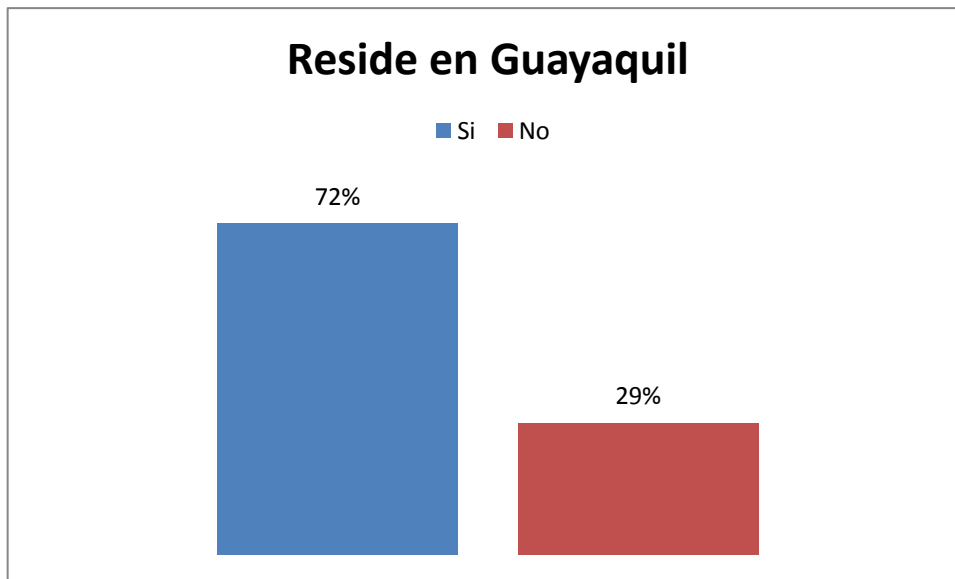


**Gráfico No. 7 Carrera que estudia**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### e. Reside en Guayaquil

El 72% de los encuestados indicó que si reside en la ciudad de Guayaquil mientras que el restante 29% manifestó no pertenecer a este Cantón. (Ver Anexo No. 4D)

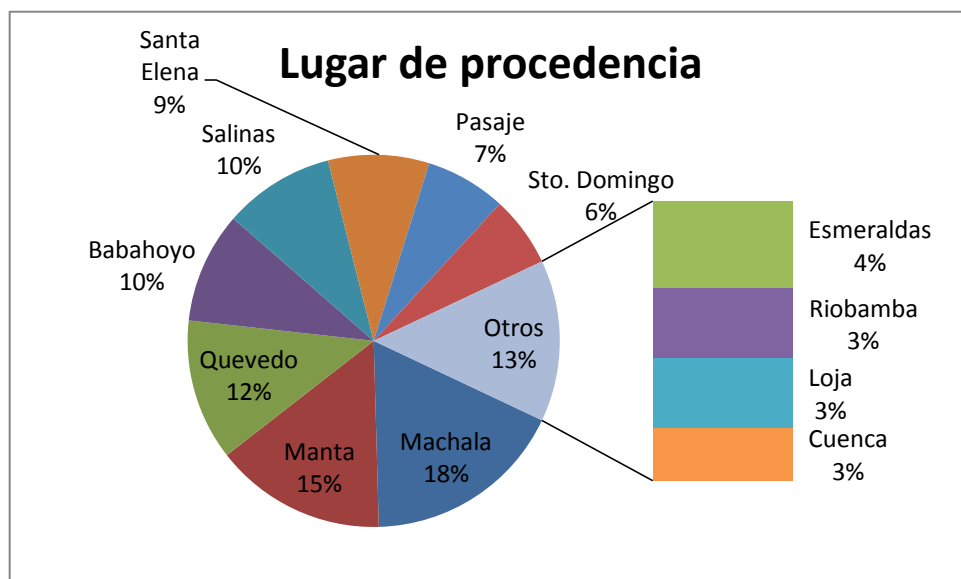


**Gráfico No. 8 Residencia del Encuestado**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### f. Lugar de procedencia

La procedencia de los estudiantes es muy variada, se cuenta con estudiantes de la ciudad de Machala 18%, Manta 15%, Quevedo 12%, Salinas-Babahoyo y Santa Elena 10%, Santo Domingo y Pasaje alrededor del 7%, mientras que Esmeraldas-Riobamba-Loja y Cuenca cuentan con un 4% (Ver Anexo No. 4E)



**Gráfico No. 9 Lugar de Procedencia**

Elaborado por: Ronald Guillén

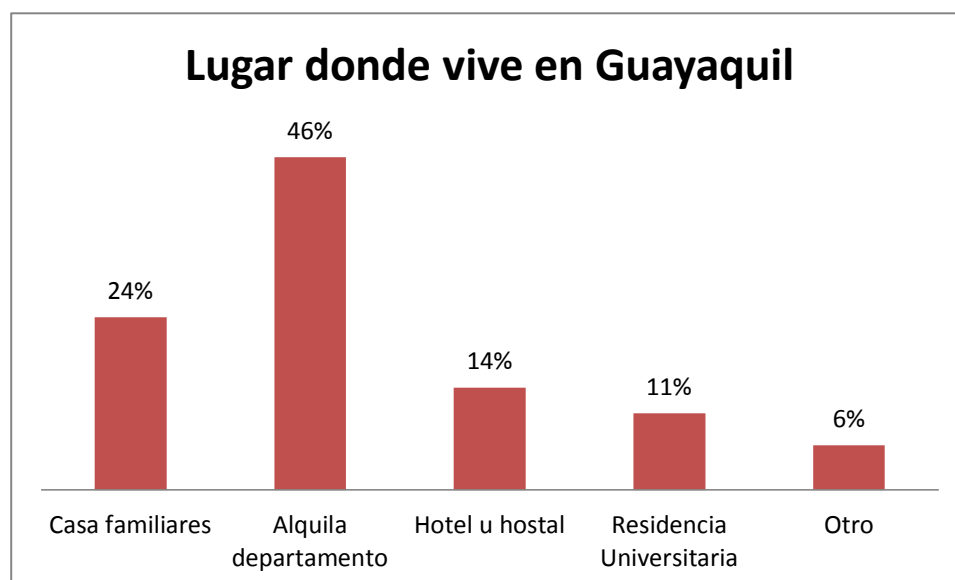
Lugar Procedencia	Frecuencia	F. Relativa
<b>Machala</b>	20	18%
<b>Manta</b>	17	15%
<b>Quevedo</b>	14	12%
<b>Babahoyo</b>	11	10%
<b>Salinas</b>	11	10%
<b>Santa Elena</b>	10	9%
<b>Pasaje</b>	8	7%
<b>Sto. Domingo</b>	7	6%
<b>Esmeraldas</b>	5	4%
<b>Riobamba</b>	4	4%
<b>Loja</b>	4	4%
<b>Cuenca</b>	3	3%
<b>Total</b>	114	100%

**Tabla No. 3 Lugar de Procedencia**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### **g. Lugar donde vive en Guayaquil**

El 46% indicó que alquilan departamentos, 24% vive en casa de familiares, 14% en hostales u hoteles de corta estancia, 11% en residencias universitarias y 6% en otras locaciones para permanecer por cortos períodos (Ver Anexo No. 4F)



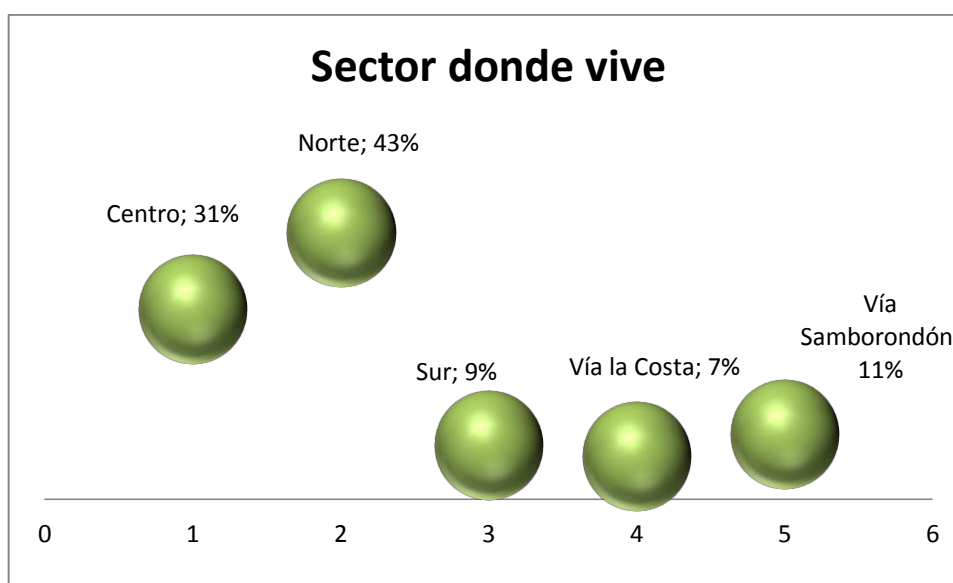
**Gráfico No. 10 Lugar donde vive en Guayaquil**

Elaborado por: Ronald Guillén

## 2. Información de preferencias

### a. Sector donde Vive

De los encuestados provenientes de otras provincias indicaron en un 43% vivir en el Norte de la urbe, 40% en el Centro y Sur de la ciudad, 11% vía a Samborondón y 7% vía a la Costa. (Ver Anexo No. 4G)

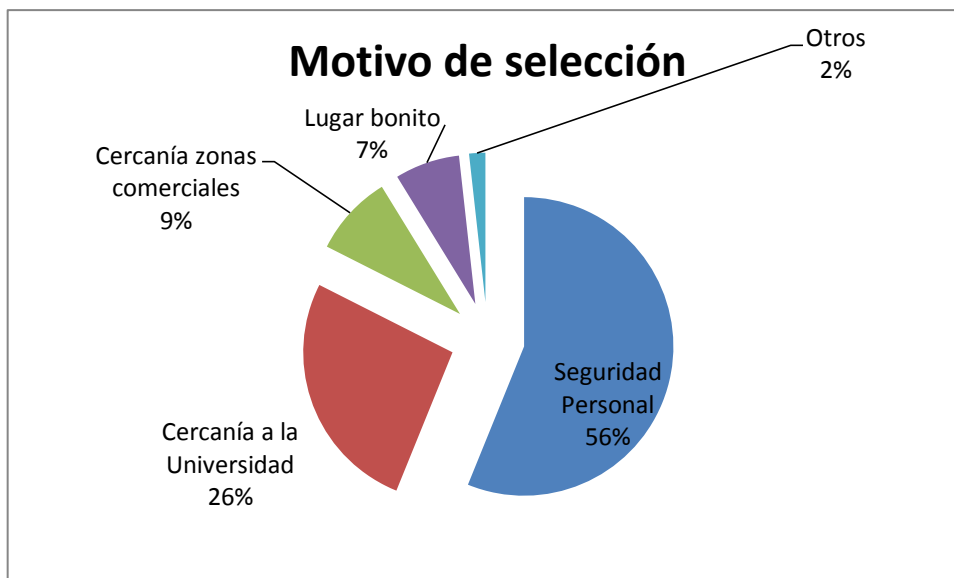


**Gráfico No. 11 Sector donde vive**

Elaborado por: Ronald Guillén

### b. Motivo de selección del sector

Uno de los factores más relevantes que arrojó la encuesta es que el 56% de los encuestados hace prevalecer la seguridad personal al momento de seleccionar un lugar donde hospedarse mientras se estudia, 26% de los encuestados creen conveniente que el lugar de estudios sea cercano a la universidad, 9% en zonas cercanas a centros comerciales, 7% que se encuentre en un ambiente agradable con facilidades para los residentes y 2% otras consideraciones. (Ver Anexo No. 4H)

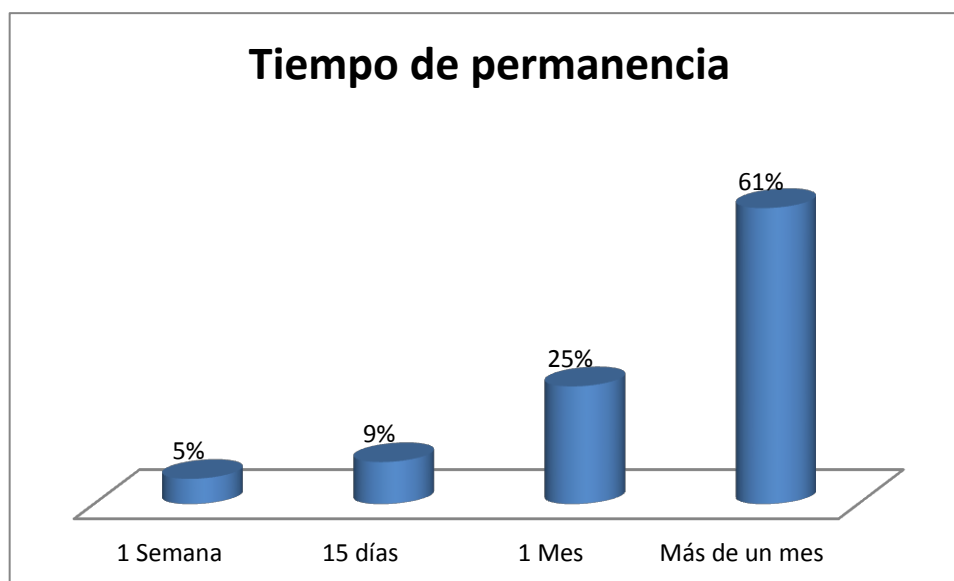


**Gráfico No. 12 Motivo de selección**

Elaborado por: Ronald Guillén

### c. Tiempo de permanencia

De acuerdo a la encuesta, 61% de los estudiantes provenientes de otros sectores permanecen más de un mes en sus hospedajes o residencias universitarias, el 25% durante un mes debido a contratiempos o dificultades en la residencia, entre una semana y 15 días alrededor del 9% por motivos de trámites en la universidad. (Ver Anexo No. 4I)



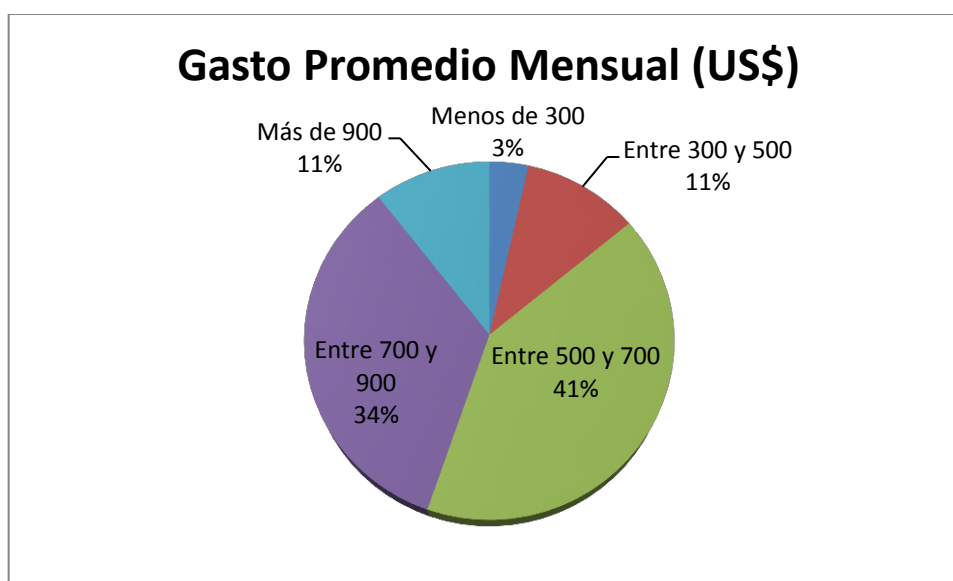
**Gráfico No. 13 Tiempo de estancia en la residencia**

Elaborado por: Ronald Guillén



#### d. Gasto promedio

Los estudiantes pagan en promedio entre 500 y 700 dólares por sus residencias universitarias, sin embargo existe un grupo considerable de estudiantes que asciende al 34% que paga hasta 900 por el lugar de alojamiento por estancias mensuales, en menor proporción con un 11% suelen pagar o bien más de 900 dólares mensuales o entre 300 y 500 dólares como máximo. (Ver Anexo No. 4J)



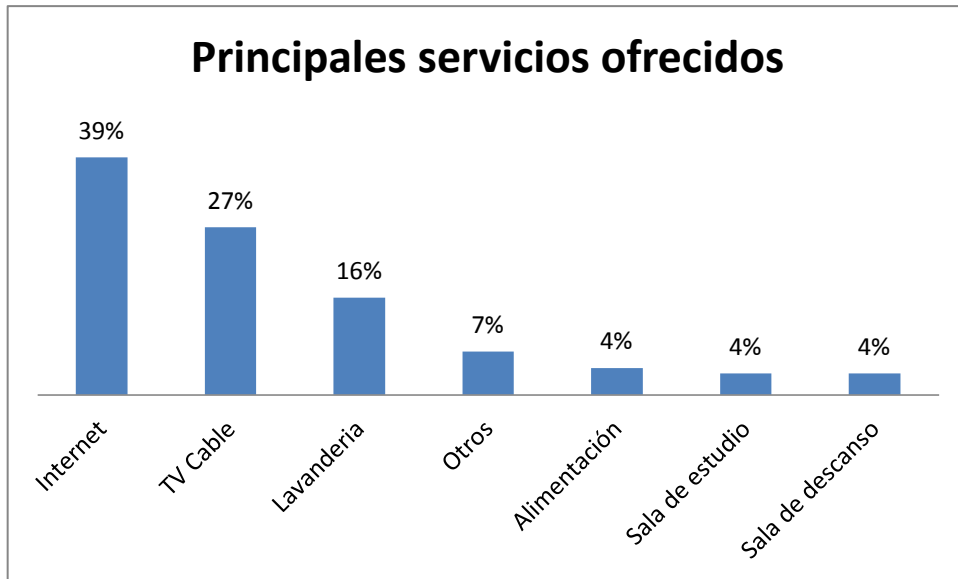
**Gráfico No. 14 Gasto promedio mensual**

Elaborado por: Ronald Guillén

### 3. Información Servicio de Hospedaje

#### a. Servicios Ofrecidos

Con el 39% los encuestados manifestaron contar con servicio de internet, 27% indicó tener Televisión por cable, 16% lavandería, y 4% en promedio contar con alimentación, sala de estudio y sala de descanso, finalmente 7% sostuvieron obtener otro tipos de servicios adicionales. (Ver Anexo No. 4K)

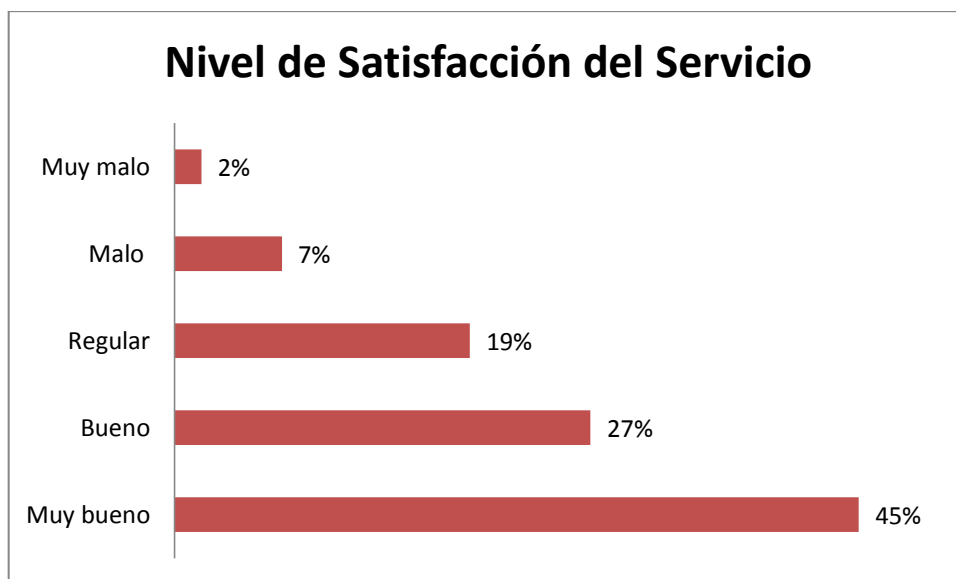


**Gráfico No. 15 Principales servicios recibidos en la residencia**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### **b. Nivel de Satisfacción**

Sólo el 45% de los encuestados concordó que su nivel de satisfacción sería muy bueno, apenas el 27% que es un buen servicio, mientras que cerca del 28% lo encuentran regular y malo. (Ver Anexo No. 4L)



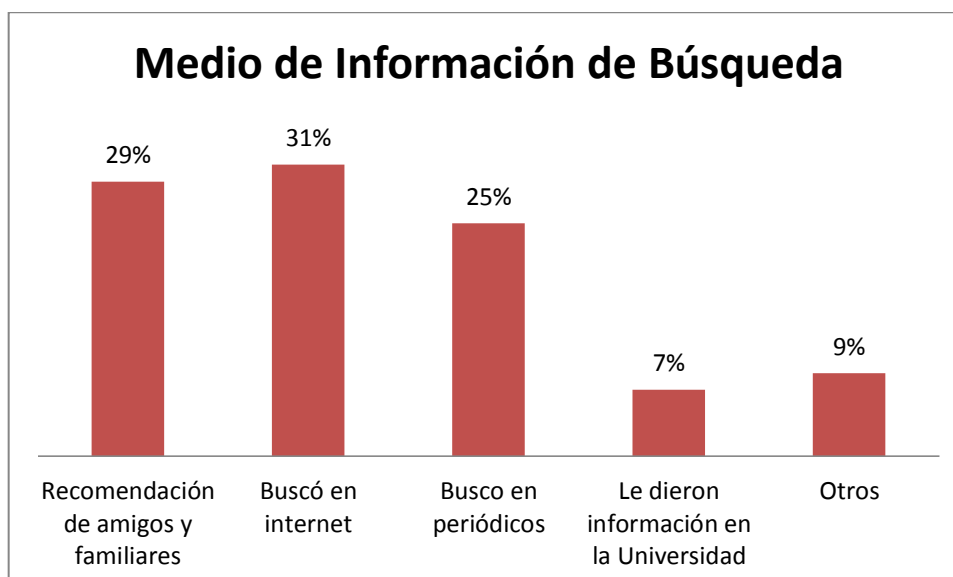
**Gráfico No. 16 Nivel de satisfacción del servicio**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### 4. Información del servicio de buscador de residencias

##### a. Principal medio de información

El 31% de los encuestados indicaron utilizar el internet como herramienta de búsqueda de la residencia universitaria, 29% fue a través de recomendaciones de amigos y familiares, 25% indicó haber utilizado la prensa escrita y el 7% recibió ayuda en el mismo claustro universitario. (Ver Anexo No. 4M)

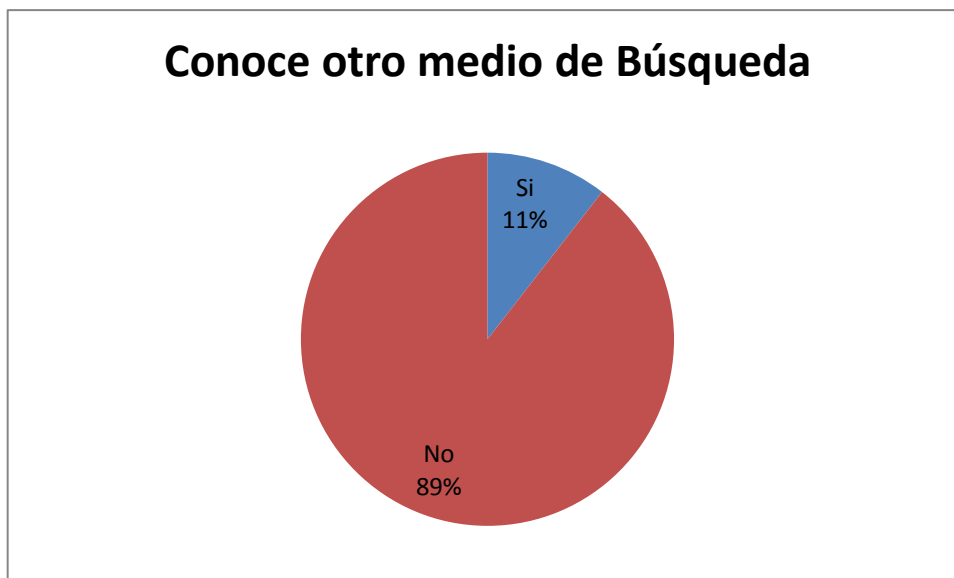


**Gráfico No. 17 Medio de información de búsqueda**

Elaborado por: Ronald Guillén

##### b. Conocimiento de algún servicio online

En la encuesta se indagó sobre si conocían algún otro medio de búsqueda para residencias universitarias indicando un 89% de los encuestados que no conocían de otra herramienta, sólo el 11% sí admitieron conocer otros medios. (Ver Anexo No. 4N)

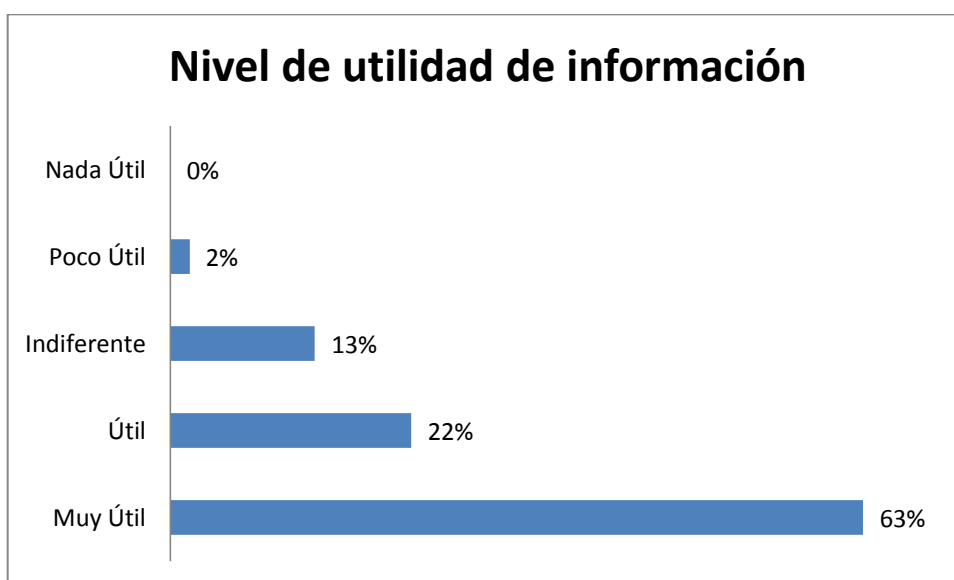


**Gráfico No. 18 Conocimiento de otra herramienta de búsqueda**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### **c. Opinión sobre utilidad del servicio de residenciasecu.com**

63% de los encuestados encontraron muy útil que exista un sitio web que provea información sobre residencias universitarias en el Ecuador, 22% consideraron que si es útil mientras a menos del 15% les parece indiferente o de poca utilidad. (Ver Anexo No. 40)

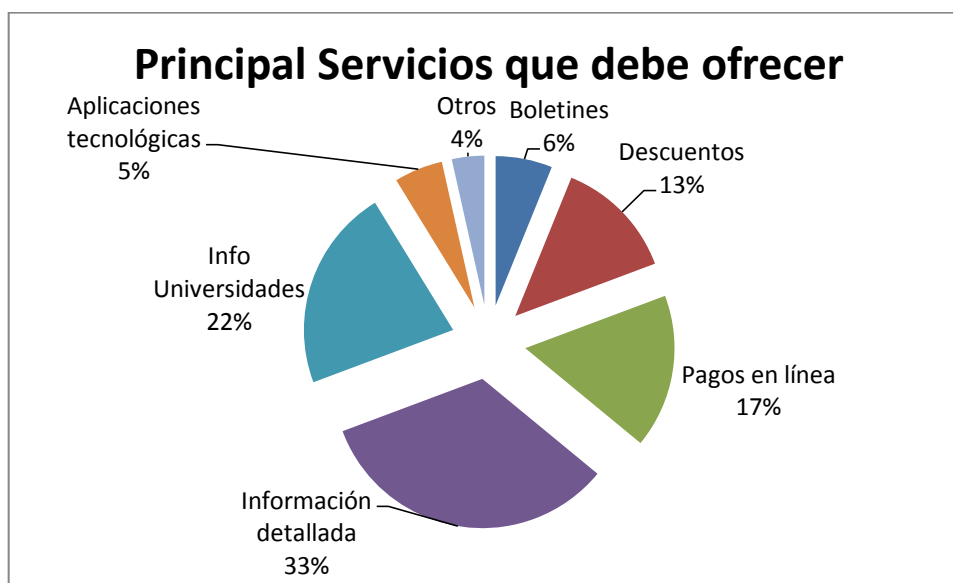


**Gráfico No. 19 Utilidad del servicio de residenciasecu.com**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### d. Tipos de servicios

Entre los principales atributos con que debería contar el sitio se mencionó que debe existir información detallada del lugar o residencia 33%, información de las universidades 22%, pagos seguros online 17%, descuentos 13% y aplicaciones tecnológicas 5%, boletines y otros alrededor del 10% de los encuestados. (Ver Anexo No. 4P)



**Gráfico No. 20 Servicios que debería ofrecer residenciasecu.com**

Elaborado por: Ronald Guillén

#### 2.3.5 Resumen de la encuesta

Una vez que se tabularon y analizaron los datos de la encuesta, se llegó a las siguientes características respecto al perfil del usuario:

1. Edad entre 18 y 21 años
2. Sexo masculino y femenino
3. Estudian en Universidad de Guayaquil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Santa María de Chile.
4. Cursan por lo general carreras de Economía y afines.

5. Proviene de Machala, Manta, Quevedo, Babahoyo, Salinas, Santo Domingo.
6. Buscan residencias que estén ubicadas en el centro y norte de Guayaquil.
7. Valoran la seguridad personal y la cercanía de la residencia a su universidad.
8. Se hospedan por períodos superiores a un mes.
9. Tienen presupuestado pagar entre USD 500 Y USD 900.
10. En sus actuales residencias les ofrecen internet, televisión por cable y servicio de lavandería.
11. Obtienen información para suplir sus necesidades en internet.
12. Están de acuerdo con un sitio web que ofrezca información de residencias online sobretodo donde se pueda visualizar información detallada del lugar a escoger, información de universidades en general y la facilidad de realizar pagos en línea.

### **2.3.6 Análisis de la Ofertantes de Servicios de Alojamiento**

La oferta directa de [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) es en primera instancia las residencias ofertadas por las mismas universidades, los servicios de familias anfitrionas y las personas que publican anuncios en medios de prensa sobre la disponibilidad de locaciones o pensionados para estudiantes así como también hostales para estancias de corto plazo. El estudio tiene como objetivo determinar los niveles de servicio y de precios ofertados en el mercado actual.

#### **2.3.6.1 Fuentes de Información**

*Fuentes Secundarias:*

- Recolección de información en websites.

### **2.3.6.2 Metodología**

Para la recolección de la información sobre la oferta se obtuvo información preliminar en medios de prensa digitales y en la web acerca de las distintas categorías de servicios de residencias disponibles para universitarios. La investigación abarca 4 ofertas principales de cada una de las categorías disponibles: residencias universitarias, pensionados, hostales y sitios webs internacionales de alojamiento.

### **2.3.6.3 Hallazgos de la investigación**

#### **Residencias Universitarias**

##### ***Universidad de Especialidades Espíritu Santo UEES***



**Figura No. 2 Residencia Universitaria UEES**

Elaborado por: Ronald Guillén

Ubicada en una zona cercana al campus universitario en la Vía a Samborondón en la provincia del Guayas cuenta con 3 residencias con capacidad para 7 estudiantes cada una los que pueden gozar de servicio de habitación máster compartida, habitación compartida, habitación sencilla y garaje sus precios oscilan entre USD 250 y USD 350. Su contratación se realiza por semestre dejando dos meses de depósito por adelantado exceptuándose esa política para el caso de estudiantes

extranjeros, adicional deben dejar un pagaré abierto firmado y otorgan 15% de descuento por pre cancelación del año académico completo. En esta residencia no se reembolsa el dinero si el estudiante se retira anticipadamente (Ver Anexo No. 5).

### ***Residencia Universitaria Salesiana***

Promovida por la Universidad Politécnica Salesiana se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Quito en la Provincia de Pichincha con capacidad para 21 estudiantes provenientes de misiones salesianas únicamente. Sus precios y servicios están disponibles sólo para estudiantes de la misma institución.

### ***Residencia Universitaria Girasol***



**Figura No. 3 Residencia Universitaria Girasol**

Elaborado por: Ronald Guillén

Esta residencia particular tanto para estudiantes nacionales y extranjeros se encuentra en el Sector El Dorado de Quito cuenta con habitaciones individuales y compartidas además de suites, ofrece entre sus servicios: seguridad satelital, servicio de lavandería, circuito cerrado de televisión, parqueadero privado, áreas de estudio, juegos de salón, agua caliente 24 horas, patio comunal BBQ y uso permitido de la cocina.



Para poder conseguir un espacio debe llenarse un formulario en la web (Ver Anexo No. 6).

### ***Residencia Universitaria Ilinizas***



**Figura No. 4 Residencia Universitaria Ilinizas**

Elaborado por: Ronald Guillén

Administrada por la Corporación de Cultura Iliniza bajo la prelatura del Opus Dei se encuentra ubicada en la ciudad de Quito y es considerada una de las primeras residencias universitarias con la que contó el Ecuador hace más de 50 años, posee convenios con la Universidad de las Américas y Universidad de los Hemisferios. Entre sus servicios ofrece acompañamiento para la adaptación del estudiante a su nuevo centro de estudios, 4 comidas, lavado y planchado de ropa, limpieza diarias de cuarto, salas de estudio, biblioteca, suscripciones a revistas profesionales, sala de computadoras, auditorio, cancha de raqueta, gimnasio, enfermería y paseos y convivencias. (Ver Anexo No. 7).

Existe un proyecto de residencia universitaria el cual sería el más grande del Ecuador y estará ubicado en la ciudad de Cuenca con el nombre Cuenca Ciudad Universitaria.

## **Pensionados**

### ***Guayalar***

Dirigido al segmento femenino que se encuentra ubicado en Circunvalación Sur 119 y calle Única en Urdesa Central en la ciudad de Guayaquil. Es un centro cultural femenino donde a más de hospedarse desarrollan actividades como seminarios, conferencias y tertulias. Entre los servicios que reciben por el precio de entre USD 300 Y 330 están habitaciones compartidas e individuales, 3 comidas, limpieza de cuarto, servicio de biblioteca, internet Wireless y lavandería.

### ***Sector Bellavista***

Dirigido al segmento masculino y femenino se encuentra ubicado en la ciudadela Bellavista de la ciudad de Guayaquil con capacidad para 15 estudiantes. Sus precios oscilan entre USD 280 compartida y USD 300 individual, ofrece servicio de 3 comidas, lavado y arreglo de habitación, internet ilimitado y servicio de expreso grupal.

### ***Sector Urdesa Norte***

Ubicado en la ciudad de Guayaquil con capacidad para 5 jóvenes, este pensionado dispone de habitaciones independientes donde comparten áreas comunales, cuentan con servicio de internet, lavandería, tv cable, cocina y limpieza y el servicio de electricidad se divide entre los ocupantes del pensionado, su costo mensual es de USD 150.

## **Sector FAE**

Servicio de habitaciones amobladas para señoritas, tiene una capacidad de 6 personas cuenta con servicio de electricidad, agua caliente, teléfono e internet, comedor, escritorios y salas de estudio, sus precios oscilan entre USD 100 en habitaciones compartidas y USD 130 en habitaciones individuales.

## **Hostales**

### ***Funky Monkey Hostel***

Se encuentra ubicado en la ciudadela Vernaza Norte de Guayaquil, cuenta con habitaciones privadas para dos o más personas con servicio de televisión por cable, piscina, lavandería e internet, lockers, sala común y acceso a la cocina, sus precios van desde USD 10 hasta USD 13.

### ***Manso Boutique***

Ubicado en el centro de Guayaquil cuenta con cafetería, internet WIFI, comidas, limpieza de habitación, restaurante, bar, seguridad 24 horas con precios desde USD 12.29 hasta USD 70.

### ***Travellers Inn***

En la ciudad de Quito ubicada en una mansión quiteña del siglo XX cuenta con garaje gratuito, teléfono, comidas, internet WIFI, mini bar, alquiler de bicicletas, cocina, cambio de moneda. Los precios disponibles van desde USD 14 hasta USD 39 por noche

## ***The Secret Garden***

Ubicado en la zona central de Quito pertenece a una familia australiana ecuatoriana, entre sus servicios dispone ofrece lavandería, internet WIFI, garaje, 2 comidas, restaurante, alquiler de bicicletas, intercambio de libros con precios que oscilan entre USD 11 y USD 16 por noche.

### **2.3.6.4 Análisis de la Oferta**

De acuerdo al estudio de la oferta realizado se puede observar que existen gran variedad de precios entre los servicios ofertados en el Ecuador para estudiantes tanto nacionales como extranjeros, a mayor exclusividad y con más servicios incluidos en el paquete de alojamiento se puede llegar pagar valores hasta USD 600 mensuales con la seguridad que no tiene que el estudiante debe solamente preocuparse de preparar su formación académica día a día. La gran limitante que se observa es la capacidad tanto de residencias universitarias, pensionados y hostales disponibles para estudiantes.

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad Competidores Promedio</b>	<b>Plazas disponibles Promedio</b>	<b>Precios Promedio</b>	<b>Servicios</b>
<b>Residencia Universitaria</b>	4	21	USD 250 - 600	Servicios Básicos, internet WIFI, garaje, servicio de lavandería, seguridad, áreas de estudio, agua caliente y fría, servicio de comida.
<b>Pensionados</b>	4	8	USD 120 - 330	Servicios Básicos, internet WIFI, seguridad, agua caliente y fría, servicio de comida, áreas comunales compartidas
<b>Hostales</b>	3500	20	USD 10 -20 por noche	Servicios Básicos, internet WIFI, garaje, servicio de lavandería, seguridad, áreas de estudio, agua caliente y fría, servicio de comida.

**Tabla No. 4 Comparación de oferta 2013**

Elaborado por: Ronald Guillén

### 2.3.7 Análisis de la competencia online de búsqueda de servicios de alojamiento

#### *Airbnb*



**Figura No. 5 Logo AIRBNB**

Elaborado por: Ronald Guillén

Este es un servicio online que permite mediante el registro el línea acceder a miles de departamentos, hostales, residencias o cuartos alrededor del mundo para turistas que estén buscando hospedarse en un lugar de buena reputación y a su vez poder interactuar con otra cultura. El objetivo de este sitio es asegurar en tanto el huésped como el dueño del lugar se sientan totalmente confortables para lo cual este sitio actúa como intermediario en la recepción del pago el mismo que puede ser reclamado solamente durante las primeras 24 horas del hospedaje. Cuenta con un servicio de fotografía para conseguir las fotos más destacadas del lugar que se promociona, también ofrece un seguro para el dueño del lugar en caso de algún contratiempo con el huésped. En poco tiempo este sitio logró convertirse en líder mundial en sitios de búsqueda para alojamiento.

## ***Couchsurfing***



**Figura No. 6 Logo Couchsurfing**

Elaborado por: Ronald Guillén

Se trata de una red social donde personas ofrecen o buscan un “sofá” para hospedarse por períodos de tiempo. El servicio de prestar su sofá no tiene ningún costo y tiene como objetivo permitir el intercambio cultural de pensamientos e ideologías así como el de conocer nuevas personas. El que presta su sofá pone a disposición del huésped todas las locaciones de la casa y este a cambio es puntuado en esta red social lo que le permite hacerse un mejor perfil entre los cibernautas. Actualmente es un sitio muy popular para mochileros que buscan abaratar los costos de sus vacaciones o de personas que desean vivir la experiencia de vivir con otras culturas.

## ***Despegar.com***



**Figura No. 7 Logo de Despegar.com**

Elaborado por: Ronald Guillén

En este sitio el turista busca la opción de hospedaje que le parezca más conveniente y pacta directamente con el dueño del lugar la forma de pago. En este website se pueden encontrar desde pasajes aéreos,

hospedaje y paquetes turísticos, el objetivo de este sitio es mostrar al turista todas las opciones posibles en un mismo website aunque ha recibido algunas quejas porque los turistas muchas veces no reciben el servicio ofertado en la web sin embargo el website cuenta con un sistema de reembolso o recompensa en caso de infortunios para el turista.

### ***Trivago***



**Figura No. 8 Logo de Trivago**

Elaborado por: Ronald Guillén

El concepto de este sitio web se centra en hacer una búsqueda de hoteles alrededor del mundo haciendo una comparación de los precios en línea del mismo hotel ofertado por el resto de la competencia asegurando que el usuario de este website siempre conseguirá el precio más barato en su búsqueda. En considerado una excelente herramienta para comparar los precios ofertados por las distintas marcas de búsqueda online de alojamiento para turistas.

### **2.3.8 Tamaño del mercado objetivo**

#### ***2.3.8.1 Estimación de oferta***

Dado que el sector de alojamiento para estudiantes está en crecimiento desde hace pocos años gracias a las políticas de cambio instauradas en el sistema superior ecuatoriano, se puede inferir que la actual oferta de estos servicios llámese residencias universitarias propias

o particulares, pensionados, hostales y alojamiento en casa de los mismo familiares al momento logra suplir la demanda de alojamiento requerida, de hecho no existe déficit demostrable de oferta de residencias al momento. Sin embargo, lo que si hace falta en el mercado de alojamiento para estudiantes es la difusión y publicidad por medios más efectivos y eficaces que permitan a la demanda obtener información más ágil y veraz respecto a su búsqueda de servicios.

Por la falta de información estadística respecto a la oferta se realizó la proyección de la oferta de acuerdo al estudio piloto donde se obtuvo que existen alrededor de 4 a 5 pensionados o residencias universitarias reconocidas en las principales ciudades universitarias en el Ecuador.

Para la proyección que se presenta a continuación se tomó según referencias de artículos digitales como principales ciudades de destino para estudiar a Guayaquil, Quito y Cuenca, a su vez el estudio arrojó que por lo general los establecimientos cuentan con capacidad para 15 a 20 personas en habitaciones compartidas, por lo que se estableció en 10 el número de habitaciones disponibles en estos sitios de alojamiento obteniendo una disposición de plazas de ubicación para estudiantes de 300 en el 2013.

<b>AÑO</b>	<b>Número de Establecimientos</b>	<b>Número de Habitaciones</b>	<b>Número de Plazas</b>
<b>2013</b>	15	10	300
<b>2014</b>	16	10	316
<b>2015</b>	17	10	332
<b>2016</b>	17	10	349
<b>2017</b>	18	10	367
<b>2018</b>	19	10	387

**Tabla No. 5 Oferta Proyectada de Residencias Universitarias y Pensionados 2013 - 2018**

Elaborado por: Ronald Guillén



No obstante también existe como posibilidad de alojamiento para estudiantes los hostales de bajo costo, por lo tanto se registraron las estadísticas del catastro de establecimientos turísticos del Ecuador en el 2013, obteniendo una tasa de crecimiento de 3.13% en los años del 2007 al 2013. En el análisis se evidenció que en promedio los hostales cuentan con 20 habitaciones compartidas, en la siguiente tabla se muestra el detalle histórico de la oferta de total de hostales de bajo costo en el Ecuador.

<b>AÑO</b>	<b>Nro. Establecimientos</b>	<b>Nro. De Habitaciones</b>	<b>Nro. De Plazas</b>	<b>% Variación</b>
<b>2007</b>	3.213	68.805	147.025	
<b>2008</b>	3.399	79.235	168.626	14,69
<b>2009</b>	3.615	72.958	159.629	-5,34
<b>2010</b>	3.729	76.808	170.236	6,64
<b>2011</b>	3.935	78.907	178.374	4,78
<b>2012</b>	4.139	82.789	165.578	-7,17
<b>2013</b>	4.355	87.090	174.180	5,20
			<b>PROMEDIO</b>	<b>3,13</b>

**Tabla No. 6 Oferta Histórica de Hostales 2007 - 2013**

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos del Ecuador 2013,  
Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Ronald Guillén

A continuación se detalla la tabla de oferta proyectada de posibles hostales para universitarios tanto nacionales como residentes aplicando la tasa de crecimiento obtenida en la tabla anterior de este estudio.

<b>AÑO</b>	<b>Número de Establecimientos</b>	<b>Número de Habitaciones</b>	<b>Número de Plazas</b>
<b>2014</b>	4.491	91.619	183.237
<b>2015</b>	4.632	96.383	192.766
<b>2016</b>	4.777	101.395	202.790
<b>2017</b>	4.927	106.667	213.335
<b>2018</b>	5.082	112.214	224.428

**Tabla No. 7 Oferta proyectada de Hostales**

Elaborado por: Ronald Guillén

### 2.3.8.2 Estimación de la demanda

El cálculo de la demanda se realizó en base a las estadísticas presentadas en el REDATAM 2013 respecto a la migración de extranjeros hacia el Ecuador y de nacionales dentro del Ecuador por motivos de estudios donde se muestra que la tasa promedio de crecimiento de la demanda se encuentra en 20.21% lo que indica que muchos más estudiantes tanto nacionales como extranjeros se movilizan hacia y dentro del Ecuador sobretodo en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca para formarse profesionalmente en centros e instituciones superiores del Ecuador.

<b>NACIONALES Y EXTRANJEROS DEL 2006 AL 2012</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Ecuatorianos</b>	<b>TOTAL</b>	<b>% Variación</b>
2006	2.100	1.074	3.174	
2007	1.058	312	1.370	-56,84
2008	1.836	277	2.113	54,23
2009	1.581	1.569	3.150	49,08
2010	1.113	2.460	3.573	13,43
2011	1.225	1.335	2.560	-28,35
2012	1.348	1.536	2.884	12,66
<b>PROMEDIO</b>			<b>2.689,14</b>	<b>20,21</b>

**Tabla No. 8 Ingreso de Nacionales y Extranjeros 2006-2012**

Fuente: Sistema Integrado de Consultas REDATAM (2013)

Elaborado por: Ronald Guillén

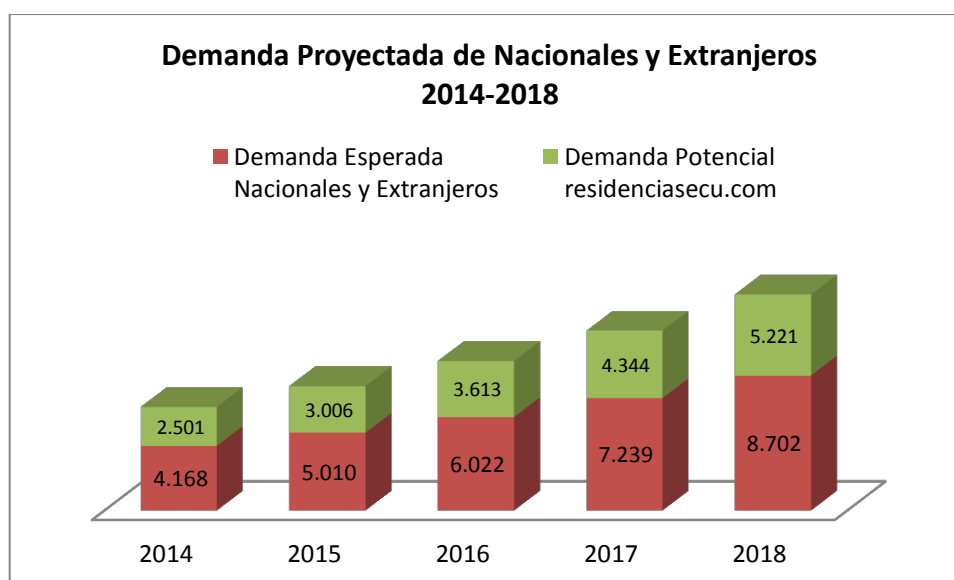
Para el cálculo de la demanda proyectada se asumió que el crecimiento de la demanda se mantiene constante en los siguientes 5 años y que el sitio web [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) por medio de su estrategia comercial y de marketing podría llegar al 60% de los estudiantes demandantes de este tipo de servicios en los primeros 5 años de introducción de esta idea de negocio en la web.

<b>DEMANDA PROYECTADA DEL 2013 AL 2018</b>		
<b>Crecimiento de la Industria</b>	20,21%	
<b>Demanda Objetivo</b>	60,00%	
<b>AÑOS</b>	<b>Demanda Esperada Nacionales y Extranjeros</b>	<b>Demanda Potencial residenciasecu.com</b>
2013	3.467	
2014	4.168	2.501
2015	5.010	3.006
2016	6.022	3.613
2017	7.239	4.344
2018	8.702	5.221

**Tabla No. 9 Proyecciones de Nacionales y Extranjeros 2014-2018**

Elaborado por: Ronald Guillén

En el gráfico a continuación se puede apreciar en el color verde como la inserción del servicio de residenciasecu.com en la web se posicionaría en los próximos 5 años de este estudio, en el análisis financiero se presentará en términos monetarios cuanto representaría para residenciasecu.com el mercado objetivo al que pretender llegar como estrategia comercial de negocio.



**Gráfico No. 20 Proyecciones de Nacionales y Extranjeros 2014-2018**

Elaborado por: Ronald Guillén

Una vez presentada la oferta y demanda proyectada para el presente proyecto se puede evidenciar que la demanda de estudiantes extranjeros y nacionales es cubierta en su totalidad por la oferta actual, en la tabla a continuación se aprecia que apenas el 2.27% de la oferta es utilizada, generando oferta excedentaria de los espacios disponibles en el sector de servicios de alojamiento para estudiantes. De acuerdo a la proyecciones presentadas anteriormente se espera que la utilización de la oferta actual se incremente por lo menos a 3.87% en los próximos 5 años.

Cabe recalcar que un escenario completamente distinto podría generarse si el sistema educativo superior del Ecuador logra dar el giro de 180 grados que espera obtener el actual mandatario del Ecuador Ec. Rafael Correa Delgado a través de su cambio en la matriz productiva y de la aplicación de la nueva Ley Orgánica de Educación Superior.

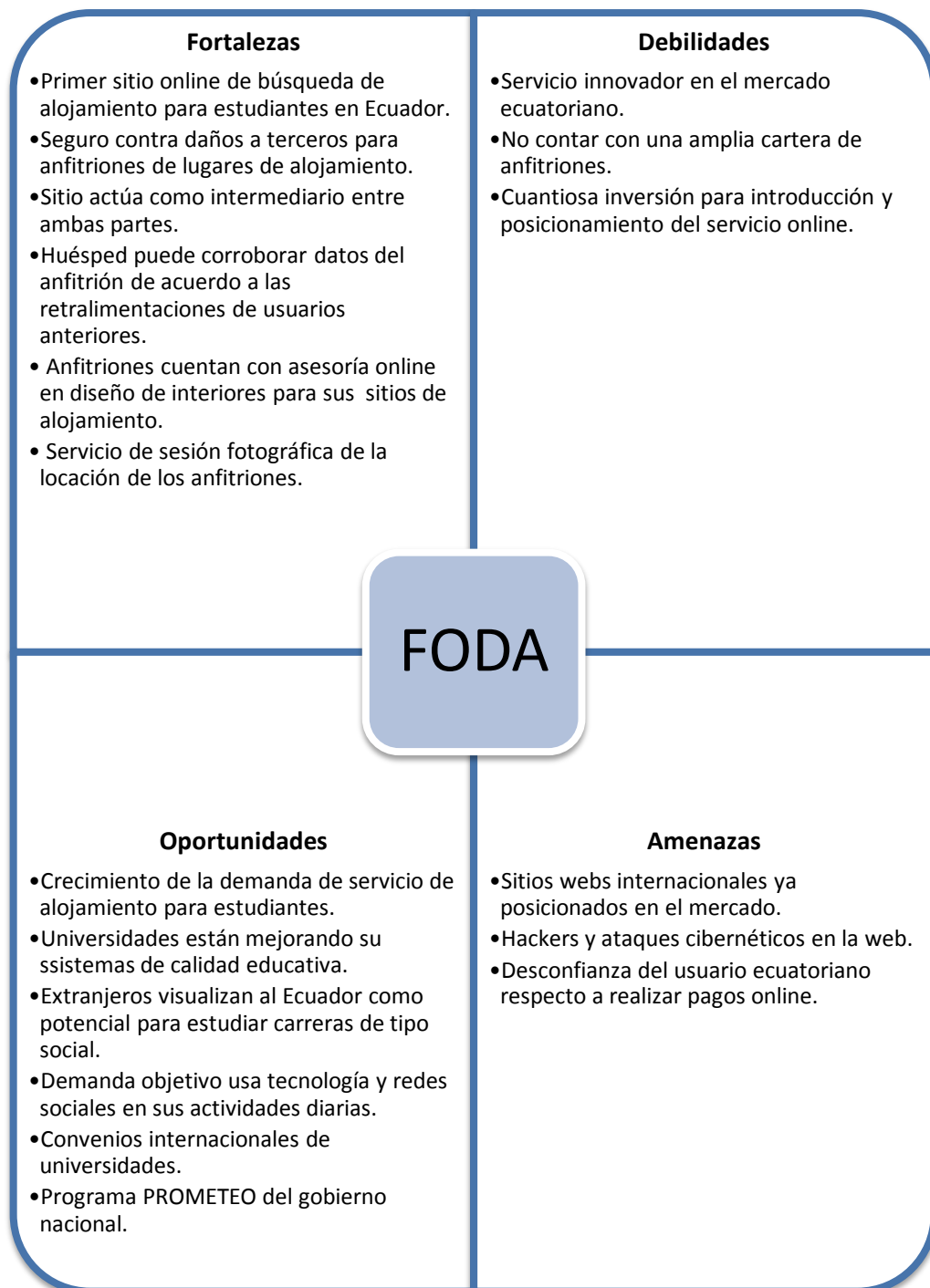
<b>AÑO</b>	<b>Demanda Esperada Nacionales y Extranjeros</b>	<b>Número de Plazas</b>	<b>% Alojamiento de Estudiantes Extranjeros atendido por residencias universitarias, pensionados y hostales</b>
<b>2014</b>	4.168	183.537	2,27%
<b>2015</b>	5.010	193.081	2,59%
<b>2016</b>	6.022	203.122	2,96%
<b>2017</b>	7.239	213.684	3,39%
<b>2018</b>	8.702	224.795	3,87%

**Tabla No. 10 Captación de la oferta del sector 2014-2018**

Elaborado por: Ronald Guillén

### 3. ANÁLISIS FODA

En el gráfico a continuación se muestra el análisis FODA de residenciasecu.com una vez que conoce las bondades de la industria y la competencia existente en sitios web internacionales.



Elaborado por: Ronald Guillén

## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1. Objetivos**

#### **4.1.1 Objetivo de Ventas**

Aproximadamente el 44% de extranjeros que ingresan al país prefieren hospedarse en hoteles y hostales (El Comercio, 2013a) por lo tanto se ha determinado como principal objetivo captar el 60% de estudiantes extranjeros y nacionales que ingresan al país por motivos de estudios, determinando que el primer año se suscribirán un 25% de estudiantes, 20% en el segundo año, estabilizándose en un crecimiento anual del 5% desde el tercer al quinto año.

#### **4.1.2 Objetivo de Posicionamiento**

Estar dentro del ranking de preferencias en sitios webs escogidos por estudiantes extranjeros que ingresan al Ecuador por motivos de estudio a partir del segundo año de lanzamiento de residenciasecu.com, mediante la utilización de una campaña masiva de publicidad por redes sociales, mails masivos y anuncios en sitios web de socios estratégicos relacionados con la industria del turismo y educación.

#### **4.1.3 Objetivo de Rentabilidad o Margen**

Responder con una rentabilidad de al menos 30% para satisfacer las necesidades de los acreedores y accionistas.

## 4.2. Estrategia Global

El análisis de Michael Porter en el Capítulo 2 arrojó que el sector de servicios de alojamiento está categorizado con un nivel de atractivo moderado teniendo en cuenta que los oferentes del servicio, es decir los hostales y hostales residencias promocionan sus facilidades por cuenta propia o por medio de socios aliados como agencias de viajes, en cuanto a los demandantes o estudiantes extranjeros se puede decir que su poder de negociación es medio por cuanto ellos se encuentran en la búsqueda de precios razonables por un servicio de calidad y calidez.

Con el objeto de poder alcanzar la cuota de mercado objetivo establecida se establecerá el concepto de negocio relacionando a [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) con la calidez y seguridad del hogar, es decir que cuando un estudiante foráneo o nacional se encuentre en la búsqueda de un sitio de alojamiento por temas de estudio piense en la fiabilidad del servicio ofertado por [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) gracias a la seguridad brindada en cada uno de los procesos.

La publicidad será de dos vías, se dirigirá tanto al demandante del servicio como al oferente de la locación, en el caso de los demandantes el grupo objetivo serán los estudiantes de 18 a 25 años de edad y las instituciones superiores del Ecuador y los oferentes estarán comprendidos por las residencias universitarias, pensionados, hostales y personas particulares que deseen ofertar un espacio de su casa para estudiantes ofreciendo todos los servicios que el demandante pueda requerir en su decisión de adquisición del servicio.

## 4.3 Estrategias de Marketing Mix

### 4.3.1 Estrategia de producto

#### Diseño y hosting

El diseño, hospedaje, publicidad y mantenimiento del sitio en la web estará a cargo de la compañía Reinec Cia. Ltda. Compañía que lidera actualmente la oferta de servicios de dominios, hosting, webmaster, correos corporativos y mailing en el Ecuador, con amplio reconocimiento y liderazgo en el sector tecnológico. En la tabla que a continuación se anexa se muestra el detalle de servicios provistos por la compañía, los cuales serán utilizados por el sitio de búsqueda de alojamiento [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com).

---

<b>ECUAWEB.COM</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dominios de 1er nivel</li><li>• Dominios com.ec/ ec</li><li>• Transferencia y retorno</li><li>• Consulta WHOIS</li><li>• Copyright y registro privado</li><li>• Diseño y mantenimiento web</li><li>• Servidor para pago en línea (ecommerce)</li><li>• Correo corporativo Outlook</li><li>• Certificado SSL</li></ul>
<b>ECUAHOSTING.NET</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hosting Linux, Windows ASP, PHP, PHP2</li><li>• Transferencia de datos</li><li>• Servidores VPS</li><li>• Servidores dedicados</li><li>• Resellers</li></ul>
<b>ECUAMAILING.COM</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Publicidad Mail Masivo</li><li>• Indexación a buscadores</li></ul>

---

Tabla No. 11 Servicios brindados por REINEC Cia. Ltda.

Elaborado por: Ronald Guillén



El diseño de la página permitirá realizar una búsqueda rápida de sitios de alojamiento para estudiantes desde su home page la que se presenta a continuación:



**Figura No. 9 Diseño de la web de RESIDENCIASECU.COM**

Elaborado por: Ronald Guillén

## Tecnología

En el caso de residenciasecu.com los servicios a requerirse por parte de la compañía tecnológica serían los que se detallan a continuación:

Servicio	Costo
Diseño de web	USD 800.00
Ecuahosting Paltinum php	USD 139.00
Capacidad ilimitada, Correo ilimitado, alojamiento para 10 dominios, gratis 3 créditos de indexación y un crédito google addwords	
Correo corporativo en la nube con Outlook.com	USD 50.00
Servidor para pago en línea	USD 250.00
Certificado SSL Deluxe	USD 89.95

**Tabla No. 12 Servicios Tecnológicos requeridos por residenciasecu.com**

Elaborado por: Ronald Guillén

## **Conveniencia del Uso**

El sitio se presenta en un interfaz amigable para el estudiante como para el dueño del alojamiento bajo el concepto de C2C Consumer to Consumer donde ambos interesados se encuentran en una plataforma que les permite no solo ver el servicio ofertado y concretar a través de un pago en la web sino también enlazarse con las redes sociales afín al mercado objetivo de residenciasecu.com tal como son facebook, twitter, pinterest, badoo.

## **Calidad**

Residenciasecu.com contará con seguridad en su web tanto para anfitrión como para los huéspedes asegurando la calidad y la veracidad del servicio ofertado en el sitio web para lo cual se dispondrá de las siguientes utilidades online.

1. **Verificación de Identificación.**- A través de la conexión a redes sociales se puede confirmar el documento de identidad así como los datos personales.
2. **Perfil y evaluaciones.**- Conocer al huésped o anfitrión y poder dar lectura a las retroalimentaciones o feedbacks dejados por otros usuarios anteriormente.
3. **Mensajes online.**- Al igual que en las redes sociales se puede interactuar con huésped o anfitrión a través de mensajes gratuitos para resolver inquietudes y preguntas.

## **Garantía**

El servicio de residenciasecu.com promoverá una garantía para los anfitriones o dueños de lugares de alojamiento con una cobertura de hasta USD 10.000 así mismo el sitio permite que los anfitriones y huéspedes puedan resolver sus divergencias. También existirá un seguro de depósito al que el anfitrión podrá acogerse en caso de que se presentase algún daño mínimo por parte del huésped.

### **4.3.2 Estrategia de precios**

#### **Estrategia de Enfoque: Mejor valor**

Se procederá a enfocar el servicio a través de la búsqueda de una ventaja competitiva de relación directa con los anfitriones corporativos sobretodo en el caso de universidades y pensionados. En el caso de los huéspedes existirá un servicio enfocado en servicio al cliente 24/7 a través del call center de residenciasecu.com para asistencia inmediata. Los precios de las locaciones serán acordados directamente entre anfitrión y huésped sin embargo el dueño del lugar será el que pagará una comisión a residenciasecu.com una vez que haya logrado concretar la venta del servicio, la comisión será del 13% a favor del sitio web.

### **4.3.3 Estrategia de distribución**

#### **Peer to Peer P2P**

La estrategia de distribución a implementar será la Peer to Peer P2P o estrategia de negocios entre iguales donde se promueve la entrega

de información entre partes que son iguales y se comisiona una parte por los servicios generados a los involucrados. A su vez las alianzas o convenios que se realizarán con las entidades universitarias permitirá que residenciasecu.com aparezca simultáneamente en sus sitios webs y que las universidades aparezcan en el sitio web de residenciasecu.com generando doble publicidad entre ambas partes obteniendo un beneficio ganar-ganar entre cada uno.

#### 4.3.4 Estrategia promocional

##### Mailing e indexación a buscadores

Al ser residenciasecu.com un servicio innovador en el mercado ecuatoriano deberá esforzarse en hacerse conocer entre su target para que exista recordación y lealtad hacia la marca desde su introducción, como herramienta será necesario publicitar los servicios que ofrece a través de campañas de correos masivos o mailings en el contexto nacional e internacional así como indexación en buscadores como Google para aparecer como la primera opción en servicio de alojamiento para estudiantes en el internet. En la tabla a continuación se detalla los servicios a contratarse de manera mensual durante el primer año de lanzamiento del sitio web.

Servicio	Costo Mensual	Costo Anual
Servicio de mail masivo a 10.000 correos en el Ecuador	USD 20.00	USD 240.00
Servicio de mail masivo a 1.000.000 de correos en Europa	USD 450.00	USD 5,400.00
Servicio de mail masivo a 500.000 correos en Latinoamérica	USD 150.00	USD 1,800.00
Indexación a buscadores	USD 39.95 anual	USD 39.95
<b>TOTAL</b>	<b>USD 659.95</b>	<b>USD 7,479.95</b>

**Tabla No. 13 Promoción y Publicidad**

Elaborado por: Ronald Guillén

## **Evento de introducción**

Se realizará el lanzamiento de manera oficial de la web en dos eventos que concentran el mercado objetivo de residenciasecu.com, el primero en la Feria de Estudios Superiores y el segundo en la Feria Internacional de Turismo en ambas ferias se dará a conocer el concepto que si existe un lugar lejos de casa para estudiar y que Ecuador representa un punto de estudios internacionales también, en los dos eventos se actuará en alianza con instituciones educativas de nivel superior.

## **5. ANÁLISIS TÉCNICO**

### **5.1 Descripción del servicio**

Residenciasecu.com trata de satisfacer la necesidad que tiene el mercado universitario en el Ecuador en la búsqueda de información de lugares de hospedaje y residencia para universitarios. Residenciasecu.com ofrecerá un servicio de información, asesoría y promoción de lugares de hospedaje y residencia para estudiantes universitarios que tomen la decisión de establecerse en todo el país.

El servicio que ofrecerá Residenciasecu.com satisfará dos necesidades, 1) Por una parte a los propietarios de espacios, habitaciones o viviendas sin uso, podrán alquilarlas a estudiantes universitarios que buscan un lugar donde empezar su aventura académica y por ellos recibir un ingreso. 2) Por otro lado, a los estudiantes les permitirá obtener información segura de los lugares disponibles para de acuerdo sus preferencias y necesidades puedan elegir donde quedarse.

El servicio de Residencias.com proporcionará un entorno virtual en la web desarrollando un diseño interactivo y amigable para el manejo de los estudiantes que tienen la necesidad de información, así como la facilidad y seguridad para los propietarios que necesiten alquilar un espacio para estudiantes universitarios.

Residenciasecu.com es un entorno virtual en la web que permite a los usuarios tanto, estudiantes como propietarios viviendas o sitios de alquiler, tener un lugar de encuentro para satisfacer sus necesidades de hospedaje a través del acceso desde cualquier lugar a la página web de Residenciasecu.com.

El estudiante que tiene la necesidad de hospedarse busca información en la plataforma y a través de un listado de posibles opciones de hospedaje puede elegir el más conveniente de acuerdo a sus preferencias, ingreso, nivel de seguridad y comodidad. Posteriormente a la elección del lugar ideal procede a realizar el pago a través de tarjeta de crédito o por medios de pago electrónico como Paypal para reservar el lugar y disponer del mismo para alojarse.

Por el lado del propietario, sea este de un hostel, vivienda, o familia que tenga un lugar para el alquiler de un estudiante universitario, debe promocionar el lugar a través de información detallada sobre el lugar, así como fotos e imágenes de la habitación en alquiler.

La seguridad de pago está dada, ya que, el estudiante ha cancelado previamente antes de ocupar el lugar, al cabo de dos días se le realiza una transferencia al propietario siempre y cuando esté satisfecho con el estudiante luego de ubicarse en el hospedaje. En resumen se puede determinar las siguientes actividades dentro del servicio:

1. El servicio de Residenciaecu.com se desarrolla en un espacio virtual interactivo durante los 365 días 24 horas al día.
2. El servicio se ofrece como la asesoría en la colocación de hospedaje para estudiantes.
3. Los usuarios (estudiantes y anfitriones) se registran en la página de manera gratuita donde debe crear sus perfiles de manera personalizada.
4. Los usuarios (estudiantes y anfitriones) pueden realizar o intercambiar preguntas en tiempo real a través del blog o mensajes directos para conocer más detalles sobre el lugar, estos mensajes son controlados a través del administrador de la página.
5. Los usuarios tendrán las opciones para valorar tanto al estudiante como al propietario en la atención durante el hospedaje.
6. El ingreso para la empresa será resultado de una comisión de 15% al valor cancelado por el estudiante en el hospedaje.
7. La página web tendrá un constante mantenimiento y actualizaciones a través de sus administradores, desarrolladores web, diseñadores gráficos, personal de logística, y de servicio al cliente.
8. El servicio tendrá un sistema de seguridad encriptado de alertas automático para que los usuarios tenga la seguridad de los pagos y cobros que realicen.
9. El servicio tendrá un seguro para el caso de fraude informático y de daños a terceros.

### **5.1.1 Flujograma de servicio**

Los propietarios de viviendas o lugares disponibles para el alquiler de hospedaje de estudiantes deben registrarse en la página web y completar su perfil para ser notificados y confirmados a través de un email. Posteriormente, el personal de logística se contactará para proceder a la toma de fotografías del lugar y garantizar que la oferta es

real y con ello dar una seguridad al estudiante, de la misma manera, los propietarios pueden subir fotografías sobre el lugar disponible.

El estudiante debe registrarse y construir su perfil con toda la información posible. Posteriormente proceder a través del operador de búsqueda de alojamientos disponibles, revisa sus opciones más idóneas para posteriormente seleccionar y proceder al pago de la reserva a través de los medios electrónicos. Cabe mencionar que el sistema automáticamente realiza los procesos de confirmación del usuario a través de la ubicación IP y la contestación a un email del usuario.

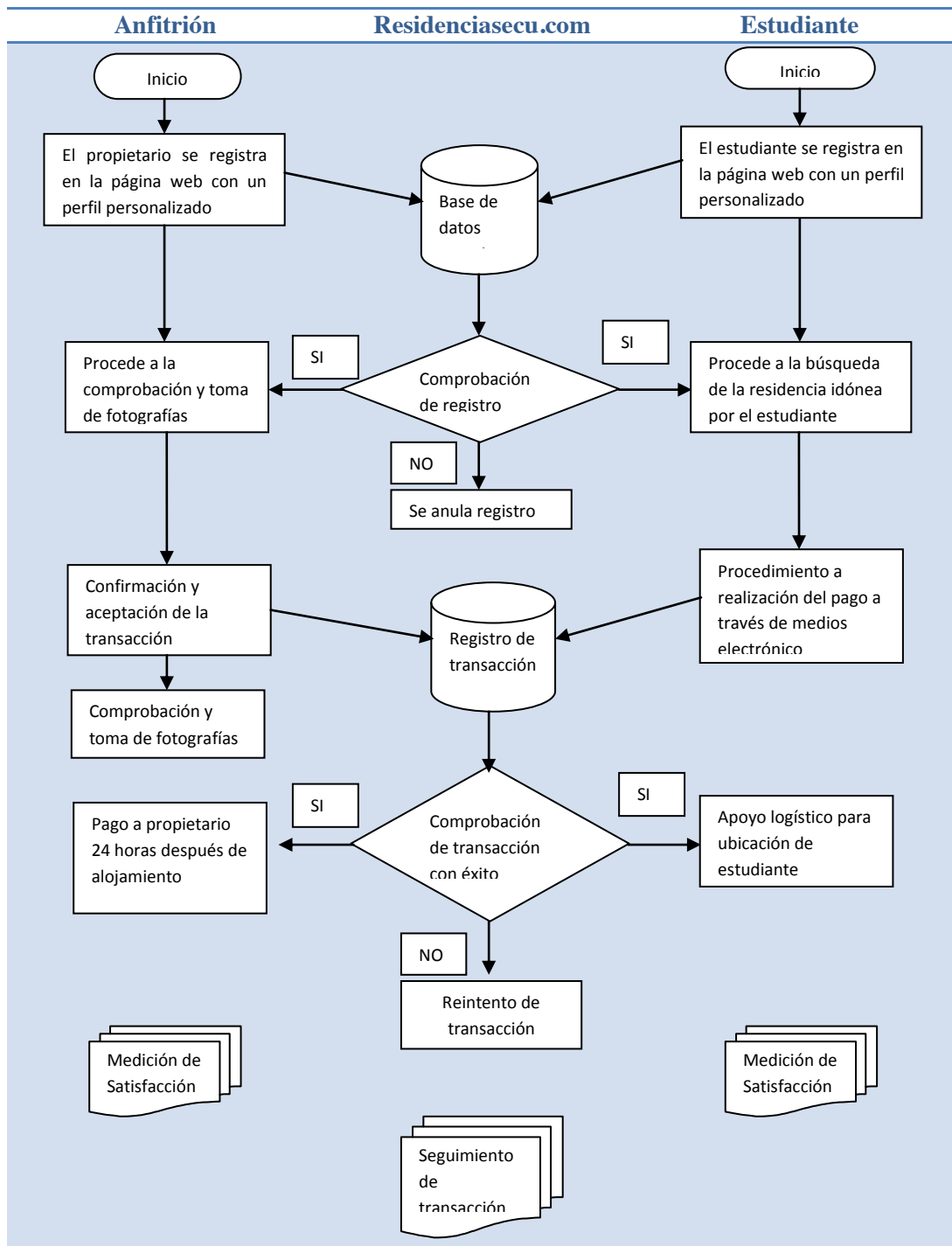
Una vez efectuada la inscripción y el pago, tanto el estudiante como el propietario reciben una notificación por correo para conocer la confirmación de la transacción y proceder a la asesoría logística para que el estudiante proceda a ubicarse en el sitio de hospedaje.

Cuando el estudiante se ha instalado en el hospedaje y sino existiere alguna novedad por parte del propietario de la vivienda u hospedaje o por parte del estudiante se procede a realizar el pago al propietario a través de transferencia bancaria.

Luego que el estudiante termine su periodo de hospedaje se realiza de manera automática a través de una encuesta en línea el nivel de satisfacción en el uso del hospedaje, esta encuesta se realiza tanto para el propietario como para el estudiante.

Durante todo el proceso los usuarios tendrán un soporte en línea para cualquier consulta o comentario de algún problema mantenido durante la transacción realizada. De la misma manera, el personal de servicio al cliente mantendrá un contacto constante con el usuario para conocer el nivel de satisfacción de las partes.





Elaborado por: Ronald Guillén

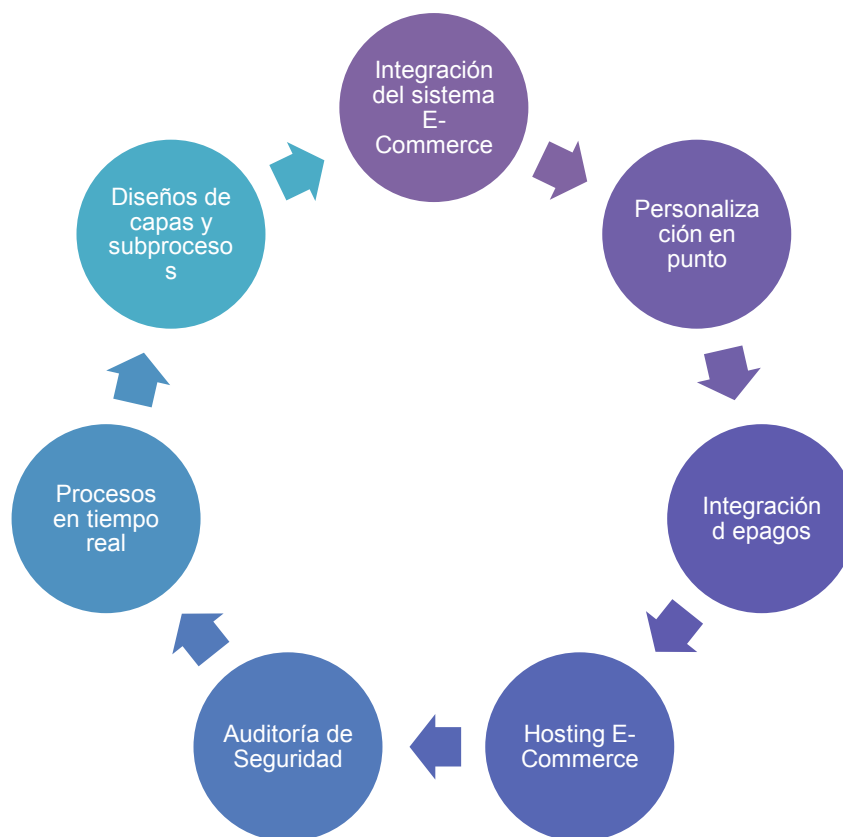
## 5.2 Sistema Informático para procesos

El software para llevar a cabo los procesos será provisto por la empresa hindú Provab Technosoft quienes cuentan con un amplio catálogo de paquetes de software que se ajustan a las necesidades de

empresas bajo el modelo de negocios ecommerce o comercio electrónico. En este paquete o software se pueden integrar los distintos procesos de la organización y contar con información en tiempo real para la toma de decisión. Su costo de inversión es de USD 15,000.00 la licencia para un usuario durante un año.



**Figura No. 10 Paquetes Empresariales de Provab Technosoft**



**Figura No. 11 Módulos de Trabajo de Software para E-Commerce**

Elaborado por: Ronald Guillén

### 5.3 Infraestructura

Las oficinas de residenciasecu.com contarán con las siguientes áreas: cuarto de servidores, sala de reuniones, baño, recepción, área de servicio al cliente y call center, área de Contabilidad y Administración y Gerencia General. La superficie de las oficinas será de 120 m<sup>2</sup> distribuida en una sola planta ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.



Figura No. 12 Infraestructura de RESIDENCIASECU.COM

Elaborado por: Ronald Guillén

## 5.4 Macrolocalización del proyecto

El proyecto tendrá su sede central en el Ecuador, en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil, parroquia Tarqui.



Figura No. 13 Macrolocalización del proyecto

Fuente: Google Maps

### 5.4.1 Microlocalización del proyecto

Se ubicará en la Ciudadela Urdesa en la avenida principal Víctor Emilio Estrada. El valor del alquiler asciende a USD 800.00 por una planta del edificio.

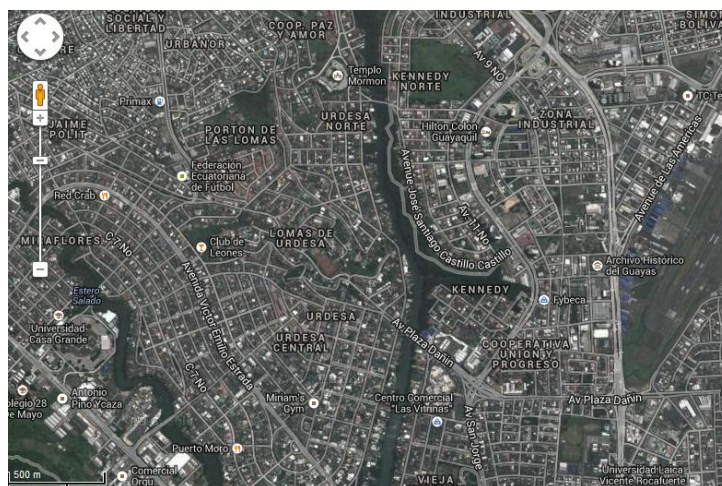


Figura No. 14 Microlocalización del proyecto

Fuente: Google Maps

## 5.5 Personal, Equipos y Servicios adicionales

### 5.5.1 Requerimiento de Personal

El personal será parte del staff directo de la organización el que se muestra en la tabla a continuación pero se contará con los servicios tercerizados de seguridad, limpieza y asesoría de diseñador.

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente General	1
Recepcionista	1
Agente de llamadas	2
Contador	1
Asistente/Pagador	1
Operador de sistemas	1
Agente de servicio al cliente	1

**Tabla No. 14 Requerimiento de Personal**

Elaborado por: Ronald Guillén

### 5.5.2 Requerimiento de Equipos

Los equipos necesarios para el funcionamiento de las oficinas comprenden equipos tecnológicos sobre todo por ser una compañía de servicios en la web.

<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>
Servidor	2
Computadores de escritorio	7
Teléfonos	6
Acondicionador de aire	1

**Tabla No. 15 Requerimiento de Equipos**

Elaborado por: Ronald Guillén

## 6. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

### 6.1 Tipo de sociedad

Residenciasecu.com será una compañía anónima conformada por 5 accionistas (Ver Anexo No.8). Además deberá cumplir con los requisitos legales para existir legalmente tal como: Registro Único de Contribuyentes, permisos municipales del cantón Guayaquil, inscripción patronal de la empresa en el IESS y permiso del cuerpo de bomberos.



Figura No. 15 Isotipo de la Empresa

Elaborado por: Ronald Guillén

### 6.2 Estructura Organizacional

El organigrama detalla los niveles estratégicos, funcionales y de apoyo.

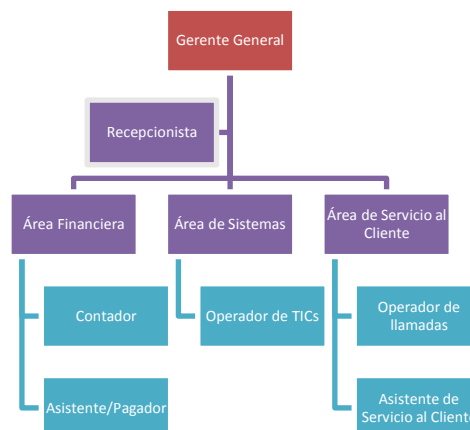


Figura No. 16 Organigrama de la Empresa

### 6.3 Descripción de cargos

**Gerente General.-** Es la más importante autoridad, por lo que deberá liderar y dirigir los actos y decisiones en la empresa, así como estar al tanto de las acciones del personal y trabajar en equipo con los demás empleados, encaminados a cumplir los objetivos de la empresa respetando las políticas de la misma. Para ocupar este puesto, la persona designada deberá ser un profesional graduado en Ingeniería Comercial o Gestión Empresarial, el cual tenga aptitudes para alcanzar oportunidades de negocios. Entre sus funciones están:

1. Analizar alternativas para nuevas inversiones que ayuden al crecimiento de la empresa y su respectivo funcionamiento.
2. Cumplir con los objetivos de la empresa, trabajando en equipos de trabajo.
3. Evaluar y controlar la productividad de la empresa.
4. Será el representante de la empresa.

**Contador.-** Desempeñará las funciones de carácter financiero y contable, explicando los procesos a seguir en cuanto a su ámbito. El perfil para este cargo, deberá ser un profesional graduado en CPA, o Ingeniero Comercial que tenga experiencia en funciones tales como:

1. Administrar los recursos financieros.
2. Analizar los movimientos contables y fiscales de la empresa.
3. Elaborar los estados financieros de la empresa.
4. Informar a los socios y al gerente sobre asuntos contables y financieros.
5. Realizar presupuesto de gastos, compras de insumos para la hostería.
6. Será responsable de la persona encargada de caja.

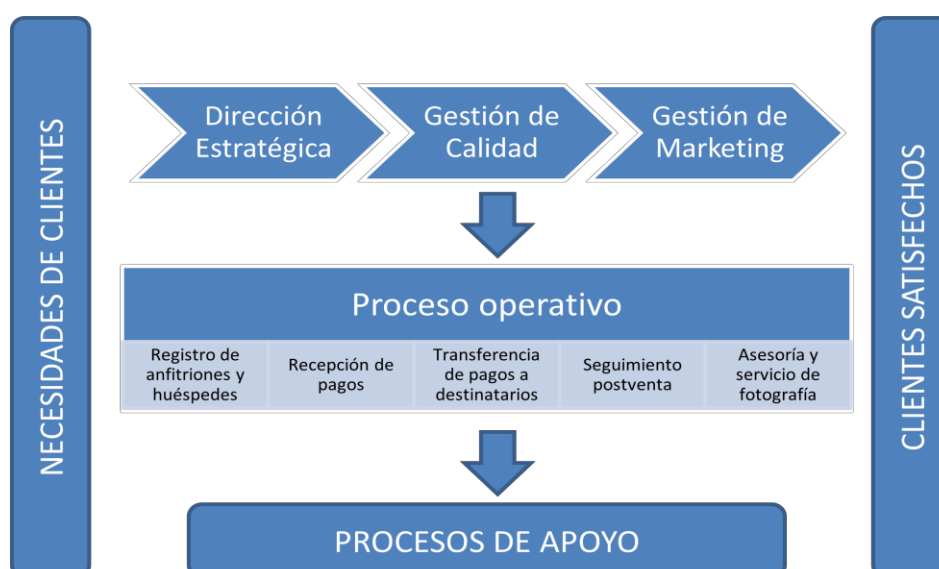
**Operador de TICs.-** Seré el encargado de velar por el correcto funcionamiento de las aplicaciones y software informáticos de la empresa. Sus principales funciones indican:

1. Administrar el sitio web de la empresa.
2. Monitorear el sistema informático de la compañía
3. Realizar auditorías a los sistemas y aplicaciones en la web.
4. Minimizar los riesgos de pérdida de los sistemas que atenten contra la continuidad del negocio.

### 6.3.1 Políticas de administración del personal

Se contará con contratos regulados por el Código de Trabajo, los que estarán sujetos a 3 meses a prueba posterior a este período el contrato se transforma en contrato renovable cada año no obstante el mismo podrá darse por terminado si alguna de las partes así lo conviene.

### 6.4 Modelo de Procesos



**Figura No. 17 Mapa de procesos de la empresa**

Elaborado por: Ronald Guillén



Los procesos de la empresa están clasificados en estratégicos, de apoyo y operáticos. Las fases operativas comprenden los registros de anfitriones y huéspedes en la web, servicio de transferencia de pagos a intermediarios, seguimiento postventa para retroalimentación de perfiles y servicio de fotografía y asesoría en diseño de interiores.

## 6.5 Impacto social

Esta idea de negocio contribuirá con la generación de 8 plazas de trabajo en la economía, donde el factor diferenciador será sueldos promedio por encima de los mínimos establecidos por el Ministerio de Relaciones Laborales.

## 7. ANÁLISIS ECONÓMICO

### 7.1 Inversión Total

La puesta en marcha del negocio requerirá de USD 30,000 aproximadamente los que serán capitalizados 50% por los accionistas y 50% a través de un préstamo bancario.

El negocio se conformará por 5 socios capitalistas con aportaciones de USD 3,000 cada uno. El 50% del capital con fuentes externas provendrá de un préstamo a 3 años plazo pagaderos mensualmente al Banco Internacional con una tasa activa de 11.15% (Ver Anexo No. 9)

DESCRIPCION	USD	%
FONDOS PROPIOS	\$ 15.000,00	50%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 15.175,85	50%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla No. 16 Fuentes de Fondo de financiamiento**

Elaborado por: Ronald Guillén

DESCRIPCION	USD \$	%
<b>INVERSION FIJA</b>		
Muebles de Oficina	\$ 1.395,00	4,62%
Equipos de Oficina	\$ 795,00	2,63%
Equipos de Computación	\$ 18.620,00	61,70%
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>\$ 20.810,00</b>	<b>68,96%</b>
<b>INVERSION DIFERIDA</b>		
Gastos de Constitución	\$ 400,00	1,33%
Permisos, Concesiones y Derechos	\$ 70,00	0,23%
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 500,00	1,66%
<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$ 970,00</b>	<b>3,21%</b>
<b>INVERSION CORRIENTE</b>		
Capital Trabajo	\$ 8.097,08	26,83%
Imprevistos (1%)	\$ 298,77	0,99%
<b>TOTAL INVERSION CORRIENTE</b>	<b>\$ 8.395,85</b>	<b>27,82%</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>100,00%</b>

Tabla No. 17 Detalle de inversiones

Elaborado por: Ronald Guillén

Inicialmente se requerirá de muebles de oficina, equipos de computación y de oficina para que los colaboradores puedan desempeñarse dentro de la organización en sus actividades diarias.

MUEBLES OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorios Ejecutivos	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Sillones Ejecutivos	8	\$ 80,00	\$ 640,00
Sillas de Visita	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Archivadores Aéreos	8	\$ 35,00	\$ 280,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.395,00</b>

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Paquete de software	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Computadores de Escritorio	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora Multifuncional	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Servidor	2	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
Router Inalámbrico	2	\$ 60,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18.620,00</b>

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Aire Acondicionado 9000 BTU-TEKNO	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Dispensador de Agua	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Teléfonos Inalámbricos	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Calculadoras, perforadoras, grapadoras	5	\$ 15,00	\$ 75,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 795,00</b>

Tabla No. 18 Detalle de Activos Fijos

Elaborado por: Ronald Guillén

## 7.2 Gastos Pre-operativos

Para los gastos que se conocen como prepagados o preoperativos se ha considerado los gastos de constitución, los permisos para la puesta en marcha del negocio y las adecuaciones que se efectuarán al local arrendado.

GASTOS DE CONSTITUCION			
DESCRIPCION	CANT.	C.UNITARIO	C. TOTAL
Acta de Constitución	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Emisión del RUC	1	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 400,00</b>

PERMISOS, CONCESIONES Y DERECHOS			
DESCRIPCION	CANT.	C.UNITARIO	C. TOTAL
Pago de la Patente Municipal	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Pago de Permisos a los Bomberos	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Pago del 1x1000 al Fondo Mixto de Promoción	1	\$ 10,00	\$ 10,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 70,00</b>

ADECUACIONES E INSTALACIONES			
DESCRIPCION	CANT.	C.UNITARIO	C. TOTAL
Adecuación de instalaciones oficinas	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 500,00</b>

**Tabla No. 19 Detalle de gastos pre-operativos**

Elaborado por: Ronald Guillén

## 7.3 Inversión en Capital de trabajo

El capital de trabajo o fondo de maniobra es aquel capital que sirve para contingente en situaciones en que la demanda no responda adecuadamente a las estrategias de marketing planteadas para el negocio, para el cálculo de esta cuenta se ha determinado como política mantener capital de trabajo en la cuenta caja bancos por un mes de operatividad del negocio.

DETALLES	MES 1	TOTAL
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 6.437,13</b>	<b>\$ 6.437,13</b>
Sueldos y Beneficios	\$ 5.535,23	\$ 5.535,23
Agua	\$ 25,00	\$ 25,00
Energía Eléctrica	\$ 35,00	\$ 35,00
Telefonía Fija	\$ 25,00	\$ 25,00
Internet	\$ 150,00	\$ 150,00
Seguros	\$ 9,84	\$ 9,84
Mantenimientos	\$ 93,10	\$ 93,10
Suministros de Oficina	\$ 15,00	\$ 15,00
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 20,00	\$ 20,00
Hosting, correo corporativo y certificados SSL	\$ 528,95	\$ 528,95
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 1.659,95</b>	<b>\$ 1.659,95</b>
Publicidad y Promoción	\$ 1.659,95	\$ 1.659,95
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8.097,08</b>	<b>8.097,08</b>

**Tabla No. 20 Capital de trabajo**

Elaborado por: Ronald Guillén

## **7.4 Políticas Financieras**

### **7.4.1 Políticas de cartera a clientes**

La política de cuentas por cobrar clientes está establecida como pago de contado al contar con los medio de pago online donde se aclara que se debe efectuar el pago por anticipado del servicio al cual se desea acceder.

### **7.4.2 Política de cartera a proveedores**

En el caso de los proveedores las cuentas por pagar se han establecido que tendrán un tiempo adicional de 24 horas o un día a la llegada del estudiante a su lugar de alojamiento previsto con la finalidad que si el estudiante no se siente a gusto con el sitio pueda pedir su dinero reembolsado en su cuenta bancaria.

## 7.5 Presupuesto de Ingresos

Para el cálculo de los ingresos proyectados se tomaron en consideración tres variables para poder determinar los ingresos futuros del negocio. Primero se estableció la demanda objetivo para el negocio la que se ubicó en 60% con respecto a todo el mercado durante los primeros 5 años de la tirada financiera, segundo se estableció como comisión de servicio pagadera por los anfitriones en 13% del monto imputado en la web y tercero se consideró que un precio promedio en el costo de los alquileres en USD 350.00.

<b>DEMANDA PROYECTADA DEL 2013 AL 2018</b>	
Crecimiento de la Industria	20,21%
Demanda Objetivo	60,00%
Comisión del Servicio	13,00%
Precio promedio Alquiler	\$ 350,00

<b>AÑOS</b>	<b>Demanda Esperada Nacionales y Extranjeros</b>	<b>Demanda Potencial residenciasecu.com</b>	<b>Presupuesto Ingresos</b>
2013	3467		
2014	4168	2501	\$ 113.772,97
2015	5010	3006	\$ 136.766,49
2016	6022	3613	\$ 164.407,00
2017	7239	4344	\$ 197.633,65
2018	8702	5221	\$ 237.575,41

**Tabla No. 21 Presupuesto de Ingresos**

Elaborado por: Ronald Guillén

## 7.6 Presupuesto de Personal

El monto global por concepto de personal asciende a USD 53,970.00 anuales teniendo en cuenta el cálculo de aportaciones y beneficios establecidos en la ley.

CARGO	AREA	TIPO DE CONTRATO	SUELDO ANUAL
Gerente General	Administración y Finanzas	Contrato de prueba, de duración máxima de 90 días	\$ 12.160,80
Recepcionista	Administración y Finanzas	Contrato de prueba, de duración máxima de 90 días	\$ 6.226,40
Agente de llamadas	Servicio al Cliente	Contrato de prueba, de duración máxima de 90 días	\$ 6.226,40
Contador	Administración y Finanzas	Contrato de prueba, de duración máxima de 90 días	\$ 7.710,00
Asistente/Pagador	Administración y Finanzas	Contrato de prueba, de duración máxima de 90 días	\$ 6.968,20
Operador de sistemas	Tecnologías de la Información	Contrato de prueba, de duración máxima de 90 días	\$ 8.451,80
Agente de servicio al cliente	Servicio al Cliente	Contrato de prueba, de duración máxima de 90 días	\$ 6.226,40
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 53.970,00</b>

**Tabla No. 22 Presupuesto de Gastos de Personal**

Elaborado por: Ronald Guillén

## 7.7 Presupuesto de Otros gastos

En la proyección de gastos se utilizó una tasa de crecimiento del 4.5% para los rubros anuales que corresponde a la inflación del Ecuador al año 2013 según estadísticas del Banco Central, aquí se consideraron los gastos de administración, los gastos de publicidad la que será intensiva en el primer año de funcionamiento, los gastos financieros y las depreciaciones y amortizaciones,

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Beneficios	\$ 5.535,23	\$ 66.422,80	\$ 73.065,08	\$ 80.371,59	\$ 88.408,75	\$ 97.249,62
Agua	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 312,30	\$ 325,10	\$ 338,43	\$ 352,31
Energía Eléctrica	\$ 35,00	\$ 420,00	\$ 437,22	\$ 455,15	\$ 473,81	\$ 493,23
Telefonía Fija	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 312,30	\$ 325,10	\$ 338,43	\$ 352,31
Internet	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.873,80	\$ 1.950,63	\$ 2.030,60	\$ 2.113,86
Seguros	\$ 9,84	\$ 118,10	\$ 122,94	\$ 127,98	\$ 133,23	\$ 138,69
Mantenimientos	\$ 93,10	\$ 1.117,20	\$ 1.163,01	\$ 1.210,69	\$ 1.260,33	\$ 1.312,00
Suministros de Oficina	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 187,38	\$ 195,06	\$ 203,06	\$ 211,39
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 249,84	\$ 260,08	\$ 270,75	\$ 281,85
Alquiler de oficina	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 9.993,60	\$ 10.403,34	\$ 10.829,87	\$ 11.273,90
Hosting, correo corporativo y certificados SSL	\$ 528,95	\$ 6.347,40	\$ 5.807,64	\$ 6.045,76	\$ 6.293,63	\$ 6.551,67
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.237,13</b>	<b>\$ 86.845,50</b>	<b>\$ 93.525,11</b>	<b>\$ 101.670,48</b>	<b>\$ 110.580,89</b>	<b>\$ 120.330,83</b>

GASTOS DE PUBLICIDAD	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de mail masivo en Ecuador	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 92,61	\$ 97,24
Servicio de mail masivo en Europa	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
Servicio de mail masivo en Latinoamérica	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Indexación a buscadores	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 41,95	\$ 44,04	\$ 46,25	\$ 48,56
Publicaciones en Periódicos	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.498,40	\$ 2.600,83	\$ 2.707,47	\$ 2.818,47
Página Web	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.659,95</b>	<b>\$ 10.679,95</b>	<b>\$ 5.144,35</b>	<b>\$ 5.379,08</b>	<b>\$ 5.624,63</b>	<b>\$ 5.881,49</b>

OTROS GASTOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciaciones	\$ 535,47	\$ 6.425,67	\$ 6.425,67	\$ 6.425,67	\$ 219,00	\$ 219,00
Amortizaciones	\$ 16,17	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 551,64</b>	<b>\$ 6.619,67</b>	<b>\$ 6.619,67</b>	<b>\$ 6.619,67</b>	<b>\$ 413,00</b>	<b>\$ 413,00</b>

GASTOS FINANCIEROS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses del Préstamo	\$ 122,19	\$ 1.466,31	\$ 937,09	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 122,19</b>	<b>\$ 1.466,31</b>	<b>\$ 937,09</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

**Tabla No. 23 Otros gastos proyectados**

Elaborado por: Ronald Guillén

## 8. ANÁLISIS FINANCIERO

### 8.1 Balance General

En el balance general se detallan las cuentas patrimoniales proyectadas para el presente estudio, el mismo que se encuentra cuadrado desde el primer año de proyección financiera.

ACTIVOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	\$ 8.395,85	\$ 18.668,37	\$ 48.039,96	\$ 89.476,07	\$ 153.805,58	\$ 237.866,57
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 8.395,85</b>	<b>\$ 18.668,37</b>	<b>\$ 48.039,96</b>	<b>\$ 89.476,07</b>	<b>\$ 153.805,58</b>	<b>\$ 237.866,57</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Muebles de Oficina	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00
Equipos de Oficina	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00
Equipos de Computacion	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00
(-) Depreciacion Acumulada	0	\$ (6.425,67)	\$ (12.851,33)	\$ (19.277,00)	\$ (19.496,00)	\$ (19.715,00)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 20.810,00</b>	<b>\$ 14.384,33</b>	<b>\$ 7.958,67</b>	<b>\$ 1.533,00</b>	<b>\$ 1.314,00</b>	<b>\$ 1.095,00</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>						
Gastos de Pre-Operacion	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00
(-) Amortizacion Acumulada	0	\$ (194,00)	\$ (388,00)	\$ (582,00)	\$ (776,00)	\$ (970,00)
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 970,00</b>	<b>\$ 776,00</b>	<b>\$ 582,00</b>	<b>\$ 388,00</b>	<b>\$ 194,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>\$ 33.828,70</b>	<b>\$ 56.580,63</b>	<b>\$ 91.397,07</b>	<b>\$ 155.313,58</b>	<b>\$ 238.961,57</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS DE CORTO PLAZO</b>						
Beneficios Sociales por Pagar		\$ 1.224,23	\$ 4.581,04	\$ 7.610,67	\$ 12.152,27	\$ 16.642,51
Impuesto a la Renta Por Pagar		\$ 1.526,21	\$ 5.711,03	\$ 9.487,96	\$ 15.149,83	\$ 20.747,67
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>						
Prestamo Bancario	\$ 15.175,85	\$ 10.667,16	\$ 5.629,25	\$ 0,00	\$ -	\$ -
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 15.175,85</b>	<b>\$ 13.417,60</b>	<b>\$ 15.921,32</b>	<b>\$ 17.098,63</b>	<b>\$ 27.302,10</b>	<b>\$ 37.390,18</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 5.411,10	\$ 20.248,20	\$ 33.639,14	\$ 53.713,03	\$ 73.559,91
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 5.411,10	\$ 25.659,31	\$ 59.298,45	\$ 113.011,48
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.000,00</b>	<b>\$ 20.411,10</b>	<b>\$ 40.659,31</b>	<b>\$ 74.298,45</b>	<b>\$ 128.011,48</b>	<b>\$ 201.571,39</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>\$ 33.828,70</b>	<b>\$ 56.580,63</b>	<b>\$ 91.397,07</b>	<b>\$ 155.313,58</b>	<b>\$ 238.961,57</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Tabla No. 24 Balance General Proyectado

Elaborado por: Ronald Guillén

### 8.2 Estado de Resultados

El estado de resultados detalla las cuentas de ingresos y gastos del negocio tomando en cuenta los pagos de tributos según las leyes vigentes y el pago de utilidades a los empleados del negocio.

ACTIVOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	\$ 8.395,85	\$ 18.668,37	\$ 48.039,96	\$ 89.476,07	\$ 153.805,58	\$ 237.866,57
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 8.395,85</b>	<b>\$ 18.668,37</b>	<b>\$ 48.039,96</b>	<b>\$ 89.476,07</b>	<b>\$ 153.805,58</b>	<b>\$ 237.866,57</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Muebles de Oficina	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00	\$ 1.395,00
Equipos de Oficina	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00	\$ 795,00
Equipos de Computacion	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00	\$ 18.620,00
(-) Depreciacion Acumulada	0	\$ (6.425,67)	\$ (12.851,33)	\$ (19.277,00)	\$ (19.496,00)	\$ (19.715,00)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 20.810,00</b>	<b>\$ 14.384,33</b>	<b>\$ 7.958,67</b>	<b>\$ 1.533,00</b>	<b>\$ 1.314,00</b>	<b>\$ 1.095,00</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>						
Gastos de Pre-Operacion	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00
(-) Amortizacion Acumulada	0	\$ (194,00)	\$ (388,00)	\$ (582,00)	\$ (776,00)	\$ (970,00)
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 970,00</b>	<b>\$ 776,00</b>	<b>\$ 582,00</b>	<b>\$ 388,00</b>	<b>\$ 194,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>\$ 33.828,70</b>	<b>\$ 56.580,63</b>	<b>\$ 91.397,07</b>	<b>\$ 155.313,58</b>	<b>\$ 238.961,57</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS DE CORTO PLAZO</b>						
Beneficios Sociales por Pagar		\$ 1.224,23	\$ 4.581,04	\$ 7.610,67	\$ 12.152,27	\$ 16.642,51
Impuesto a la Renta Por Pagar		\$ 1.526,21	\$ 5.711,03	\$ 9.487,96	\$ 15.149,83	\$ 20.747,67
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>						
Prestamo Bancario	\$ 15.175,85	\$ 10.667,16	\$ 5.629,25	\$ 0,00	\$ -	\$ -
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 15.175,85</b>	<b>\$ 13.417,60</b>	<b>\$ 15.921,32</b>	<b>\$ 17.098,63</b>	<b>\$ 27.302,10</b>	<b>\$ 37.390,18</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 5.411,10	\$ 20.248,20	\$ 33.639,14	\$ 53.713,03	\$ 73.559,91
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 5.411,10	\$ 25.659,31	\$ 59.298,45	\$ 113.011,48
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.000,00</b>	<b>\$ 20.411,10</b>	<b>\$ 40.659,31</b>	<b>\$ 74.298,45</b>	<b>\$ 128.011,48</b>	<b>\$ 201.571,39</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>\$ 33.828,70</b>	<b>\$ 56.580,63</b>	<b>\$ 91.397,07</b>	<b>\$ 155.313,58</b>	<b>\$ 238.961,57</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Tabla No. 25 Estado de Resultados Projectado

Elaborado por: Ronald Guillén

### 8.3 Flujo de Caja

En el flujo de caja se puede apreciar que existe flujo de caja positivo desde el primer año avalando la viabilidad del negocio en términos financieros.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ventas		\$ 113.772,97	\$ 136.766,49	\$ 164.407,00	\$ 197.633,65	\$ 237.575,41
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 113.772,97</b>	<b>\$ 136.766,49</b>	<b>\$ 164.407,00</b>	<b>\$ 197.633,65</b>	<b>\$ 237.575,41</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos de Operacion		\$ 6.347,40	\$ 6.607,64	\$ 6.878,56	\$ 7.160,58	\$ 7.454,16
Gastos Administrativos		\$ 80.498,10	\$ 86.917,47	\$ 94.791,92	\$ 103.420,32	\$ 112.876,66
Gastos de Venta		\$ 10.679,95	\$ 5.144,35	\$ 5.379,08	\$ 5.624,63	\$ 5.881,49
<b>Total Egresos Operacionales</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 97.525,45</b>	<b>\$ 98.669,46</b>	<b>\$ 107.049,56</b>	<b>\$ 116.205,52</b>	<b>\$ 126.212,32</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 16.247,52</b>	<b>\$ 38.097,03</b>	<b>\$ 57.357,44</b>	<b>\$ 81.428,13</b>	<b>\$ 111.363,09</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Prestamo Bancario	\$ 15.175,85	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fondos Propios	\$ 15.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
<b>Actividades de Inversión</b>						
Inversion Fija	\$ 20.810,00					
Inversion Diferida	\$ 970,00					
Inversion Corriente	\$ 8.395,85					
<b>Actividades de Financiamiento</b>						
Pago de Capital de Prestamo		\$ 4.508,69	\$ 5.037,91	\$ 5.629,25	\$ -	\$ -
Pago de Intereses de Prestamo		\$ 1.466,31	\$ 937,09	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Actividades Operacionales</b>						
Participaciones de Utilidades			\$ 1.224,23	\$ 4.581,04	\$ 7.610,67	\$ 12.152,27
Impuesto a la Renta			\$ 1.526,21	\$ 5.711,03	\$ 9.487,96	\$ 15.149,83
<b>Total Egresos No Operacionales</b>	<b>\$ 30.175,85</b>	<b>\$ 5.975,00</b>	<b>\$ 8.725,44</b>	<b>\$ 15.921,32</b>	<b>\$ 17.098,63</b>	<b>\$ 27.302,10</b>
<b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (5.975,00)</b>	<b>\$ (8.725,44)</b>	<b>\$ (15.921,32)</b>	<b>\$ (17.098,63)</b>	<b>\$ (27.302,10)</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 10.272,52</b>	<b>\$ 29.371,59</b>	<b>\$ 41.436,11</b>	<b>\$ 64.329,50</b>	<b>\$ 84.060,99</b>

Tabla No. 26 Flujo de Caja Projectado

Elaborado por: Ronald Guillén



## 9. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

La valoración del presente proyecto se basará en los índices financieros TIR y VAN y como comparación de su rentabilidad se ha utilizado la TMAR del 27.98% calculado en base el costo promedio ponderado de capital valorando los pesos de ambas deudas.

En el análisis se obtuvo que la  $TIR > TMAR$  por lo tanto se ratifica la viabilidad del negocio, además se cuenta con un VAN positivo y mayor a cero con lo que se confirma la viabilidad de residenciasecu.com como negocio en la web.

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
FONDOS PROPIOS	\$ 15.000,00	50%	45,00%	22,369%
FINANCIAMIENTO	\$ 15.175,85	50%	11,15%	5,607%
<b>TMAR</b>				<b>27,98%</b>

TASA DE DESCUENTO INVERSIONISTAS

INFLACION	4,50%
RIESGO DE LA INDUSTRIA	8,00%
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>12,86%</b>

Tabla No. 27 Costo Promedio Ponderado de Capital

Elaborado por: Ronald Guillén

<b>TMAR</b>	27,98%
<b>TIR</b>	84,72%
<b>VAN</b>	\$64.023,76

Tabla No. 28 Consolidado TIR y VAN

Elaborado por: Ronald Guillén

### 9.1 Análisis de sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad se tomaron las variables: ventas, costos, gastos administrativos, gastos de venta e inversión y se afectaron de manera aleatoria de acuerdo a las especulaciones respecto a las políticas de gobierno en cuanto a la educación superior, sea que estas

mejoren o se reduzcan en función de la movilidad estudiantil interna o externa o de comportamientos del mercado con respecto al incremento o decremento de los precios de bienes y/o servicios.

	TIR	VAN
Escenario Real	84,72%	\$ 64.023,76
Escenario Optimista (+10%)	86,92%	\$ 73.618,16
Escenario Pesimista (-10%)	82,01%	\$ 54.429,36

**Tabla No. 29 Análisis de Sensibilidad**

Elaborado por: Ronald Guillén

## CONCLUSIONES

- ✓ El incremento de estudiantes que se desplazan dentro del Ecuador y provenientes del exterior es un factor social determinante que alerta sobre el mejoramiento no solamente de las locaciones disponibles para estudiantes sino también para la creación de negocios que faciliten la estadía del estudiante en el lugar que lo acoge.
  
- ✓ Las medidas de mejora educativa en general planteadas por el gobierno son vistas de buena manera por el contexto nacional e internacional ayudando a incrementar los niveles de eficiencia en el sector educativo y así replantearse el cambio de la matriz productiva esperado por el gobierno de turno.
  
- ✓ La forma en que los clientes y proveedores de servicios interactúan está cambiando gracias a que la tecnología de información y comunicación permite cambiar los modelos tradicionales de negocios y enfatiza en la reducción de tiempo y distancias geográficas lo que genera a su vez clientes mucho más informados y servicios de calidad en la web.

## RECOMENDACIONES

- ✓ El lanzamiento del proyecto requiere en el Ecuador sobretodo de una intensa campaña en la web para hacer conocer [residenciasecu.com](http://residenciasecu.com) entre sus potenciales clientes teniendo en cuenta que la competencia en medios digitales no tarda en hacerse presente en cuestión de días o semanas.
- ✓ Se recomienda utilizar todos los mecanismos de protección para la propiedad intelectual debido a que el modelo de negocios e inclusive la plataforma es fácilmente copiable no obstante los procesos inmersos dentro de la empresa serán el factor diferenciador gracias a la cultura corporativa y el talento humano.
- ✓ Finalmente es recomendable incursionar en este negocio primero que la competencia por el tema de recordación de marca entre los usuarios y la lealtad hacia la marca convirtiéndose en un activo intangible de gran valor para el futuro negocio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andes. (2013, June). La creación de cuatro mega universidades abre la puerta al cambio de la matriz productiva en Ecuador. Economía. Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica.
- Ardura, I. R. (2006). Principios y estrategias de marketing. Editorial UOC.
- BCE. (2013). Boletín Estadístico Mensual. Estadísticas. Banco Central del Ecuador.
- Boddy, D. (2009). Management. Pearson Education, Limited.
- Borello, A. (2004). El plan de negocios. Ediciones Díaz de Santos.
- El Comercio. (2012, March). Quejas y tristeza por la asignación de cupos a cinco universidades. Retrieved December 29, 2013, from [http://www.elcomercio.com.ec/sociedad/Quejas-tristeza-asignacion-cupos-universidades\\_0\\_662333895.html](http://www.elcomercio.com.ec/sociedad/Quejas-tristeza-asignacion-cupos-universidades_0_662333895.html)
- El Comercio. (2013a). La visita de extranjeros crece por turismo. Economía. Diario El Comercio.
- El Comercio. (2013b, October). Correa presenta a Ecuador como una economía dinámica en Foro de inversiones. Retrieved November 29, 2013, from [http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Rusia-RafaelCorrea-Ecuador-Economia-foro-inversiones\\_0\\_1020498063.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Rusia-RafaelCorrea-Ecuador-Economia-foro-inversiones_0_1020498063.html)
- El Comercio. (2013c, December). 12 carreras técnicas se suman a oferta de educación superior. Ecuador. Diario El Comercio.
- El marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones. (1991). Ediciones Díaz de Santos.
- El Universo. (n.d.). "Ciudad Yachay" pretende enlazar a la academia con el sector productivo. Retrieved December 29, 2013, from

<http://www.eluniverso.com/noticias/2013/12/25/nota/1956621/ciudad-yachay-pretende-enlazar-academia-sector-productivo>

Hoy. (2012, November). El sector hotelero crece. Ecuador. Diario Hoy.

INEC. (2013a). Redatam::ECLAC/CELADE - R+SP WebServer. Retrieved December 29, 2013, from <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=MIGRA&MAIN=WebServerMain.inl>

INEC. (2013b). Empleo (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo-ENEMDU). Economía Laboral. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Majluf, A. H. / N. (s. f.). ESTRATEGIAS PARA EL LIDERAZGO COMPETITIVO. Ediciones Granica S.A.

Martínez, M. A. M. (1996). Casos prácticos de management estratégico. Ediciones Díaz de Santos.

Maslow, A. H. (2005). El Management Según Maslow: Una Visión Humanista para la Empresa de Hoy. Editorial Paidós.

MINTUR. (2011). La experiencia turística en el Ecuador. Ministerio de Turismo.

Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997a). El proceso estratégico. Pearson Educación.

Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997b). El proceso estratégico. Pearson Educación.

Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). La elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral. Ediciones Díaz de Santos.

Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance: with a new introduction (1st Free P.)*. New York: Free Press.

SENESCYT. (2010). *SNNA\_PRESENTACION*. SNNA. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.

Senescyt. (2013, November). René Ramírez destacó el proceso de transformación de la educación superior en su visita a Francia. Retrieved December 29, 2013, from <http://www.educacionsuperior.gob.ec/comunicado-de-prensa-008/>

SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Retrieved from [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

Velasco, J. A. P. F. de. (2010). *Gestión por procesos*. ESIC Editorial.

Williams, C. (2010). *Management*. Cengage Learning.

## ANEXOS

### Anexo No. 1 Entradas de Nacionales y Extranjeros

ENTRADA O SALIDA	MOTIVO DE VIAJE	TIPO DE NACIONALIDAD		
		Ecuatoriana	Extranjera	Total
<b>Entrada</b>				
	Turismo	115844	493792	609636
	Negocios	1532	7430	8962
	Eventos	919	3080	3999
	Estudios	1074	2100	3174
	Otros	477669	353480	831149
	<b>Total</b>	597038	859888	1456926
<b>Salida</b>				
	Turismo	248320	256149	504469
	Negocios	3945	2840	6785
	Eventos	4189	1541	5730
	Estudios	3968	1328	5296
	Otros	403177	441697	844874
	<b>Total</b>	663601	703555	1367156
<b>Total</b>				
	Turismo	364164	749941	1114105
	Negocios	5477	10270	15747
	Eventos	5108	4621	9729
	Estudios	5042	3428	8470
	Otros	880846	795177	1676023
	<b>Total</b>	1260639	1563443	2824082

Procesado con Redatam+SP

**Tabla No. 30 Entradas de Nacionales y Extranjeros Año 2006**

Fuente: CEPAL/CELADE 2003-2007

Elaborado por: Ronald Guillén



ENTRADA O SALIDA	MOTIVO DE VIAJE	TIPO DE NACIONALIDAD		
		Ecuatoriana	Extranjera	Total
<b>Entrada</b>				
	Turismo	135374	634510	769884
	Negocios	437	6825	7262
	Eventos	526	3809	4335
	Estudios	312	1058	1370
	Otros	537618	194353	731971
	<b>Total</b>	674267	840555	1514822
<b>Salida</b>				
	Turismo	308932	546124	855056
	Negocios	3986	5370	9356
	Eventos	5161	2486	7647
	Estudios	4120	776	4896
	Otros	411260	224629	635889
	<b>Total</b>	733459	779385	1512844
<b>Total</b>				
	Turismo	444306	1180634	1624940
	Negocios	4423	12195	16618
	Eventos	5687	6295	11982
	Estudios	4432	1834	6266
	Otros	948878	418982	1367860
	<b>Total</b>	1407726	1619940	3027666

Procesado con Redatam+SP

**Tabla No. 31 Entradas de Nacionales y Extranjeros Año 2007**

Fuente: CEPAL/CELADE 2003-2007 Elaborado por: Ronald Guillén

ENTRADA O SALIDA	MOTIVO DE VIAJE	TIPO DE NACIONALIDAD		
		Ecuatoriana	Extranjera	Total
<b>Entrada</b>				
	Turismo	140934	799138	940072
	Negocios	296	14054	14350
	Eventos	342	10494	10836
	Estudios	277	1836	2113
	Otros	616043	111965	728008
	<b>Total</b>	757892	937487	1695379
<b>Salida</b>				
	Turismo	407321	646806	1054127
	Negocios	9162	9839	19001
	Eventos	13168	6838	20006
	Estudios	7703	1426	9129
	Otros	363513	233103	596616
	<b>Total</b>	800869	898012	1698881
<b>Total</b>				
	Turismo	548255	1445944	1994199
	Negocios	9458	23893	33351
	Eventos	13510	17332	30842
	Estudios	7980	3262	11242
	Otros	979556	345068	1324624
	<b>Total</b>	1558761	1835499	3394260

Procesado con Redatam+SP

**Tabla No. 32 Entradas de Nacionales y Extranjeros Año 2008**

Fuente: CEPAL/CELADE 2003-2007 Elaborado por: Ronald Guillén

ENTRADA O SALIDA	MOTIVO DE VIAJE	TIPO DE NACIONALIDAD		
		Ecuatoriana	Extranjera	Total
<b>Entrada</b>				
	Turismo	93945	812427	906372
	Negocios	13	9179	9192
	Eventos	58	5629	5687
	Estudios	1569	1581	3150
	Otros	724707	139682	864389
	<b>Total</b>	820292	968499	1788791
<b>Salida</b>				
	Turismo	352820	531436	884256
	Negocios	5590	4471	10061
	Eventos	8882	2623	11505
	Estudios	6268	1146	7414
	Otros	440071	389297	829368
	<b>Total</b>	813637	928974	1742611
<b>Total</b>				
	Turismo	446765	1343863	1790628
	Negocios	5603	13650	19253
	Eventos	8940	8252	17192
	Estudios	7837	2727	10564
	Otros	1164778	528979	1693757
	<b>Total</b>	1633929	1897473	3531402

Procesado con Redatam+SP

**Tabla No. 33 Entradas de Nacionales y Extranjeros Año 2009**

Fuente: CEPAL/CELADE 2003-2007 Elaborado por: Ronald Guillén

ENTRADA O SALIDA	MOTIVO DE VIAJE	TIPO DE NACIONALIDAD		
		Ecuatoriana	Extranjera	Total
<b>Entrada</b>				
	Turismo	130715	890144	1020859
	Negocios	437	10179	10616
	Eventos	17693	12527	30220
	Estudios	2199	1113	3254
	Otros	742364	133193	875557
	<b>Total</b>	893408	1047098	1940506
<b>Salida</b>				
	Turismo	474753	547239	1021992
	Negocios	5272	4513	9785
	Eventos	15836	6547	22383
	Estudios	4625	696	5321
	Otros	398399	446427	844826
	<b>Total</b>	898885	1005422	1904307
<b>Total</b>				
	Turismo	605468	1437383	2042851
	Negocios	5709	14692	20401
	Eventos	33529	19074	52603
	Estudios	6824	1751	8575
	Otros	1140763	579620	1720383
	<b>Total</b>	1792293	2052520	3844813

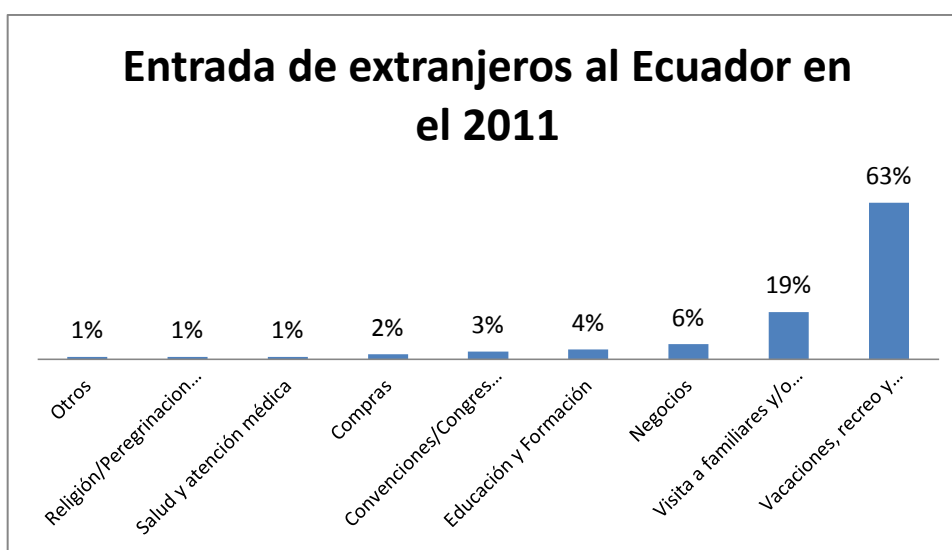
**Tabla No. 34 Entradas de Nacionales y Extranjeros Año 2010**

Fuente: CEPAL/CELADE 2003-2007 Elaborado por: Ronald Guillén

DEL 2006 AL 2010				
MOTIVO DE VIAJE	Extranjeros	Ecuatorianos	TOTAL	% Porcentaje
Turismo	3.630.011	616.812	4.246.823	50,58%
Negocios	47.667	2.715	50.382	0,60%
Eventos	35.539	19.538	55.077	0,66%
<b>Estudios</b>	<b>7.688</b>	<b>5.692</b>	13.380	0,16%
Otros	932.673	3.098.401	4.031.074	48,01%
<b>TOTAL</b>	<b>4.653.578</b>	<b>3.743.158</b>	<b>8.396.736</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Sistema Integrado de Consultas (2013) REDATAM  
<http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction>

Elaborado por: Ronald Guillén



Fuente: Sistema Integrado de Consultas (2013) REDATAM  
<http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction>

Elaborado por: Ronald Guillén

## ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER

### GRUPO FOCAL

Valoración en una escala de 0 a 10

No.	Nombre del Experto	Institución a la que pertenece	Ámbito de acción	Negociación de los compradores	Negociación de los proveedores	Amenaza de nuevos entrantes	Amenaza de productos sustitutos	Rivalidad entre los competidores
1	Miss Isabel Pérez	UCSG	Profesores universitarios	5	3	3	3	6
2	Mister Galo Proaño	UCSG	Profesores universitarios	6	4	3	3	4
3	Sandra Rodríguez	Hotel Le Parc - Quito	Empresario Sector Hotelero	6	3	3	3	4
4	José Ochoa	Federación Hotelera del Ecuador	Empresario Sector Hotelero	8	4	2	3	5
5	Bram Evers	Pure Travel Group	Representante de Agencia de Viajes	7	3	2	4	5
6	Jaime Bolaños	BM Tours	Representante de Agencia de Viajes	7	4	3	3	6
7	Juan Guillen	Padres de familia	Padres de Familia	8	4	3	4	5
8	Rosa Herrera	Padres de familia	Padres de Familia	8	5	3	2	4
9	Estefanía Zavala	AIESEC	Representante de asociación de estudiantes	8	5	4	2	6
10	Lunnie Macías	AIESEC	Representante de asociación de estudiantes	8	6	4	3	5
	Promedio			7	4	3	3	5

## Anexo No. 2 Categorización Universidades escala A y B

---

### **Oferta Académica de Pregrado y Postgrado (Categoría A)**

Escuela Politécnica Nacional  
Escuela Superior Politécnica del Litoral  
Universidad San Francisco de Quito

### **Oferta Académica de Pregrado y Postgrado (Categoría B)**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Universidad Casa Grande  
Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
Universidad Central del Ecuador  
Universidad de Cuenca  
Universidad del Azuay  
Universidad Estatal de Milagro  
Universidad Nacional de Loja  
Universidad Particular Internacional SEK  
Universidad Politécnica Salesiana  
Universidad Técnica de Ambato  
Universidad Técnica del Norte  
Universidad Técnica Estatal de Quevedo  
Universidad Técnica Particular de Loja  
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil  
Universidad Tecnológica Equinoccial  
Universidad Tecnológica Indoamérica

### **Oferta Académica de Pregrado (Categoría B)**

Universidad de los Hemisferios  
Universidad Estatal Amazónica  
Universidad Politécnica del Carchi  
Universidad Iberoamericana

---

Fuente: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad en la  
Educación Superior

Elaborado por: Ronald Guillén

Anexo No. 3 Modelo de la encuesta

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**Objetivo:** Conocer su aceptación acerca de servicio de búsqueda de residencias universitarias en Ecuador online. La misma posee fines didácticos, para el desarrollo del trabajo de titulación para la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional.

**Instrucciones:** Responder cada una de las preguntas con objetividad, veracidad y sin tachones, colocando una X al lado de la opción.

**PREGUNTAS:**

**Información del Encuestado**

a) Edad  b) Sexo M  F  c) N° Encuesta

d) ¿En qué Institución de Educación Superior estudia?

ESPOL  ESTATAL   
UCSG  Casa Grande   
UEES  Santa María

Otra \_\_\_\_\_

e) ¿Qué carrera está cursando?

Ingeniería Técnica   
Economía o Administración   
Jurisprudencia   
Arquitectura   
Medicina

Otro \_\_\_\_\_

f) ¿Su lugar de residencia es Guayaquil? Si contesta NO indique su lugar de procedencia.

SI  NO  Procedencia: \_\_\_\_\_

Si contesta NO pase a la siguiente pregunta

g) ¿En qué lugar vive en Guayaquil?

Casa de familiares o amigos

Alquila departamento

Hotel u Hostal

Residencia Universitaria

Otro \_\_\_\_\_

Si contesto Residencia u Hotel pase a la siguiente pregunta si contesto otra opción fin de encuesta

### Información de preferencias

1. ¿En qué sector de la ciudad se encuentra ubicado su residencia o lugar donde se queda en Guayaquil?

Centro

Norte

Sur

Vía la Costa

Vía Samborondon

2. ¿Por qué motivos selecciono el sector para quedarse en Guayaquil?

Seguridad Personal

Cercanía a la universidad

Cercanía a zonas comerciales y de diversión

Lugar bonito y acogedor

Otro \_\_\_\_\_

3. ¿Cuánto tiempo permanece en su lugar de residencia en Guayaquil antes de retornar a su lugar de origen

1 Semana

Quince días

1 mes

Más de un mes

4. ¿En promedio cuánto gasta mensualmente en concepto de hospedaje y alimentación cuando permanece en Guayaquil?

Menos de 300

Entre 700 y 900

Entre 300 y 500

Más de 900

Entre 500 y 700

### Información del servicio de hospedaje

5. ¿Cuál de los siguientes servicios le ofrece el lugar donde reside y se hospeda en Guayaquil?

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| Alimentación            | <input type="checkbox"/> |
| Internet                | <input type="checkbox"/> |
| Sala de estudio         | <input type="checkbox"/> |
| TV Cable                | <input type="checkbox"/> |
| Sala de Juegos/Descanso | <input type="checkbox"/> |
| Lavandería              | <input type="checkbox"/> |
| Otros _____             |                          |

6. En su opinión, ¿Cómo calificaría el servicio que le ofrece el lugar donde se hospeda en Guayaquil?

- |           |                          |
|-----------|--------------------------|
| Muy Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Bueno     | <input type="checkbox"/> |
| Regular   | <input type="checkbox"/> |
| Malo      | <input type="checkbox"/> |
| Nada Malo | <input type="checkbox"/> |

### Información del servicio de buscador de residencias

7. ¿Por qué medio Ud. encontró el lugar donde actualmente se hospeda en Guayaquil?

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| Recomendación de amigos y familiares    | <input type="checkbox"/> |
| Buscó en internet                       | <input type="checkbox"/> |
| Busco en el periódico                   | <input type="checkbox"/> |
| Le dieron información en la universidad | <input type="checkbox"/> |
| Otro _____                              |                          |

8. ¿Ud. conoce algún medio o página web donde se pueda buscar ligares de hospedaje para estudiantes en Guayaquil

- No
- Si  ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

9. En su opinión, ¿Qué nivel de utilidad Ud. cree que tendría una página o sitio web que proporcione información a estudiantes de lugares donde hospedarse?

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Muy Útil    | <input type="checkbox"/> |
| Útil        | <input type="checkbox"/> |
| Indiferente | <input type="checkbox"/> |
| Poco Útil   | <input type="checkbox"/> |
| Nada Útil   | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que tuviere el sitio web de buscadores de residencias para universitarios?

- |                                     |                          |                            |                          |
|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Boletines informativos al email     | <input type="checkbox"/> | Promoción en universidades | <input type="checkbox"/> |
| Descuentos y promociones            | <input type="checkbox"/> | Aplicaciones tecnológicas  | <input type="checkbox"/> |
| Pagos en línea                      | <input type="checkbox"/> | Otro _____                 |                          |
| Información detallada de los sitios | <input type="checkbox"/> |                            |                          |



#### Anexo No. 4A Resultados Encuesta: Sexo

Sexo	Frecuencia	F. Relativa
Hombre	169	42%
Mujer	231	58%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

Edad	Frecuencia	F. Relativa
18	124	31%
19	98	25%
20	80	20%
21	47	12%
22	35	9%
23	12	3%
+23	4	1%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

#### Anexo No. 4B Resultados Encuesta: Lugar donde estudia

Universidad	Frecuencia	F. Relativa
ESPOL	72	18%
UCSG	97	24%
UEES	41	10%
Estatal	115	29%
Santa Maria	28	7%
Casa Grande	19	5%
Otras	28	7%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

#### Anexo No. 4C Resultados Encuesta: Carrera que estudia

Carrera	Frecuencia	F. Relativa
Ingenierías	98	25%
Economía y Admin.	125	31%
Jurisprudencia	48	12%
Arquitectura	25	6%
Medicina	38	10%
Otras	66	17%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4D Resultados Encuesta: Reside en Guayaquil**

Reside Gye	Frecuencia	F. Relativa
Si	286	72%
No	114	29%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4E Tablas de Contingencia de Lugar de Procedencia**

Lugar procedencia	ESPOL	UCSG	UEES	Estatal	Santa María	Casa Grande	Otras	Total
<b>Machala</b>	20%	30%	30%	10%	0%	0%	10%	100%
<b>Manta</b>	12%	18%	29%	12%	12%	0%	18%	100%
<b>Quevedo</b>	7%	14%	29%	21%	7%	0%	21%	100%
<b>Babahoyo</b>	0%	27%	27%	27%	0%	0%	18%	100%
<b>Salinas</b>	27%	27%	18%	27%	0%	0%	0%	100%
<b>Santa Elena</b>	20%	20%	20%	20%	0%	0%	20%	100%
<b>Pasaje</b>	0%	25%	38%	25%	13%	0%	0%	100%
<b>Sto. Domingo</b>	14%	14%	43%	14%	14%	0%	0%	100%
<b>Esmeraldas</b>	0%	20%	40%	40%	0%	0%	0%	100%
<b>Riobamba</b>	25%	25%	0%	25%	0%	0%	25%	100%
<b>Loja</b>	25%	25%	50%	0%	0%	0%	0%	100%
<b>Cuenca</b>	33%	33%	33%	0%	0%	0%	0%	100%

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4F Tablas de Contingencia de Lugar donde Vive según su procedencia**

Lugar donde vive	ESPOL	UCSG	UEES	Estatal	Santa María	Casa Grande	Otras	Total
<b>Casa familiares</b>	22%	30%	22%	15%	0%	0%	11%	100%
<b>Alquila departamento</b>	19%	29%	23%	12%	8%	0%	10%	100%
<b>Hotel u hostel</b>	13%	13%	0%	50%	0%	0%	25%	100%
<b>Residencia Universitaria</b>	25%	17%	33%	8%	0%	0%	17%	100%
<b>Otro</b>	0%	29%	0%	29%	0%	0%	43%	100%

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4G Resultados Encuesta: Sector donde vive**

Sector	Frecuencia	F. Relativa
Centro	35	31%
Norte	49	43%
Sur	10	9%
Vía la Costa	8	7%
Vía Samborondón	12	11%
Total	114	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4H Resultados Encuesta: Motivo de selección del lugar**

Motivo	Frecuencia	F. Relativa
Seguridad Personal	64	56%
Cercanía a la Universidad	30	26%
Cercanía zonas comerciales	10	9%
Lugar bonito	8	7%
Otros	2	2%
Total	114	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4I Resultados Encuesta: Tiempo de Permanencia**

Tiempo	Frecuencia	F. Relativa
1 Semana	6	5%
15 días	10	9%
1 Mes	28	25%
Más de un mes	70	61%
Total	114	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4J Resultados Encuesta: Gasto promedio en alquiler**

Gasto promedio	Frecuencia	F. Relativa
Menos de 300	4	4%
Entre 300 y 500	12	11%
Entre 500 y 700	47	41%
Entre 700 y 900	39	34%
Más de 900	12	11%
Total	114	

Elaborado por: Ronald Guillén

#### **Anexo No. 4K Resultados Encuesta: Servicios incluidos**

<b>Servicios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F. Relativa</b>
Internet	44	39%
TV Cable	31	27%
Lavandería	18	16%
Otros	8	7%
Alimentación	5	4%
Sala de estudio	4	4%
Sala de descanso	4	4%
<b>Total</b>	<b>114</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

#### **Anexo No. 4L Resultados Encuesta: Satisfacción con el servicio**

<b>Satisfacción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F. Relativa</b>
Muy bueno	51	45%
Bueno	31	27%
Regular	22	19%
Malo	8	7%
Muy malo	2	2%
<b>Total</b>	<b>114</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

#### **Anexo No. 4M Resultados Encuesta: Medio de información**

<b>Medio de información</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F. Relativa</b>
Recomendación de amigos y familiares	33	29%
Buscó en internet	35	31%
Busco en periódicos	28	25%
Le dieron información en la Universidad	8	7%
Otros	10	9%
<b>Total</b>	<b>114</b>	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4N Resultados Encuesta: Conoce buscador de sitios de alojamiento**

<b>Conoce medio de búsqueda</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F. Relativa</b>
<b>Si</b>	12	11%
<b>No</b>	102	89%
<b>Total</b>	114	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4O Resultados Encuesta: Utilidad de un nuevo buscador**

<b>Utilidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F. Relativa</b>
<b>Muy Útil</b>	72	63%
<b>Útil</b>	25	22%
<b>Indiferente</b>	15	13%
<b>Poco Útil</b>	2	2%
<b>Nada Útil</b>	0	0%
<b>Total</b>	114	

Elaborado por: Ronald Guillén

**Anexo No. 4P Resultados Encuesta: Servicios en el buscador**

<b>Servicios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F. Relativa</b>
<b>Boletines</b>	7	6%
<b>Descuentos</b>	15	13%
<b>Pagos en línea</b>	19	17%
<b>Información detallada</b>	38	33%
<b>Info Universidades</b>	25	22%
<b>Aplicaciones tecnológicas</b>	6	5%
<b>Otros</b>	4	4%
<b>Total</b>	114	

Elaborado por: Ronald Guillén

## Anexo No. 5 Residencia Universitaria UEES



### SOLICITUD DE RESIDENCIA UNIVERSITARIA

1er Apellido .....  
2do Apellido .....  
Nombre .....  
Código estudiantil .....  
Domicilio .....  
Email .....  
Provincia .....  
Parroquia .....  
Teléfono .....  
Teléfono móvil .....  
Fecha de Nacimiento .....  
Carrera .....  
Firma ..... Fecha .....  
Firma de representante .....

#### RESPONSABLE ECONÓMICO

1er Apellido .....  
2do Apellido .....  
Nombre .....  
Cédula .....  
Domicilio (solo si es diferente) .....  
Teléfono .....  
Teléfono móvil .....  
Forma de pago:   Cheque   Efectivo   Tarjeta de crédito

**Nota:** Copias cédulas de alumna residente y responsable económico.

### Ficha médica

Antecedentes de enfermedades. Especifique: .....

Enfermedades que requieren vigilancia médica: .....

¿Toma algún medicamento? ¿Cuál y por que? .....

¿Es alérgico a algún medicamento? Escriba su nombre .....

¿Ha presentado convulsiones? En caso de ser positivo notificar medicamento .....

¿Sufre frecuentes dolores de cabeza? .....

Ha sufrido de asma o bronquitis: .....

Ha sido intervenida quirúrgicamente: .....

Ha sufrido algún accidente anteriormente: .....

Hace ejercicios frecuentes: .....

Tipo de sangre:    RH:    

Peso: .....

#### Datos de médico de cabecera:

Nombre: .....  
Teléfonos: .....  
Dirección: .....

**Nota:** Se recomienda contar con el respectivo Seguro médico personal

Fuente: Sitio web de la UEES, 2014

## Anexo No. 6 Residencia Universitaria Girasol

### FORMULARIO DE PETICION DE HABITACIÓN

Si Usted **esta interesado en reservar una habitación**, favor llenar el formulario que esta a continuación, o comunicarse a los teléfonos en Quito 02-2544268, 02-2901958, 02-2529311, 02-2901420, 09-9361650.

---

Idioma  ESPAÑOL

---

Nombre:

Apellidos:

Correo Electrónico:

Sexo:

Masculino

Femenino

Edad:

Universidad o Centro de Estudios:

Tipo de Habitación:

Independiente: Tipo

Compartida: Tipo

Suite: Tipo

Fecha de petición de Habitación: Día  Mes  Año

Tiempo de Alquiler:

Por Mes

Por Año

---

Fuente: Sitio web de Residencia Universitaria Girasol, 2014

## Anexo No. 7 Residencia Universitaria Ilinizas



RESIDENCIA UNIVERSITARIA ILINIZAS  
Formulario de inscripción

Foto



### DATOS PERSONALES DEL ASPIRANTE

Nombre(s):			
Apellidos:			
Lugar de nacimiento:		Nacionalidad:	
Fecha de nacimiento:	[dd-mm-aaaa]	Cédula de identidad:	
Ciudad de procedencia:		Dirección de la casa:	
Colegio de graduación:		N° celular del chico:	
Promedio de graduación:		Correo electrónico:	
¿Alguna distinción?:			
1ª carrera a la que aspira:		2ª carrera - opcional:	
Universidad que quiere:		¿Ha sido admitido?:	
Deportes que practica:			
Libros leídos este año:			
¿Hobbies, instrumentos musicales o habilidades?:			
Motivos por los que desea entrar a Ilinizas:			

### DATOS DEL PADRE

Nombre(s):			
Apellidos:			
Estado civil:			
Dirección de residencia:			
Ciudad de procedencia:		N° celular del padre:	
Profesión:		Otro teléfono:	
Lugar de trabajo:		Correo electrónico:	
Cargo que ocupa:		Teléfono del trabajo:	
Dirección del trabajo:			

### DATOS DE LA MADRE

Nombre(s):			
Apellidos:			
Estado civil:			
Dirección de residencia:			
Ciudad de procedencia:		Celular de la madre:	
Profesión:		Otro teléfono:	
Lugar de trabajo:		Correo electrónico:	
Cargo que ocupa:		Teléfono del trabajo:	
Dirección del trabajo:			

Rca. Ilinizas - Toledo 656 y Lata, ciudad de Quito - telef: (593-2) 2 566-203 - www.ilinizas.org - ilinizas@gmail.com

Fuente: Sitio web de Residencia Universitaria Ilinizas, 2014



## Anexo No. 8 Requisitos para Compañía Anónima

14. La Superintendencia de Compañías después de registrar el acto jurídico, le entrega al usuario (en 24 horas):

- Formulario del RUC.
- Datos Generales.
- Cumplimiento de obligaciones y existencia legal.
- Nómina de socios.
- Datos de constitución.

15. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas, para ello debe presentar:

- Formulario RUC 0101-A y 01-B llenos, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura de constitución, inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento de representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la planilla de agua, luz o teléfono del domicilio donde va a funcionar la compañía.

16. A fin de obtener el oficio para la liberación de fondos de la cuenta de integración de capital, debe presentar en la Superintendencia de Compañías copia simple del RUC.



**SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

# Pasos para la Constitución de una compañía

[www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)

**PUNTOS DE RECEPCIÓN NIVEL NACIONAL**

**GUAYAQUIL**  
 CENTRO DE COMERCIONES RODOLFO BAQUERZO  
 Av. 9 de Octubre y Tungurahua  
 CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL (solo para socios)  
 Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Astiver, Edificio Luz Cívica piso 2.  
 Teléfono (04) 2582771 ext. 362

**QUITO**  
 CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL OFI  
 Av. Juan León Mera y Av. Pizarro, Nicaragua  
 Teléfono (02) 2588587

**CIENFUEGOS**  
 Mercedes J. Cordero, Av. Estado  
 Teléfono (07) 2814851/2884200/2885810

**PORTOBUENO**  
 Av. Pablo Emilio Meléndez entre Av. Universitaria y Calle Ormeño  
 Teléfono (09) 2633485/2633868

**MACHALA**  
 Av. 25 de Junio 829 entre Buena Vista y Cuelón  
 Teléfono (07) 2925551/2987596/2960300

**AMBATO**  
 Av. Dr. las Américas 2324 entre Cuba y Nariaguá  
 Teléfono (03) 2527529/2527611

**LOJA**  
 Juan José Páez entre Macaridillo y Lourdes  
 Teléfono (07) 2584110

**CÁMARA DE COMERCIO DE MANTA**  
 Av. Segunda entre Calle 10 y 11, piso 2  
 Teléfono (09) 2623489/2623314

**SANTA ELENA**  
 CÁMARA DE COMERCIO DE LA LIBERTAD  
 Barrio Rocafuerte, Av. Quinta entre Calle 15 y 16  
 Teléfono (04) 2784778

**QUEVEDO**  
 CÁMARA DE COMERCIO DE QUEVEDO  
 Calle Gálvez 117 E/ Av. Bolívar, Naciones y Bolívar  
 Teléfono (09) 2794301

**ESMERALDAS**  
 CÁMARA DE COMERCIO DE ESMERALDAS  
 Bolívar y Rocauro, Edificio Oficina de Comercio piso 2.  
 Teléfono (08) 2452489/2452655

**IBARRA**  
 CÁMARA DE COMERCIO DE IBARRA  
 Velasco y Ormeño (esquina), Teléfono (09) 3599443

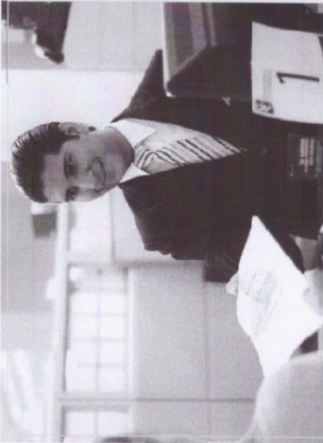
**OTAVALO**  
 Municipio de Otavalo  
 Guardia Moreno y Bolívar, Teléfono (09) 2393023

**LATACUNGA**  
 CÁMARA DE COMERCIO DE LATACUNGA  
 Sánchez de Orellana 16-115 y Bolívar (esquina), Teléfono (09) 2801021

**COCHABAMBA**  
 CÁMARA DE COMERCIO DE COCHABAMBA  
 Tte. Constituyente 2536 y España, Teléfono (03) 2651823

**SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS**  
 CÁMARA DE COMERCIO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS  
 Lascazuaga 712 entre 29 de mayo y 9 de Julio, Teléfono (03) 2752059

**Recuerde:**  
 Ningún trámite tiene costo

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obtener la aprobación de la reserva del nombre o razón social de la empresa sea por petición escrita o a través de nuestra página web. En la Superintendencia de Compañías (5 minutos).</li> <li>2. Aperturar una cuenta de integración de capital en cualquier Institución del Sistema Financiero de la ciudad, si el aporte es en numerario.</li> <li>3. Elevar a escritura pública la minuta de Constitución de la empresa, en cualquier Notaría Pública.</li> <li>4. Presentar (mínimo) tres testimonios certificados de la escritura de constitución, con escrito firmado por un abogado, en los Centros de Atención al Usuario CAU. (Adjuntar copia de cédula de identidad y certificado de votación de las últimas elecciones, de quien suscribe el documento).</li> <li>5. La Superintendencia de Compañías puede responder así: <ul style="list-style-type: none"> <li>Con Oficio: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con la observación pertinente a la escritura. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando por su objeto social deba obtener permisos previos tales como de la Agencia Nacional de Tránsito.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p>Se debe reificar y/o ampliar cumpliendo con todas las observaciones realizadas y reintegrar las escrituras para continuar con el proceso de constitución.</p> </li> </ol>	<p><b>Con Resolución Favorable:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando el trámite ha sido aprobado debe continuarse con lo que dispone la Resolución Aprobatoria.</li> </ul> <p><b>Desfavorable:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando el trámite ha sido negado motivadamente.</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Publicar el extracto de la escritura en un periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa, por un solo día, (se recomienda adquirir tres ejemplares del mismo: uno para el Registro Mercantil, otro para la Superintendencia de Compañías y otro para la empresa).</li> <li>7. Sentar Razón notarial de la resolución de Constitución en las escrituras, en la misma notaría donde reposa la matriz de la escritura de constitución.</li> <li>8. Debe inscribir la escritura en el Registro Mercantil.</li> <li>9. Debe inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de representante legal para ello presentará cinco ejemplares de nombramientos (originales) con las copias de las cédulas de ciudadanía y certificado de votación en las últimas elecciones de los accionistas.</li> <li>10. Ingresar a la Interferencia de Compañías la siguiente documentación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• El formulario (D1-A) con los datos requeridos.</li> <li>• Un testimonio de escritura de constitución y la resolución debidamente inscritos en el Registro Mercantil.</li> <li>• Un nombramiento de representante legal.</li> <li>• Un ejemplar del diario en el cual conste la publicación del extracto.</li> <li>• Cédula de ciudadanía y certificado de votación en las últimas elecciones (copia).</li> <li>• Planilla de Servicios Básicos (luz, agua, teléfono) del representante legal de la compañía o de uno de los accionistas; si está a nombre de terceros personas traer la Autorización de uso del espacio físico, y/o contrato de arrendo inscrito en el juzgado de inquilinato (copia).</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. Entrega en 48 horas de parte de la Superintendencia de Compañías a los usuarios los siguientes documentos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulario del R.U.C.</li> <li>• Datos Generales.</li> <li>• Certificado de cumplimiento de obligaciones y existencia legal.</li> <li>• Nómina de Socios.</li> <li>• Oficio al Banco para liberación de fondos depositados en la cuenta de Integración de Capital.</li> </ul> </li> <li>12. Obtener el RUC y los demás documentos necesarios, adjuntando la potesté municipal (escritura de constitución de la compañía y resolución de la Superintendencia de Compañías en original y copia, copias de cédula de ciudadanía y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal y dirección del establecimiento)</li> <li>13. Documentos que debe presentar en la Superintendencia de Compañías para finalizar el trámite de constitución: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil.</li> <li>• Un ejemplar del periódico (o copia certificada), en el cual se publicó el extracto de la escritura.</li> <li>• Original o copias certificadas de los nombramientos de representante legal y administraciones inscritos en el Registro Mercantil.</li> <li>• Copia legible de la cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador de la compañía.</li> <li>• Formulario del R.U.C. (D1-A) original, lleno y firmado por el representante legal.</li> <li>• Copia simple de planillas de agua, luz o teléfono, del domicilio de la compañía.</li> </ul> </li> </ol>
---	--	---	--

Fuente: Sitio web de Superintendencia de Compañías, 2014

## Anexo No. 9 Proyecciones Financieras

### AMORTIZACION DEL PRESTAMO

INSTITUCION FINANCIERA:	Banci Internacional
MONTO:	\$ 15.175,85
TASA:	11,15%
PLAZO:	3
FRECUENCIA PAGO:	12
CUOTA MENSUAL:	\$ 497,92

ANUAL 0,93% MENSUAL  
 AÑOS 36 MESES  
 MESES

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACION
0				\$ 15.175,85
1	\$ 356,91	\$ 141,01	\$ 497,92	\$ 14.818,94
2	\$ 360,22	\$ 137,69	\$ 497,92	\$ 14.458,71
3	\$ 363,57	\$ 134,35	\$ 497,92	\$ 14.095,14
4	\$ 366,95	\$ 130,97	\$ 497,92	\$ 13.728,19
5	\$ 370,36	\$ 127,56	\$ 497,92	\$ 13.357,84
6	\$ 373,80	\$ 124,12	\$ 497,92	\$ 12.984,04
7	\$ 377,27	\$ 120,64	\$ 497,92	\$ 12.606,76
8	\$ 380,78	\$ 117,14	\$ 497,92	\$ 12.225,98
9	\$ 384,32	\$ 113,60	\$ 497,92	\$ 11.841,67
10	\$ 387,89	\$ 110,03	\$ 497,92	\$ 11.453,78
11	\$ 391,49	\$ 106,42	\$ 497,92	\$ 11.062,29
12	\$ 395,13	\$ 102,79	\$ 497,92	\$ 10.667,16
13	\$ 398,80	\$ 99,12	\$ 497,92	\$ 10.268,36
14	\$ 402,51	\$ 95,41	\$ 497,92	\$ 9.865,85
15	\$ 406,25	\$ 91,67	\$ 497,92	\$ 9.459,61
16	\$ 410,02	\$ 87,90	\$ 497,92	\$ 9.049,58
17	\$ 413,83	\$ 84,09	\$ 497,92	\$ 8.635,75
18	\$ 417,68	\$ 80,24	\$ 497,92	\$ 8.218,08
19	\$ 421,56	\$ 76,36	\$ 497,92	\$ 7.796,52
20	\$ 425,47	\$ 72,44	\$ 497,92	\$ 7.371,05
21	\$ 429,43	\$ 68,49	\$ 497,92	\$ 6.941,62
22	\$ 433,42	\$ 64,50	\$ 497,92	\$ 6.508,20
23	\$ 437,44	\$ 60,47	\$ 497,92	\$ 6.070,76
24	\$ 441,51	\$ 56,41	\$ 497,92	\$ 5.629,25
25	\$ 445,61	\$ 52,31	\$ 497,92	\$ 5.183,64
26	\$ 449,75	\$ 48,16	\$ 497,92	\$ 4.733,89
27	\$ 453,93	\$ 43,99	\$ 497,92	\$ 4.279,96
28	\$ 458,15	\$ 39,77	\$ 497,92	\$ 3.821,81
29	\$ 462,41	\$ 35,51	\$ 497,92	\$ 3.359,40
30	\$ 466,70	\$ 31,21	\$ 497,92	\$ 2.892,70
31	\$ 471,04	\$ 26,88	\$ 497,92	\$ 2.421,66
32	\$ 475,42	\$ 22,50	\$ 497,92	\$ 1.946,25
33	\$ 479,83	\$ 18,08	\$ 497,92	\$ 1.466,41
34	\$ 484,29	\$ 13,63	\$ 497,92	\$ 982,12
35	\$ 488,79	\$ 9,13	\$ 497,92	\$ 493,33
36	\$ 493,33	\$ 4,58	\$ 497,92	\$ 0,00
	\$ 15.175,85	\$ 2.749,15	\$ 17.924,99	

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 4.508,69	\$ 1.466,31	\$ 5.975,00
2	\$ 5.037,91	\$ 937,09	\$ 5.975,00
3	\$ 5.629,25	\$ 346,75	\$ 5.975,00
36	\$ 15.175,85	\$ 2.749,15	\$ 17.924,99

Elaborado por: Ronald Guillén

**CALCULO DE LAS DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES**

DESCRIPCION	VALOR USD \$	VIDA UTIL	DEPRECIACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles de Oficina	\$ 1.395,00	10	\$ 139,50	\$ 139,50	\$ 139,50	\$ 139,50	\$ 139,50	\$ 139,50
Equipos de Oficina	\$ 795,00	10	\$ 79,50	\$ 79,50	\$ 79,50	\$ 79,50	\$ 79,50	\$ 79,50
Equipos de Computacion	\$ 18.620,00	3	\$ 6.206,67	\$ 6.206,67	\$ 6.206,67	\$ 6.206,67	\$ -	\$ -
<b>TOTAL DE DEPRECIACIONES</b>				\$ 6.425,67	\$ 6.425,67	\$ 6.425,67	\$ 219,00	\$ 219,00
<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>				\$ 6.425,67	\$ 12.851,33	\$ 19.277,00	\$ 19.496,00	\$ 19.715,00

DESCRIPCION	VALOR USD \$	VIDA UTIL	AMORTIZACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitucion	\$ 400,00	5	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Permisos, Concesiones y Derechos	\$ 70,00	5	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 500,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL DE AMORTIZACIONES</b>				\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00
<b>AMORTIZACION ACUMULADA</b>				\$ 194,00	\$ 388,00	\$ 582,00	\$ 776,00	\$ 970,00

Elaborado por: Ronald Guillén

**CUADRO DE MANTENIMIENTOS**

DESCRIPCION	VALOR USD \$	%	V. MENSUAL	V. ANUAL
Equipos de Computacion	\$ 18.620,00	0,50%	\$ 93,10	\$ 1.117,20
<b>TOTAL</b>			\$ 93,10	\$ 1.117,20

**CUADRO DE SEGUROS**

DESCRIPCION	VALOR USD \$	% TASA	PRIMA	V. MENSUAL
<b>INCENDIO</b>				
Equipos de Computacion	\$ 18.620,00	0,20%	\$ 37,24	\$ 3,10
Seguros	\$ 5.000,00	0,20%	\$ 10,00	\$ 0,83
<b>ROBO Y ASALTOS</b>				
Equipos de Computacion	\$ 18.620,00	0,30%	\$ 55,86	\$ 4,66
Seguros	\$ 5.000,00	0,30%	\$ 15,00	\$ 1,25
<b>TOTAL</b>			\$ 118,10	\$ 9,84

Elaborado por: Ronald Guillén

**PERSONAL ADMINISTRATIVO**

CANT.	CARGO	SUELDO	13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO RESERVA	VACACIONES	SUBTOTAL	TOTAL MES
1	Gerente General	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 24,33	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 1.013,40	\$ 1.013,40
1	Recepcionista	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 24,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 518,87	\$ 518,87
2	Agente de llamadas	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 24,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 518,87	\$ 1.037,73
1	Contador	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 24,33	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 642,50	\$ 642,50
1	Asistente/Pagador	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 24,33	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 580,68	\$ 580,68
1	Operador de sistemas	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 24,33	\$ 45,83	\$ 22,92	\$ 704,32	\$ 704,32
2	Agente de servicio al cliente	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 24,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 518,87	\$ 1.037,73
9	<b>TOTAL MES</b>	\$ 3.500,00	\$ 291,67	\$ 170,33	\$ 291,67	\$ 145,83	\$ 4.497,50	\$ 5.535,23

Elaborado por: Ronald Guillén

## ANALISIS DE COSTOS

COSTOS DIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Gastos Administrativos	\$ 7.237,13	\$ 86.845,50
Gastos de Ventas	\$ 1.659,95	\$ 19.919,40
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 8.897,08</b>	<b>\$ 106.764,90</b>
COSTOS INDIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 551,64	\$ 6.619,67
Gastos Financieros	\$ 122,19	\$ 1.466,31
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 673,83</b>	<b>\$ 8.085,98</b>
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS</b>	<b>\$ 9.570,91</b>	<b>\$ 114.850,88</b>

Elaborado por: Ronald Guillén

### Razones Financieras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
<b>Indice de Liquidez</b>						
Liquidez Corriente	1,39	3,02	5,23	5,63	6,36	<b>4,33</b>
<b>Indice de Gestion</b>						
Impacto Gastos	85,96%	72,15%	64,96%	55,38%	50,16%	<b>65,72%</b>
Carga Financiera	1,29%	0,69%	0,00%	0,00%	0,00%	<b>0,39%</b>
Rotacion de Activos Fijos	7,91	17,18	107,25	150,41	216,96	<b>99,94</b>
Rotacion de Ventas	3,36	2,42	1,80	1,27	0,99	<b>1,97</b>
<b>Indice de Endeudamiento</b>						
Endeudamiento Activo	39,7%	28,1%	18,7%	17,6%	15,6%	<b>23,95%</b>
Endeudamiento Patrimonial	0,66	0,39	0,23	0,21	0,19	<b>0,34</b>
Endeudamiento del Activo Fijo	1,42	5,11	48,47	97,42	184,08	<b>67,30</b>
Apalancamiento	1,66	1,39	1,23	1,21	1,19	<b>1,34</b>
<b>Indice de Rentabilidad</b>						
Rentabilidad Neta	4,76%	14,80%	20,46%	27,18%	30,96%	<b>19,63%</b>

Elaborado por: Ronald Guillén