



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TÍTULO:

“Propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil, que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros”

AUTOR:

Palma Samaniego Humberto Galo

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de
Ingeniero Comercial.**

TUTOR:

Ing. Bermúdez Gallegos Christian Wladimir, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Humberto Galo Palma Samaniego, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

TUTOR

Ing. Bermúdez Gallegos Christian Wladimir, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Vergara Pereira Darío Marcelo, Mgs.

Guayaquil, octubre del 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Humberto Galo Palma Samaniego, declaro que:

El Trabajo de Titulación ***“Propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil, que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros”*** previa a la obtención del Título de ***Ingeniero Comercial***, ha sido desarrollado 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 mí total autoría.

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

Guayaquil, octubre del 2014

EL AUTOR

Humberto Galo Palma Samaniego



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Humberto Galo Palma Samaniego**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación ***“Propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil, que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros”***, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, octubre del 2014

EL AUTOR:

Humberto Galo Palma Samaniego

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por sobre todas las cosas, a mis padres que siempre me apoyaron en todo momento. A mis profesores que con sus enseñanzas me guiaron al camino del conocimiento.

A mi tutor, que impulso para que esta tesis sea el resultado que es.

-Humberto Galo Palma Samaniego-

DEDICATORIA

Dedico con amor esta tesis a Dios.
El único que en momentos difíciles estuvo a mi lado.
Inmensamente,

-Humberto Galo Palma Samaniego-



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

Ing. Bermúdez Gallegos Christian Wladimir, Mgs.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	IV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
ÍNDICE DE CUADROS	IX
ABREVIATURAS.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
CAPÍTULO 1.....	5
1. MARCO METODOLÓGICO	5
1.1. MARCO REFERENCIAL	5
1.2. MARCO TEÓRICO	7
1.3. MARCO CONCEPTUAL.....	10
1.4. MARCO LEGAL DE LAS RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS EN EL PAÍS... 12	
1.5. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS/ LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN 15	
1.6. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE RECOGIDA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	15
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	16
CLASES DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	16
PLAN DE MUESTREO.....	17
POBLACIÓN META.....	17
TAMAÑO MUESTRAL Y CUANTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN META.....	18
CAPÍTULO 2.....	21
2. ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO.....	21
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	21

2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	21
2.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO META	24
2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE LA DEMANDA	25
2.5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.6. CUANTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL.....	32
2.7. MERCADO DE OFERTA.....	41
COMPETENCIA DIRECTA.....	49
COMPETENCIA INDIRECTA.....	51
CAPÍTULO 3.....	53
3. GIRO DEL NEGOCIO Y DESCRIPCIÓN DE LA EMRPESA.....	53
3.1. UBICACIÓN DEL PROYECTO HOTEL UNIVERSITARIO.....	53
3.2. PLAN ESTRATÉGICO.....	54
3.2.1. MISIÓN.....	54
3.2.2. VISIÓN.....	55
3.2.3. FODA.....	55
3.2.4. OBJETIVOS.....	56
3.2.5. CULTURA CORPORATIVA.....	56
3.2.6. ORGANIGRAMA.....	57
3.2.7. MANUAL DE FUNCIONES.....	57
CAPÍTULO 4.....	60
4. PROMOCIÓN DE VENTA Y MARKETING DIRECTO	60
CAPÍTULO 5.....	63
5. ANÁLISIS FINANCIERO	63
5.1. PRESUPUESTO.....	63
5.2. PLAN DE INVERSIONES, CLASIFICACIÓN Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO	63
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACIONES Y ACTIVOS DIFERIDOS.....	69
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	71
DEPÓSITOS EN GARANTÍA ESTUDIANTES	73

INGRESOS POR ALQUILER DE ÁREAS COMERCIALES	73
INGRESOS POR ALÍCUOTAS EN LAS ÁREAS COMERCIALES.....	74
COSTOS DE MATERIAS PRIMAS, MATERIALES INDIRECTOS, SUMINISTROS Y SERVICIOS, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	74
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS (COMISIONES %) Y FINANCIEROS.	77
CAPITAL DE TRABAJO.....	81
PLANEACIÓN FINANCIERA	82
FLUJO DE CAJA PROYECTADO (COMPARATIVO CON Y SIN FINANCIAMIENTO)	82
DETALLE DE LAS PROYECCIONES DE INGRESOS (VENTAS PROYECTADAS)	82
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES	88
ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN SU LUGAR DE ORIGEN....	27
GRÁFICO 2 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN EL GÉNERO.....	28
GRÁFICO 3 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN LA EDAD	28
GRÁFICO 4 SABE USTED QUE ES UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA?	29
GRÁFICO 5 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN LOS SECTORES DONDE VIVEN.....	29
GRÁFICO 6 FRECUENCIA DE LOS GASTOS QUE INCURREN EN UN MES .	30
GRÁFICO 7 FACTORES DE DECISIÓN AL MOMENTO DE CONTRATAR UN SERVICIO DE ALOJAMIENTO.....	30
GRÁFICO 8 ESTARÍAN DISPUESTOS A ALOJARSE EN UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA?.....	31
GRÁFICO 9 PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR LOS ESTUDIANTES FORANEOS POR EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO.....	32
GRÁFICO 10 ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	36
GRÁFICO 11 PARTICIPACIÓN DE LAS RESIDENCIAS EN EL ECUADOR	48
GRÁFICO 12 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 RESIDENCIA RESA - PERE FELIPMONLAU ALOJAMIENTO EN BARCELONA.....	14
FIGURA 2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	17
FIGURA 3 VISTA SATELITAL DE LAS INSTALACIONES DE LA UCSG.....	53

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 BACHILLERES QUE INGRESARON A LA ESPOL AÑO LECTIVO (2011 – 2013).....	22
Cuadro 2 ESTADÍSTICAS DE LA POBLACIÓN DE BACHILLERES EN LA REGIÓN COSTA Año Lectivo (2011 – 2012; 2012- 2013)	25
Cuadro 3 ESTADÍSTICAS DE LOS BACHILLERES DE LA REGIÓN COSTA, SIERRA, ORIENTE E INSULAR	33
Cuadro 4 POBLACIÓN DE BACHILLERES QUE HAN EMIGRADO A LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Año Lectivo Desde el 2007 - 2013	34
Cuadro 5 ESTIMACIÓN DEL MERCADO META Año Lectivo 2015- 2017	35
Cuadro 6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL - BACHILLERES QUE EMIGRARÍAN A GUAYAQUIL PARA ESTUDIAR	38
Cuadro 7 GASTOS ESTIMADOS QUE TIENE DURANTE UN MES UN ESTUDIANTE FORANEO EN UN APARTAMENTO	39
Cuadro 8 GASTOS ESTIMADOS QUE TIENE DURANTE UN MES UN ESTUDIANTE FORANEO.....	40
Cuadro 9 Participación de las residencias en el Ecuador	48
Cuadro 10 INVERSIÓN INICIAL TOTAL	63
Cuadro 11 INVERSIÓN EDIFICIO SEGÚN BLOQUES Y ÁREAS.....	64
Cuadro 12 CAPACIDAD INSTALADA SEGÚN BLOQUES HABITACIONALES.	65
Cuadro 13 UBICACIÓN Y ÁREAS OCUPADAS POR LOCALES COMERCIALES CONCESIONADOS	65
Cuadro 14 CAPITAL DE TRABAJO	67
Cuadro 15 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	67
Cuadro 16 CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO	68
Cuadro 17 POLÍTICA DE COBROS, PAGOS Y OTROS	69
Cuadro 18 PARÁMETROS DE DEPRECIACIÓN.....	70
Cuadro 19 Amortizaciones	70
Cuadro 20 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALQUILER HABITACIONES.	71
Cuadro 21 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALQUILER DE PREVENTA..	72
Cuadro 22 POLÍTICA DE COBRO, EXISTENCIAS Y FACTOR DE CAJA	72
Cuadro 23 PARÁMETROS DE INGRESOS POR CUOTA DE MANTENIMIENTO ANUAL.....	73

Cuadro 24 PARÁMETROS DE INGRESOS POR DEPÓSITOS EN GARANTÍA	73
Cuadro 25 ESPACIO CONCESIONADO POR NEGOCIO	74
Cuadro 26 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALQUILER DE ÁREAS COMERCIALES.....	74
Cuadro 27 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALÍCUOTA EN ÁREAS COMERCIALES.....	74
Cuadro 28 COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS POR AÑO	75
Cuadro 29 COSTO DE SUMINISTROS Y SERVICIOS.....	76
Cuadro 30 COSTO MANO DE OBRA DIRECTA.....	76
Cuadro 31 COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA	77
Cuadro 32 REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO	77
Cuadro 33 REMUNERACIONES FIJAS DEL PERSONAL DE VENTAS FASE No.1 PREOPERACIONAL y FASE No. 2 OPERACIONAL	78
Cuadro 34 GASTO ANUAL EN ÚTILES DE OFICINA.....	78
Cuadro 35 GASTO EN INTERNET	78
Cuadro 36 GASTO ANUAL DE IMPREVISTOS	80
Cuadro 37 Gastos Financieros.....	80
Cuadro 38 TABLA DE AMORTIZACIÓN PRESTAMO CFN	81
Cuadro 39 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	82
Cuadro 40 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	83
Cuadro 41 DETALLE DE PUNTO DE EQUILIBRIO	84

ABREVIATURAS

Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU

Residencia universitaria R.U.

Organización de Naciones Unidas ONU

RESUMEN

En los últimos años en nuestro país han existido muchos cambios en el ámbito educativo. En la búsqueda de la excelencia académica las propuestas de las universidades en nuestra ciudad han sido evaluadas y entre tanto, el proceso de mejoramiento ha logrado brindar una profunda reflexión a lo que realmente merece el estudiante.

En el capítulo uno, describe el marco metodológico es decir, los lineamientos el cual se procederá a levantar la información con su respectivo diseño de la investigación. El capítulo dos, llamado estudio y análisis del mercado, se realizó el levantamiento de información estadística. Se partió de información estadística que reposa en las universidades principales es decir, se basó con información oficial de diversas universidades y se determinó un nicho de mercado desentendido. Como ejemplo se consultó en la Universidad Católica en el departamento de bienestar universitario y se determinó que existía un número de estudiantes que provienen de provincias el cual ha venido aumentando significativamente en los últimos años al igual que en otras universidades.

En el capítulo tres, cuyo nombre es giro de negocio, se presentó la información de la empresa en particular incluyendo la planeación estratégica, análisis FODA, organigrama entre otros componentes que permiten conocer el manejo del mismo y su estructura. En el capítulo cuatro, llamado promoción de ventas y marketing directo se presentó una propuesta sobre las diversas promociones para adquirir en un tiempo una captación de clientes, al mismo tiempo una propuesta del marketing directo para difundir el hotel universitario.

Finalmente, en el capítulo cinco llamado análisis financiero se elaboró un detalle de la cuantificación de la propuesta para ejecutar el hotel y adicionalmente, la explicación en documento Word y en Excel sobre la factibilidad financiera incluyendo, plan de inversión, flujo de caja, TIR, VAN, etc.

ABSTRACT

In recent years in our country, there have been many changes in education. In the pursuit of academic excellence, proposals from universities in our city have been evaluated and meanwhile the improvement process has succeeded in providing a deep reflection on what the student really deserves.

In chapter describes the methodological framework namely the guidelines, which will lift the information with their respective research design. Chapter 2, called study and market analysis, the survey was conducted statistical information. It began with statistical information that lies at major universities namely relied official information from various universities and disengaged a niche market determined. Examples were consulted at the Catholic University in the department of university welfare and found that there are a number of students from provinces, which has increased significantly in recent years as in other universities.

In chapter three, whose name is line of business, the information presented particular company including strategic planning, SWOT analysis, chart among other components that provide insight into its handling and its structure.

In chapter four, called sales promotion and direct marketing a proposal on various promotions to acquire once a customer acquisition direct marketing proposal was presented at the same time to spread the university hotel. Finally, in chapter five called financial analysis, a detailed quantification of the proposal was made to run the hotel and additionally the explanation document Word and Excel on the financial feasibility including investment plan, cash flow, IRR, VAN, etc.

INTRODUCCIÓN

En estos últimos años, en el Ecuador, se ha visto un fenómeno llamado *el boom de las universidades*, aumentando las diferentes opciones que tienen los estudiantes nacionales y extranjeros para escoger sus carreras universitarias y que, día a día se encuentran diversificando aún más, creando las distintas modalidades, programas de estudios y calidad de la enseñanza, atrayendo un notable incremento de estudiantes a nuestra enorme y turística ciudad de Guayaquil.

Como lo demuestran las cifras de la información estadística realizada en la presente tesis, hay una tendencia de crecimiento del 2% en promedio anual, de jóvenes de provincias que se matriculan en las Universidades de Guayaquil. Esto nos permite aseverar, que los padres de familia realizan grandes esfuerzos para que sus hijos estudien en estos centros, con la finalidad de que una vez terminada su carrera profesional puedan tener mayores oportunidades y estar preparados para entrar al exigente mercado laboral.

Dentro del presente trabajo de titulación se pretende desarrollar un plan de negocios de un hospedaje para universitarios cuya actividad económica principal es brindar servicios de hospedaje temporal en hotel, construirá un proyecto único y con visión de futuro una residencia universitaria en la ciudad de Guayaquil, cumpliendo con estándares internacionales especialmente de Latinoamérica, brindando alojamiento temporal y otros servicios concentrándose en el nicho de estudiantes universitarios de tercer y cuarto nivel, ya sean locales o extranjeros que visitan Guayaquil para realizar estudios de nivel superior, cursos de intercambio y otras capacitaciones; además, ofrecerá a los estudiantes, calidad de vida y crecimiento de su escala de valores en su etapa formativa, proporcionando de esta manera, un sentido nuevo y complementario, a la educación universitaria.

Este trabajo podrá sugerir de acuerdo a la información actual de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil sobre la ubicación de la residencia universitaria y además, se brindará servicios de los estudiantes universitarios nacionales y extranjeros sus habitaciones climatizadas, equipadas con computadoras, Internet, teléfono, etc.; complementando con comedor, lavandería, áreas para estudios, salas de TV y esparcimiento, gimnasio, etc.; todo, protegido con un moderno sistema de seguridad, que incluye control de accesos, circuito cerrado de televisión y guardianía especializada las 24 horas del día.

Según fuentes obtenidas de la investigación de mercado, el tamaño de nuestro mercado objetivo nacional para el 2013 fue de 14.561 estudiantes universitarios de provincias comprendidos entre las edades de 19 a 27 años pertenecientes al nivel socioeconómico medio-típico, medio-alto y alto, de los cuales solo pueden hospedarse a 284 estudiantes, lo que garantiza que la residencia tendría un alto nivel de ocupación.

El proyecto generará ingresos por concepto de hospedaje temporal en habitaciones y concesión de locales comerciales a restaurantes, lavandería, copiadora, papelería y gimnasio, servicios complementarios, entre otros que facilitarán la estancia del estudiante en la Residencia.

Este proyecto emprendedor presenta una nueva alternativa para los que necesiten estudiar y vivir en un ambiente seguro y cercano a las universidades y así, evitar la pérdida excesiva de tiempo y el gran riesgo de tener accidentes en las carreteras debido a que día a día viajan jóvenes en cooperativas desde las provincias hasta nuestra ciudad y también, para los jóvenes de provincias que viven hospedados en habitaciones de familias extrañas que conciben el negocio de forma artesanal, brindando poca seguridad para ellos y para los padres una enorme preocupación ya que en la mayoría de casos se hospedan en familias desconocidas que conciben el negocio de forma artesanal y que

no generan políticas, ni mucho menos aportan para la formación del profesional sin poder compartir con otros estudiantes que van detrás de un mismo objetivo, que es el de graduarse.

Una de las ventajas de tener huéspedes procedentes de diferentes universidades y facultades, es facilitar el intercambio de ideas, opiniones, experiencias y conocimientos, dando oportunidad de ampliar sus criterios. Además, de tener la posibilidad de establecer convenios con universidades, centros de capacitación, y gremios profesionales, para brindar hospedaje a profesores y conferencistas nacionales y extranjeros, hecho que sin duda, traerá grandes beneficios sociales y económicos.

Finalmente, se considera que el proyecto está alineado al objetivo gubernamental de promover el acceso a la educación superior en todo el país a través de brindar un alojamiento seguro y cómodo a estudiantes de provincias y de otros países que viajan a Guayaquil para buscar su progreso académico.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La información y mercadeo de las mismas es casi nula, la consideración de estas como una inversión no importante ha detenido el desarrollo como parte de nuestra cultura el permanecer en una residencia estudiantil mientras se cursan los estudios universitarios apartados de sus hogares.

También existe la ideología por parte de varias universidades de que el estudiante está dispuesto a incomodarse con tal de pertenecer a una importante institución, ha llevado a que se la considere innecesaria. La poca importancia que se le ha dado en el ámbito de país ha provocado que pobremente se investigue respecto a las residencias universitarias lo cual conlleva a que sean pocas las personas que saben

que las universidades más importantes del mundo poseen no una, sino varias residencias.

OBJETIVO GENERAL

- Presentar un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil, que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un estudio de mercado.
2. Elaborar un plan de venta.
3. Elaborar una estructura organizacional del proyecto.
4. Elaborar un estudio legal del proyecto
5. Elaborar un estudio técnico del proyecto
6. Elaborar un análisis financiero del proyecto.

CAPÍTULO 1

1. MARCO METODOLÓGICO

1.1. MARCO REFERENCIAL

Basados en información brindada por la CONUEP (Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas) y varias publicaciones de diversos diarios nacionales, en los cuales constaban los listados de todas las universidades y escuelas politécnicas legalmente constituidas, y todas las carreras que ofrecen, cuyo número asciende a cincuenta y uno, se encuentra que en la actualidad cuatro universidades (8%) poseen una residencia universitaria en funcionamiento, de las cuales el 25% son exclusivamente para los profesores y del total de las universidades y escuelas politécnicas dos (4%) posee un proyecto de construcción de una residencia universitaria (CONUEP, 2013).

Las universidades y escuelas politécnicas que cuentan con su respectiva residencia universitaria son las siguientes:

- La Universidad Técnica de Esmeraldas.
- La Escuela Politécnica del Ejercito (ESPE)
- La Universidad Técnica Estatal de Quevedo.(Solo para profesores)
- La Universidad Politécnica Salesiana.
- La Universidad San Francisco de Quito.

Las universidades que tienen estudios para crear residencias universitarias a futuro son:

- La Universidad Técnica de Machala

- La Universidad de Especialidades Espíritu Santo (Guayaquil)

Si se analiza a breves rasgos los pequeños porcentajes mostrados anteriormente, fácilmente se puede determinar que en el país a nivel de escuelas y universidades politécnicas no ha existido una mayor atracción ni tendencia a crear sus propias residencias.

Un dato preocupante es también que de cuarenta y seis universidades únicamente dos de ellas tienen entre sus proyectos la idea de construir una residencia universitaria para estudiantes a futuro. Es decir que de las universidades y escuelas politécnicas que no poseen residencia estudiantil solamente el 5% de las instituciones se ha dado cuenta de la necesidad existente y de los beneficios que representaría el contar con una residencia universitaria propia.

En estos últimos años, en nuestro país, se visto un fenómeno llamado el boom de las universidades, debido especialmente al aumento de las diferentes opciones que tiene el estudiante al elegir carreras universitarias, por lo que se hace urgente la necesidad de crear este tipo de residencias, ya que cada día se matriculan en las distintas universidades e institutos de nivel superior que se encuentran en nuestra ciudad, un considerable número de estudiantes de provincias así como del exterior.

Una de las ventajas de tener huéspedes procedentes de diferentes universidades y facultades, es facilitar el intercambio de ideas, opiniones, experiencias y conocimientos, dando oportunidad de ampliar sus criterios. Además, hay la oportunidad de establecer convenios con Universidades, centros de capacitación, y gremios profesionales, para brindar hospedaje a profesores y conferencistas nacionales y extranjeros.

1.2. MARCO TEÓRICO

Las residencias universitarias son negocios que ha tenido su origen en Europa y que ha existido antes de la Segunda Guerra Mundial, orientados a resolver el problema de vivienda a estudiantes que por diversas circunstancias no podían estudiar en sus lugares de origen. Sin embargo, a partir de la posguerra las residencias para estudiantes en Alemania e Inglaterra alcanzaron una estructura de negocio formal que han pasado a ocupar un lugar destacado dentro de las actividades universitarias.

Ahora bien, ¿cuáles fueron las causas que han dado lugar a este desarrollo? En primer lugar, la creciente dificultad que los estudiantes tenían para encontrar dónde vivir, al ser tan reducidas las nuevas viviendas sociales en Europa que no permitían el alquiler de habitaciones. En segundo lugar, el notable crecimiento de la población estudiantil. No obstante, los motivos básicos del aumento de las residencias estudiantiles deben buscarse dentro de otras consideraciones.

Las residencias universitarias extranjeras de prestigio mundial, disponen para los estudiantes nacionales o extranjeros una amplia gama de servicios acorde a los estilos de vida del milenio, por lo tanto, no solo se limitan a ser un lugar donde dormir sino que además desarrollan actividades deportivas, recreativas, culturales, académicas, entre otras; además muchas de ellas cuentan con una página web como medio para que los aspirantes puedan reservar su habitación con tiempo y solicitar los diferentes servicios.

RESEÑA HISTÓRICA DE LAS RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS EN EL PAÍS

La primera residencia universitaria ecuatoriana fue creada por la Universidad Central del Ecuador, en el año de 1967, la cual se

edificó en la ciudad de Quito cerca de las instalaciones de la universidad. La residencia funcionaba normalmente ayudando así aquellos estudiantes que vivían fuera de la ciudad.

Esta residencia de la Universidad Central del Ecuador cesa su funcionamiento en el año de 1972 fecha en la cual el Ecuador sufrió uno de los más fuertes terremotos registrados en su historia. Debido a este desastre natural el edificio donde funcionaba la residencia fue gravemente afectada, por lo cual, sus instalaciones dejaron de ser utilizadas. Por falta de presupuesto y por motivo de intereses sociales no se restauró como residencia sino como centro médico.

La segunda residencia universitaria creada en el Ecuador y que en la actualidad aún se mantiene en funcionamiento, tiene la capacidad para albergar a 30 estudiantes universitarios del sexo masculino, fue creada en la ciudad de Guayaquil en el año de 1970 por el Movimiento Juvenil Ecuatoriano, institución de servicio social sin fines de lucro debidamente constituida según las leyes de la República del Ecuador, dirigida por la señora Mercedes de Begué conocida actualmente por los residentes como "Mama Meche". Esta residencia es la cristalización de una serie de ideas, sueños y propósitos que tuvieron sus inicios en el año de 1963 cuando la Señora de Begué desde el balcón de su vivienda ubicada en las calles Luque y Chimborazo presencié cómo un grupo de jóvenes estudiantes se desperdiciaban tirando piedras, rompiendo vidrios y destruyendo todo a su paso. Fue a partir de este momento en que la señora Mercedes de Begué se propone como objetivo comenzar a ayudar a los jóvenes formándolos como personas con una amplia inclinación cristiana para que entreguen su amor a Dios mediante el esfuerzo y amor hacia sus hermanos.

Este mismo año aún con sus responsabilidades de esposa y madre de cinco hijos inicia su trabajo fundando el Centro Cultural Guayaquil, para lo cual solicitó la colaboración de los rectores de

varias instituciones educativas de la ciudad, que consistía en el envío de líderes destacados por su inteligencia, a fin de ofrecerles una beca de alimentación y formación. Empezó con alumnos de sexto curso de tres colegios fiscales, en el quinto piso de las instalaciones del edificio Tosi de la calle Aguirre. Los escogidos fueron cuarenta jóvenes que asistían a clases todos los días en un improvisado local. Luego, construyeron una pequeña casa en la 17 y Colombia donde se reunían varios alumnos del sector del suburbio para comer y repartir comida.

En el año de 1966 ya con la ayuda de residentes de varias provincias del país, esta agrupación tomó el nombre de Movimiento Juvenil Ecuatoriano, donde los ideales de doña Mercedes y del grupo quedaron plasmados en los estatutos “Formar al joven como persona, que entregue su amor a Dios, a través del amor a los hombres y se esfuerce con sus hermanos, en hacer del mundo una casa para el hombre”.

El 20 de diciembre de 1970 alquiló una residencia en la calle José Mascote cerca de la legión femenina. Los alumnos que ocuparon esta residencia tenían como obligación brindar clases a aquellas personas que las necesitaban y además a ayudar en la repartición de comida a diversas familias del sector, para lo cual contaban con la ayuda y el aporte de la cadena de supermercados, Supermaxi, Compañía Drocaras, su propia familia, además de otras compañías y personas particulares.

A principios del año 1972 intempestivamente les pidieron las instalaciones donde residían. Debido a las dificultades de conseguir un lugar apropiado y acorde a las necesidades del grupo estuvieron tres meses viviendo en las calles y sufriendo uno de los peores inviernos que se dio en ese entonces. El padre José Cano les brindó un espacio en la casa parroquial de Mapasingue hasta que consiguieron el terreno propio en el que hoy se levanta la residencia

oficial ubicada en la pre-cooperativa 31 de agosto de la Prosperina oeste, a un kilómetro del campus politécnico.

Esta residencia universitaria es un lugar de estudio y meditación, una casa para el estudiante, un centro de fraternidad estudiantil, en definitiva una residencia singular. No es un lugar de diversión, ni un lugar de discordia ni mucho menos una residencia como las demás. Su lema es “En el Movimiento Juvenil Ecuatoriano se practica la amistad, la sinceridad y la solidaridad todo esto aspirando a una autentica formación cristiana”.

A lo largo de toda la historia ecuatoriana las siguientes universidades han construido una residencia universitaria:

- La Universidad Central de Quito.
- La Universidad Técnica de Esmeraldas (únicamente para la facultad de agropecuaria).
- La Escuela Politécnica del Ejército (ESPE) ubicada en Sangolquí.
- La Universidad Politécnica Salesiana situada en Cuenca.
- La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, la cual alberga profesores únicamente.
- La Universidad San Francisco de Quito.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

DESCRIPCIÓN DEL HOTEL – “RESIDENCIA UNIVERSITARIA”

Los dormitorios para estudiantes, incluso dormitorios para universitarios son Residencias Universitarias, las mismas que, según las notas explicativas de la Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Económicas (CIUU) en la clase 5510.- Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje pertenecen a la categoría H.- Hoteles y Restaurantes; por otra parte, la ley especial de

desarrollo turístico en su artículo 2 define el concepto de turismo y dice:

Turismo.- es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. Por lo que este proyecto corresponde al Grupo de Hotel dentro de la actividad turística, ya que las personas se desplazan a la ciudad de Guayaquil para realizar sus estudios y permanecen allí 4 a 5 meses luego retornan a sus lugares de origen por 1 a 2 meses y así periódicamente hasta culminar sus carreras.

Definición de Hotel.- *“Hotel es todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas con una infraestructura adecuada para ello”* (Slideshare, 2013, pág. 64).

Tipos de Hoteles.- Existe una gran variedad de tipos de establecimientos hoteleros, sin embargo a continuación se describe a la actividad de negocio de la compañía y que se encuentra especificado en el Reglamento de Actividades Turísticas.

“Hotel Residencia.-Establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería”.

Dentro de la categoría de Residencias se tiene la Residencia universitaria, *que es un hotel que proporciona alojamiento y promueve la formación de los estudiantes universitarios.*

Residencia.-*es un término que procede del latín resĭdens y que hace mención a la acción y efecto de residir (estar establecido en un*

lugar, asistir periódicamente por razones de empleo). Puede tratarse del lugar o domicilio en el que se reside.

La residencia puede ser incluso un espacio dentro de un edificio o una construcción independiente pero que pertenece a una entidad cuyo fin principal difiere del alojamiento: “Mañana habrá una fiesta en la residencia de alumnos de la universidad”.

1.4. MARCO LEGAL DE LAS RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS EN EL PAÍS

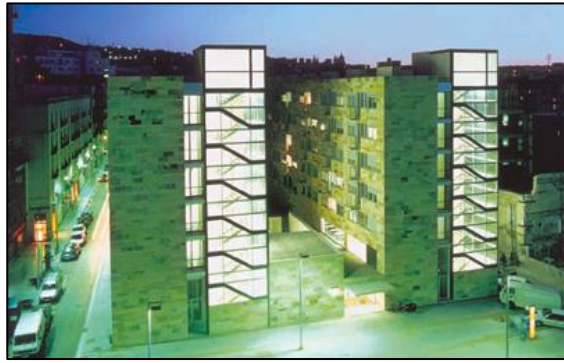
Mediante Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, se declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide para el turismo la Ley No. 97. RO/ Suplemento 733 de 27 de Diciembre del 2002, la cual en el **CAPÍTULO I.- GENERALIDADES.-** Art. 2 define al **Turismo** como *el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos;* en el **CAPÍTULO II.- DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN.-** Art. 5 indica que *“Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento;...”*

El REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN A LA LEY DE TURISMO (Decreto No. 1186) describe en su **Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.-** *Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la Ley: a) Alojamiento.- Se entiende por Alojamiento Turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de*

hospedaje. Y en el **CAPÍTULO II. DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS.- SEGUNDA.**-establece que “Mientras se expiden los Reglamentos Especial y Normas Técnicas referidas en la disposición transitoria primera de este Reglamento, se utilizará para todos los efectos legales consiguientes, la siguiente tipología de las actividades turísticas: ACTIVIDAD: ALOJAMIENTO: CLASE: HOTELERO: SUBTIPO: ...a.1.2 Hoteles Residencias”.

El REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS expedido mediante Decreto Ejecutivo 3400, Registro Oficial 726 de 17 de Diciembre del 2002, describe claramente en sus artículos 1, 3 y 15 los conceptos de alojamiento, su clasificación y particularmente respecto a los Hoteles- Residencias... **TÍTULO I.- DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS.- Capítulo I.- DE LOS ALOJAMIENTOS.- Sección I.- Disposiciones Generales.- Art. 1.- Alojamientos.-** Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos. **Art. 3.- Clasificación.-** Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos: Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros. Subgrupo 1.1. Hoteles.- 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas). **1.1.2. Hotel Residencia** (de 4 a 1 estrellas doradas). Sección 3.- Hoteles Residencia **Art. 15.- Hoteles Residencia.-** Es hotel residencia todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones. Los hoteles residencias deberán reunir las mismas condiciones exigidas para los hoteles de su categoría, excepto en lo referente a los servicios de comedor, cocina y habitaciones.

Figura 1 Residencia Resa - Pere Felip Monlau Alojamiento en Barcelona



Fuente: <http://www.spanishintour.com/es/data/lodging/grandes-ciudades/barcelona/residencia-pere-felip-monlau.html>

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU ha sido muy utilizada, en los planos nacional e internacional, para clasificar los datos según el tipo de actividad económica en las esferas de la población, la producción, el empleo, el ingreso nacional y otras estadísticas económicas. Varios países la han empleado como base para elaborar su clasificación nacional de actividades económicas. Se ha conseguido un grado sustancial de comparabilidad entre las clasificaciones industriales de muchos países y la CIIU procurando, en la medida de lo posible, que las categorías de los niveles detallados de clasificación de los sistemas nacionales correspondiesen a una sola categoría de la CIIU.

La CIIU tiene por finalidad establecer una clasificación uniforme de las actividades económicas productivas. Su propósito principal es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueden utilizar para la reunión y presentación de estadísticas de acuerdo con esas actividades. Por consiguiente, la CIIU se propone presentar ese conjunto de categorías de actividad de tal modo que las entidades puedan clasificarse según la actividad económica que realizan. Las categorías de la CIIU se han definido vinculándolas, en la medida de lo posible, con la forma en que el proceso económico está estructurado en unidades y con la forma en que se describe ese proceso en las estadísticas económicas (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2014). Por lo que, dentro de

la estructura general considera el **Grupo H** HOTELES Y RESTAURANTES.- **H55** HOTELES Y RESTAURANTES.- **H551** HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL, el mismo que tiene varias sub-clasificaciones, tales como: **H5510.00** Servicios de albergue para jóvenes. **H5510.02** Servicios de dormitorio para estudiantes, incluso dormitorios universitarios. **H5510.04** Servicios de hospedaje en hoteles.

Siendo las residencias universitarias sitios destinados al alojamiento de estudiantes nacionales o extranjeros, quienes además son considerados turistas, se puede concluir que éstas están inmersas en el sector turístico dentro del Grupo de Hoteles y Restaurantes.

1.5. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS/ LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Es viable desarrollar un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil, que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros?

1.6. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE RECOGIDA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es un *proceso sistemático y objetivo* que consiste en la identificación, recolección, análisis y uso de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas al aprovechamiento de oportunidades o resolución de problemas de mercadeo.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

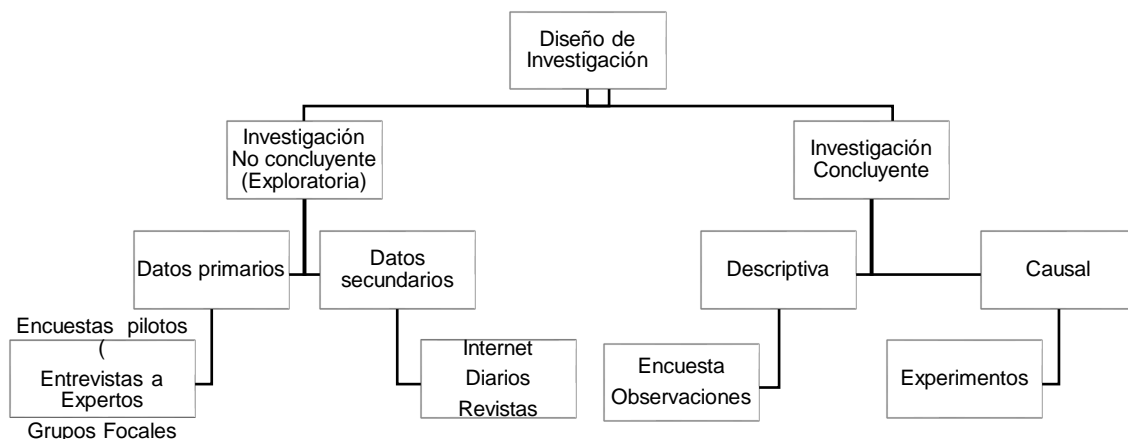
En la metodología de investigación se realizará mediante una observación directa, documental e investigativa. La investigación de mercado se enfocará en la búsqueda de datos: información de estadística del sector y encuestas con que permitan revelar la problemática y buscar una propuesta de valor para satisfacer la verdadera necesidad latente. Así como también, analizar la tendencia, perfil del cliente y de acuerdo a los objetivos esta información permitirá alcanzar en el presente proyecto el diseño de investigación tiene un enfoque mixto (método cuantitativo y cualitativo).

Para el caso específico del proyecto se realizarán varias encuestas, lo cual se representa “n” por lo tanto, este tipo de investigación es *descriptiva* ya que contiene datos cualitativos y cuantitativos. En conclusión, en la recolección de información que permitirá identificar las características del consumidor de tal forma que se pueda definir una adecuada estrategia de servicio y organiza la táctica de ventas y definir la metodología.

CLASES DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En el *gráfico 2* se indica la clasificación de los tipos de investigación que se pueden utilizar para recolectar información y cumplir con el objetivo general de la IM:

Figura 2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO



Fuente: Naresh K. Malhotra (2013). Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado, 5ª Edición, por Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

La Encuesta: Recopilar opiniones por medio de preguntas concretas en un universo o muestra específicos. El número de encuestados será de 200 estudiantes foráneos de manera aleatoria.

La Observación: Evaluar diferentes aspectos de un fenómeno a fin de estudiar sus características y comportamientos dentro del medio en donde se desenvuelve. Los métodos de observación a utilizar serán: Directa y Participativa.

PLAN DE MUESTREO

POBLACIÓN META

Personas que poseen la información que se necesite. Se la debe definir en los siguientes términos:

- **Elemento de muestreo.** Corresponde al perfil de las personas a encuestar, que tienen la información deseada. El elemento de muestreo estará definido por las características geográficas y demográficas del mercado objetivo.

- **Unidad de muestreo.** Es la entidad, empresa o agente que contiene a los elementos de muestreo. Puede ser que el elemento de muestreo, sean estudiantes de nivel superior, por tanto la *unidad de muestreo* serían las universidades.

Puede darse también que los elementos de muestreo no se encuentren específicamente en una entidad (universidad, hogar, tipo de empresa, asociación), por tanto, en este caso la unidad de muestreo sería igual al elemento de muestreo.

- **Ubicación.** Es necesario que identifiquen la ubicación geográfica en donde se aplicará la encuesta (ciudad, direcciones, zonas).
- **Tiempo.** Se refiere a la fecha de inicio y fecha de finalización del trabajo de recolección de la información.

TAMAÑO MUESTRAL Y CUANTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN META

La muestra es un grupo de individuos pertenecientes a la población meta, sujetos a ser estudiados. Las muestras se logran con el propósito de relacionar características de una población, buscando siempre que sea representativa. Por lo tanto, para calcular el tamaño muestral es indispensable *conocer el número de personas que conforman su MERCADO OBJETIVO (Población Meta)*. Por tal razón, tendrán que revisar páginas en internet, datos estadísticos en el periódico o visitar instituciones (INEC, SENPLADES, etc.), en su ciudad, que les ofrezcan datos de la población (2011, 2012 o 2013) por lo menos clasificados en las variables sexo, edad, nivel de instrucción, etc.

Si la población (n) es *mayor a 100.000 personas*, la población es **infinita**, y se aplica la fórmula de tamaño muestral (n) para poblaciones *infinitas*. Si la población (n) es *igual o menor a 100.000 personas*, la población es **finita**, y se aplica la fórmula de tamaño muestral (n) para poblaciones *finitas*.

Fórmulas Tamaño Muestral (n)

Población Infinita (Mayor a 100.000 personas)

$$n = (z^2 * p * q) / e^2$$

Población Finita (menor o igual a 100.000 personas)

$$n = z^2 * p * q * N / (e^2 (N-1) + Z^2 * p * q)$$

Donde:

n= *Tamaño muestral*. (Variable a encontrar).

z = *Coeficiente de confianza*. Número de desviaciones estándar alrededor de la media, por lo general se trabaja con un Nivel de Confianza de 95%; por lo tanto, el **z es igual a 1.96**.

p= *Probabilidad de éxito*. Consiste en la proporción de personas de 0 a 1, que aceptarían la compra del nuevo producto. Cuando no se tiene encuesta piloto entonces este valor es **p = 0.5**

q= *Probabilidad de fracaso*. Corresponde al valor de **q=1-p**. En este caso sería **q=0.5**

e = *Nivel de precisión deseado/error de estimación*. Consiste en la **diferencia máxima** permisible entre el parámetro poblacional (u= media poblacional) y el estadístico muestral (x). **Pr = u -x**. Normalmente, el nivel de precisión oscila entre 0.01 y 0.10.

Como puede verse en las fórmulas, mientras mayor es el nivel de precisión (más cercano a cero), es decir mientras se quiere minimizar la diferencia en estimación, entonces *mayor será el tamaño muestral y por lo tanto mayor será el costo de estudio*.

En la mayoría de los casos se trabaja con un **e=0.05**,

N= *Tamaño poblacional*. Número de personas del mercado objetivo.

En total se hicieron 200 encuestas a estudiantes foráneos mientras que por otro lado, la información estadística soporta fuertemente los datos

históricos sobre la cantidad de alumnos de provincias que estudian en las distintas universidades.

Por lo tanto, en la metodología de investigación se realizará mediante una observación directa, documental e investigativa. La investigación de mercado se enfocará en la búsqueda de datos: información de estadística y actual de estudiantes que provengan de provincias registrados y matriculados en las principales universidades de Guayaquil, entrevista con personas claves que permitan revelar la problemática y buscar una propuesta de valor y así satisfacer la verdadera necesidad latente de los que provengan a nivel nacional e internacional. Así como también, analizar la tendencia de los estudiantes.

Como parte de la observación directa se acudirá a algunas principales viviendas que ofrecen este servicio de alojamiento estudiantil para tener un punto de referencia del servicio y productos que brindan y recopilar información sobre costo, requisitos, tipo de contrato, etc. En la observación documental se recurrirán tanto en las fuentes primarias y secundarias como textos guías, artículos de diarios, revistas del sector, datos estadísticos de principales entidades gubernamentales y municipales encargadas que provean información para la presente tesis.

Las encuestas de la investigación concluyentes serán realizadas a estudiantes de provincias y posiblemente a familiares de estos estudiantes para entender mejor la verdadera necesidad en más representativos de la provincia a pescadores artesanales. Finalmente, se realizará una entrevista a profundidad con un representante y los datos anteriormente obtenidos serán tabulados. Adicionalmente, se realizará un análisis del sector y la parte teórica según la hipótesis mencionada anteriormente. El estudio permitirá realizar un profundo análisis comparativo en la industria del sector hotelera en particular. Se tomará información del Instituto Nacional de estadísticas y Censos, Ministerio de Turismo, Banco Central del Ecuador, entre otras.

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

El mercado potencial para el negocio de la residencia está compuesto por la población de estudiantes, que han culminado sus estudios secundarios en su ciudad natal y deciden emigrar a la ciudad de Guayaquil para realizar sus estudios superiores en cualquiera de las diferentes universidades de esta ciudad.

2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

- **Demográficas:** La residencia, está segmentado por las variables demográficas: edad, tamaño de la familia y nivel económico.
- **Edad:** Los residentes deberán ser mayores de 18 años que oscilan entre los (18 a 27 años).
- **Tamaño de la Familia:** El residente deberá proceder de una familia que esté integrada como máximo hasta seis miembros, es decir que pueden ser de 1 a 2 miembros; de 3 a 4, o de 5 a 6 miembros en la familia como máximo.
- **Nivel Económico:** Los residentes deberán provenir de una familia que pertenezca a un nivel económico medio bajo, medio típico, medio alto o alto.
- **Geográficas:** está segmentado por dos mercados geográficos que son: estudiantes nacionales y estudiantes extranjeros.

- **Estudiantes Nacionales:** El mercado nacional, comprende los cantones de la provincia del Guayas y otras provincias del Ecuador. Para conocer cuáles son las provincias con mayor porcentaje de bachilleres que emigran a Guayaquil para seguir sus estudios superiores, se procedió a escoger una universidad que nos facilitara las estadísticas de los ingresos de bachilleres en el año lectivo (2011 – 2012) y (2013 – 2014).

La universidad escogida fue la Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPOL, una de las preferidas por los bachilleres que emigran de otras partes del Ecuador, ya que ofrece un excelente nivel académico y tecnológico a sus estudiantes. En el siguiente cuadro, se presentan estas estadísticas y se puede observar que en las provincias de la región costa, existe mayor porcentaje de emigración de bachilleres y un menor porcentaje en las demás regiones, sierra, oriente e insular.

Cuadro 1 BACHILLERES QUE INGRESARON A LA ESPOL AÑO LECTIVO (2011 – 2013)

ESTADÍSTICA DE LOS BACHILLERES QUE EMIGRAN A ESTUDIAR A LA						
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL, ESPOL						
REGIONES	PROVINCIAS		ESTUDIANTES			TOTAL
			2010-2011	2011-2012	2012-2013	
	GUAYAS	GUAYAQUIL	1547	1627	1611	
		OTROS CANTONES	351	340	582	
COSTA	EL ORO		69	100	108	
	LOS RIOS		98	111	112	
	MANABI		29	58	64	
	PENINSULA DE STA ELENA		12	51	17	
	ESMERALDAS		30	14	16	6947
	CAÑAR		16	18	15	
	PICHINCHA		9	18	21	
	LOJA		6	11	9	
	AZUAY		0	3	4	

SIERRA	BOLIVAR		4	3	3	
	IMBABURA		2	3	4	
	CHIMBORAZO		10	2	3	
	TUNGURAHUA		1	0	2	
	COTOPAXI		0	1	1	169
	PUERTO AYORA		0	1	1	
INSULAR	PUERTO BAQUERIZO		4	2	1	
	SANTA CRUZ		1	1	1	
	SAN CRISTOBAL		2	0	0	14
ORIENTAL	NAPO		4	1	4	9
	COLOMBIA		4	4	10	
EXTRANJEROS	EEUU		0	2	3	
	PUERTO RICO		0	1	1	
	VENEZUELA		0	1	4	30
		TOTAL	2199	2373	2597	7169

Fuente: Bienestar estudiantil ESPOL

Elaboración: Humberto Palma

Este cuadro, nos permite en parte, identificar los sectores donde se debe hacer mayor publicidad, con el fin de dar a conocer nuestro producto de la residencia.

Estudiantes Extranjeros: Se refiere a los estudiantes de otros países, que deciden venir a estudiar a la ciudad de Guayaquil. Este segmento está creciendo actualmente, debido a los distintos convenios que las Universidades de Guayaquil hacen con las Universidades del extranjero ya sea por intercambio cultural o bien por programas de investigación científica a nivel de tercer y/o cuarto nivel.

Cabe enfatizar, como el producto tiene proyección global, se hará una campaña publicitaria agresiva a los nichos de mercado geográficos: estudiantes nacionales y estudiantes extranjeros. También hay instituciones privadas reconocidas internacionalmente que hacen intercambio cultural y enseñanza de idioma español para jóvenes que desean además de estudiar hacer turismo por un tiempo de uno a tres meses.

2.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO META

Nuestro mercado meta, son estudiantes nacionales o extranjeros de género femenino o masculino, entre los 18 a 30 años de edad, que emigran a estudiar una carrera a nivel de pregrado o postgrado a cualquiera de las universidades de la ciudad de Guayaquil y que pertenezcan a una familia compuesta a lo mucho por seis miembros y un nivel socioeconómico medio-bajo, medio- típico, medio-alto y alto.

Tipos de Consumidores: se han identificado, dos tipos de consumidores, para el producto de la residencia, que son: consumidores de uso presente y consumidores de uso futuro.

Consumidores de uso presente: son personas que se encuentran estudiando actualmente en alguna universidad de la ciudad de Guayaquil, por lo que tuvieron que alquilar un cuarto, vivir con un familiar o viajar constantemente a su ciudad natal y tienen la necesidad urgente de mejorar su situación de hospedaje.

También, son los bachilleres de cantones o provincias, que han culminado sus estudios secundarios y están decididos a venir a Guayaquil, para seguir sus estudios superiores.

De este último grupo, en base a la información proporcionada por la Secretaría Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador, SINEC, por medio del Boletín Estadístico, correspondiente al año lectivo 2010-2012 y 2012-2013, de la región costa, siendo ésta la región con mayor número de emigración, se puede observar en el cuadro 2, una tendencia creciente de estudiantes de provincias que culminan sus estudios de bachillerato, por lo que se espera que el número de bachilleres que emigran a estudiar a Guayaquil tenga la misma tendencia, además se conoce que en promedio en la región

costa desde el año 2011 hasta el 2013, se han graduado aproximadamente 56.938 estudiantes del nivel secundario.

Cuadro 2 ESTADÍSTICAS DE LA POBLACIÓN DE BACHILLERES EN LA REGIÓN COSTA Año Lectivo (2011 – 2012; 2012- 2013)

Año 2011-2012

Región Costa	Población Total	Bachilleres Hombres	Bachilleres Mujeres	Total de Bachilleres	Representación del total de bachilleres sobre la Población total
EL ORO	547,540	2,737	3,413	6,150	1.12%
ESMERALDAS	401,179	1,859	2,237	4,096	1.02%
GUAYAS	3,446,095	14,650	16,947	31,597	0.92%
LOS RIOS	677,109	2,846	3,146	5,992	0.88%
MANABI	1,235,150	3,951	4,953	8,904	0.72%
TOTAL	6,307,078	26,043	30,694	56,737	0.90%

Año 2012-2013

Región Costa	Población Total	Bachilleres Hombres	Bachilleres Mujeres	Total de Bachilleres	Representación del total de bachilleres sobre la Población total
EL ORO	558,765	2,754	3,627	6,381	1.14%
ESMERALDAS	409,403	1,868	2,179	4,047	0.99%
GUAYAS	3,516,740	14,961	16,611	31,572	0.90%
LOS RIOS	690,989	3,002	2,859	5,861	0.85%
MANABI	1,260,471	3,926	5,343	9,274	0.74%
TOTAL	6,436,368	26,512	30,624	57,136	0.89%

Fuente: Ministerio de Educación

Elaboración: Humberto Palma

Consumidores de uso futuro: Serán los estudiantes de provincia, que en la actualidad se encuentran en los últimos años de colegio (quinto y sexto curso) y tienen planificado venir a Guayaquil para seguir sus estudios superiores en alguna universidad. También, lo conformarán aquellos estudiantes que residen en Guayaquil y que decidan independizarse cuando cumplan su mayoría de edad, buscando un entorno más favorable para su educación superior.

Jóvenes extranjeros de Latinoamérica, Europa y Norteamérica que viene a Guayaquil ya sea por intercambios culturales, cursar algunas asignaturas del programa académico de su carrera profesional, aprender el idioma español y hacer turismo.

2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE LA DEMANDA

Para analizar el proyecto, se empezó recopilando información secundaria del Ministerio de Educación, Senecyt y de la ESPOL, luego

para comprobar las hipótesis planteadas y diseñar el proyecto. Se recopiló información primaria directamente de las diez universidades de la ciudad de Guayaquil, donde se diseñó un cuestionario dirigido a los estudiantes foráneos (estudiantes de cantones, provincias o extranjeros). Cabe indicar que las nueve primeras universidades se encuentran cercanas al lugar donde va a estar ubicada.

El objetivo principal del estudio fue medir el nivel de aceptación de la residencia en la ciudad de Guayaquil y como objetivo secundario conocer las características de los servicios que debería poseer, además de cuantificar la demanda latente para el proyecto. Se contestaron las siguientes preguntas:

- Provincia de donde proviene?
- Saben que es un Residencia universitaria?
- Dónde y con quién vive?
- Cuál es el factor de decisión más importante para habitar en un Residencia universitaria?
- Estaría dispuesto a contratar el servicio de alojamiento en un Residencia universitaria?
- Cuanto estaría dispuesto a pagar por este servicio de alojamiento?

El cuestionario, según Anexo A, está compuesto por nueve preguntas, se tomó una muestra representativa de 20 estudiantes foráneos por cada universidad de las 10 universidades encuestadas, dando como resultado 200 encuestas. Las universidades encuestadas fueron:

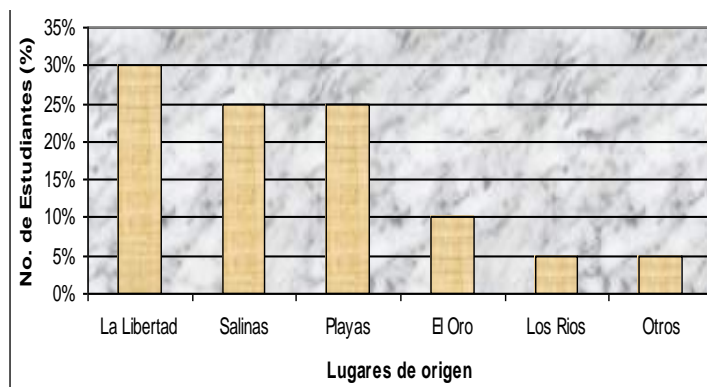
1. Escuela Superior Politécnica del Litoral
2. Universidad del Pacífico
3. Universidad Santa María
4. Universidad Casa Grande

5. Universidad Católica Santiago de Guayaquil
6. Instituto Gráfico de Ciencias y Artes Digitales
7. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
8. Universidad Internacional Jefferson
9. Universidad Estatal
10. Universidad Internacional SEK

2.5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El total de encuestas realizadas fueron de 200 estudiantes foráneos, de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

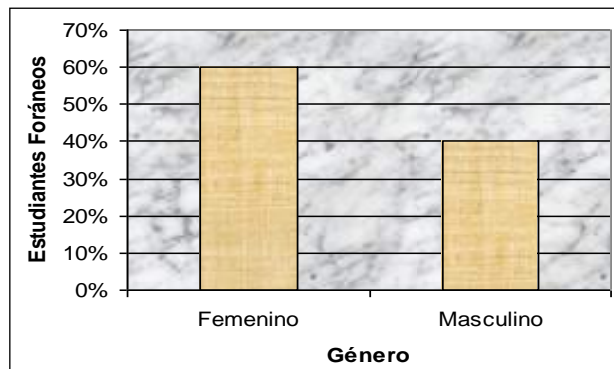
Gráfico 1 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN SU LUGAR DE ORIGEN



Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos **Elaborado por:** Humberto Palma

El 30% de los encuestados provienen del cantón La Libertad, un 25% corresponden al cantón Salinas y Playas respectivamente y menos del 10% a El Oro, Los Ríos y otros lugares. Esta Información nos permite conocer cuáles son los cantones y provincias de donde emigran más bachilleres a Guayaquil para seguir sus estudios Superiores.

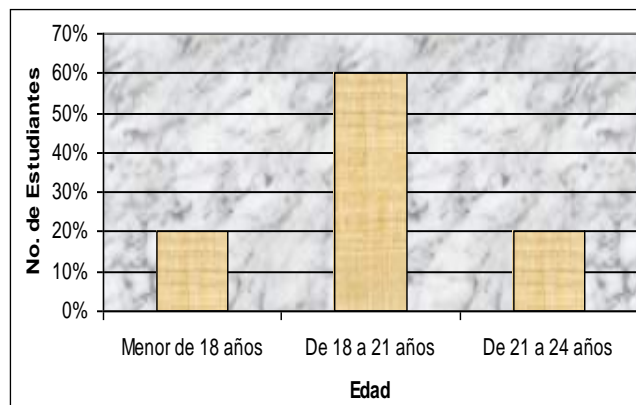
Gráfico 2 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN EL GÉNERO



Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos **Elaborado por:** Humberto Palma

Por otro lado el 60% de los encuestados fue de género femenino y el 40% de género masculino.

Gráfico 3 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN LA EDAD



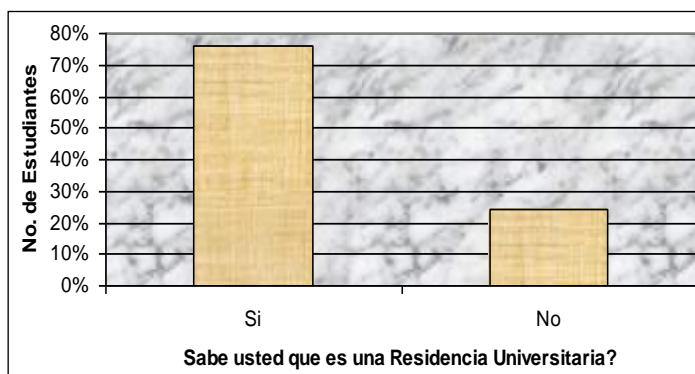
Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos

Elaborado por: Humberto Palma S.

Del total de encuestados el 20% son menores de 18 años, el 60% se encuentran entre 18 a 21 años y el 20% están entre 21 a 24 años. El 90% de los encuestados son solteros y solo un 10% son casados. Además el 80% no trabaja actualmente y un 20% si tiene un trabajo. Del 20% que trabajan, el 60% tiene ingresos mensuales menores a \$500 y el 40% entre \$500 a \$1000, y del 80% que no

trabaja aún, el 60% de los ingresos mensuales de la familia están entre \$500 a \$1000, un 20% está entre \$1000 a \$1500 y un 10% menor de \$500 y entre \$1500 a \$2000 respectivamente.

Gráfico 4 SABE USTED QUE ES UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA?

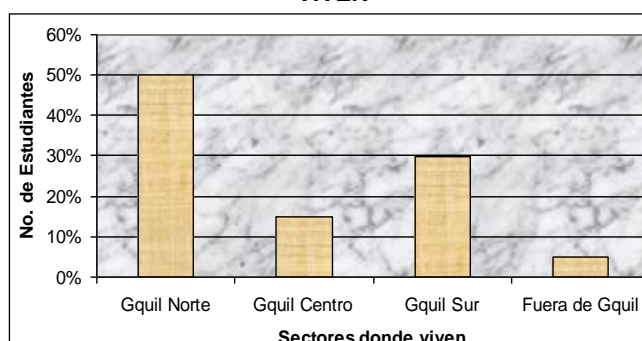


Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos

Elaborado por: Humberto Palma S.

El 76% contestaron que si conocen lo que es una Residencia universitaria y el 24% contestó que no conoce. De este 76% que si conoce lo que es una Residencia universitaria, el 80% contestó que es un lugar de alojamiento para estudiantes y un 20% contestó que era un internado. Esto nos permite conocer que existe una falta de conocimiento sobre lo que es una Residencia universitaria, por lo que la publicidad en primera instancia debe estar dirigida hacia explicar lo que significa una Residencia universitaria y destacar sus beneficios.

Gráfico 5 ESTUDIANTES FORANEOS SEGÚN LOS SECTORES DONDE VIVEN

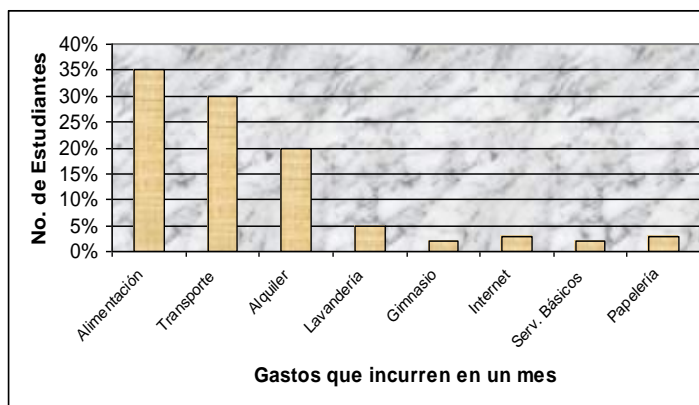


Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos

Elaborado por: Humberto Palma S.

El 95% de los encuestados viven dentro de Guayaquil y el 5% viven fuera de Guayaquil, estos últimos viajan todos los días desde Babahoyo, Durán y Samborondón hasta Guayaquil. Del 95% que vive dentro de Guayaquil, el 50% vive en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, el 15% en el sector centro y un 30% en el sector sur, además el 50% vive en casa de familiares y el otro 50% alquila.

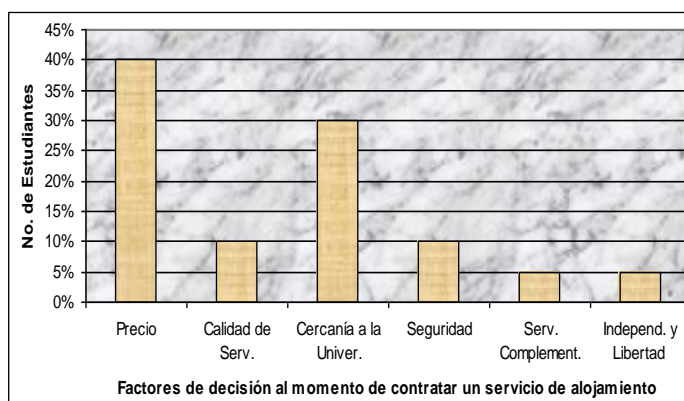
Gráfico 6 FRECUENCIA DE LOS GASTOS QUE INCURREN EN UN MES



Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos
Elaborado por: Humberto Palma S.

Los gastos que con mayor frecuencia tienen al mes son gastos de alimentación, transporte seguido luego por gastos de alquiler, que en promedio al mes es entre \$200 a \$350, los otros gastos como lavandería, Internet, papelería, servicios básicos tienen menor frecuencia durante el mes. Por otro lado, el 60% gasta en promedio en un mes entre \$300 a \$500 y el 40% gasta de \$400 a \$600 y un 20% entre \$600 a \$800 respectivamente.

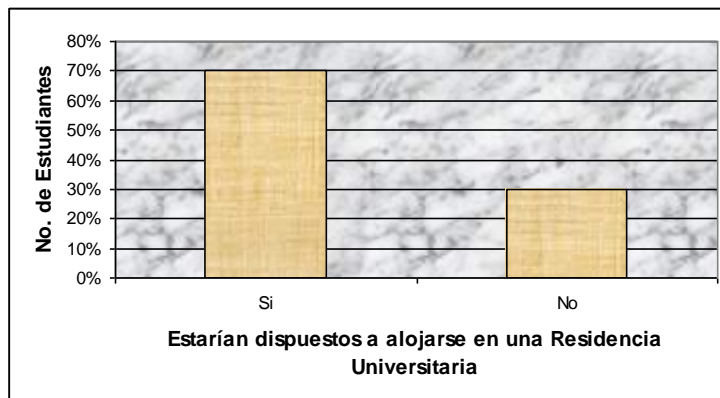
Gráfico 7 FACTORES DE DECISIÓN AL MOMENTO DE CONTRATAR UN SERVICIO DE ALOJAMIENTO



Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos
Elaborado por: Humberto Palma S.

El principal factor de decisión al momento de que un estudiante contrate el servicio de alojamiento es el precio un 40%, seguido por otro factor importante como es la cercanía a la universidad un 30%, también un 10% la calidad y seguridad respectivamente y menos del 10% están los otros factores que son servicios complementarios y tener independencia y libertad en el lugar de alojamiento.

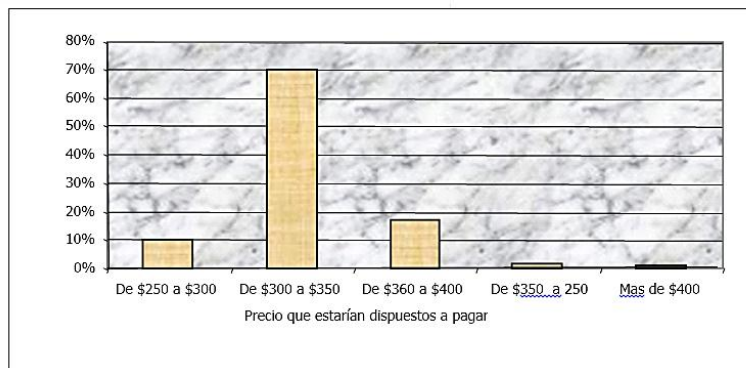
Gráfico 8 ESTARÍAN DISPUESTOS A ALOJARSE EN UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA?



Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos
Elaborado por: Humberto Palma S.

El 70% del total de los encuestados contestaron que si estarían dispuestos a alojarse en una residencia universitaria que se encuentre ubicada en la misma universidad y solo un 30% contestaron que no lo haría. Esta información nos permite poder cuantificar nuestro mercado meta y nos confirma que nuestro proyecto tiene un nivel de aceptación medio alto en el mercado 70%. Por otro lado, dentro de los servicios que le gustaría encontrar en la Residencia universitaria, los que tuvieron mayor aceptación fueron servicio de comedor, transporte, cyber, papelería y en menor proporción el servicio de lavandería, enfermería y gimnasio.

Gráfico 9 PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR LOS ESTUDIANTES FORANEOS POR EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO



Fuente: Encuesta realizada a 200 estudiantes foráneos
Elaborado por: Humberto Palma S.

Se puede observar, que el 70% de los encuestados estarían dispuestos a pagar por el servicio de alojamiento entre \$300 a \$350, el 20% contestó entre \$360 a \$400 y un 10% entre \$250 a \$300, se entiende por el servicio de alojamiento, el alquiler de una habitación en la Residencia universitaria y no incluye ningún servicio adicional. Esta información, nos permite poner un precio asequible para los clientes de la residencia.

2.6. CUANTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

Para cuantificar nuestro mercado potencial, se tomó información del Ministerio de Educación y Cultura MEC, a través de boletines electrónicos, de donde se obtuvieron las estadísticas sobre la educación secundaria en cada región del Ecuador. Otra fuente fue un estudio de opinión pública realizado por la ESPOL, donde se analizó los niveles socioeconómicos de las familias y se determinó que el nivel medio- bajo representa el 45.5%, el medio-típico el 27% y el medio-alto y alto el 9%.

La población, que se va analizar, serán los bachilleres desde el período 2009-2013, de las cuatro regiones del Ecuador, Costa,

Sierra, Oriente e Insular, en el siguiente cuadro se detallan las estadísticas de los bachilleres por región.

Cuadro 3 ESTADÍSTICAS DE LOS BACHILLERES DE LA REGIÓN COSTA, SIERRA, ORIENTE E INSULAR

Año lectivos	2009-2010			2010-2011			2011- 2012			2012 - 2013		
Región	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Costa(excepto Gye)	15195	17939	33134	16037	18615	34652	15406	18169	33575	15546	18241	33787
Sierra	27321	27490	54802	26515	26862	53377	27606	28027	55633	27144	27460	54604
Oriente	1769	1723	3492	2144	2125	4269	2057	2280	4337	1990	2043	4033
Insular	596	895	1491	609	913	1522	609	914	1523	622	933	1555
TOTAL			92919			93820			95068			93979

Fuente: Ministerio de Educación y Cultura

Elaborado por: Humberto Palma S.

Para estimar el número de bachilleres que emigraron a Guayaquil, se tomó como referencia a la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, reconocida por su excelente nivel académico, se obtuvieron las estadísticas de los estudiantes de cantones y provincias que ingresaron a esta universidad.

En base a las estadísticas de la ESPOL, se pudo determinar los porcentajes de bachilleres que vienen desde las diferentes regiones del Ecuador a estudiar en alguna universidad de Guayaquil, con estos porcentajes se proyecta hacia el total de la población de bachilleres, que se encuentra clasificados por región y período lectivo, realizándose una estimación de la población que ha emigrado en estos seis últimos períodos lectivos a la ciudad de Guayaquil, a continuación se presentan los resultados.

Cuadro 4 POBLACIÓN DE BACHILLERES QUE HAN EMIGRADO A LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Año Lectivo Desde el 2007 - 2013

BACHILLERES CLASIFICADOS POR REGIÓN Y PERÍODO LECTIVO, QUE EMIGRARON A ESTUDIAR A LA CIUDAD DE GUAYAQUIL						
Período Lectivo:	2007 - 2008		2009 - 2010		2010 - 2011	
Región	Total de Bachilleres (r)	Total que Emigraron a Guayaquil (e)	Total de Bachilleres (r)	Total que Emigraron a Guayaquil (e)	Total de Bachilleres (r)	Total que emigraron a Guayaquil (e)
Costa (excepto Guayaquil)	33,134	7,827	34,652	9,005	33,575	8,730
Sierra	54,802	1,236	53,377	1,274	55,633	1,335
Oriente	3,492	2	4,269	4	4,337	4
Insular	1,491	3	1,522	4	1,523	4
TOTAL		9,068		10,287		10,073
Datos Estimados						
Período Lectivo:	2011 - 2012		2012- 2013		2013 - 2014	
Región	Total de Bachilleres (r)	Total que emigraron a Guayaquil (e)	Total de Bachilleres	Total que emigraron a Guayaquil	Total de Bachilleres	Total de posibles bachilleres que pueden emigrar a Guayaquil
Costa (excepto Guayaquil)	33,787	9,062	34,005	8,708	33,789	8,820
Sierra	54,604	1,307	54,538	1,286	54,925	1,310
Oriente	4,033	8	4,213	5	4,194	5
Insular	1,512	5	1,519	4	1,518	4
TOTAL		10,381		10,003		10,139

(r): Quiere decir que los datos son reales
 (e): Quiere decir que los datos son estimados

↑
MERCADO POTENCIAL

Fuente: Ministerio de Educación y Cultura

Elaborado por: Humberto Palma S.

La región costa es la que tiene mayor demanda de bachilleres que emigran a la ciudad de Guayaquil, por lo que nuestra publicidad estará dirigida en mayor porcentaje para esta región, sin dejar de lado a las demás regiones Sierra, Oriente e Insular.

Se estima que el mercado potencial, es de 10.139 bachilleres que se desplazarían a la ciudad de Guayaquil para seguir sus estudios superiores para el año 2014, cabe indicar que este valor se espera que aumente para los siguientes años, ya que la tendencia de bachilleres incorporados en cada región es creciente y también lo es los bachilleres que emigran a esta ciudad para estudiar.

Por otro lado, para el cálculo de nuestro mercado meta, se realizó una proyección para la población de bachilleres que van a emigrar a Guayaquil para el año 2015 clasificados por región, se

aplicó los porcentajes de la variable nivel socioeconómico que se obtuvieron del estudio de opinión pública realizado por la ESPOL y luego se multiplica por el 70%, que es el nivel de aceptación de la residencia, (valor obtenido del estudio de mercado que se realizó), lo que nos indica que nuestro mercado meta es de 5785 bachilleres de un nivel económico medio bajo, medio típico, medio alto o alto, que deciden emigrar a la ciudad de Guayaquil para estudiar y piensan que la residencia universitaria, es una excelente opción para su alojamiento, esto representa un 57% del mercado potencial. A continuación se muestra la estimación del mercado meta:

Cuadro 5 ESTIMACIÓN DEL MERCADO META Año Lectivo 2015- 2017

ESTIMACIÓN DEL MERCADO META

AÑO LECTIVO	2015-2017	Nivel económico				Aceptación por la RU el
REGIÓN	Posibles Bachilleres que van a emigrar a Guayaquil	Medio Bajo (45.5%)	Medio Típico (27%)	Medio Alto/Alto (9%)	Total	(70%)
Costa (Excepto Gye)	8820	4013	2381	794	7188	5033
Sierra	1310	596	354	118	1068	747
Oriente	5	2	1	0	3	3
Insular	4	2	1	0	3	2
TOTAL	10139					5785

*El 70% fue obtenido a través de la investigación de mercado que se realizó.



Mercado

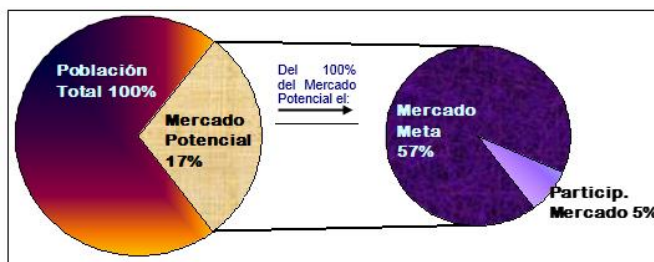
Meta

Fuente: Visitas de campo a las Universidades S.

Elaborado por: Humberto Palma

Dentro del campus de la Universidad Católica podría funcionar la Residencia universitaria y podría tener una capacidad instalada de 100 habitaciones para albergar a 200 estudiantes que sobre el mercado meta de 5.785 estudiantes representa un 4.8%, que sería nuestra participación del mercado, solo en el mercado de estudiantes nacionales.

Gráfico 10 ESTRUCTURA DEL MERCADO



Fuente: Universidades y Senecyt **Elaborado por:** Humberto Palma S.

En el gráfico 10, se observa la estructura del mercado de la residencia universitaria. Se muestra claramente que nuestro mercado potencial de 10.139 y que representa el 17% del total de la población de estudiantes nacionales (bachilleres y estudiantes matriculados en las universidades). Y de ese 17% mercado potencial, nuestro mercado meta es del 57% y solo se va a satisfacer un 5% de dicho mercado. Lo cual se está frente a un negocio que garantiza siempre tener las plazas ocupadas.

**CUADRO 6 ESTADÍSTICAS DE LOS ESTUDIANTES FORÁNEOS QUE INGRESAN
A ESTUDIAR EN CINCO UNIVERSIDADES DE GUAYAQUIL**

Año Lectivo	Universidades	Guayaquil	Cantones del Guayas	Otras Provincias del Ecuador	Extranjeros	Total
2008-2009	ESPOL	1346	289	285	3	1923
	Santa María USM	177	38	36	1	252
	Católica	1016	217	200	4	1437
	Pacífico	221	47	45	1	314
	Casa Grande	633	135	125	3	896
	TOTAL ANUAL					4822
2009-2010	Estudiantes Foráneos		726	691	12	1429
	ESPOL	1405	315	282	4	2006
	Santa María USM	217	46	45	1	309
	Católica	1134	242	223	5	1604
	Pacífico	271	58	56	1	386
	Casa Grande	616	131	121	3	871
	TOTAL ANUAL					5176
2011-2012	Estudiantes Foráneos		792	727	14	1533
	ESPOL	1547	351	297	4	2199
	Santa María USM	282	60	58	1	400
	Católica	1224	261	241	5	1731
	Pacífico	352	75	72	1	500
	Casa Grande	624	133	123	3	883
TOTAL ANUAL					5713	
2012-2013	Estudiantes Foráneos		880	791	14	1685
	ESPOL	1627	340	398	8	2373
	Santa María USM	359	77	71	2	509
	Católica	1276	273	251	5	1805
	Pacífico	449	96	88	2	635
	Casa Grande	620	132	122	3	877
TOTAL ANUAL					6199	
2013-2014	Estudiantes Foráneos		918	930	20	1868
	ESPOL	1611	582	317	8	2518
	Santa María USM	422	107	102	2	633
	Católica	1434	306	282	6	2028
	Pacífico	527	134	128	2	791
	Casa Grande	622	133	122	3	88
TOTAL ANUAL					6058	
	Estudiantes Foráneos		1262	951	21	2234

Fuente: Bienestar Universitario/ Secretaría General e Informática de cada Universidad.

Como se puede observar en el cuadro 6, durante los cinco períodos lectivos hasta el año 2014, 1.375 estudiantes foráneos han emigrado a estudiar en estas cinco universidades. El total de estudiantes

extranjeros que se registraron en el periodo lectivo 2013-2014 fue de 21, que es ligeramente superior a los 14 matriculados en el 2011-2012. La procedencia de estos estudiantes son de los países de: Colombia, Perú, Venezuela, Puerto Rico, Estados Unidos, entre otros.

Debido a que existe poca participación de extranjeros en las universidades y poniendo en consideración que su tendencia es crecer a efecto que la mayoría de las universidades están en el proceso de certificarse internacionalmente tendrán que aumentar el porcentaje de estudiantes extranjeros en sus aulas de clase.

Cuadro 6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL - BACHILLERES QUE EMIGRARÍAN A GUAYAQUIL PARA ESTUDIAR

Año lectivo	2014 – 2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Región				
Costa (excepto Guayaquil)	8,692	8,836	8,808	8,821
Sierra	1,291	1,301	1,305	1,300
Oriente	5	5	5	6
Insular	4	4	4	4
TOTAL	9,991.84	10,145.83	10,122.31	10,130.58

Fuente: Humberto Palma

Se realizó una proyección para tres periodos lectivos del número de bachilleres que decidan emigrar a Guayaquil para seguir sus estudios superiores y se puede observar en el cuadro 6, tiende a crecer en los dos primeros períodos y en los dos siguientes se mantiene.

Estimación del gasto en que incurre un estudiante foráneo durante un mes

Para estimar el gasto en que incurre un estudiante foráneo en un mes, se eligió a un estudiante que emigró de Machala para estudiar en la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Este estudiante solo viajaba los fines de semana para su ciudad natal Machala, alquiló un cuarto en la ciudadela Ferroviaria ubicada en el centro de Guayaquil, tiene gastos de alquiler y servicios básicos como agua, luz, teléfono y otros gastos.

Durante la semana coge dos buses para ir y venir de la casa a la universidad y almuerza en la universidad todos los días, la mayoría de los días tiene que quedarse hasta la noche por investigaciones o por clases, a veces sin comer o solo con golosinas que compra. Para no gastar en lavandería, llevaba toda su ropa los fines de semana cuando viaja a Machala y la trae el domingo que regresa.

Por último, por falta de tiempo no puede salir a distraerse o hacer ejercicios físicos que le ayuden a tener una buena salud mental, por lo que en la mayoría de las veces se encuentra estresado y no le permite concentrarse completamente en sus estudios. A continuación, se presenta un cuadro estimado de gastos en que incurriría este estudiante en un mes estando en la Residencia universitaria.

Cuadro 7 GASTOS ESTIMADOS QUE TIENE DURANTE UN MES UN ESTUDIANTE FORANEO EN UN APARTAMENTO

Cuadro de Gastos durante un mes			
Descripción	Cantidad	Gastos	
		Diario	Mensual
Gastos de transporte	2 buses al día	\$ 0.50	\$ 15.00
Gastos de alimentación	2 almuerzo y merienda	\$ 3.00	\$ 90.00
Gastos de alquiler			\$ 250.00
Gasto de alquiler de Internet	5 días a la semana	\$ 1.50	\$ 30.00
Gasto de servicios básicos (agua, luz y teléfono)			\$ 60.00
Gasto del viaje los fines de semana	Por cada fin de semana	\$ 12.50	\$ 50.00
Otros Gastos (golosinas, salidas por motivo de investigación, etc)			\$ 25.00
TOTAL DE GASTOS			\$ 520.00

* No incluye gastos por concepto de estudios, copias, compras de libros, etc.

Elaborado por: Humberto Palma

Fuente: internet

Comparación entre un estudiante foráneo que no está hospedado en la residencia universitaria y otro estudiante que si lo está

El estudiante, que se encuentra hospedado en la residencia universitaria, cuenta con todos los servicios que necesita un estudiante para rendir de mejor forma en la universidad, además de que dispone de más tiempo libre para tener distracciones, hacer

ejercicios y lo más importante que se puede concentrar completamente en sus estudios, sin preocupaciones de ningún tipo.

El gasto total en que incurre este estudiante en un mes en la residencia, es de \$620, que incluye el alquiler de la habitación y todos los servicios que se ofrecerá, tales como comedor, lavandería, transporte, Internet, gimnasio, entre otros. Por otro lado, se estima que el gasto mensual de un estudiante que no está hospedado en la residencia de la Universidad Católica es de \$520, si se hace una comparación, por USD \$ 100 más (USD \$ 350 por mes por concepto de hospedaje y renovables) se puede apreciar que el residente, tiene muchos beneficios, como son: comodidad, seguridad, alimentación, lavandería, tecnología, entre otros; y, evitándose del stress, cansancio y preocupación que se genera al llevar un estilo de vida como el estudiante que no está hospedado en la residencia.

Cuadro 8 GASTOS ESTIMADOS QUE TIENE DURANTE UN MES UN ESTUDIANTE FORANEO

Cuadro de Gastos durante un mes			
Descripción	Cantidad	Gastos	
		Diaro	Mensual
Gastos de transporte	4 buses al día	\$ 0.50	\$ 40.00
Gastos de alimentación	2 almuerzo y merienda	\$ 3.50	\$ 90.00
Gastos de alquiler		-	\$ 350.00
Gasto de alquiler de Internet	5 días a la semana	\$ 1.50	\$ - 15.00
Gasto de servicios básicos (agua, luz y teléfono)		-	\$ 70.00
Gasto del viaje los fines de semana	Por cada fin de semana	12.50	\$ 30.00
Otros Gastos (golosinas, salidas por motivo de investigación, etc)		-	\$ 25.00
TOTAL DE GASTOS			\$ 620.00

* No incluye gastos por concepto de estudios, copias, compras de libros, etc.

Elaborado por: Humberto Palma

Fuente: internet

En base a este estudio, hay la certeza que el consumidor decidirá que el precio de nuestro producto es el correcto, debido a que el análisis de todas las decisiones de la mezcla de mercadotecnia, están orientadas al grupo objetivo, considerando que el consumidor pertenece a un segmento social medio bajo, medio típico, medio alto-alto y que está en la capacidad de pagar por el precio determinado.

2.7. MERCADO DE OFERTA

Reseña histórica de las Residencias Universitarias en el Mundo

Las residencias universitarias son negocios que ha tenido su origen en Europa y que han existido antes de la Segunda Guerra Mundial, orientados a resolver el problema de vivienda a estudiantes que por diversas circunstancias no podían estudiar en sus lugares de origen. Sin embargo, a partir de la posguerra las residencias para estudiantes en Alemania e Inglaterra alcanzaron una estructura de negocio formal que han pasado a ocupar un lugar destacado dentro de las actividades universitarias.

Ahora bien, ¿cuáles fueron las causas que han dado lugar a este desarrollo? En primer lugar, la creciente dificultad que los estudiantes tenían para encontrar dónde vivir, al ser tan reducidas las nuevas viviendas sociales en Europa que no permitían el alquiler de habitaciones. En segundo lugar, el notable crecimiento de la población estudiantil. No obstante, los motivos básicos del aumento de las residencias estudiantiles deben buscarse dentro de otras consideraciones.

Las residencias universitarias extranjeras de prestigio mundial, disponen para los estudiantes nacionales o extranjeros una amplia gama de servicios acorde a los estilos de vida del milenio, por lo tanto, no solo se limitan a ser un lugar donde dormir sino que además desarrollan actividades deportivas, recreativas, culturales, académicas, entre otras; además muchas de ellas cuentan con una página WEB como medio para que los aspirantes puedan reservar su habitación con tiempo y solicitar los diferentes servicios.

Características de las Residencias Universitarias en el Ecuador

Para hacer una comparación de nuestro producto residencia universitaria, con los demás Residencias que se encuentran funcionando actualmente, se procedió a investigar las características que tienen estos residenciales que en su mayoría están ubicadas en la Región Sierra.

Las características que se desea investigar son: número de habitaciones, su capacidad máxima de albergar estudiantes, la capacidad instalada, los servicios que ofrece y los precios de las pensiones, por esta razón a continuación se especifica esta información por Residencia, cabe indicar que esta información no es actual.

Residencia de la Universidad Politécnica Salesiana:

El residencia universitaria está ubicada en la ciudad de Cuenca, entre la calle vieja 1.230 y Liut, tiene 24 habitaciones y una capacidad máxima de 46 estudiantes solo de género masculino. Cuenta con instalaciones para comedor, sala de estudio, cabina telefónica, lavandería, agua caliente, salas de computadora de propiedad de la universidad, baño privado en cada cuarto y acceso a las áreas deportivas del campus. Para el mantenimiento y funcionamiento de la residencia cuenta con dos personas que laboran en el área administrativa y dos más dentro de la. El costo por alquiler está entre \$70,00 a \$160,00 mensuales dependiendo del factor económico del estudiante.

Residencia del Movimiento Juvenil Ecuatoriano:

Esta residencia aunque no pertenece a alguna universidad o escuela politécnica se la ha tomado en cuenta debido a que en ella habitan estudiantes universitarios, que en su mayoría (97%)

pertenecen a la Escuela Superior Politécnica del Litoral. La residencia del Movimiento Juvenil Ecuatoriano abrió sus puertas desde el año de 1970. La dirección de esta residencia se encuentra bajo el mando de la Señora Mercedes Wagner de Begué y su delegado el Señor Máximo Carreño.

El actual edificio que ocupa la residencia fue construido en el año de 1975 y está ubicado en la pre-cooperativa 21 de Agosto en la Prosperina Oeste a un kilómetro del campus Gustavo Galindo y la vía perimetral. Esta residencia ofrece sus servicios únicamente a los estudiantes varones. Su construcción cuenta con un edificio de dos pisos de 500 metros cuadrados. La residencia posee veinte cuartos de los cuales dieciocho son bipersonales y los dos restantes tripersonales. Llegando así a una capacidad máxima de 42 alumnos.

La residencia del Movimiento Juvenil Ecuatoriano cuenta con las siguientes instalaciones: comedor, sala de estudios, cabina telefónica, un computador, lavandería, salón de juegos, biblioteca, capilla para orar y sala de reuniones. Las instalaciones cuentan con baños generales para todos los estudiantes. Para el mantenimiento y normal funcionamiento de la residencia se cuenta con un residente que maneja el área administrativa desde el interior de la residencia y son los mismos residentes los encargados de las distintas labores de aseo, limpieza, preparación de alimentos y comida que se necesiten diariamente. La pensión estipulada para los estudiantes que ocupan la residencia es de \$4.80 USD mensuales los cuales sirven para la cobertura de los costos de funcionamiento del local.

Residencia de la Escuela Politécnica del Ejército (ESPE)

Se encuentra ubicada en el interior del campus situado en Sangolquí, Av. El Progreso sin número, bajo la dirección del Lcdo. Cevallos y cuenta con una capacidad de noventa y ocho habitaciones distribuidas en individuales, dobles, triples, para equipos (5 a 6

personas), y suites matrimoniales, seniorsuites y mastersuites, sumando así una capacidad de albergar 225 personas entre hombres y mujeres de las cuales 110 pueden ser estudiantes, ofreciéndoles servicio de comedor, lavandería, sala de estudios, cabina general de teléfonos, sala de computadoras, salón de juegos, agua caliente y disponibilidad de áreas deportivas.

Este servicio se opera dividido entre la Residencia Politécnica y el Centro Internacional de Entrenamiento y Altura. La residencia brinda servicio de alojamiento y alimentación a los señores oficiales directivos, oficiales estudiantes y estudiantes civiles. El Centro Internacional de Entrenamiento en Altura brinda servicios de alojamiento y alimentación para deportistas de élite mundial que realicen entrenamiento como preparación para las competencias internacionales.

El complejo cuenta con la siguiente infraestructura:

- 23 habitaciones triples con baño común
- 55 habitaciones dobles con baño privado.
- habitaciones triples con baño privado.
- habitaciones individuales con baño privado.
- 2 habitaciones para equipos 5 o 6 personas con baño privado.
- 2 mini suites matrimoniales.
- 6 senior suites dobles.
- master suites con dos dormitorios, mini sala, cocina etc.

Las suites están dirigidas para: invitados especiales, visitantes ilustres, profesores, conferencistas, etc., que prestan sus servicios a la ESPE en forma temporal a través de convenios interinstitucionales. Únicamente las habitaciones dobles son destinadas para los estudiantes.

El costo mensual por estudiante es USD \$200,00, a parte el costo por alimentación es de USD \$50,00. El servicio de transporte es sin costo para los jefes, personal administrativo, oficiales y los estudiantes tienen que cancelar un valor por este servicio.

El servicio de transporte está dirigido a los señores jefes, oficiales, docentes, voluntarios, administrativos, oficiales extranjeros que se encuentran en la ESPE, visitantes y requerimientos varios durante las labores de oficina, alumnos que previamente cancelan el valor de transporte. Varios recorridos cubren todos los sectores de Quito y Sangolquí, con horarios diferentes de acuerdo con las necesidades.

El servicio de comedor está dirigido al personal militar, docente y administrativo. La infraestructura del comedor está en capacidad de atender hasta a 450 personas. El horario de atención es el siguiente:

Desayuno	06h30 - 07h00
Almuerzo	13h00 - 15h00
Merienda	18h00 - 19h30

Residencia de la Universidad San Francisco de Quito

La Hostería La Villa de San Francisco funciona desde el año 1999 y se encuentra ubicada en uno de los valles más hermosos y cálidos que rodean la ciudad de Quito: el valle de Cumbayá. Distante a tan sólo 15 Km de la ciudad, la hostería se localiza en el barrio San Juan Alto de Cumbayá, una zona residencial, tranquila y con aire campestre. Es necesario indicar que zona de Cumbayá está considerada como el centro futuro residencial más cercano a Quito. Esta residencia ofrece sus servicios a estudiantes de ambos sexos. Su construcción cuenta con veintidós habitaciones, distribuidas en dieciocho habitaciones dobles y 4 habitaciones simples. Llegando así a una capacidad máxima de 40 alumnos.

El diseño y construcción de la hostería es muy particular, muy europeo, rústico pero elegante. Las edificaciones son congruentes y muy similares, formando un complejo agradable para la vista. La residencia de la Universidad San Francisco de Quito que actualmente está dirigida por la Lcda. Roxana Cano, cuenta con las siguientes instalaciones: Comedor, sala de estudios, cabina telefónica, sala de computadoras, lavandería (opcional), agua caliente, sala de juegos, transporte y piscina. Cada cuarto posee su baño privado.

Para el mantenimiento y normal funcionamiento de la residencia se cuenta con treinta personas que manejan el área administrativa, aseo y limpieza de la residencia. El costo por estudiante es USD \$300 mensuales para habitaciones unipersonales y USD \$350 para habitaciones dobles, estos precios incluyen desayuno, cena, consumo de luz, agua y transporte dos veces al día.

Servicios que presta la Hostería La Villa de San Francisco:

- Primer Hotel-Escuela del Ecuador.

Esta primera función tiene como responsable al Colegio de Hospitalidad, Gastrología y Turismo de la Universidad San Francisco de Quito.

- Residencia de profesores y estudiantes extranjeros.

Se han destinado 6 habitaciones dobles, totalmente confortables para albergar a profesores y estudiantes extranjeros.

- Centro de Convenciones.

La Hostería puede ser utilizada con Centro de Convenciones, Eventos o reuniones. La infraestructura que cuenta para el efecto es la siguiente:

- 22 habitaciones con baño privado
- 4 salas de conferencia
- Piscina temperada
- Canchas de tenis y volleyball
- Juegos infantiles
- Servicio de restaurante

Residencia de la Universidad Técnica de Esmeraldas

Esta residencia se encuentra funcionando bajo la dirección del departamento de bienestar universitario bajo el mando de la Lcda. Solanda Govea Lemos, la residencia está ubicada en el interior de la Estación Experimental Mútiles. Esta residencia ofrece sus servicios a estudiantes de ambos sexos pertenecientes a la Facultad de Agropecuaria. Fue construida en el año 1998. A mediados del año 2000 se la empezó a equipar y su funcionamiento se estimó que empiece a fines del año 2001, cuenta con nueve habitaciones, de las cuales dos son bipersonales y las siete restantes para tres personas. Llegando así a una capacidad máxima de 25 alumnos.

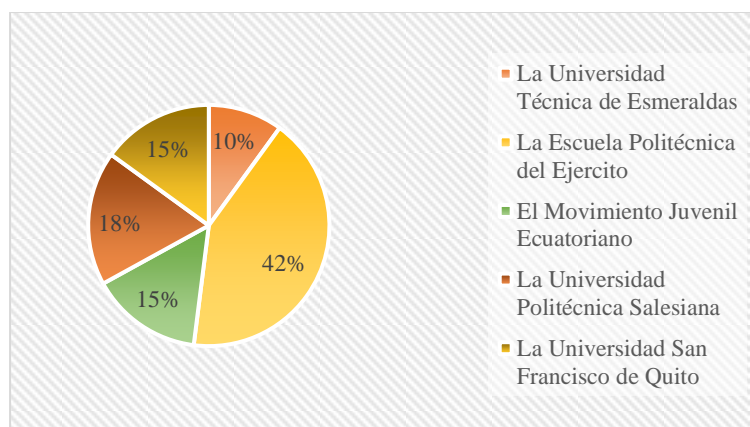
La residencia de la Universidad Técnica de Esmeraldas cuenta con las siguientes instalaciones: comedor (costo adicional), sala de estudios, lavandería, agua caliente. Cada cuarto posee un baño privado y dos o tres escritorios según la capacidad de alumnos del cuarto. Los residentes además cuentan con el libre acceso a las áreas deportivas del campus y pueden hacer uso de la sala de computadoras de la universidad. Debido a que la residencia no está funcionando actualmente no se posee información sobre el número del personal que laboraría para el normal funcionamiento de la residencia.

Cuadro 9 Participación de las residencias en el Ecuador

Residencias	Capacidad (estudiantes)
La Universidad Técnica de Esmeraldas	25
La Escuela Politécnica del Ejercito (ESPE)	110
El Movimiento Juvenil Ecuatoriano	40
La Universidad Politécnica Salesiana	46
La Universidad San Francisco de Quito	40

Elaborado por: Humberto Palma Fuente: internet y visita de campo

Gráfico 11 Participación de las residencias en el Ecuador



Elaborado por: Humberto Palma

Fuente: internet

Lo más importante es que todas las antes mencionadas residencias estuvieron llenas durante todo el año. Aquí no se cuenta la cantidad que podría captar la residencia de la universidad técnica de Esmeraldas debido a que ésta carece de información para sustentarla.

Como dato curioso es que en año 2000 basada por una tesis sustentada de la ESPOL en ese entonces se comparó la cantidad de estudiantes que captaron las residencias en todo el Ecuador (236) con la cantidad de universitarios que estudian fuera de su ciudad, por diversos motivos, la cual el INEC determinó en 29.000 estudiantes para el año 1999, fácilmente se aprecia que existe una gran necesidad y por

tanto una buena oportunidad en cuanto a crear nuevas residencias para alojar a estos estudiantes. Tan solo con esas cifras se puede ver que en el Ecuador no se llegó ni a cubrir el 1% del mercado existente en ese año.

Problemática de las Residencias en Guayaquil

La información y mercadeo de las mismas es casi nula, la consideración de estas como una inversión no importante ha detenido el desarrollo como parte de nuestra cultura el permanecer en una residencia estudiantil mientras se cursan los estudios universitarios apartados de sus hogares.

También existe la ideología por parte de varias universidades de que el estudiante está dispuesto a incomodarse con tal de pertenecer a una importante institución, ha llevado a que se la considere innecesaria. La poca importancia que se le ha dado en el ámbito de país ha provocado que pobremente se investigue respecto a las residencias universitarias lo cual conlleva a que sean pocas las personas que saben que las universidades más importantes del mundo poseen no una, sino varias residencias. Además de no existir un incentivo para desarrollar negocios como la Residencia universitaria con la finalidad de gozar beneficios por parte del estado y del sector turístico como por ejemplo: estar exentos de algún tipo de arancel, tasa o impuesto con la finalidad de atraer al turista.

Competencia Directa

En base al análisis de las residencias universitarias en el Ecuador, se puede indicar que actualmente la residencia universitaria, no tiene un competidor directo, ya que es una empresa líder y pionera en este negocio.

Sin embargo, existen en Guayaquil dos universidades como son: la Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPOL y la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, ambas tienen como proyecto a futuro la creación de una Residencia universitaria, pero esto no representa una fuerte competencia para la Católica, porque nuestra tiene su diferenciación, en cuanto a los excelentes servicios que ofrecerá, la tecnología de punta que maneja y además, el mercado que desea captar son los estudiantes que emigran a Guayaquil para seguir sus estudios superiores en cualquier Universidad, es decir que nuestros residentes van a proceder de diferentes universidades y facultades de la ciudad, obteniendo como ventaja, el intercambio de ideas, opiniones, experiencias y conocimientos.

Por otro lado, el mercado objetivo de las universidades, que tienen como proyecto desarrollar una Residencia universitaria, son los estudiantes foráneos que estudian en esa universidad, representando una participación de mercado pequeña para estas universidades, quedando la mayor parte del mercado para la Residencia universitaria, por lo que nuestro mercado objetivo son estudiantes foráneos procedentes de las diferentes universidades de Guayaquil.

La residencia universitaria Movimiento Juvenil Ecuatoriano, no es una competencia para la Universidad Católica, ya que su mercado está dirigido al género masculino de nivel económico bajo, y el único servicio que les ofrece es alojamiento, ya que los demás servicios los realizan los mismos residentes.

Otro problema que presentan las universidades para construir su residencia universitaria, se origina debido a la carencia de un espacio físico cercano o dentro de su campus donde edificarla, este básicamente es un resultado del problema mencionado anteriormente, ya que no se previó el crecimiento de la institución. Otros importantes obstáculos a los que se enfrentan las instituciones son la falta de recursos económicos, la falta de fuentes de financiamiento y la manera

conservadora como son administradas que no les hace posible un endeudamiento a largo plazo para cubrir los costos de construcción de una residencia universitaria.

Competencia Indirecta

Los productos sustitutos que representan una competencia indirecta para la residencia universitaria, son las viviendas o habitaciones en alquiler de familias extrañas que ofrecen alojamiento a estudiantes pero que conciben el negocio de forma muy artesanal, además de brindar poca seguridad y en algunos casos en cualquier lugar de alojamientos no generan políticas para brindar una confianza absoluta a sus padres diferenciándose de la residencia universitaria de la Católica que sí se concibe la idea de desarrollar a un profesional y compartir con otros estudiantes que van detrás de un mismo objetivo, que es el de graduarse.

Sin embargo, se diferenciará por los servicios de calidad que ofrecerá a sus residentes, es decir la ventaja competitiva que la hace diferente a su competencia y por lo que se la considera un producto líder y pionero en este mercado. Además cabe recalcar que la demanda de estudiantes de provincias es tan alta que propiedad Universidad Católica bajo la Dirección de Comunicación & Marketing en la Unidad de Marketing disponen de un listado de 24 familias Anfitrionas con sus respectivos nombres, teléfonos, dirección, preferencia, costo y hasta servicios que incluyen. Esta misma demanda bien podría la universidad satisfacer dentro de su campus como lo hacen la mayoría de universidades en el extranjero. El listado de las familias anfitrionas se lo adjunta como anexo.

Estas familias anfitrionas se manejan totalmente independiente a la Universidad Católica pero no garantizan los servicios complementarios de una residencia universitaria como por ejemplo área destinada para el estudio, seguridad ni tranquilidad, en muchos

casos existen robo de todo tipo caminando desde las ciudadelas cercanas hasta la Universidad y en otros casos como la familia anfitriona no es regulada por ninguna institución competente como por ejemplo Ministerio de Turismo o de educación no disponen de una estructura organizacional quedando a la deriva temas como si es una estudiante y tiene problemas de alcohol o drogas y eso causa efectos directos en los estudios o en su rendimiento profesional marca mucho la diferencia estar con otros estudiantes que tienen un mismo objetivo en común que es de obtener un título universitario para ser mejor profesional.

CAPÍTULO 3

3. GIRO DEL NEGOCIO Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

3.1. UBICACIÓN DEL PROYECTO HOTEL UNIVERSITARIO

El hotel para estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil podrá funcionar en las mismas instalaciones que tiene. En el socavón tiene un área aproximadamente de 2.400 m². La dirección es Km 1.5 av. Carlos Julio Arosemena.

Figura 3 VISTA SATELITAL DE LAS INSTALACIONES DE LA UCSG



Fuente: googlemaps



Fuente: googlemaps



Fuente: googlemaps



Fuente: website UCGS

3.2. PLAN ESTRATÉGICO

3.2.1. Misión

Somos un apoyo y acompañamiento en el objetivo común de nuestros estudiantes capaz de brindar un hospedaje cómodo con todos los servicios de un hospedaje universitario.

3.2.2. Visión

“Ser el mejor hotel universitario del sector turístico y representativo en lo educativo capaz de ofrecer alojamiento para estudiantes universitarios de nuestra universidad proveniente de provincias y fuera del país”

3.2.3. FODA

Fortalezas

- I. Contar con una infraestructura que dispone de espacio físico en la misma Universidad.
- II. Contar con alianzas estratégicas o líneas de crédito para el sector educativo.
- III. Tener un recurso humano para desarrollar e implementar el proyecto.
- IV. Poseer el nicho de mercado estudiantil que se encuentra estudiando en la misma universidad.

Debilidades

- I. No contar con suficientes parqueos internos para ofrecer un buen servicio.
- II. No contar con un proyecto de asolamiento y ventilación natural ya que en la ubicación propuesta es cerrado por el socavón.
- III. Que el lugar del hotel para estudiantes no es residencial sino comercial y en una avenida transitada lo que puede ocasionar molestar generando tráfico.

Oportunidades

- I. Buscar alianzas estratégicas por medio de este servicio generar ingresos en la Universidad a nivel de estudio universitario.

- II. Realizar convenios estudiantiles y de intercambio con universidades extranjeras que fortalezca el turismo.
- III. Desarrollar otras Residencias universitarias en el sector para ofrecer servicio a profesores de postgrado.

Amenazas

- I. No contar con los permisos adecuados para operar el proyecto en el socavón.
- II. Que en el marco legal determine que la Universidad debe centrar en su know how y no seguir invirtiendo en otras unidades de negocio ya que los estándares son cada vez más exigente en el campo de la educación.

3.2.4. Objetivos

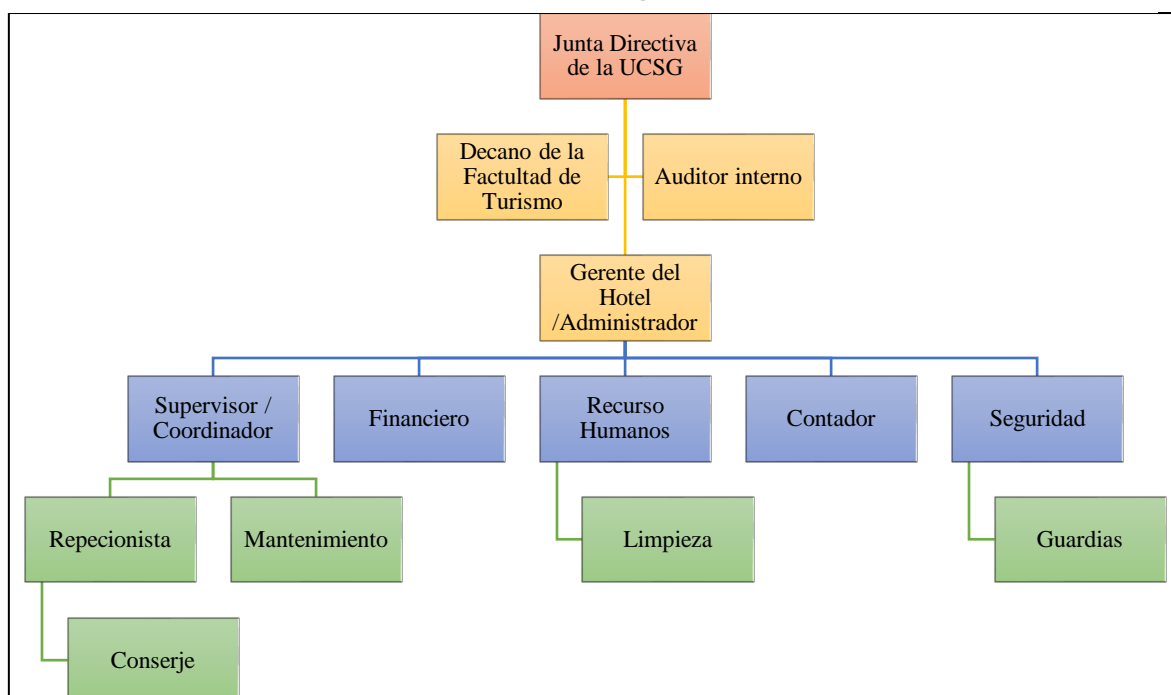
- 1 Emprender el proyecto del hotel universitario en las instalaciones de la Universidad no más que en cinco años.
- 2 Contar con el apoyo de la Junta directiva de la UCSG.
- 3 Contar con su máxima capacidad instalada llena el primer día de la operación.
- 4 Responder en su totalidad a los accionistas, estudiantes y universidad a corto, mediano y largo plazo.

3.2.5. Cultura corporativa

- ✓ Contar con la excelencia a través de la gestión educativa y disciplinada de nuestros servicios.
- ✓ Generar confianza para construir relaciones redituables con el turismo y sector educativo.
- ✓ Enfoque al Cliente y Perspectiva a Largo Plazo
- ✓ Libertad y Responsabilidad

3.2.6. Organigrama

Gráfico 12 Estructura Organizacional



3.2.7. Manual de Funciones

- **ADMINISTRADOR:** responsable de Dirigir los hospedajes, basada en la visión de los directivos y con una buena atención al cliente cumpliendo en todo momento las normas y sus reglamentos.

Funciones Generales.

- Administrar los hospedajes.
- Organizar y encargarse del servicio de la recepción, conserjería y demás departamentos.
- Planear e inspeccionar las tareas de higiene.
- Ejecutar el plan de marketing.
- Perfeccionar la prestación del servicio.
- Cuidar la imagen corporativa.
- Tener una visión de negocio.

EI SUPERVISOR

- Acatará órdenes directas del Administrador.
- Se responsabilizará de establecer el equipo de trabajo.
- Controlará el cumplimiento de las tareas encargadas.
- Solucionará quejas y solicitudes del cliente.
- Declarará informes a los directivos.
- Inspecciona departamentos, habitaciones y demás infraestructura.
- Supervisa los procesos de higiene y limpieza.
- Prestar ayuda técnica y operativa en las habitaciones y áreas comunes.
- Controlará a todos los habitantes y público en general.
- Elaborará planes de emergencia.

RECEPCIÓN:

- Registrar todos los datos de los estudiantes y profesores.
- Fijar las entradas y salidas de los inquilinos.
- Brindar ayuda, información y cooperación tanto a nivel del personal interno como los huéspedes y público en general.
- Proporcionar servicios de recepción-conserjería.
- Atender de manera óptima y con cortesía las llamadas internas y externas.
- Cumplir con una confidencialidad sobre las llamadas e información de los inquilinos.
- Se asegura de que la comunicación emitida o recibida ha llegado a sus destinatarios.
- Ayudar a cumplir el reglamento interno.

FINANCIERO:

- Establece políticas financieras a la residencia universitaria.
- Registra, controla y cobra los consumos por los estudiantes y profesores.
- Presenta los análisis financieros a los accionistas y directivos.
- Responsable de proceso, normas y procedimientos para los pagos y depósitos.

- Controla las finanzas de las unidades de negocio de la residencia universitaria así como también del giro del negocio.

Adicionalmente se recomienda que todos los huéspedes se rijan bajo un reglamento interno del Hotel universitario. De tal manera que cualquier acto indebido sea castigado o separado de dicho hotel. Permitirá poner reglas más estrictas entre los hombres y mujeres y permitirá basarse en normas de convivencia para que el estudiante esté consiente conjuntamente con sus padres y autoridades respectivas.

CAPÍTULO 4

4. PROMOCIÓN DE VENTA Y MARKETING DIRECTO

El sistema de ventas directo consta de dos departamentos que son interdependientes, cada una con su propio proceso a fin de que los vendedores promocionen las ventajas que tiene un residente que decida albergar en la U. Católica, donde la información, persuasión son unos de las tantas técnicas para conseguir el cierre de un contrato. Estos departamentos son: Ventas por Negocios Nacionales, y Ventas por Negocios Internacionales

Además, existirán convenios con Universidades locales de acuerdo al target definido que ofrecerá hospedaje a estudiantes foráneos. También se dispondrá de Centros de Promoción de intercambios para la captación de estudiantes extranjeros.

Para introducción al mercado, se aplicará una fuerza de venta agresiva durante la etapa de construcción del Edificio que consistirá en la contratación de un Jefe de Ventas y cuatro vendedores para realizar la pre-venta del alquiler de las habitaciones a fin de garantizar la colocación de éstas el 90% al inicio de su operación. Los cuatro vendedores laborarán en el 8avo y 9no mes mientras se termina el proceso de construcción del Edificio, de ahí se seleccionará los dos mejores vendedores que laborarán como empleados de planta para mantener activa la estrategia comercial.

A través de alianzas estratégicas con diversos Colegios foráneos, Universidades e Instituciones que trabajen con intercambios estudiantiles (a nivel internacional), se obtendrán conexiones directas con consumidores seleccionados cuidadosamente.

Para establecer el contacto con los padres de familia y sus hijos se hará llegar por correo (electrónico o normal) a cada familia información concreta que permita tomar inmediatamente la decisión de compra. La información se puede hacer llegar con trípticos, publisreportajes de revistas o periódicos de mayor pauta, videos, entre otros.

La campaña de promoción está definida por dos canales. El primero, la creación de un website, en donde los interesados dispondrán de información sobre el hotel de la católica y se incorporará enlaces con las direcciones electrónicas de las Universidades de Guayaquil, portal turístico de la ciudad de Guayaquil, y otros enlaces de interés juvenil.

El sistema de e-marketing tendrá la estrategia B2C a través de la Página Web elaborada en los idiomas: español, inglés y francés. Este brindará toda la información necesaria para que los cibernautas nacionales y extranjeros que lo visiten, se motiven y tenga la disposición de separar una habitación o establecer un contrato de hospedaje preliminar por el primer año e incluso hacer las transacciones a través de tarjeta de crédito internacional (American Express, Visa). El sistema de comercio electrónico tendrá una base de datos de los cibernautas interesados que servirá para hacer seguimiento vía correo electrónico o llamada telefónica, además de tener un buzón de sugerencias y control de número de visitantes a fin de monitorear si las estrategias definidas por este canal es el adecuado. Aprovechando el Internet, se pondrá en línea los 365 días del año, banners publicitarios en las páginas Webs de las Universidades que son las más visitadas por los clientes potenciales y en las agencias de intercambio estudiantiles más conocidas por el medio.

El segundo canal, la promoción directa de dos becas de estudios, una beca por dos años, al residente de mayor rendimiento académico que decida estudiar una maestría en cualquiera de las Universidades de Guayaquil, y la otra beca se sorteará al azar con el objeto de que

todos tengan la oportunidad de ganar. Las becas de estudio se gestionarán por el departamento comercial a la(s) Universidad(es) que está(n) dispuesta(s) apoyar esta gran labor a los profesionales foráneos. La motivación directa a todos los consumidores es la percepción de más ventaja del producto por menos precio, en el cual se basará la estrategia de ventas personales.

CAPÍTULO 5

5. ANÁLISIS FINANCIERO

5.1. Presupuesto

La planeación financiera de este proyecto comprende un período de 10 años 6 meses (6 meses pre-operacionales, 10 años operacionales). Cabe indicar que en la fase pre-operacional existe un período de preventa durante el cual se cobrarán anticipadamente depósitos de garantía por el alquiler de habitaciones y áreas comerciales; así como también se obtendrán ingresos anticipados por el arrendamiento de áreas comerciales (6 meses anticipados) y habitaciones (1 año anticipado a 65 residentes). Es necesario mencionar que estos flujos de efectivos captados en el período de preventa servirán para financiar parte de la inversión inicial.

5.2. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

A continuación se presenta un cuadro resumen de la inversión inicial:

Cuadro 10 INVERSIÓN INICIAL TOTAL

PLAN DE INVERSIONES FASE PREOPERATIVA				
Clase de Activo	Activo Histórico (adquirido)	Sub Total	Total	%
Act Fijo Operativo			\$ 1.661.545,38	100,00%
Terreno	X	\$ 582.000,00		35,03%
Edificio-Obra Civil (Int Preop)		\$ 900.000,00		54,17%
Muebles y Eq de oficina		\$ 179.545,38		10,81%
Act Fijo Adm y Vtas			\$ 124.264,19	100%
Terreno	X	\$ 18.000,00		14,49%
Edificio-Obra Civil(Int Preop)		\$ 100.000,00		80,47%
Muebles y Eq de oficina		\$ 3.664,19		2,95%
Vehículos		\$ -		0,00%
Equipos Computo		\$ 2.600		2,09%
G. Preoperacionales			\$ 120.012,26	100%
G. Constitución Legal	X	\$ 12.671,86		10,56%
Permisos		\$ 1.500,00		1,25%
Marketing y Publicidad		\$ 20.000,00		16,66%
Remuneraciones		\$ 18.962,40		15,80%
Intereses Preop		\$ -		0,00%
G.Invest y desarrollo	X	\$ 64.926,00		54,10%
Movilización		\$ 1.952,00		1,63%
Capital de Trabajo Operativo			\$ 22.547,01	100,00%
Materiales Indirectos		\$ -		0%
Mano de obra directa		\$ -		0,00%
Mano de obra indirecta		\$ -		0,00%
Suministros y servicios		\$ -		0,00%
TOTAL OPERATIVO			\$ -	0,00%
Administración y ventas			\$ 22.547,01	100,00%
G. Administrativos desembolsablesRequerido		\$ 22.547,01		100,00%

Como se puede observar en el **cuadro No. 10** el activo fijo Terreno, ya ha sido aportado por los accionistas por lo cual se consideran como costos hundidos del proyecto. A continuación se realiza una breve descripción de los activos más importantes de la inversión inicial.

- **Terreno**

Universidad Católica es propietaria de un terreno de 2.800 m² el mismo que se encuentra ubicado en las mismas instalaciones de la universidad.

A continuación se presenta las áreas e inversiones en terreno, presentes y futuras, según los bloques habitacionales y áreas.

- **Edificio**

En el siguiente cuadro se muestra los metros cuadrados de construcción e inversión en obra civil según cada bloque habitacional y áreas comunes.

Cuadro 11 INVERSIÓN EDIFICIO SEGÚN BLOQUES Y ÁREAS

TERRENO			
Bloque	Area Imp. (m2)	Costo/m2	Inversión Inicial
Administrativo	250,00	\$ 200,00	\$ 50.000,00
1	250,00	\$ 200,00	\$ 50.000,00
2	250,00	\$ 200,00	\$ 50.000,00
3	250,00	\$ 200,00	\$ 50.000,00
4	250,00	\$ 200,00	\$ 50.000,00
5	250,00	\$ 200,00	\$ 50.000,00
Subtotal Edificios:	1500,00		\$ 300.000,00
Áreas verdes	800,00	\$ 200,00	\$ 160.000,00
Estacionamiento	400,00	\$ 200,00	\$ 80.000,00
Caminerías	200,00	\$ 200,00	\$ 40.000,00
espejo de agua	100,00	\$ 200,00	\$ 20.000,00
Subtotal Áreas Com.:	1500,00		\$ 300.000,00
Total	3000,00		\$ 600.000,00

Elaboración: Humberto Palma

En el **cuadro No. 11** contiene la información del área implantada por cada bloque con su respectivo costo en m2 dando un total del terreno en USD \$600.000 como aporte de los accionistas que se refleja como un activo histórico ya que le pertenece a la U. Católica. En el **cuadro No. 12** muestra la capacidad instalada (habitaciones) según cada bloque habitacional totalizando 90 habitaciones para una capacidad de 180 estudiantes, cada habitación dos estudiantes.

Cuadro 12 CAPACIDAD INSTALADA SEGÚN BLOQUES HABITACIONALES

DETALLES GENERALES CAPACIDAD INSTALADA			
Bloque habitacional	No. Habitaciones	Estudiantes x Hab	Plazas Totales Disp.
1	18	2	36
2	18	2	36
3	18	2	36
4	18	2	36
5	18	2	36
Total	90		180

Elaboración: Humberto Palma

Adicionalmente, se ofrecerá servicios complementarios como: transporte, restaurante, lavandería, papelería, copiadora y gimnasio, los mismos que serán concesionados a empresas con experiencia en el mercado como en la actualidad la U. Católica tiene con otras empresas dentro de campus. A continuación se presenta la ubicación y áreas de los locales concesionados que prestarán los servicios antes citados.

Cuadro 13 UBICACIÓN Y ÁREAS OCUPADAS POR LOCALES COMERCIALES CONCESIONADOS

PARÁMETROS DE PROYECCIÓN					
Local/Negocio	m2	Precio / m2	Vigencia (Años)	% Contado	% Credito
Restaurant	167	\$ 30	4	50%	50%
Gimnasio	72	\$ 30	4	50%	50%
Papelería	14,5	\$ 30	4	50%	50%
Lavandería	14,5	\$ 40	4	50%	50%
Copiadora	2	\$ 30	4	50%	50%

Elaboración: Humberto Palma

- **Muebles y Equipos de Oficina**

En el **Anexo 3** se muestra detalle del presupuesto de inversión en muebles y equipos de oficina.

- **Gasto Pre-operacional en Remuneraciones**

La fase pre-operacional (mes 1/15 – mes 6/15) ha sido clasificada en:

- Fase Preventa No.1: mes 1/2015 a mes 3/2015
- Fase Preventa No.2: mes 4/2015 a mes 6/2015

La fase de *preventa # 1* se caracterizará porque habrá un gran esfuerzo de marketing y personal de ventas para captar los ingresos pre-operativo que financiarán parte de la inversión inicial. Por tal razón se ha decidido en el presupuesto que se contará con dos vendedores en esta fase. En la fase de *preventa #2*, se contará con dos vendedores dado que en este período se captará principalmente los ingresos pre-operativos.

- **Intereses Pre-operativos**

Corresponden a las cuotas de intereses que se causan y se pagan durante el período pre-operacional producto del préstamo de USD \$ 1'000.000 a la CFN. Los gastos financieros pre-operacionales se consideran un activo diferido amortizable a 5 años. En la tabla de amortización presentada en la sección de gastos financieros se puede observar los intereses causados en fase pre-operacional.

- **Gasto pre-operacional en publicidad**

El detalle del programa de publicidad pre-operacional se observa en el plan de ventas y marketing.

- **Capital de Trabajo**

Consiste en el efectivo que debe disponer para cubrir sus costos de producción, gastos administrativos y de ventas desembolsables generados durante los primeros 90 días de operaciones.

Cuadro 14 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
	MES 1- MES 6
Presupuesto Costo Producción	\$ -
Presupuesto G. Adm y Vtas	\$ 45.094,02
Ciclo de Caja(días)	90
Capital de Trabajo Inicial	\$ 22.547,01
Días por mes	30
Meses 2013	6
No Días totales presup	180

Elaboración: Humberto Palma

- **Fuentes de Financiamiento**

La inversión inicial total del proyecto será financiada según se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 15 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN INICIAL REQUERIDA	ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO						
	RECURSOS PROPIOS				RECURSOS EXTERNOS		
	Aportes Accionistas	Pre-Venta	Subtotal	Crédito CFN	Proveedores	Subtotal	
Terreno*	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00			\$ -	
Edificio-Obra Civil	\$ 1.000.000		\$ -	\$ 1.000.000		\$ 1.000.000	
Muebles y Eq de oficina	\$ 183.209,57		\$ -		\$ 183.209,57	\$ 183.209,57	
Equipos Computo*	\$ 2.600	\$ 2.600	\$ 2.600			\$ -	
G. Constitución Legal*	\$ 12.671,86	\$ 12.671,86	\$ -	\$ 12.671,86		\$ -	
Permisos	\$ 1.500,00	\$ 1.500	\$ 1.500			\$ -	
MKT y Publicidad Preop.	\$ 20.000,00		\$ 20.000	\$ 20.000		\$ -	
Remuneraciones	\$ 18.962,40		\$ 18.962,40	\$ 18.962,40		\$ -	
Int Preoperativos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	
G. Investigación*	\$ 64.926	\$ 64.926	\$ -	\$ 64.926		\$ -	
Movilización	\$ 1.952		\$ 1.952	\$ 1.952		\$ -	
Capital Trabajo	\$ 22.547,01	\$ 24.027,19	\$ -1.480,18	\$ 22.547,01		\$ -	
TOTAL	\$ 1.928.368,84	\$ 705.725,05	\$ 39.434,22	\$ 745.159,27	\$ 1.000.000	\$ 183.209,57	\$ 1.183.209,57
% Financiamiento	100,00%	36,60%	2,04%	38,64%	51,86%	9,50%	61%

* Inversiones históricas de la U. Católica

Elaboración: Humberto Palma

El **cuadro No. 15** contempla la inversión total del proyecto; sin embargo, es meritorio considerar que las condiciones de crédito exigen 70% de la productividad, por lo tanto si cumple con las condiciones básicas para el crédito.

De igual manera los muebles, equipos de oficina, enseres y demás activos fijos relacionados con el número total de

habitaciones se reducirán proporcionalmente hasta cubrir la demanda máxima (90%) como un escenario optimista.

Como consecuencia, el ahorro generado de lo antedicho, permitirá destinar efectivo para Capital de Trabajo y Activo Fijo de las habitaciones estimadas al inicio de las operaciones. Cabe resaltar que el proyecto será concluido con el soporte de los Ingresos generados por el giro del negocio durante los primeros años y la Pre-venta de las habitaciones restantes. En lo concerniente a los recursos externos, se obtendrán USD \$1'000.000,00 de un préstamo a la CFN en las siguientes condiciones financieras:

Cuadro 16 CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO

PRESTAMO CFN (Desembolso No.1)		
(CUOTA DECRECIENTE, ABONO CAPITAL CONSTANTE)		
Monto	\$ 1.000.000	USD \$
Plazo	10	AÑOS
i%	9,98%	INTERÉS
Tipo Cuotas	90	DÍAS
Cuotas de Gracia	8	2 años
No. Cuotas Total	40	
No. Pagos Capital	32	PAGOS
Capital Constante	\$ 31.250	

Elaboración: Humberto Palma

Estas condiciones crediticias servirán para proyectar los gastos financieros y así poder elaborar los estados financieros pro forma.

Programa y calendario de inversiones

Las inversiones en mantenimiento de locales comerciales y habitaciones se realizarán cada 4 años gracias al aporte de los depósitos en garantía de los inquilinos, de éste ingreso, el 80% está calculado.

Ventas del Proyecto

Política de cobros, pagos y existencias

Debido a la naturaleza del negocio (servicios) sólo se contará con política de cobro y de pago a proveedores.

Cuadro 17 POLÍTICA DE COBROS, PAGOS Y OTROS

POLÍTICA DE COBROS, EXISTENCIAS Y FACTOR DE CAJA	
Detalle	No. Días
Días Promedio Cobro	30
Días promedio Pago	45
Ciclo de Caja	15
Período amortización Act Dif (Años)	5
Factor Caja (Cap Trab Inicial)	90

Elaboración: Humberto Palma

Como puede observarse en el **cuadro No.17**, el ciclo de caja normalmente será 20 días, pero para el cálculo del capital de trabajo inicial se ha considerado una cifra conservadora de 90 días de financiamiento.

Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos

Depreciaciones

Las depreciaciones de activos fijos han sido calculadas en base al método de línea recta y considerando la vida útil estipulada en la Ley de Régimen Tributario Interno. Aproximadamente se depreciará un total superior a USD \$ 1`000.000 durante 10 años, considerando que aquellos activos que han perdido su vida útil durante la operación del proyecto, vuelvan a ser adquiridos sin llegar a alterar el valor calculado originalmente.

Cuadro 18 PARÁMETROS DE DEPRECIACIÓN

Act Fijo	AREA OPERATIVA				AREA ADMINISTRATIVA			
	Valor Depreciable	Vida Util (Años)	Dep Mensual	Dep Anual	Valor Depreciable	Vida Util (Años)	Dep Mensual	Dep Anual
Edificio-Obra Civil	\$ 900.000,00	50	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 100.000,00	50	\$ 166,67	\$ 2.000,00
Muebles y Eq de oficina	\$ 179.545,38	10	\$ 1.496,21	\$ 17.954,54	\$ 3.664,19	10	\$ 30,53	\$ 366,42
Vehículos		5	\$ -	\$ -	\$ -	5	\$ -	\$ -
Equipos Computo		3	\$ -	\$ -	\$ 2.600,00	3	\$ 72,22	\$ 866,67

Elaboración: Humberto Palma

En los anexos del capítulo financiero se detalla en la hoja de depreciaciones de activos iniciales. Por otra parte, contablemente el edificio podría depreciarse en 10 años en adelante sin embargo, se propone que exista un valor de reinversión en el edificio es decir, no se devuelve el 100% de los depósitos de garantía debido a que hay que subsanar cualquier daño o deterioro por el uso de las instalaciones. En pocas palabras el bien inmueble va a mejorarse en un lapso de largo plazo.

Adicionalmente, desde un punto de vista financiero existen los edificios de las facultades de la propia universidad que llevan más de 50 años por lo tanto a nivel contable se justifica y a nivel de la realidad sabemos que este proyecto no es a corto plazo por lo tanto, se prevé considerarlo a ese tiempo comúnmente el giro del negocio lo permite por su perpetuidad recordemos que las universidades cuentan con un promedio de esa edad.

Amortizaciones

Las amortizaciones de los activos diferidos (gastos pre-operacionales) han sido calculadas considerando un período de vida útil de 5 años.

Cuadro 19 Amortizaciones

	Valor Amortizable	Vida Util (Años)	Amortización Mensual	Amortización Anual
G. Preoperacionales	\$ 120.012,26	1	\$ 10.001,02	\$ 120.012,26

Se ha calculado que la amortización mensual en el área productiva es de USD \$10.001,02, con un total amortizado anualmente: USD \$ 120.012,26

Programa de producción y ventas

Se tendrá como actividad principal en su bloque norte, dar en alquiler habitaciones a estudiantes universitarios de provincias, extranjeros y de la ciudad de Guayaquil. En base a lo expuesto anteriormente, se generarán ingresos operacionales (ventas) por 5 tipos de actividades clasificadas de la siguiente forma:

- Alquiler de habitaciones
- Cuotas de mantenimiento anual
- Alquiler de áreas comerciales
- Alícuotas de áreas comerciales
- Depósitos en Garantía (cada cuatro años)

A continuación se explica los principales parámetros de proyección de ingresos operativos.

Alquiler de habitaciones

En el siguiente cuadro se presenta los principales parámetros de proyección de los ingresos por alquiler de habitaciones.

Cuadro 20 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALQUILER HABITACIONES

Parámetros de Proyección de Ingresos	
No. Habitaciones Totales	90
# Est. X habitación	2
Crec Cap Instalada	0%
Capac. Instalada (Est)	180
% Capac Aprovechada	85%
Plazas Alquiladas	153
Alquiler mensual estudiante	\$ 300
Total ingreso x alquiler mensual	\$ 45.900
Total ingreso x alquiler anual	\$ 550.800

En el **cuadro No. 20** se detalla los parámetros o condiciones de las proyecciones de las habitaciones a alquilar. Cabe indicar que se ha asumido que el 90% de capacidad aprovechada y los precios de alquiler permanecen constantes a lo largo de la proyección. (Flujos Constantes)

En el **cuadro No. 21** a continuación se muestra los ingresos de preventa considerando un determinado número basándose que en la fase de pre-operación es decir la fase donde se construye el edificio los vendedores tendrán que concretar la venta y como incentivo se obtiene un 5% de descuento por ingreso anticipado.

Cuadro 21 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALQUILER DE PREVENTA

INGRESOS PREVENTA	
No. Meses a facturar	2
Período a facturar	
Objetivo preventa	69%
No. Estudiantes	124
No. habitaciones	62
1era Cuota	50%
2da Cuota	50%
Alquiler mensual	\$ 300,00
% Dscto	5,00%
Alquiler con descuento	\$ 285,00
Ing Preventa facturado	\$ 70.680,00

Elaboración: Humberto Palma

Política de cobro. - Los cánones de alquiler serán cobrados al vencimiento de cada mes de contado a continuación la forma de cobro se refleja en el **cuadro N.22**

Cuadro 22 POLÍTICA DE COBRO, EXISTENCIAS Y FACTOR DE CAJA

POLÍTICA DE COBROS, EXISTENCIAS Y FACTOR DE CAJA	
Detalle	No. Dias
Días Promedio Cobro	30
Días promedio Pago	45
Ciclo de Caja	15
Período amortización Act Dif (Años)	5
Factor Caja (Cap Trab Inicial)	90

Elaboración: Humberto Palma

➤ **Cuotas de mantenimiento anual**

Consiste en cobrar al inicio de cada año el 11% del canon de arrendamiento mensual (USD \$300) para que los residentes aporten al mantenimiento de áreas de circulación común. *Política de cobro.* Las cuotas de mantenimiento anual son cobradas de contado en enero de cada año y tienen una vigencia anual.

Cuadro 23 PARÁMETROS DE INGRESOS POR CUOTA DE MANTENIMIENTO ANUAL

% Cuota Mant anual	11%
Matrícula anual	\$ 33

Elaboración: Humberto Palma

Depósitos en Garantía estudiantes

Los depósitos en garantía consisten en cobrar a los estudiantes 2 meses de alquiler anticipados cada 4 años. Los depósitos en garantía servirán para hacer inversiones en mantenimiento de habitaciones. Es importante recalcar que los depósitos de garantía representan únicamente una entrada de efectivo más no un ingreso causado, ya que el 20% de los depósitos serán devueltos a los estudiantes residentes cada 4 años y el 80% será reinvertido en mantenimiento de las habitaciones con la misma periodicidad (4 años). Por tal razón los depósitos de garantía únicamente aparecen en el flujo de caja y no en el estado de resultados proyectado.

Cuadro 24 PARÁMETROS DE INGRESOS POR DEPÓSITOS EN GARANTÍA

PARÁMETROS DE DEPÓSITOS		
Alquiler mensual	\$ 300	
Valor	2	meses
Vigencia	4	años
% Devol. Est	20%	después 4 años
% Reinversión adecuación	80%	después 4 años
# Plazas cobrar depósito	153	
Total a cobrar	\$ 91.800	
Total a reinvertir	\$ 73.440	
Total a devolver	\$ 18.360	
Forma de cobro	Contado	cada 4 años

Elaboración: Humberto Palma

Ingresos por Alquiler de Áreas Comerciales

El proyecto se caracteriza por complementar de manera efectiva la vida estudiantil en todos los sentidos, por ende, los edificios poseerán áreas comerciales como restaurante, papelería, copiadora, lavandería y gimnasio. Estos servicios serán concesionados, cobrándoseles por el área ocupada en metros cuadrados. En el siguiente cuadro se detalla el espacio de las áreas comerciales.

Cuadro 25 ESPACIO CONCESIONADO POR NEGOCIO

Servicios	Alq Mensual	No.m2
Transporte*	\$ 2.500	
Restaurante	\$ 2.000	167
Lavandería	\$ 600	14,5
Papelería	\$ 500	14,5
Copiadora	\$ 300	2
Gimnasio	\$ 500	72
Total	\$ 6.400	270

Elaboración: Humberto Palma

También se ha calculado que el 70% de la capacidad para los locales es concesionada, obteniendo los siguientes parámetros de productividad e ingresos.

Cuadro 26 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALQUILER DE ÁREAS COMERCIALES

INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018
Ing Mensuales	\$ 6.400	\$ 6.400	\$ 6.400	\$ 6.400	\$ 6.400
No. Meses Cobrados	12	12	12	12	12
Ing Periodo	\$ 76.800	\$ 76.800	\$ 76.800	\$ 76.800	\$ 76.800

Elaboración: Humberto Palma

Ingresos por Alícuotas en las Áreas Comerciales

Adicionalmente se cobrará un valor a los locales por el mantenimiento del espacio concesionado, el mismo que se detalla de la siguiente manera:

Cuadro 27 PARÁMETROS DE INGRESOS POR ALÍCUOTA EN ÁREAS COMERCIALES

Alícuotas	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneración	\$ 28.560	\$ 28.560	\$ 28.560	\$ 28.560	\$ 28.560
Servicios Básicos	\$ 6.360,00	\$ 8.280,00	\$ 8.280,00	\$ 8.280,00	\$ 8.280,00
Total	\$ 34.920,00	\$ 36.840,00	\$ 36.840,00	\$ 36.840,00	\$ 36.840,00

Elaboración: Humberto Palma

El resumen de los ingresos está detallado en los *anexos 6 y 7* para los próximos 10 años de vida del proyecto.

Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta

Materiales indirectos.- corresponden a los materiales de limpieza y sanitarios que deberán adquirirse mensualmente para ofrecer una mayor comodidad a nuestros residentes.

Cuadro 28 COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS POR AÑO

CANECAS, LITROS O SACOS	
Limpieza	Costo Unitario
Desinfectante (Caneca)	\$ 60
Cloro (Litro)	\$ 1
Detergentes (sacos 100lb)	\$ 12
Cera (Kilo)	\$ 7
Promedio	\$ 20

Elaboración: Humberto Palma

Limpieza	TOTAL AÑO 0	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Desinfectante		\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880
Cloretol		\$ 96	\$ 96	\$ 96	\$ 96	\$ 96	\$ 96	\$ 96	\$ 96	\$ 96	\$ 96
Detergentes		\$ 288	\$ 288	\$ 288	\$ 288	\$ 288	\$ 288	\$ 288	\$ 288	\$ 288	\$ 288
Cera		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total		\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264	\$ 3.264

Elaboración: Humberto Palma

LITROS O UNIDADES		TOTAL AÑO 0	FASE OPERACIONAL									
Sanitarios	Costo Unitario		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jabones (Lt)	\$ 5,00		36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Papel higiénico (Unid)	\$ 0,45		384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Aromatizantes(unid)	\$ 5,00		144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
Alcohol(Lt)	\$ 8,00		8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Trapeadores (unid)	\$ 2,00		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Franelas(m)	\$ 2,00		8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
PROMEDIO	\$ 3,74											

Elaboración: Humberto Palma

Suministros y servicios

Corresponde al costo que incurre por los servicios básicos y de televisión pagada consumidos por los estudiantes arrendatarios. Es importante señalar que se ha estimado un consumo mensual de agua, luz y teléfono por habitación de la siguiente forma:

Cuadro 29 COSTO DE SUMINISTROS Y SERVICIOS

Suministro/ Servicio por Estudiante	
AGUA	
Costo mensual	\$ 5
No. Meses	
Costo período	
LUZ	
Costo mensual	\$ 20
No. Meses	
Costo período	
TELÉFONO	
Costo mensual	
No. Meses	
Costo período	
TELEVISIÓN PAGADA	
Costo mensual	\$ 3
No. Meses	
Costo período	
TOTAL	

Elaboración: Humberto Palma

Cabe mencionar que dentro del precio por alquiler de habitación que es de USD \$300 incluye costo mensual del agua potable, costo prorrateado de luz y televisión pagada. El servicio telefónico estará disponible en cabinas o en recepción.

Adicionalmente, habilitará siete extensiones telefónicas para ofrecer comunicación a sus inquilinos, con una tarifa de \$ 40 por mes en cada extensión. Finalmente, todo el complejo residencial brindará servicio de televisión pagada o por cable a un costo anual de \$ 590,00. Los cálculos y proyecciones de suministros y servicios se detallan en los anexos 8 y 9.

Mano de Obra Directa

La mano de obra directa es el gasto en remuneraciones que deberá incurrirse en el personal de atención directa al cliente. Los parámetros y presupuesto del costo de mano de obra directa se reflejan en el siguiente cuadro.

Cuadro 30 COSTO MANO DE OBRA DIRECTA

Cargo	No. Personal	Sueldo mensual Unitario	Total Remuneración Mes	Sueldos Anual	Benef. Sociales	Remuneración Total Anual
Coordinador - Supervisor	1	600	\$ 600	\$ 7.200	40%	\$ 10.080
Recepcionista	2	350	\$ 700	\$ 8.400	40%	\$ 11.760
Total	3		\$ 1.300	\$ 15.600,00		\$ 21.840

Elaboración: Humberto Palma

Mano de Obra Indirecta

La mano de obra indirecta consiste en el costo de las remuneraciones del personal de limpieza y seguridad. Consiste en el personal que presta servicios complementarios para contribuir a la comodidad del cliente. A continuación se presenta los parámetros y presupuesto del costo de mano de obra indirecta durante el período de proyección.

Cuadro 31 COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA

Cargo	No. Personal	Sueldo mensual Unitario	Total Remuneración Mes	Sueldos Anual	Benef. Sociales	Remuneración Total Anual
Limpieza	2	500	\$ 1.000	\$ 12.000	40%	\$ 16.800
Seguridad	3	800	\$ 2.400	\$ 28.800	40%	\$ 40.320
Total	5		\$ 3.400	\$ 40.800		\$ 57.120

Elaboración: Humberto Palma

Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.

Gastos de Administración.- los gastos administrativos están conformados por costos desembolsables y contables (depreciaciones y amortizaciones). Cabe indicar que los gastos administrativos son costos fijos del proyecto. Los gastos administrativos están compuestos por los siguientes rubros:

Remuneraciones

Corresponde al gasto en sueldos y beneficios sociales del siguiente personal:

Cuadro 32 REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO

Cargo	No. Personal	Sueldo mensual Unitario	Total Remuneración Mes	Sueldos Anual	Beneficios Sociales	Remuneración Total Anual
Administrador	1	\$ 1.800	\$ 1.800,00	\$ 21.600	40%	\$ 30.240
Financiero	1	\$ 700	\$ 700,00	\$ 8.400	40%	\$ 11.760
Recursos Humanos	1	\$ 700	\$ 700,00	\$ 8.400	40%	\$ 11.760
Contador	1	\$ 700	\$ 700,00	\$ 8.400	40%	\$ 11.760
Seguridad	1	\$ 900	\$ 900,00	\$ 10.800	40%	\$ 15.120
Total	5		\$ 4.800,00	\$ 57.600		\$ 80.640

Elaboración: Humberto Palma

Cuadro 33 REMUNERACIONES FIJAS DEL PERSONAL DE VENTAS FASE No.1 PREOPERACIONAL y FASE No. 2 OPERACIONAL

	Periodo Pre-Operacional						
	# Personal	Tarifa Base Mensual	Tarifa Variable	Total Variable	# Meses	Total por los 6 meses	Total Mensual
Jefe de Ventas	1	\$ 400	1,50%	\$ 1.060,20	6	\$ 8.761,20	\$ 1.460,20
Vendedores	2	\$ 320	1,50%	\$ 1.060,20	6	\$ 10.201,20	\$ 1.700,20
TOTAL FASE PREVENTA # 1						\$ 18.962,40	\$ 3.160,40

	Fase Operacional						
	# Personal	Tarifa Base Mensual	Tarifa Variable	Total Variable	# Meses	Total por los 6 meses	Total Mensual
Jefe de Ventas	1	\$ 1.300	1,50%		6	\$ 7.800,00	\$ 1.300,00
Vendedores		700	1,50%		6	\$ -	\$ -
TOTAL FASE PREVENTA # 1						\$ 7.800,00	\$ 1.300,00

Elaboración: Humberto Palma

- **Útiles de Oficina**

Cuadro 34 GASTO ANUAL EN ÚTILES DE OFICINA

UTILES DE OFICINA										
	FASE OPERACIONAL									
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto Mensual	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
No. Meses	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12
Total Período	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600

Elaboración: Humberto Palma

- **Internet**

Cuadro 35 GASTO EN INTERNET

INTERNET										
	FASE OPERACIONAL									
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Internet										
Gasto mensual	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
No. Meses	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
TOTAL	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480

Elaboración: Humberto Palma

- **Gastos de Ventas**

Los gastos de ventas son de naturaleza desembolsable. Sin embargo, por la naturaleza del negocio, se delegará este rubro a empresas de bienes raíces durante la fase operacional para ser la fuerza de ventas, por lo tanto, todos los gastos de venta son variables (comisiones y publicidad) o también a vendedores con experiencia en bienes raíces.

- **Comisiones**

Se reconocerán comisiones del 1,5% sobre los ingresos de alquiler de habitaciones en el periodo de la fase pre-operacional y operacional. Este rubro es considerado un costo variable del proyecto, sin embargo se estima que el valor anual en gasto por comisiones están entre USD \$1.060,20 mensuales aproximadamente y en los seis meses un valor de USD \$8.761,20 para el Jefe de ventas y USD \$10.201,20 para los vendedores. (El detalle y los valores exactos se encuentran en el *anexo 12 Gastos de Ventas*).

- **Publicidad**

Dada la naturaleza del negocio, los mejores canales publicitarios para difundir el servicio son las estaciones radiales, estimando el 1% sobre el total de ventas y un gasto en la fase pre-operativa por un presupuesto asignado de USD \$20.000,00 y en la fase operativa USD \$5.508,00 anuales, haciendo énfasis en las temporadas previas a los registros trimestrales o semestrales de las universidades.

- **Transporte**

Consiste en el gasto de movilización del personal de ventas, siendo de USD \$ 250,00 para cada vendedor. Representando un gasto anual de \$6.000 por concepto de movilización para el personal de la fuerza de ventas.

- **Imprevistos**

El valor estimado del rubro imprevisto es del 1% tal como se muestra en el siguiente cuadro No. 4.23. El detalle de otros Gastos y Costos del Proyecto está contemplado junto a sus proyecciones anuales en el *anexo 12 Resumen de Costos y Gastos*.

Cuadro 36 GASTO ANUAL DE IMPREVISTOS

	Fase Operacional					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sub Total G Vtas	\$ 23.108	\$ 23.108	\$ 23.108	\$ 23.108	\$ 23.108	\$ 23.108
Imprevistos	\$ 231,08	\$ 231,08	\$ 231,08	\$ 231,08	\$ 231,08	\$ 231,08

Elaboración: Humberto Palma

- **Gastos Financieros**

Consiste en los intereses generados del préstamo a la CFN bajo las siguientes condiciones financieras.

Cuadro 37 Gastos Financieros

PRESTAMO CFN (Desembolso No.1)		
(CUOTA DECRECIENTE, ABONO CAPITAL CONSTANTE)		
Monto	\$ 1.000.000	USD \$
Plazo	10	AÑOS
i%	9,98%	INTERÉS
Tipo Cuotas	90	DÍAS
Cuotas de Gracia	8	2 años
No. Cuotas Total	40	
No. Pagos Capital	32	PAGOS
Capital Constante	\$ 31.250	

Elaboración: Humberto Palma

A continuación se presenta las tablas de amortización del préstamo de la CFN recibido en cuatro desembolsos.

Cuadro 38 TABLA DE AMORTIZACIÓN PRESTAMO CFN

PERIODO (TRIMESTRE)	CAPITAL PAGADO	INTERÉS PAGADO	DIVIDENDO	SALDO DE CAPITAL
0				\$ 1.000.000
1		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
2		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
3		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
4		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
5		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
6		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
7		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
8		\$ 24.950	\$ 24.950,00	\$ 1.000.000
9	\$ 31.250	\$ 24.950	\$ 56.200,00	\$ 968.750
10	\$ 31.250	\$ 24.170	\$ 55.420,31	\$ 937.500
11	\$ 31.250	\$ 23.391	\$ 54.640,63	\$ 906.250
12	\$ 31.250	\$ 22.611	\$ 53.860,94	\$ 875.000
13	\$ 31.250	\$ 21.831	\$ 53.081,25	\$ 843.750
14	\$ 31.250	\$ 21.052	\$ 52.301,56	\$ 812.500
15	\$ 31.250	\$ 20.272	\$ 51.521,88	\$ 781.250
16	\$ 31.250	\$ 19.492	\$ 50.742,19	\$ 750.000
17	\$ 31.250	\$ 18.713	\$ 49.962,50	\$ 718.750
18	\$ 31.250	\$ 17.933	\$ 49.182,81	\$ 687.500
19	\$ 31.250	\$ 17.153	\$ 48.403,13	\$ 656.250
20	\$ 31.250	\$ 16.373	\$ 47.623,44	\$ 625.000
21	\$ 31.250	\$ 15.594	\$ 46.843,75	\$ 593.750
22	\$ 31.250	\$ 14.814	\$ 46.064,06	\$ 562.500
23	\$ 31.250	\$ 14.034	\$ 45.284,38	\$ 531.250
24	\$ 31.250	\$ 13.255	\$ 44.504,69	\$ 500.000
25	\$ 31.250	\$ 12.475	\$ 43.725,00	\$ 468.750
26	\$ 31.250	\$ 11.695	\$ 42.945,31	\$ 437.500
27	\$ 31.250	\$ 10.916	\$ 42.165,63	\$ 406.250
28	\$ 31.250	\$ 10.136	\$ 41.385,94	\$ 375.000
29	\$ 31.250	\$ 9.356	\$ 40.606,25	\$ 343.750
30	\$ 31.250	\$ 8.577	\$ 39.826,56	\$ 312.500
31	\$ 31.250	\$ 7.797	\$ 39.046,88	\$ 281.250
32	\$ 31.250	\$ 7.017	\$ 38.267,19	\$ 250.000
33	\$ 31.250	\$ 6.238	\$ 37.487,50	\$ 218.750
34	\$ 31.250	\$ 5.458	\$ 36.707,81	\$ 187.500
35	\$ 31.250	\$ 4.678	\$ 35.928,13	\$ 156.250
36	\$ 31.250	\$ 3.898	\$ 35.148,44	\$ 125.000
37	\$ 31.250	\$ 3.119	\$ 34.368,75	\$ 93.750
38	\$ 31.250	\$ 2.339	\$ 33.589,06	\$ 62.500
39	\$ 31.250	\$ 1.559	\$ 32.809,38	\$ 31.250
40	\$ 31.250	\$ 780	\$ 32.029,69	\$ -
TOTAL	\$ 1.000.000,00	\$611.275,00	\$1.611.275,00	

Elaboración: Humberto Palma

Capital de trabajo

La inversión inicial en capital de trabajo ha sido calculada considerando un ciclo de caja de 90 días (para mayor seguridad) y el presupuesto de costos desembolsables de producción, administrativo y ventas del periodo. En base a los presupuestos de costos de producción, administrativo y de ventas se han estimado las necesidades diarias de capital de trabajo.

Cuadro 39 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

CAPITAL DE TRABAJO	
	MES 1- MES 6
Presupuesto Costo Producción	\$ -
Presupuesto G. Adm y Vtas	\$ 45.094,02
Ciclo de Caja(días)	90
Capital de Trabajo Inicial	\$ 22.547,01
Días por mes	30
Meses 2013	6
No Días totales presup	180

Elaboración: Humberto Palma

PLANEACIÓN FINANCIERA

Flujo de caja proyectado (comparativo con y sin financiamiento)

En el anexo 18 Flujo de caja proyectado con financiamiento y flujo de caja proyectado sin financiamiento se muestran el flujo neto a precio constante y el flujo de caja acumulativo.

Detalle de las proyecciones de ingresos (ventas proyectadas)

Los ingresos proyectados de ventas provendrán de las siguientes fuentes:

- Alquiler de habitaciones a estudiantes residentes
- Cuotas de mantenimiento anual
- Alquiler o concesión de áreas comerciales
- Alícuotas de áreas comerciales
- Depósitos en garantías (80% del valor de un mes, cada 4 años)

En el anexo 6 se detallan los ingresos mencionados en el párrafo anterior.

Estado de pérdidas y ganancias

En el Anexo 13 se muestra el estado de resultados proyectado a 10 años.

Balance general

En el Anexo 15 se muestra el balance general proforma.

Evaluación del proyecto

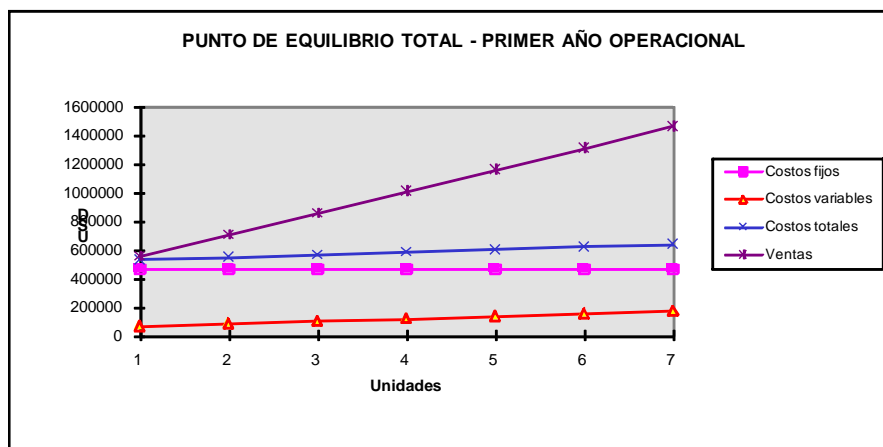
Principales criterios de evaluación

- ✓ En el **Anexo A** puede observarse el flujo de caja de rentabilidad del proyecto.
- ✓ La TIR del proyecto asciende a **26,49%**.
- ✓ La VAN es de USD \$ **\$1.394.161,00**
- ✓ El periodo de recuperación **4 años 8 meses**

Punto de equilibrio

En el siguiente cuadro se muestra la estructura de costos fijos, costos variables, ventas y resultados de punto de equilibrio durante los primeros 5 períodos del proyecto.

Cuadro 40 PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaboración: Humberto Palma

Como puede observarse en el **cuadro No.40**, en todos los períodos se proyectan ventas por encima del punto de equilibrio lo cual refleja poco

riesgo operativo. En el **cuadro No.41**, los % Punto de Equilibrio siguen una tendencia decreciente lo cual significa que los márgenes de seguridad del proyecto van en secuencia creciente indicando menor riesgo para el proyecto.

Cuadro 41 DETALLE DE PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Rubro	Tipo de Costo	Año				
		2014	2015	2016	2017	2018
MOD (Enf y Recep)	Variable	\$ -	\$ 11.760,00	\$ 11.760,00	\$ 11.760,00	\$ 11.760,00
Materiales directos	Variable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros y servicios	Variable	\$ -	\$ 50.490,00	\$ 50.490,00	\$ 50.490,00	\$ 50.490,00
Comisiones (Vtas)	Variable					
Publicidad (Vtas)	Variable	\$ 20.000,00	\$ 5.508,00	\$ 5.508,00	\$ 5.508,00	\$ 5.508,00
TOTAL		\$ 20.000,00	\$ 67.758,00	\$ 67.758,00	\$ 67.758,00	\$ 67.758,00
MOD (Coord Res)	Fijo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de obra indirecta	Fijo	\$ -	\$ 57.120,00	\$ 57.120,00	\$ 57.120,00	\$ 57.120,00
Materiales indirectos	Fijo	\$ -	\$ 4.416,80	\$ 4.416,80	\$ 4.416,80	\$ 4.416,80
Depreciaciones (Operativas)	Fijo	\$ -	\$ 35.954,54	\$ 35.954,54	\$ 35.954,54	\$ 35.954,54
Amortizaciones (Operativas)	Fijo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. Administrativos	Fijo	\$ 1.500,00	\$ 208.408,55	\$ 90.335,49	\$ 90.335,49	\$ 89.468,82
Remuneraciones (Vtas)	Fijo	\$ 18.962,40	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00
Transporte (Vtas)	Fijo	\$ 4.200,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Otros (Vtas)	Fijo	\$ 431,62	\$ 231,08	\$ 231,08	\$ 231,08	\$ 231,08
G. Financieros	Fijo	\$ 24.950,00	\$ 99.800,00	\$ 99.800,00	\$ 92.003,13	\$ 79.528,13
TOTAL		\$ 50.044,02	\$ 423.530,96	\$ 305.457,90	\$ 297.661,03	\$ 284.319,36
TOTAL VENTAS		\$ 83.480,00	\$ 667.620,41	\$ 669.540,41	\$ 669.540,41	\$ 669.540,41
% Punto Equilibrio		78,83%	70,60%	50,76%	49,46%	47,25%
Punto Equilibrio(\$)		\$ 65.810,89	\$ 471.371,29	\$ 339.851,09	\$ 331.176,33	\$ 316.332,45
	% MS		29,40%	49,24%	50,54%	52,75%

Elaboración: Humberto Palma

Índices financieros

A continuación se presenta un resumen de los indicadores financieros generales sin embargo, en el **Anexo B** se detalla los valores respectivos de cada uno de los índices a continuación:

- **Liquidez**

Los índices de liquidez reflejan una buena salud financiera proyectada basada en flujos acumulados de caja positivos y holgados. Adicionalmente, se estiman índices de capital de trabajo positivos en la mayoría de los períodos operacionales.

- **Retorno (VAN, TIR, ROE y ROA)**

Un VAN positivo y una TIR superior a la tasa de descuento muestran rentabilidad económica del proyecto. Tanto el ROE como el ROA, tienen tendencia creciente que favorecen el giro del negocio.

- **Eficiencia**

Se ha calculado únicamente la rotación del activo total ya que el proyecto no cuenta con inventarios de producto terminado, ni de materias primas ni cuentas por cobrar.

- **Apalancamiento**

El índice de pasivo total/activo total refleja niveles adecuados inferiores a 70% durante la vida útil del proyecto. Esta situación reduce el riesgo financiero del negocio.

Cabe señalar que en todos los períodos el índice patrimonio/activos exhibe un comportamiento creciente, implicando que los accionistas aporten con recursos propios o de utilidades para sostener el negocio.

CONCLUSIONES

Con esta información de las residencias universitarias en el Ecuador, se puede dar cuenta que la mayoría están ubicadas en la región sierra, además la única que se encuentra en la ciudad de Guayaquil, tiene una capacidad tan pequeña y solo ofrece el servicio de alojamiento por lo que, no representa una competencia para la residencia. Se considera que el mercado de Guayaquil es atractivo para posicionar el producto de la residencia universitaria, acompañado por una publicidad agresiva, que logre captar más de la participación esperada en el mercado.

La principal limitación que poseen las universidades para crear su propia residencia universitaria, es la falta de visión por parte de sus directivos y colaboradores, lo cual no les permite conocer el segmento de mercado en el ámbito nacional que ceden a otras instituciones por carecer de un lugar donde los estudiantes de provincias puedan alojarse, cerca de su destino de estudios, de una manera segura y a un precio razonable. La calidad (excelencia en el servicio) es un factor muy importante para los residentes es por eso que, la administración tendrá especial cuidado en mantener su posicionamiento como una gran residencia con mejor servicio y calidad en Guayaquil y desde nuestro punto de vista el proyecto ofrece una mejor ubicación que la competencia debido a que estará ubicado cercanamente a las Universidades de mayor prestigio y de mayores volúmenes de estudiantes.

Por otra parte, el proyecto si tiene factibilidad y viabilidad para ejecutarlo. Se cuenta con una demanda latente de estudiantes universitarios extranjeros y de provincias. Existe una propuesta sobre como promoción y mercadear la residencia universitaria y en el último capítulo financiero se muestra que existe un plan detallado de inversión para que el proyecto sea financiado a través de la CFN a una línea de crédito de diez años y a su vez se pueda reinvertir en la infraestructura con un cierto porcentaje de los depósitos de garantía. En concreto, se concluye que el proyecto es

sustentable, posee un atractivo turístico y sin lugar a duda buscará satisfacer una demanda estudiantil cada vez mayor como lo demuestran los datos estadísticos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda elaborar un estudio de suelo para determinar si es posible realizar en el socavón de las instalaciones de la propia universidad además de determinar algunas características en el diseño arquitectónico como por ejemplo que el edificio se alinee a la salida del sol ya que así no será necesario gastar en energía eléctrica para el uso de aires acondicionados en las habitaciones. De la misma manera, se sugiere que la propuesta o proyecto arquitectónico cuente con una identidad ecológica para mejorar el medio ambiente.

Se propone realizar convenios o alianzas estratégicas con universidades extranjeras y a nivel locales para atender a los maestros que cuentan con un título de doctorado o master y que dictan cursos de especialización o brindan conferencias magistrales buscar la manera de que en vez de que estas universidades costeen los valores respectivos de alojamiento en hoteles lujosos o finos sería bien visto lograr hospedarse en la residencia universitaria así bajarían los costos.

Adicionalmente, se considera hacer una estandarización de las habitaciones a un nivel de diseño moderno sin embargo se deberá poder contar con otros tipos de habitaciones compartidas o habitaciones exclusivas para profesores o algún invitado en especial. Por otra parte, es necesario contar con una buena administración dentro de la residencia universitaria y así mismo, contar con un reglamento y políticas claras para que no existan inconvenientes entre hombres y mujeres ya que bien podría darse analizando con mayor profundidad la separación de habitaciones por géneros y regular horarios de visitas en un área común.

Finalmente, se recomienda obtener el permiso de construcción y funcionamiento por parte del Municipio, de la misma manera contar con un proyecto contra incendios aprobado por el Cuerpo de Bomberos e ingresar la carpeta con toda la documentación al Ministerio de Turismo para que ellos

puedan precalificar el proyecto con la finalidad de ingresar a la búsqueda de financiamiento ante la CFN y por último, se recomienda presentar el proyecto ante los directivos competentes para que pueda revisar la necesidad e intentar concebir y hacerlo realidad el hotel para estudiantes universitarios en los próximos años.

ANEXOS

ANEXO No.7

INDICES FINANCIEROS

Período	AÑOS				Promedio anual
	2013	2014	2015	2016	
Composición de activos					
Activo corriente/activos totales	4,13%	18,24%	24,23%	27,87%	23,45%
Activo fijo/activos totales	90,38%	81,76%	75,77%	72,13%	76,55%
Activo diferido/activos totales	5,46%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Otros activos/activos totales	0,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Apalancamiento					
Pasivos totales/activos totales	46,77%	45,52%	38,59%	35,68%	31,09%
Pasivos corrientes/activos totales	0,00%	7,60%	8,80%	11,55%	11,89%
Patrimonio/activos totales	53,23%	54,48%	61,41%	64,32%	57,95%

Composición de costos y gastos					
Gastos administrativos/costos y gastos totales	2,14%	41,57%	23,57%	24,06%	29,73%
Gastos de ventas/costos y gastos totales	62,24%	4,66%	6,09%	6,22%	5,65%
Gastos financieros/costos y gastos totales	35,62%	19,91%	26,04%	24,50%	23,48%
Costo de ventas/costos y gastos totales	0,00%	33,87%	44,31%	45,23%	41,13%
Costo mano obra directa/costos y gastos totales	0,00%	4,36%	5,70%	5,82%	5,29%
Costo mano obra indirecta/costos y gastos totales	0,00%	11,39%	14,90%	15,21%	13,84%
Gastos personal administ./costos y gastos totales	0,00%	13,74%	17,97%	18,34%	16,68%
Gastos personal ventas/costos y gastos totales	27,07%	3,11%	4,07%	4,15%	3,78%
Total remuneraciones/costos y gastos totales	27,07%	32,60%	42,64%	43,53%	39,59%

Liquidez					
Flujo operacional	\$ 33.485,98	\$ 425.251,33	\$ 425.232,13	\$ 425.232,13	\$ 425.238,53
Flujo no operacional	\$ 67.746,67	\$ -80.338,75	\$ -248.889,65	\$ -313.467,52	\$ -214.231,98
Flujo neto generado	\$ 101.232,64	\$ 344.912,58	\$ 176.342,47	\$ 111.764,61	\$ 211.006,55
Saldo final de caja	\$ 88.685,68	\$ 433.598,26	\$ 609.940,74	\$ 721.705,34	\$ 588.414,78
Capital de trabajo	\$ 90.746,93	\$ 253.258,61	\$ 388.476,34	\$ 422.589,77	\$ 354.774,91
Indice de liquidez (prueba ácida)	año 0	2,40	2,75	2,41	2,52
Indice de solvencia	1,93	1,80	1,96	2,02	1,93

Eficiencia					
Rotación Activo Total	0,0380	0,2804	0,27	0,26	0,27

Retorno					
Tasa interna de retorno financiera (TIRF)	26,49%				
Valor actual neto (VAN)	\$ 1.394.161,00				
Período de recuperación (nominal)(Años)	4 años 8 meses				
Coficiente benefico/costo	2,29				
Utilidad neta/patrimonio (ROE)	1,85%	8,50%	12,28%	11,70%	10,83%
Utilidad neta/activos totales (ROA)	0,99%	4,63%	7,54%	7,53%	6,57%
Utilidad neta/ventas	25,97%	16,51%	28,34%	29,12%	24,66%
Punto de equilibrio	78,83%	70,60%	50,76%	49,46%	56,94%
Cobertura de intereses	1,54	4,26	4,26	4,62	4,38

Costo Capital (CCPP)	12%
-----------------------------	-----



Document [TESIS FINAL HP urkund.docx](#) (D11388792)
Submitted 2014-08-28 08:28 (-05:00)
Submitted by hpalma@nirsa.com
Receiver christian.bermudez.ucsg@analysis.orkund.com
Message [PALMA] [Show full message](#)
0% of this approx. 71 pages long document consists of text present in 0 sources.

List of sources

Rank	Path/Filename	
+	TESIS FINAL HP.docx	<input type="checkbox"/>
Alternative sources		
+ >	TESIS FINAL HP.pdf	<input type="checkbox"/>
+	26-08-2014.docx	<input type="checkbox"/>
+	Bruque final 26-08-2014.docx	<input type="checkbox"/>
+	Final de tesis manu y eliana.docx	<input type="checkbox"/>

0 Warnings | Reset | Export | Share

99% Active **Urkund's archive:** Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / TESIS FINAL HP.pdf 99%

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TÍTULO: "Propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil, que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros" AUTOR: Palma Samaniego Humberto Galo Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial. TUTOR: Ing. Christian Wladimir Bermudez Gallegos,

Mgs.

Guayaquil, Ecuador 2014 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS CERTIFICACIÓN Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Humberto Galo Palma Samaniego, como requerimiento parcial para la obtención del Título

de Ingeniero Comercial. TUTOR _____ Ing. Christian Wladimir Bermudez Gallegos, Mgs. DIRECTOR DE LA CARRERA Ing. Vergara Pereira Darío Marcelo, Mgs. Guayaquil, agosto del 2014 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD

DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Yo, Humberto Galo Palma Samaniego, declaro que: El Trabajo de Titulación "Propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil,

que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros"

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TÍTULO: "Propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil, que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros" AUTOR: Palma Samaniego Humberto Galo Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial. TUTOR: Ing. Christian Wladimir Bermudez Gallegos,

Mgs.

Guayaquil, Ecuador 2014 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS CERTIFICACIÓN Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Humberto Galo Palma Samaniego, como requerimiento parcial para la obtención del Título

de Ingeniero Comercial. TUTOR (A) _____ Ing. Christian Wladimir Bermudez Gallegos, Mgs. DIRECTOR DE LA CARRERA Ing. Vergara Pereira Darío Marcelo, Mgs. Guayaquil, septiembre del 2014 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD

DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Yo, Humberto Galo Palma Samaniego, declaro que: El Trabajo de Titulación "Propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro de alojamiento en la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil,

que ofrezcan servicios de hospedaje a estudiantes que provengan de provincias y extranjeros"