



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES
EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDEDORES
“INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

PROYECTO DE TITULACIÓN

Servicio de Logística y Alojamiento para los
estudiantes de provincias de la
Universidad Católica que acuden a la Facultad
de Especialidades Empresariales

Autores:

**Galo Lazo Sánchez
Juan Carlos Mora Mera**

Tutora:

Ing. Qca. María Josefina Alcívar, Mgs.

2013

DEDICATORIA

A nuestra familia, por ser nuestra
fuente de inspiración.

AGRADECIMIENTO

A Dios.

A nuestros padres por su amor incondicional.

A nuestra tutora de Tesis, por su valiosa orientación para la
realización de este trabajo.

A todos los docentes y funcionarios universitarios que de alguna
forma contribuyeron con nuestra formación académica y humana.

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de este trabajo es desarrollar un diagnóstico situacional del mercado potencial para la creación de departamentos o residencia para estudiantes que acuden a la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Guayaquil, y elaborar un Plan de marketing definiendo los beneficios y atributos del proyecto. La idea surge a partir de un estudio de la necesidad existente en dicha facultad. La principal motivación es brindar alojamiento en amplias instalaciones modernas con sistema central de aire, comedor (alimentación saludable), lavandería, internet, parqueo, servicio de mantenimiento a la habitación, servicio de televisión por cable (opcional), servicio de guardianía, control por inspectores de seguridad a cada pabellón de estudiantes, es decir brindar un servicio de calidad que cumpla con los parámetros de eficiencia, necesarios para mantener un cliente satisfecho y leal.

La vida universitaria constituye un momento singular de desarrollo personal y apertura al conocimiento y al mundo. Las residencias universitarias conforman el espacio adecuado necesario para motivar el intercambio y el espíritu crítico tan característico de esta etapa formativa y de investigación.

La propuesta de una residencia universitaria para la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil contribuye a generar este tipo de espacios, donde estudiantes de diversas provincias pueden compartir su común interés por el estudio, en una infraestructura edificada especialmente preparada a tal fin.

Servicio de logística y alojamiento, factibilidad de mercado y financiera, diseñar y definir el producto y sus servicios, efectuar un estudio organizacional y de mercado, analizar la evaluación financiera y la viabilidad del proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I.....	01
INTRODUCCIÓN	01
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	01
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	02
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	02
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	03
OBJETIVO GENERAL	03
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	03
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	04
2.1 RESIDENCIA UNIVERSITARIA.....	04
2.2 RESEÑA HISTORICA.....	05
2.2.1 EN EL ECUADOR	05
2.3 ANTECEDENTES GENERALES DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA	08
2.3.1 FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES	10
CAPITULO III ENFOQUE ADMINISTRATIVO	15
3.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO	15
3.2 ESTUDIO ORGANIZACIONAL	16
3.2.1 ORGANIGRAMA.....	17
3.2.2 FUNCIONES DEL PERSONAL.....	17
3.3 PROCESO	20
CAPITULO IV DISEÑO DEL PRODUCTO Y SERVICIO.....	21
4.1 MARKETING MIX	21
4.1.1 SERVICIO.....	21
4.2 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	24
4.2.1 COMEDOR.....	25
4.2.2 GUARDIAÑÍA	25
4.2.3 LIMPIEZA Y SERVICIO DE LAVANDERÍA	25
4.2.4 SALA DE ESTUDIO CON INTERNET	26
4.3 NORMAS ACCESO A LA RESIDENCIA:.....	26
CAPITULO V ESTUDIO DE MERCADO	37
5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	37
5.1 ANTECEDENTES.....	37
5.2 MACRO ENTORNO.....	37
5.2.1 FUENTES DE INFORMACIÓN	38
5.2.2 OBJETIVOS DEL ANÁLISIS DE MERCADO	41

5.3	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	41
5.3.1	TENDENCIAS DEL MICRO ENTORNO.....	41
5.3.2	DEFINICIÓN DE LA MUESTRA.....	42
5.3.3	DISEÑO DE LA ENCUESTA	44
5.3.4	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	44
5.3.4.1	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	44
5.3.5	CONFORMACIÓN DE LA DEMANDA.....	62
5.4	ANÁLISIS FODA	63
5.5	MACRO Y MICROSEGMENTACIÓN.....	64
5.6	LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	66
5.7	INGRESO POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES	66
5.8	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES	66
5.9	PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	66
5.10	PROVEEDORES	67
5.11	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES.....	67
5.12	MERCADO META	67
5.12.1	PRECIO	70
5.12.2	PLAZA.....	70
5.12.3	PROMOCIÓN.....	70
CAPITULO VI ENFOQUE FINANCIERO.		71
6.	EVALUACION FINANCIERA	71
6.1	ASPECTOS FINANCIEROS	71
6.2	INVERSIONES	72
6.3	ACTIVOS FIJOS.....	74
6.4	CAPITAL DE TRABAJO	76
6.5	FINANCIAMIENTO	76
6.6	CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO.....	77
6.7	PRESUPUESTO DE INGRESOS	78
6.8	PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES.	80
6.9	SUELDOS Y SALARIOS	80
6.9	DEPRECIACIONES.....	81
6.9	ESTADO DE RESULTADO	82
6.9	FLUJO NETO DE FONDOS	82
6.9	FACTIBILIDAD PRIVADA	84
6.9	FACTIBILIDAD TIR-VAN	84
6.9	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	84
6.9	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	85
BIBLIOGRAFÍA		92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.1	
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	15
GRÁFICO 3.2	
ORGANIGRAMA.....	17
GRÁFICO 4.1	
RESIDENCIA UNIVERSITARIA AGORA.....	22
GRÁFICO 4.2	
RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN CÓRDOBA.....	23
GRÁFICO 4.3	
RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LINIERS ARGENTINA.....	23
GRÁFICO 4.4	
RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN NIKBOR.....	24
GRÁFICO 4.5	
RESIDENCIA UNIVERSITARIA SERVISANAR.....	24
GRÁFICO 4.6	
RESIDENCIA UNIVERSITARIA ESPAÑOLA.....	24
GRÁFICO 4.7	
RESIDENCIA UNIVERSITARIA DE CARTAGENA.....	25
GRÁFICO 4.8	
ANAQUELES PARA RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS.....	26
GRÁFICO 4.9	
MÓDULOS DE CYBERCAFÉ.....	26
GRÁFICO 5.1	
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS.....	45
GRÁFICO 5.2	
EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	45
GRÁFICO 5.3	
PROCEDENCIA.....	46
GRÁFICO 5.4	
SI VIVE EN LA CIUDAD.....	47
GRÁFICO 5.5	
SI VIVE EN CASA PROPIA O ALQUILADA.....	48
GRÁFICO 5.6	
SECTOR DONDE VIVE.....	49
GRÁFICO 5.7	
¿DE QUÉ FORMA VIVE EN GUAYAQUIL?.....	50

GRÁFICO 5.8	
IMPORTANCIA DE COMODIDAD.....	51
GRÁFICO 5.9	
IMPORTANCIA DE ALQUILAR UNA HABITACIÓN.....	52
GRÁFICO 5.10	
FACTORES Y NIVELES DE IMPORTANCIA AL MOMENTO DE ALQUILAR- HOMBRES.....	53
GRÁFICO 5.11	
FACTORES Y NIVELES DE IMPORTANCIA AL MOMENTO DE ALQUILAR- MUJERES.....	54
GRÁFICO 5.12	
TIPO DE HABITACION QUE DESEA ALQUILAR.....	55
GRÁFICO 5.13	
TARIFA DE HABITACIÓN INDIVIDUAL.....	56
GRÁFICO 5.14	
TARIFA DE HABITACIÓN DOBLE.....	57
GRÁFICO 5.15	
DISPUERTO A COMPARTIR CON PERSONA GÉNERO OPUESTO.....	58
GRÁFICO 5.16	
FRECUENCIA DE USO –HOMBRES.....	59
GRÁFICO 5.17	
FRECUENCIA DE USO-MUJERES.....	59
GRÁFICO 5.18	
TIEMPO DE ALQUILAR.....	60
GRÁFICO 5.19	
UTILIZAR EL SERVICIO.....	61

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1	
Resultados de los participantes del Grupo Focal	39
CUADRO 2	
Estudiantes de Facultades Empresarial.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	
Resultados de las Preguntas.....	62
TABLA 2	
Resultados de las Preguntas Seleccionadas.....	62
TABLA 3	
Conformación de la demanda.....	62
TABLA 6.2	
Inversión Total.....	72
TABLA 6.3	
Activo Fijos.....	75
TABLA 6.4	
Capital de trabajo.....	76
TABLA 6.5	
Amortización del préstamo.....	77
TABLA 6.6	
Tasa de descuento.....	77
TABLA 6.7	
Presupuesto de ingresos.....	79
TABLA 6.8	
Costos fijos y variables.....	80
TABLA 6.9	
Sueldos y salarios.....	80
TABLA 6.10	
Depreciaciones.....	81
TABLA 6.11	
Estado de Resultados.....	82
TABLA 6.12	
Flujo neto de fondos.....	83
TABLA 6.14	
Periodo de recuperación de la inversión.....	85
TABLA 6.15	
Análisis de sensibilidad.....	85

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Es preciso realizar un plan que guíe el proyecto en su necesidad de satisfacer un mercado mediante un esquema de acciones, buscando optimizar los procesos y creando un panorama realista del futuro del proyecto “Residencia para estudiantes de provincia que acuden a la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil”.

Al aplicar este análisis se podrá identificar factores relacionados con la demanda, oferta, mercado y así poder establecer una propuesta acorde a los objetivos del proyecto, entre los cuales el más importante es la captación de clientes.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En la Universidad Católica de Guayaquil existe un número notable de estudiantes provenientes de provincias aledañas a la del Guayas, muchos de los cuales, al no tener familia en la ciudad, buscan una vivienda temporal en Guayaquil por el tiempo que duren sus estudios. En consecuencia, los estudiantes se ven obligados a alquilar lugares que les resultan poco adecuados y que pueden obstaculizar su vida estudiantil debido a problemas de movilización o dificultades para hallar los servicios necesarios que se acoplen a sus horarios, sin mencionar los altos costos que resultan del alquiler de una vivienda.

Entre los estudiantes de las diversas universidades que se ven afectados por esta problemática, están los de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil quienes se enfrentan con esta situación.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La lejanía de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Av. Carlos Julio Arosemena Km 1 ½ Vía a Daule) en relación a los sectores residenciales de la ciudad se vuelve una dificultad para los estudiantes de provincia que desconocen la ciudad y que requieren una vivienda durante su etapa universitaria. Las prioridades de los estudiantes al momento de elegir un lugar se basan en la proximidad a la universidad, la seguridad que les brinde y los servicios apropiados a un precio accesible a sus presupuestos.

De las necesidades específicas de este gran grupo de estudiantes surge el proyecto en el cual se estudiará la viabilidad de la creación de departamentos residenciales mediante diversos análisis de la demanda y del entorno con el fin de determinar la factibilidad del proyecto que se enfoca a suplir la gran demanda de un lugar adecuado para vivir que tienen un gran número de estudiantes de esta Facultad.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Durante la investigación se observó que los estudiantes que provienen de otras provincias tienen necesidad de una vivienda que cuente además de servicios complementarios, es por esta razón que surge la problemática de escoger los servicios que resulten más adecuados para la generalidad de los estudiantes y a la vez más rentables para el proyecto.

En Guayaquil existen diversas residencias que ofrecen el servicio de alojamiento a los estudiantes universitarios de otras provincias, sin embargo no existe al momento una residencia enfocada a los estudiantes de la Facultad de Especialidades empresariales de la Universidad Católica de Guayaquil que brinde las facilidades que se ofrecen en esta iniciativa empresarial.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad de mercado y financiera de una residencia universitaria para los estudiantes foráneos de la facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis situacional que determine las necesidades existentes en el mercado.
- Planificar legal y administrativamente la empresa.
- Diseñar y definir el producto y sus servicios.
- Elaborar el análisis de mercado.
- Efectuar el análisis económico – financiero.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 RESIDENCIA UNIVERSITARIA

La construcción de la Residencia Universitaria de la Universidad Católica ofrecerá las comodidades con el objetivo de satisfacer las necesidades personales de cada universitario. Por otro lado, en el proyecto no se puede asumir que los estudiantes de provincia son de bajos recursos económicos, ya que se conoce según encuesta realizada que el 8% tienen un nivel socio económico medio-alto y alto.

Según la distribución de universitarios por estratos se puede ofrecer varias alternativas, tales como: habitaciones sencillas, las cuales se pueden escoger entre individual, doble o triple; dependiendo de la capacidad de pago de los estudiantes. Estas suites contarán con closets, escritorio y su respectivo baño. También contará con estacionamientos para los estudiantes en caso de tener automóviles.

La residencia universitaria también contará con guardián las 24 horas, con recepción, sala de estudio con computadoras, área de lavandería, y mesas con sillas para realizar tareas universitarias, y sala de restaurante. Actualmente sí existe el negocio de residencias para universitarios por lo cual existe competencia, esto se debe al incremento de este tipo de negocios se encuentra en pleno auge desde años atrás.

2.2 RESEÑA HISTÓRICA

La creación de las universidades generó un gran movimiento de estudiantes hacia sus instalaciones. Estos estudiantes que venían de lejos se agrupaban según su origen para hospedarse en las mismas casas llamadas "hospitia", las cuales eran promovidas por entidades privadas para facilitar los estudios a los alumnos con bajos recursos. Con el tiempo, muchos de ellos se desviaron de las intenciones fundacionales y fueron dando cabida a grupos privilegiados y oligarquías de letrados (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2005).

Estos centros, además de prestar servicio de alojamiento y comida, se convirtieron en el complemento ideal de las universidades con numerosas actividades académicas y sociales. La importancia que han tenido las residencias estudiantiles al pasar de los tiempos se evidencia en la Universidad de París.

2.2.1 EN EL ECUADOR

El presente análisis histórico permite conocer como las residencias Universitarias han apoyado en el bienestar de los estudiantes pertenecientes a otras ciudades, para que logren ser profesionales y de esta manera hacer que nuestro país sea competitivo con jóvenes que desarrollaron su talento humano y más solidarios.

Residencia San José.- Perteneciente a las Hermanas Franciscanas se encuentra abierta en Quito desde 1996 tiene una capacidad para 20 Srtas. Su dirección es Domingo Espinar 113, su función es social apoyando a señoritas de escasos recursos económicos.

Hogar Universitario Santa Rosa de Viterbo.- Perteneciente a las religiosas Franciscanas de la Misión de la Inmaculada dan alojamiento a 30 Srtas. Creada desde el año de 1954 su función es social dando

muchos servicios a un mínimo costo, ubicada en Fernando de Santillán 2487 y La Gasca.

La Residencia Universitaria Llinizas.- “Es la primera residencia universitaria privada fundada en San Francisco de Quito, y también en todo el Ecuador. Fue levantada allá por el año 1957. El doctor Juan Larrea Holguín y el sacerdote José Giner Puche instalaron primero la Residencia en dos locales alquilados, en la calle Baquerizo Moreno No. 446. Ahí se empezó la labor del Opus Dei en el Ecuador.

En marzo de 1994, se puso la primera piedra de la nueva Residencia Llinizas. Y hoy, luego de 50 años de historia, la gran casa Llinizas, más sólida y con más trayectoria de todo Quito, tiene una capacidad de alojamiento de 40 estudiantes.

La Residencia Girasol .- Ubicada en el barrio “El Dorado” calle Padre Solano 1088 creada en el año 2007 por la Sra. Susana González, su capacidad es para 26 estudiantes en Suit y dormitorios dobles, tiene servicios adicionales de lavandería e Internet.

La Residencia Jesuita San Pedro Canicio.- Fundada en 1964, actualmente dirigida por el Padre Jorge Villalva aloja únicamente a los docentes de la Universidad Católica y Colegio San Gabriel con una capacidad de 20 docentes y se encuentra ubicada en la Av. 12 de Octubre y Veintimilla.

Algunas Universidades crearon sus residencias universitarias como:

La Universidad Central del Ecuador de la ciudad de Quito.- Construida en 1967 comenzó a funcionar la residencia universitaria con 48 habitaciones para sus 5 estudiantes, pero en 1972 un terremoto dañó su estructura, dejando de funcionar para convertirse en un dispensario

médico. En la actualidad, en el segundo piso funciona el Servicio de Alimentación Universitario con una capacidad de 120 personas.

La Escuela Politécnica del Ejercito (Sangolquí).- Cuenta con 117 habitaciones con una capacidad de 200 personas, cuenta con comedor, sala de estudio, cabinas telefónicas, áreas verdes y lavandería, para el mes de diciembre 2008 se inaugurarán 76 habitaciones dobles que están en construcción.

La Universidad Politécnica Salesiana (Cuenca).- Cuenta con 24 habitaciones con una capacidad para 45 estudiantes, cuenta con comedor, aula de estudios, cabinas telefónicas y lavandería.

La Universidad Andina Simón Bolívar.- Es ejemplo de confort y estilo construido en el año 2004, que “permite que los alumnos y profesores de la Comunidad Andina y del resto del mundo que concurren a los programas internacionales que convoca la universidad tengan las mejores condiciones para desarrollar sus actividades. También hace efectiva la extensión universitaria para alumnos procedentes de todos los rincones del país que asisten a cursos intensivos.

La residencia es un servicio universitario. Sólo pueden acceder a ella los miembros de la comunidad académica participantes en actividades que esta casa de estudios organiza, los invitados especiales y los académicos de otras instituciones que tiene convenio con la universidad.

Cinco pisos del edificio Manuela Sáenz se destinan a la residencia universitaria, con capacidad total para 130 huéspedes. Sus 81 habitaciones individuales (que se distribuyen entre sencillas, matrimoniales, departamentos y suites) cuentan con televisión por cable, internet gratuito, teléfono y baño privado. Las cinco suites destinadas a los profesores visitantes tienen comodidades adicionales, lo mismo que las dos suites especiales, que se usan para invitados ilustres. Completan

sus instalaciones cuatro dormitorios comunes, ubicados en el piso 7, con capacidad para diez personas cada uno, que sirven para alojar a participantes en eventos cortos (Universidad Andina Simón Bolívar, 2012).

2.3 ANTECEDENTES GENERALES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA

Esta institución de educación superior fue creada el 17 de mayo de 1962, a petición de la junta pro universidad Católica que presidía Mons. César Antonio Mosquera Corral, arzobispo de Guayaquil, el jurista Dr. Leónidas Ortega Moreira y el P. Joaquín Flor Vásconez S.J., que fueron sus autoridades fundadoras, como Gran Canciller, primer rector y consejero, respectivamente. El presidente Constitucional de la República, Dr. Carlos Julio Arosemena Monroy, mediante el respectivo Acuerdo Ejecutivo # 936, aprobó el estatuto, y el Ministerio de Educación Pública autorizó su funcionamiento por Resolución #1158 (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

En esa época, entre otras personalidades, actuaron en el Cuerpo Gubernativo el Dr. Santiago Castillo Barredo, el Ing. Francisco Amador Ycaza, Mons. Antonio Bermeo, Mons. Rogerio Beauger; el P. Jorge Mesía S.J., como Secretario del Cuerpo Gubernativo y el Dr. Fausto Idrovo Arcentales, secretario general. El Dr. Héctor Romero Menéndez (1962-66), el P. José Joaquín Flor (1862-65) y el Ing. Raúl Maruri Díaz (1862-63) fueron los decanos fundadores de Jurisprudencia, Filosofía e Ingeniería. El 6 de junio de 1963, es decir, a los 19 días de haberse expedido el Acuerdo Ejecutivo, se inició el primer período académico de clases con las siguientes Facultades: Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación y Ciencias Físicas y Matemáticas (Escuelas de Ingeniería Civil y Arquitectura). Los cursos fueron dictados en el edificio del colegio nocturno "20 de abril", de los padres jesuitas, ubicado en la esquina de Eloy Alfaro 1955 y Manabí, de esta ciudad, en donde funcionó hasta 1966 en que se inauguró el edificio principal en el campus universitario, situado en el Km. 1,5 de la avenida

Carlos Julio Arosemena Tola (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

En 1963 fue creada la Escuela de Economía, adscrita a la Facultad de Jurisprudencia. Posteriormente, el Cuerpo de Gobierno, en sesión del 18 de marzo de 1965, aprobó la creación de la Facultad de Economía.

En 1965 se creó la Facultad de Arquitectura (antes había funcionado como Escuela la adscrita a la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas). En 1967-68 fueron creados el Instituto de Educación Técnica para el Desarrollo (Facultad desde 26-IX-77), con las Escuelas de Zootecnia y Electricidad y Telecomunicaciones, y la Facultad de Medicina. En 1969 se incorpora la Escuela de Trabajo Social (que funcionaba desde 1960 con auspicio del Club Rotario de Guayaquil. En 1970 se autorizó el funcionamiento del Instituto de Artes Aplicadas (hoy carrera de Diseño de Interiores) y en 1973 se incorporó a la Facultad de Ciencias Médicas, la Escuela de Enfermería "San Vicente de Paúl" (que había sido creada en 1974 por la Comunidad de las Hijas de la Caridad y venía funcionando en Quito).

En 1985 fue creada la Escuela de Ingeniería en Sistemas Computacionales en la Facultad de Ingeniería y, en el mismo año, se autorizó el funcionamiento del Consejo de Escuela de Derecho, en Jurisprudencia.

La Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Médicas fue constituida en octubre de 1986. De acuerdo al estatuto vigente aprobado en el año 2001, las Carreras reemplazan a la denominación de Escuelas (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

2.3.1 FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

La creación de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil tiene como antecedentes tanto el posicionamiento de tradición y prestigio a nivel nacional de la Universidad Católica, como la necesidad de responder, desde su sistema educativo, a Especialidades Empresariales que permitan la formación de profesionales en nuevos perfiles. Perfiles con características específicas y competencias puntuales para la toma de decisiones y la aplicación de soluciones en el mundo de los negocios. Perfiles que asumen la centralidad del discurso de las tecnologías que atraviesan tanto las lógicas del mercado y de las empresas, como la vida misma de los ciudadanos (Facultad de Especialidades Empresariales UCSG, 2012).

En este escenario que demanda la creación de la Facultad de Especialidades Empresariales, el mercado y el peso de las tecnologías constituyen, hoy, espacios inobjetable en la nueva organización de la sociabilidad y la educación. Este acercamiento valorativo de la comunidad universitaria católica a la experimentación tecnológica y empresarial hace emerger nuevos parámetros en la evaluación de la técnica y el mercado, distintos al de su mera instrumentación económica o su funcionalidad política: el de su capacidad de significar las más hondas transformaciones que experimenta nuestra sociedad. En esa medida, la Facultad de Especialidades Empresariales tiene en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil su fuente permanente de formación y perfeccionamiento al asumir la institución las tendencias que se generan en el mundo laboral y en los sectores científicos, tecnológicos y económicos, activándose, de esa forma, espacios que reducen la brecha entre lo académico, lo laboral y lo social.

Para la creación de la Facultad de Especialidades Empresariales se han analizado dos factores importantes que hoy han alterado sustancialmente la demanda universitaria, a saber:

- La oferta, cada vez más considerable, de centros de educación superior y de nuevas carreras que presentan al aspirante una amplia gama de alternativas entre las cuales hacer su elección profesional. Carreras promocionadas desde estrategias de comunicación y marketing que difunden la promoción de la iniciativa o la disposición para aprender, crear, investigar, comunicar y emprender.
- La demanda de carreras con alternativas innovadoras que se adapten a las aptitudes particulares y las necesidades de los demandantes.

Carreras en la facultad de especialidades empresariales:

Carrera de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales - Reseña Histórica

En el marco de los procesos globales de integración en bloques económicos y de internacionalización del capital, la carrera de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales se propone el desafío de formar profesionales que rompan los esquemas tradicionales del comercio exterior ecuatoriano, que con una dinámica de emprendedores capten y administren los recursos económicos y financieros que permitirán ser competitivos en el mercado internacional. Número de estudiantes de provincias: 95 personas (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

Carrera de Ingeniería en Desarrollo y Negocios Bilingüe – Reseña Histórica

Esta es la Carrera más innovadora del país

Por muchos años se ha acumulado la evidencia que demuestra una relación bastante directa entre el nivel de actividad de los emprendedores y la adaptación y expansión de la economía nacional. Es por eso que el Ecuador necesita que, como en el resto de países desarrollados, la

inversión tanto nacional como internacional sea atraída por profesionales con la capacidad de demostrar que están preparados para desarrollar proyectos en los que se tomen riesgos medidos para aumentar la posibilidad de éxito. Adicionalmente, el país se encuentra en un momento en que la globalización es un hecho, y que muchas compañías necesitan de profesionales con la habilidad de reinventarlas para así poder competir con compañías extranjeras que posean diversas ventajas competitivas.

Es por eso que la carrera de Emprendedores es creada. Esta carrera formará profesionales con la capacidad de crear nuevas empresas y de reinventar empresas existentes mediante la identificación de oportunidades, el análisis de recursos, la evaluación de ideas y la implementación de planes de negocios. Número de estudiantes de provincias: 60 personas (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

Carrera de Ingeniería en Administración de Ventas - Reseña Histórica

El éxito en las ventas es un efecto de Invertir en trabajo duro, en autodisciplina, en fuerza de espíritu y en persistencia, permitirá obtener los resultados buscados. Si por cualquier razón un vendedor no está conforme con lo que está recogiendo, depende tan sólo de él cambiar, de forma inmediata, lo que está sembrando.

Con la globalización de los mercados y el incremento de la competencia, se hace imprescindible la formación de un nuevo tipo de profesional especializado en planeación, implementación y control de Programas de Administración de Ventas que le permitan superar los objetivos de la empresa y construir relaciones a largo plazo con sus clientes.

Respondiendo a una demanda específica del mercado: formar profesionales especialistas en administración de ventas, gerencia comercial y gestión de negocios, hemos diseñado una propuesta académica que garantizará a nuestra sociedad la inserción de un nuevo tipo de profesional: un ejecutivo emprendedor, con amplio dominio de los

enfoques gerenciales modernos, equipado de métodos, técnicas y prácticas innovadoras, capaz de interpretar y capitalizar las diferentes oportunidades que se presentan en el escenario competitivo actual, siempre dentro del correspondiente marco ético y legal. Número de estudiantes de provincias: 35 personas (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

Carrera de Ingeniería en Marketing - Reseña Histórica

Antecedentes

El área de marketing ofrece una serie de oportunidades de desempeño profesional, tanto en el sentido cuantitativo como cualitativo, estas oportunidades tienen una considerable importancia en la actual realidad de los negocios. El énfasis en el desarrollo de nuevos y variados productos, la globalización de los mercados, el cambio en la forma en que los consumidores se relacionan con los productos y las empresas, convierten a esta carrera en una herramienta de considerable efectividad para lograr el éxito profesional.

En la actualidad quienes se encuentran en la posición y nivel jerárquico para tomar decisiones de marketing en las empresas e instituciones, han venido adquiriendo conocimientos de marketing en la normal práctica de los negocios. Se necesitan profesionales de marketing formados de manera integral en los aspectos tácticos y estratégico para que estas decisiones se realicen respetando el enfoque de mercado que debe tener la empresa moderna. Número de estudiantes de provincias: 47 personas (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

Carrera de Ingeniería en Admin. De Empresas Turísticas y Hotelera - Reseña Histórica

En el marco del nuevo modelo de economía abierta y dolarización que ha emprendido el Ecuador, la dinamización del Turismo es considerada de vital importancia para la reactivación económica del país. El Turismo es

fuente generadora de divisas, a la vez que posibilita una rápida y permanente creación de empleo y el mejoramiento de los ingresos de la población. Además, el turismo, más que otros sectores de la economía, convoca la acción concertada del sector público y privado, para emprender en estrategias innovadoras orientadas a mejorar la competitividad del país.

En la actualidad, el turismo ocupa el cuarto lugar en la generación de ingresos del país, después del petróleo, banano y camarón y es el sector que más potencial ofrece a la economía ecuatoriana. Este gran potencial, puede crecer hasta convertirle a esta actividad en la primera fuente de divisas para el país, en el futuro. Número de estudiantes de provincias: 39 personas (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

Carrera de Ingeniería de Comercio Electrónico

La Carrera de Ingeniería de Comercio Electrónico es una nueva carrera que ha creado desde el año pasado, también forma parte en la facultad de especialidades en la cual consiste en formar un profesional con perfiles para el desarrollo del comercio electrónico, planeación, diseño, programación, servicio y procesos de página web con conocimientos integradores y universales de un sistema de comercio electrónico para poder conceptualizar el nuevo marco de los negocios dentro de los concurrentes fenómenos de la sociedad del conocimiento, la globalización, las redes y la nueva economía en correspondencia con las necesidades y los valores culturales de la población (Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011).

CAPÍTULO III

ENFOQUE ADMINISTRATIVO

El proyecto usará la misma razón social de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por un proyecto propio.

3.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO

Se realizará una inversión en la compra del terreno (300m²) por \$30,00.00 posteriormente la construcción de la residencia la cual estaría ubicado diagonal a Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la AV. Carlos Julio Arosemena km 2, entre el Colegio Juan Montalvo con la empresa Cordelería Nacional S.A que contará con 26 habitaciones para una demanda de 38 estudiantes distribuidos de la siguiente manera:

Gráfico 3.1

Localización del Proyecto



Elaborado por los autores

Fuente: Fuente: <http://maps.google.es/>

Gráfico 3.2

Dimensiones de la residencias en M2

<u>PISOS DE LA CONSTRUCCIÓN</u>	m		m	M2 EN UNIDAD DE HABITACIONES	M2	CANTIDAD DE HABITACIONES	M2 TOTAL	M2
PLANTA BAJA								
SALA	10	x	6	60	m2	1	60	m2
COMEDOR	10	X	5	50	m2	1	50	m2
COCINA	4	X	5	20	m2	1	20	m2
LAVANDERIA + PLANCHADORA	3	X	4	12	m2	1	12	m2
BAÑO VISITA	2	X	4	8	m2	1	8	m2
HABITACIÓN TRIPLE	4	X	5	20	m2	1	20	m2
HABITACIÓN DOBLE	3	X	5	15	m2	2	30	m2
							200	m2
PLANTA ALTA								
HABITACIONES INDIVIDUALES	2	X	3	6	m2	15	90	m2
HABITACIONES DOBLES	4	X	3,42	13,69	m2	8	110	m2
							200	m2
TOTAL M2 DE CONSTRUCCIÓN							400	M2
PARQUEO	1,45	X	4	5,8	m2	14	81,2	m2
ENTRADA VEHICULAR	4,7	X	4	18,8	m2	1	18,8	m2
							100	m2

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez
 Fuente: Arq. Byron Vásquez Silva

Como se puede apreciar la residencia contará con una construcción de 400m2 dividida en dos pisos cada uno de 200 m2 (10m x 20m) y un área de parqueo de 100 m2. La residencia contará con 15 habitaciones individuales, 10 dobles y 1 triple.

3.2 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

MISIÓN

Proporcionar una alternativa de vivienda y servicios complementarios enfocada a los estudiantes que provengan de otras ciudades durante el

tiempo que se encuentren realizando sus estudios en la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG.

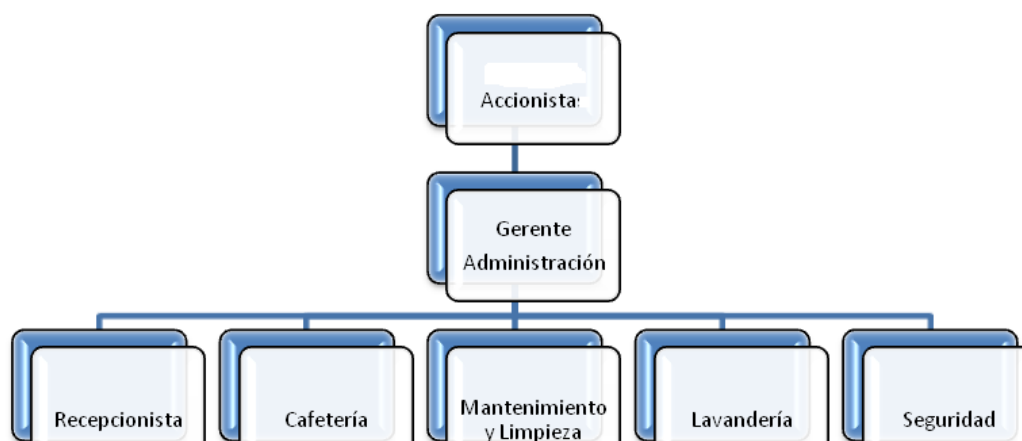
VISIÓN

Convertirse en un referente en lo relacionado al alquiler de viviendas y servicios especializados para estudiantes universitarios en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

3.2.1 ORGANIGRAMA

El proyecto posee como accionista a la Universidad Católica como empresa particular un centro de estudios privado. A continuación se expone el organigrama del proyecto.

Gráfico 3.2
ORGANIGRAMA



Elaborado por Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

3.2.2 FUNCIONES DEL PERSONAL

Administrador/Contador

Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar las actividades que se realicen en la residencia; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales

Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo.

Evaluar de manera constante los costos e ingresos, apoyándose en análisis de sensibilidad.

Este se dedicará a la contabilidad del negocio, mantendrá al día con las obligaciones tributarias, organizados para auditorias, recibirá informes de todos los departamentos; así también elaborará reportes para la toma de decisiones gerenciales.

- Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad.
- Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la empresa.
- Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria.
- Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa.
- Mantener en aviso al gerente sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la empresa.
- Orientar la elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.
- Coordinación de las actividades destinadas a la promoción y mercadeo de la empresa y servicio al cliente.
- Atención personal y telefónica de los clientes.
- Controlar la administración de mercadeo.

- Analiza mercados, tendencias, precios, etc. Atiende a proveedores y al personal de su departamento para oír quejas, sugerencias, problemas.

Secretaria/Recepcionista

- Digitalizar y redactar oficios, memorandos, informes, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Administrador/Contador.
- Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes.
- Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentos a su cargo.
- Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo.
- Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio.

Supervisor de Cocina

- Responsable de la administración del restaurante y provisión de alimentos cocidos.
- Responsable de la alimentación de los estudiantes, hecho con alimentos saludables y nutritivos que no afecten el organismo.

Cocinero

Responsable de dar apoyo al supervisor de cocina para cumplir su propósito.

Ayudante de Limpieza y Mantenimiento

La responsabilidad principal serán la limpieza y mantenimiento de la residencia y de cada habitación.

Seguridad

La seguridad va a estar funcionando en todo momento las 24 horas del día, los 7 días de la semana se implementaran cámaras de seguridad tendrá un dispositivo para activar la alarma cuando sea necesario en cualquier imprevisto dado, contando con el respaldo de la compañía de seguridad y de la Policía.

3.3 Proceso de la contratación del servicio

- El cliente (los padres) tendrá la facilidad de solicitar el servicio vía telefónica, en el cual deberá dejar sus datos.
- Se determina los servicios que desea y el tiempo del contrato.
- Se determina el tipo de habitación, con el cual se conoce la disponibilidad de departamentos para los estudiantes.
- Si el cliente está dispuesto a alquilar el departamento se procedería a la firma del contrato

CAPÍTULO IV

DISEÑO DEL PRODUCTO Y SERVICIO

4.1 MARKETING MIX

El marketing mix proporciona una estrategia para conocer mejor el servicio que se está ofreciendo, de esta manera se puede promocionar mejor el mismo mediante las ventajas que éste ofrece en 4 sectores estratégicos: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

4.1.1 SERVICIO

El proyecto ofrece vivienda, seguridad y servicios complementarios para estudiantes que al ser provenientes de otras ciudades distintas a Guayaquil, carecen de un lugar donde habitar durante el tiempo que duren sus estudios.

El edificio contará con una extensión suficiente de 300 m² como para satisfacer las necesidades y comodidades de los clientes, adaptando la infraestructura de manera que cuente con salas de estudios, servicio de seguridad, limpieza, lavandería y comedor. De esta manera se diferencia de los alquileres comunes que ofrecen ciertos hogares, es decir, se ofrece comodidad, seguridad y ahorro de recursos como tiempo y dinero.

Adicionalmente se presenta la opción de escoger el tipo de habitación acorde a cada necesidad, pudiendo ser suites unitarias o compartidas, cada una tendrá las suficientes comodidades para satisfacer las necesidades del consumidor.

El complejo residencial para los estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil contará 3 clases de dormitorios, como normalmente todo complejo residencial universitario se ha visitado.

- a) Dormitorio Individual: Se compone de una cama de 1 plaza, para un solo estudiante, sus respectivos veladores, closet y su baño.
- b) Dormitorio Compartido: Se componen de dos camas de 1 plaza pero comparten el baño y únicamente es para 2 personas. Es una habitación es más amplia.
- c) Dormitorios Compartidos (3). Se compone de tres camas de 1 plaza pero comparten el baño y únicamente es para 3 personas.

Gráfico 4.1 Residencia Universitario Agora



Fuente: Ciudad Real, 2011

Gráfico 4.2 Residencia Universitaria en Córdoba



Fuente: Clasicasa, (2011)

Gráfico 4.3 Residencia Universitaria en Liniers Argentina



Fuente: Residencia Universitaria de Liniers, 2010 - Argentina

Gráfico 4.4 Residencia Universitaria en Nikbor



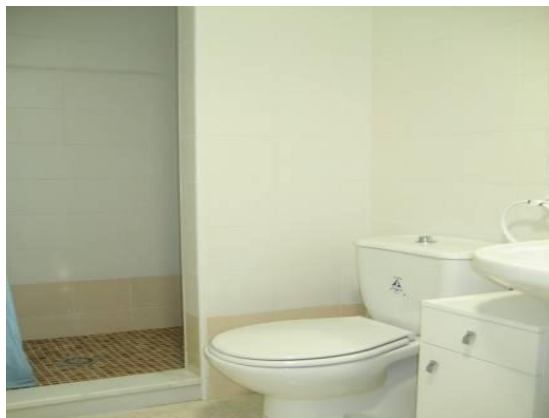
Fuente: Residencia Universitaria de Nikbor, 2008 Barcelona-España

Gráfico 4.5 Residencia Universitaria Servisanar



Fuente: Servisanar - 2007

Gráfico 4.6 Residencia Universitaria Española



Fuente: Campus Patrimonial – 2012

4.2 Características del Servicio

Para facilitar la vida estudiantil se piensa ofrecer adicionalmente ciertos servicios que son de importancia para los estudiantes, entre las diversas

alternativas se han escogido los siguientes mediante un análisis de la demanda:

4.1.2 Comedor

El servicio de comida que se ofrecerá se enfocará al desayuno almuerzo y merienda de los estudiantes.

Gráfico 4.7 Residencia Universitaria de Cartagena



Fuente: Universidad Politécnica de Cartagena, 2010

4.1.3 Guardianía

La seguridad es importante por lo tanto éste contará con vigilancia permanente para la mayor tranquilidad de los estudiantes, se implementara cámaras de seguridad, alarmas en puntos estratégicos, charlas de seguridad para capacitar a los estudiantes que estén atentos para cualquier calamidad.

4.1.4 Limpieza y servicio de lavandería

Debido a que la vida estudiantil puede acortar mucho el tiempo de los jóvenes, sobretodo de aquellos que trabajen, se ha considerado

adecuado contar con un servicio de limpieza. El cual estará enfocado al lavado de ropa y aseo de los dormitorios y baños.

Gráfico 4.8 Anaqueles para Residencias Universitarias



Fuente: Prontomatic, 2012 - Chile

4.1.5 Sala de estudio con internet

Por otra parte contará con un sector dedicado al estudio, el cual contará con conexión a internet, pizarras y mesas de estudio.

Gráfico 4.9 Módulos de Cybercafé



Fuente: Los Datos de Costa, 2009

4.2 Normas Acceso a la Residencia:

- El acceso al complejo, se realizará con la presentación del carné.

- En caso de pérdida del carné: el residente debe reportarla a la administración de la UCSG para que se le entregue una nueva, previo al pago de US \$ 15.
- El uso indebido o préstamo a terceros no residentes estudiantiles, del carné de ingreso será causal de la pérdida del derecho a continuar utilizando la residencia, sin perjuicio de las demás sanciones a que hubiere lugar.
- La habitación se contratará mínimo un periodo académico*, **no se realizará reembolso alguno, si se retira anticipadamente.**

Aseo de las habitaciones y patio

- Se solicita a los residentes mantener las habitaciones limpias y no cambiar la disposición del mobiliario. Las personas encargadas de la administración de las residencias, realizarán inspecciones periódicas.

Mobiliarios y equipos

- Las habitaciones estarán adecuadas con cama, velador, cortinas y equipos. Los residentes deberán traer sus sábanas y toallas.
- Los residentes son responsables de los equipos, muebles y enseres de las habitaciones y de las áreas sociales. En caso de pérdida y mal uso de los mismos, el valor correspondiente será asumido por el responsable, y en caso de no haberlo por los huéspedes de manera proporcional del costo.
- El residente debe reportar inmediatamente a la administración cualquier anomalía o desperfecto en los enseres o en la habitación.
- En caso de existir un daño o desperfecto de algún equipo, muebles y enseres, este será asumido por la persona responsable de dicho daño. En caso de no aparecer ningún responsable, este valor será asumido por todos los huéspedes en valores proporcionales.

Hora de ingreso

- Los huéspedes residentes podrán ingresar hasta las 24:00 de lunes a domingo.

Visitas

- Los huéspedes residentes pueden recibir visitas, si sus padres desean visitarlas, deberán previamente comunicar a la Universidad, para a su vez informar a la garita. Las personas que no están registradas como huéspedes no pueden permanecer en las habitaciones. La administración podrá realizar verificaciones en cualquier momento.
- El ingreso a las residencias es solo y exclusivamente para las personas que habitan en ella, y para visitantes con autorización, queda terminantemente prohibido el ingreso de personas extrañas o estudiantes no autorizados.

Prohibiciones

- Dentro de la habitación no está permitido lavar ropa, colgarla en las rieles de las cortinas, ni plancharla; para ello existen espacios en la planta baja de la residencia.
- Está prohibido preparar alimentos (esto incluye el uso de cocinetas y otros artefactos similares) dentro de la habitación; para este fin están a disposición de los huéspedes la cocina de la residencia que está implementada con todo lo necesario para el área.
- Los electrodomésticos y equipos permitidos en la habitación son equipo de música, TV y secador de cabello, con una autorización previa la residente podría tener una pequeña refrigeradora.
- No se permite el ingreso de mascotas o animales en la residencia.

- Se prohíbe fumar en toda la residencia; únicamente se lo puede hacer en las áreas destinadas para ello (patios).
- Se prohíbe el uso o tenencia de sustancias psicoactivas, bebidas alcohólicas y en general todo tipo de armas dentro de las instalaciones de la residencia y de aparatos u objetos que causen o puedan causar molestias a los residentes vecinos.
- La inobservancia de estas normas puede ser causa de sanción de la Comisión de disciplina de la Facultad a la que pertenezca el huésped residente. Por razones disciplinarias, atentando a la moral, actos vandálicos u otros que el comité considere contrarias a estas normas.

Parqueo

- La residencia no incluye parqueo. En caso de que el residente desee hacer uso del parqueo, deberá cancelar previamente el costo de este servicio adicional.

Festejos y Ruidos

- Se recomienda a los huéspedes residentes evitar excesos de ruido, habrá que respetar el silencio nocturno tanto dentro de la residencia como en las inmediaciones de la misma. Se deberá respetar los principios de convivencia y las buenas costumbres. Debe usarse vestuario decoroso dentro de la Residencia y en las áreas comunes.
- Está prohibido realizar festejos dentro de la residencia. Igualmente está prohibido realizar fiestas o celebraciones dentro de las habitaciones.
- La administración se reserva el derecho a comunicar a los padres, tutores, responsables de los pagos económicos, de todas aquellas incidencias que afecten la normal convivencia en la residencia.

- La UCSG no se responsabiliza de :
 - Los objetos o el dinero que puedan ser sustraídos dentro de las residencias o de algún daño de equipos personales.
 - Por accidentes acontecidos dentro o fuera de las residencias y de las áreas comunales
 - Porque la huésped residente no se encuentra en la residencia.
- La administración se reserva el derecho de ingreso a las habitaciones siempre que sea por razones terapéuticas, sanitarias o que considere de excepcional urgencia y necesidad.
- La UCSG se reserva el derecho de dar por concluido el uso en las residencias en cualquier momento, sin derecho a reclamo ni indemnización, por las razones antes indicadas y que el comité considere faltas graves.

Servicios y ventajas que ofrece las residencias

- Seguridad
- Habitación individual, doble y triple
- Agua corriente, fría y caliente
- Sala de estudio con internet
- Sala con televisión y DVD
- Comedor
- Cocina
- Lavadora
- Secadora
- Mesa para planchar
- Plancha
- Ingreso privado
- Menaje de cocina
- Espacios al aire libre en área privada de la residencia
- Cámaras de Seguridad, alarmas.

Preferencia de habitación

- Individual
- Doble
- Triple

Para la aceptación de la plaza, se presentará la solicitud al comité de admisión, la respuesta a dicha solicitud será brindada luego de la reunión de la comisión que se reúne los días viernes.

Precios de Residencia

Habitación individual	\$230 al mes (incluido el desayuno)
Habitación doble	\$200 al mes (incluido el desayuno)
Habitación triple	\$150 al mes (incluido el desayuno)

Forma de contratación

Depósito de 2 meses, mínimo de contratación un semestre académico. Se exceptuará el tiempo de contratación, en el caso de programas especiales de estudiantes que vienen del extranjero. No se realizará reembolso alguno, si se retira anticipadamente.

Se deberá firmar un pagaré sin fecha, que en caso de que existan daños y superen los dos meses de depósito sea cobrado.

Atributos de la Residencia

La Residencia Universitaria se encontrará ubicada en la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil, frente al campus de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

Dependiendo de los permisos que se otorgue para la utilización de terreno se construirá en plena Avenida Carlos Julio Arosemena. La ubicación en este lugar fue escogida por los siguientes factores:

Cercanía a las Facultades.- Al estar en la residencia ubicada en el interior del campus los alumnos se encontrarán más cerca de las aulas de clases, cualquier imprevisto de materiales de estudio será más fácil solucionarlo.

Servicio de Transporte.- La UCSG cuenta con una flota de buses que transportan desde y hacia la universidad a los puntos más importantes de la ciudad.

Ubicación estratégica.- Esta cercana al centro de la ciudad a 5 minutos de la principal arteria vial de la Avenida 9 de Octubre, está cercano del Malecón del Salado, y parque Rodolfo Baquerizo Amador, sitios frecuentados por los estudiantes.

Vigilancia y Seguridad.- El complejo residencial contará con vigilancia y seguridad las 24 horas del día en las instalaciones.

Atributos del Servicio Residencial

A continuación se detallan los atributos más relevantes que ofrece el complejo residencial Universitario:

- Fácil acceso y cercana a los establecimientos de mayor recurrencia de los estudiantes.
- Ubicación en zona segura
- Infraestructura moderna, acceso a tecnología, con servicios básicos, excelente capacidad de alojamiento y seguridad privada.

- Habitaciones cómodas individuales y compartidas, con baño privado y compartido, totalmente amoblada.
- La Administración del complejo Residencial está enfocada en garantizar la seguridad, ambiente adecuado y tranquilidad que estimule la lectura académica y social de los estudiantes mediante convivencia en una agradable comunidad estudiantil.

Políticas Internas de la Residencia Universitaria de la UCSG.

El Complejo residencial Universitario se constituirá como un servicio destinado a dar alojamiento preferentemente a los estudiantes universitarios que tienen su domicilio familiar alejado de los Centros Universitarios de la ciudad. Como tal, se deben formular políticas internas con la finalidad de preservar la armonía, la seguridad de los residentes y el bienestar de los residentes. Los estudiantes de provincia deberán respetar toda norma que regule la convivencia en la Residencia.

Como todo inquilino, deberán realizar un depósito en garantía, equivalente a dos importes mensuales de la habitación en la que se alojen. Este depósito le será devuelto al residente al retirarse de la residencia.

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

Para la admisión debe presentar los siguientes comprobantes:

- Matrícula de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- La Administración se debe encargar de la asignación de las habitaciones.

- El requisito único e indispensable es establecer un contrato, donde mencione que su permanencia no será mayor a la duración de su carrera estudiantil.

En el momento de admitir al estudiante se dispondrá de lo siguiente:

- Una copia de la llave de su habitación.
- Una tarjeta magnética personal, con la que podrá acceder al complejo residencial.

De los Horarios

- El complejo residencial abrirá a las seis de la mañana y cerrará a las diez de la noche. Los estudiantes dispondrán de una tarjeta de entrada y salida con horario indiscriminado.
- Personas no Residentes podrán acceder al complejo residencial y permanecer en ella de 9h00 a 21h00, bajo la responsabilidad del residente, quien lo acompañará permanentemente desde la entrada hasta la salida. Además, que totalmente prohibido el ingreso de personas que no son residentes fuera del horario de visitas, salvo que sea con fines de estudio, previa autorización del administrador.
- Las salidas de fin de semana o toda ausencia de un residente que implique pasar la noche fuera del recinto residencial, tiene que ser notificado previamente en recepción. En caso de que fuera imposible la notificación previa, deberá ser comunicado por teléfono desde el lugar en el que se encontrare.
- Ningún estudiante-residente podrá ingresar en estado de ebriedad peor perturbar en los pasillos.
- Está prohibido el consumo de drogas y bebidas alcohólicas.

Personal Administrativo

El personal Administrativo atenderá de lunes a viernes de 7h00 a 16h00.
La Recepción funcionará de lunes a viernes de 9h00 a 22h00.

De las Habitaciones

- Cada habitación contiene: cama, colchón, televisor, ropero, aire acondicionado general.
- Además de su ropa y objetos personales, los residentes deberán traer: toallas, mantas, almohadas, colchas, artículos de uso personal y si lo desean podrán traer cualquier otro tipo de instrumentos que ayuden a hacer su estancia más agradable, como: computadores, mesa de dibujo, otros.
- Cualquier modificación que el residente desee realizar en la habitación deberá ser previamente notificada y aprobada por la Administración.
- Los dormitorios son zonas de descanso y estudio, por ende debe guardarse silencio en las mismas y en los pasillos, evitando todo ruido molesto. Bajo ningún concepto la habitación es un lugar de reunión, recreo o diversión.
- Por seguridad se prohíbe el uso de velas o similares, así como la instalación sin autorización expresa de la Administración de hornillos, calentadores, microondas o cualquier otro electrodoméstico, aparato u objeto de lo que pudiera derivarse llama o humo.

Se prohíbe asimismo fumar en las habitaciones y áreas aledañas, guardar alimentos perecederos, pegar afiches en las paredes o ventanas y la tenencia de animales de cualquier tipo.

Comidas

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

Las comidas se servirán en el siguiente horario:

- Desayuno de 6h30 a 10h00.
- Comidas de 12h30 a 15h00.
- Cena de 19h00 a 23h00.

De la Sala de Estudio

La sala de estudio estará abierta las 24 horas, no será un lugar en el que se realicen reuniones privadas, fiestas o meriendas. Se deberá guardar silencio.

- Está prohibido ingresar con comida y/o bebidas de cualquier tipo.
- Se podrá invitar compañeros a la sala de estudios previo aviso y autorización de la Administración.

CAPÍTULO V

ESTUDIO DE MERCADO

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1 ANTECEDENTES

La investigación de mercado es un herramienta importante durante el periodo de análisis de pre-factibilidad del proyecto, puesto que además de brindar información importante en cuanto a la aceptación de la propuesta empresarial en el mercado, también se convierte en un complemento al momento de delimitar el alcance del proyecto y las alternativas que posee el mismo.

Para el presente proyecto se ha diseñado un plan de investigación en el cuál se ha realizado por separado un análisis del mercado enfocado en el entorno en el cual se desenvolvería la empresa y por otro lado un estudio enfocado en la demanda del servicio.

5.2 Macro Entorno

Debido a que Ecuador es un país latinoamericano, la tendencia de adoptar costumbres extranjeras se vuelve cada vez más frecuente. Es por eso que se tiende a hacer propias costumbres de países más avanzados, los mismos que dan más independencia a los estudiantes universitarios. Comúnmente se ofrecen residencias, hostales y viviendas familiares para los estudiantes de otras ciudades, donde no se complementa con ningún servicio adicional salvo, en ocasiones, el de guardianía.

Este servicio resulta muy necesario para los estudiantes de tiempo completo que al enfocarse en sus estudios descuidan el aspecto de sus hogares y hasta del cuidado de ellos mismos.

Ecuador sufre transformaciones que se acentúan más con la tendencia que tenga cada gobierno, es por eso que en la actualidad se están sufriendo una serie de cambios en todas las instituciones estatales y privadas con el fin de mejorar su desempeño y optimizar los beneficios, sin embargo todo cambio trae consigo un periodo en el cual los ciudadanos se adapten al mismo, y hasta que este no culmine es incierto lo que puede pasar en el futuro económico y social del país.

Por eso este proceso de transición también afectará directamente a las clases sociales, a su nivel de consumo y ahorro, encontrando según cada economía un punto de equilibrio para realizar sus gastos.

Entonces, debido a estos eventos, se ha encontrado oportuno dirigir el mercado al segmento social medio y alto, el cual tiene mayores recursos para adquirir el servicio, ya que el segmento socio-económico bajo lo puede clasificar como innecesario o muy costoso.

5.2.1 Fuentes de Información

Para el presente proyecto se requiere de la siguiente información como base para su desarrollo:

- La población total de estudiantes de otras provincias que estudien en la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG.
- La disposición de la población para aceptar el servicio.

Como fuentes de información se han utilizado los siguientes métodos:

- **Investigación primaria:**
Para obtener la información primaria se han realizado encuestas en la Facultad de Especialidades Empresariales en estudio enfocando el estudio en los jóvenes provenientes de

provincias aledañas a la del Guayas de diversos rangos de edades.

- **Información Secundaria:**

Como fuentes de información secundaria se han utilizado diversos métodos de consulta e información los cuales se encuentran detallados en la bibliografía del proyecto presentado.

- **Desarrollo de la Investigación de Mercado**

La investigación de mercado se realizó en dos etapas:

Primer Proceso: Estudio Descriptivo

Se seleccionó como primera metodología de investigación para este estudio, la realización de un Grupo Focal, proceso formalizado de reunir un grupo pequeño de personas para una discusión libre y espontánea de un tema o concepto particular, aplicada a un grupo homogéneo de 8 estudiantes universitarios de provincia, seleccionados en base a criterios definidos por las características del mercado objetivo, a fin de determinar con mayor detalle las características y el perfil de los clientes potenciales.

Cuadro # 1.- Resultados de los participantes del Grupo Focal

# Estudiante	Provincia Natal (Ciudad)	Forma de residir en la Ciudad de Guayaquil
1	Guayas (Milagro)	Vive en casa de una Tía
2	Guayas (Naranjal)	Vive en casa de unos parientes
3	Guayas (Milagro)	Viaja diariamente
4	Los Ríos (Babahoyo)	Alquila
5	Los Ríos (Babahoyo)	Alquila
6	Manabí (Manta)	Vive en casa de una tía
7	Santa Elena (Libertad)	Vive en casa de una prima.
8	Santa Elena (Libertad)	Alquila

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Entrevista a Grupo Focal

El Grupo Focal fue realizado el 15 de Marzo del 2012, con una duración aproximada de una hora.

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

Resultados

Las personas de la Libertad y Milagro coincidieron que les gustaría vivir en una residencia que sea próxima a la Universidad Católica, dado que también cercanías con el centro de la Ciudad. Sin embargo, los jóvenes entrevistados en Babahoyo y Manta, manifestaron que prefieren alquilar en un hostel o vivir donde un conocido o familiar.

Segundo Proceso

Se aplicaron encuestas a estudiantes universitarios de las facultades con mayor demanda en la Universidad Católica: Ing. en Marketing, Ingeniería en Emprendimiento, Ingeniería en Administración de Ventas, Ingeniería en Administración de Empresas, de edades comprendidas entre los 18 - 24 años. Este muestreo fue realizado entre el 10 al 15 de Abril del 2012, y tuvo por objeto cuantificar estadísticamente la demanda potencial del proyecto inmobiliario y establecer aspectos de diseño, capacidad operativa e infraestructura del complejo habitacional, basado en el análisis cualitativo del perfil de los clientes potenciales, determinado en las metodologías detalladas previamente. Hay que destacar, que se utilizó un cuestionario sencillo basado en preguntas cualitativas acerca de los

gustos, preferencias, necesidades y capacidad económica de los encuestados, a fin de determinar cuantitativamente la viabilidad del proyecto.

5.2.2 Objetivos del Análisis de Mercado

Los objetivos del estudio de mercado realizado son los especificados a continuación:

- Conocer si en la actualidad se ofrece el servicio de residencias estudiantiles en la ciudad.
- Averiguar las principales necesidades que se deben satisfacer en nuestros clientes potenciales.

5.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

5.3.1 Tendencias del Micro Entorno

- **Clientes**

Los clientes potenciales son los padres de los jóvenes universitarios que sean estudiantes activos que necesiten un lugar donde vivir y reciban servicios especiales. Los usuarios son estudiantes dedicados y con necesidad de comodidad, clasificándola dentro de un nivel económico medio y alto, ya que por la versatilidad de los servicios ofrecidos es un precio que requiere una inversión moderada para la confortabilidad del estudiante.

Se ofrecen servicios variados de acuerdo a las preferencias del estudiante ya sea este innovador o tradicional que se verán reflejados en los tipos de suites que estos elijan, las cuales pueden ser personales, dobles o triples. Se dará prioridad a las

preferencias del consumidor en todos los aspectos dentro de lo factible, como son los servicios de limpieza, comedor, lavandería, y servicio de internet; incluyendo la modalidad de pago que presente mayor comodidad para el consumidor.

5.3.2 Definición de la Muestra

Para estimar el tamaño de la muestra de la población de estudiantes que provienen de otras provincias, la **Muestra**, será seleccionada mediante la aplicación del método del muestreo aleatorio simple de una población (Thompson, S 1992).

$$n = \frac{p \cdot q \cdot N}{\frac{e^2}{z^2} (N - 1) + p \cdot q}$$

Donde:

N: Tamaño de la población. (13,073 estudiantes)

P: Proporción estimada de la población de éxitos.

q: o (1 - p). Proporción estimada de Fracasos.

Z: Nivel de confianza de 95%, z sería 1,96.

e^2 : Cuadro de Aceptabilidad máxima de error entre la proporción real y proporción de la muestra.

Los valores a Utilizar:

N	13,073
Z	1.96
e	5%
P	0.5
Q	0.5

Elaborado por: Los Autores
Fuentes: Encuestas

Aplicando la fórmula se obtiene un tamaño muestral de 276 estudiantes provenientes de provincia a los cuales se debe encuestar.

Estratificación

El tipo de muestreo que se realizará es un muestreo aleatorio simple estratificado proporcionalmente, es decir que el número de cada estrato es proporcional al número que se encuentra en la población.

Nuestro N (tamaño de la población) está compuesto por dos ramas de manera que nuestros estratos son:

Cuadro # 2.- Estudiantes de Facultades Empresarial

Genero	Cantidad Estudiantes
Masculino	108
Femenino	168
	276

Elaborado por: Los Autores
Fuentes: Encuestas

Asignación Proporcional

Cuando la asignación es proporcional, el tamaño de la muestra de cada estrato es proporcional al estrato correspondiente con respecto a la población total, como sigue:

$$n_i = n * (N_i / N)$$

Donde:

n_i : Tamaño de la muestra estratificada

n : Tamaño muestra total

N_i : Tamaño estratificado Poblacional

N : Tamaño de la población

Fuente: Libro Investigación de Mercados, KOTLER

Efectuando la operación indicada, el tamaño muestral para cada estrato es el siguiente:

Género	Encuestados
Masculino	108
Femenino	168

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Encuestas

5.3.3 Diseño de la Encuesta

La encuesta está desarrollada con 10 preguntas prácticas y fáciles de responder por parte del encuestado. Se tomo el campus de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil para realizar las encuestas a estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales, con uno de los objetivos de obtener resultados confiables por parte de nuestros futuros clientes sin antes mencionar que el principal objetivo era analizar la reacción y comentarios por partes de ellos sobre la creación del proyecto, alcanzando gusto y buen ánimo para participar de dichas encuestas.

5.3.4 Análisis de la Información

Las encuestas han proporcionado la siguiente información que será explicada por medio de gráficos y tablas de los resultados obtenidos.

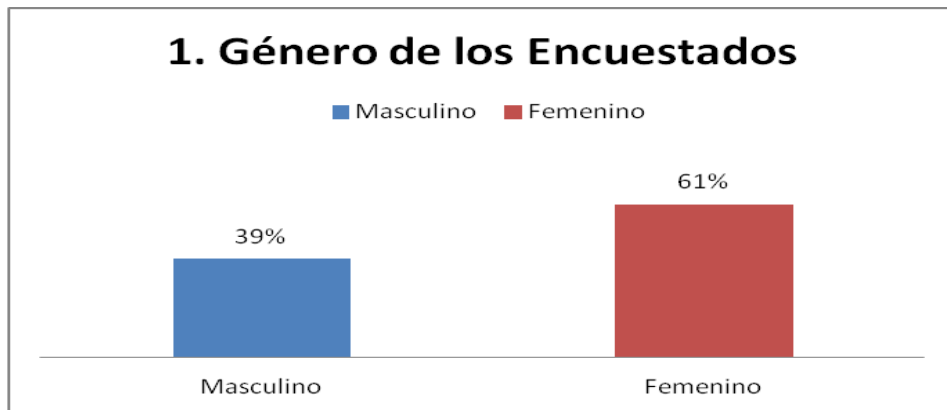
5.3.4.1 Resultados de la Investigación de Mercado

Pregunta 1

Esta es la pregunta con la cual partimos en la encuesta para poder determinar el género de los encuestados.

Una vez que los encuestados han sido definidos de las carreras mencionadas, se tuvo un 39% de encuestados de género masculino y 61% de encuestados de género femenino.

Gráfico 5.1



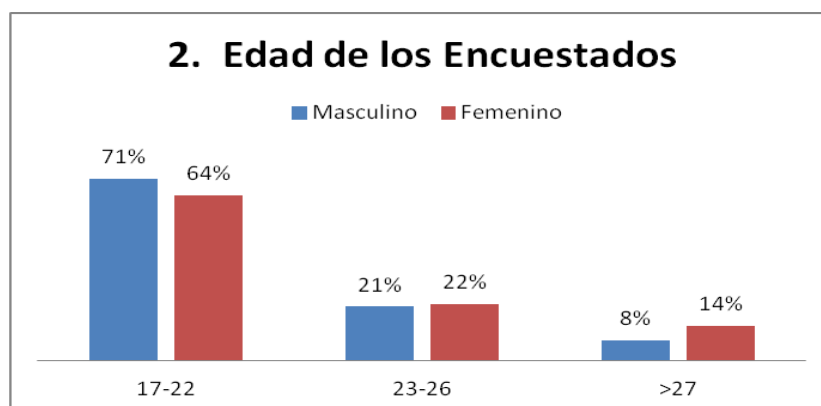
Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Pregunta 2

En esta pregunta se analizó la edad de los encuestados, entre los cuales se separó en 3 grupos de rangos entre 17 a 22 años, de 23 a 26 años, y mayores a 27 años. En el primer grupo, los resultados fueron los más significativos un 71% de género masculino y un 64% femenino, por lo que prácticamente es el grupo donde el proyecto se debe concentrar. Por otro lado, el segundo grupo entre 23 a 26 años, también existe un mismo porcentaje de un 21% de género masculino y 22% femenino.

Gráfico 5.2



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

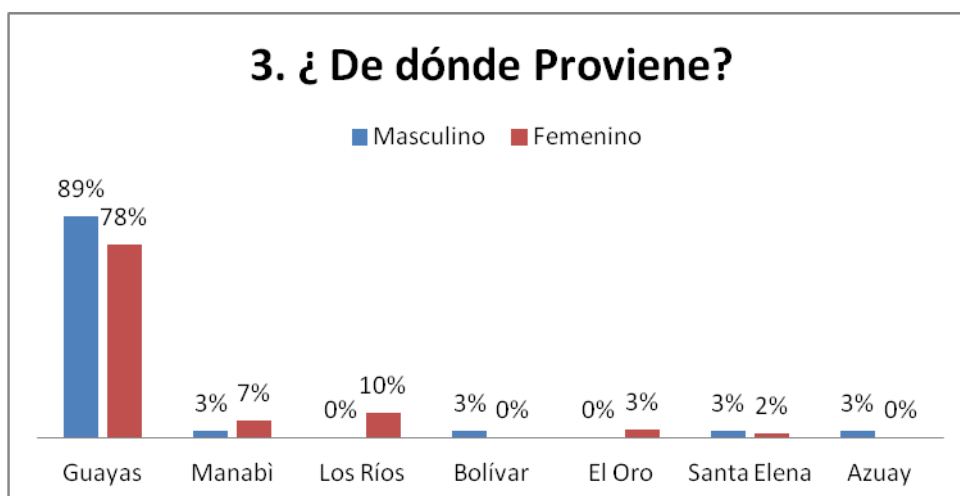
Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Por otro lado, dentro del último grupo, personas mayores de 27 años, el género femenino sobresale con un 14%, mientras que el masculino apenas un 8%.

Pregunta 3.-

Dentro de la encuestados de las diferentes carreras, es interesante conocer el origen de los estudiantes por lo que se obtuvo los siguientes resultados: Cerca del 80% de los encuestados pertenecen a la provincia del Guayas, mientras que un 10% a la provincia de Manabí, segregado a un 3% de género masculino y un 7% significativo perteneciente al femenino, por lo que el proyecto debe destacar en promocionarse en ésta provincia, como de igual manera en las provincias de Los Ríos, Bolívar, El Oro, Santa Elena, y Azuay.

Gráfico 5.3



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

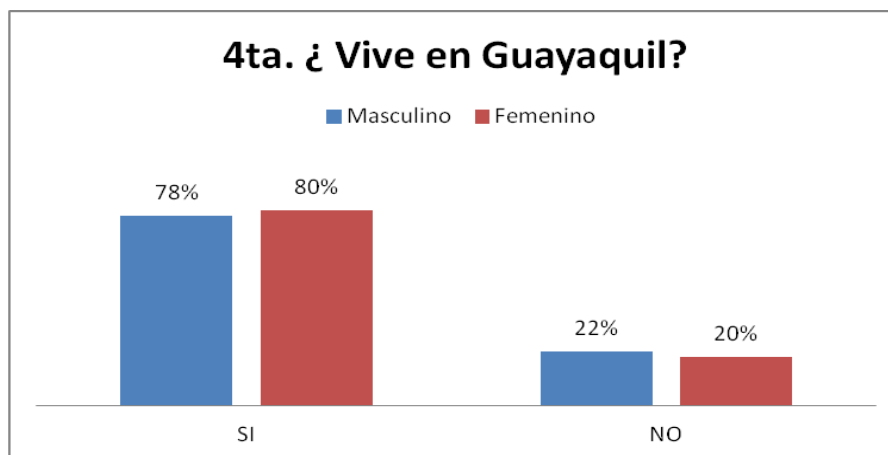
Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

También hay que considerar, que las provincias de Los Ríos y Santa Elena, tiene resultados del 10% y 5%, por lo que el proyecto debe considerar una mayor promoción en los diferentes colegios de las provincias mencionadas.

Pregunta 4.-

Esta es una pregunta clave para poder saber qué porcentaje vive en la ciudad de Guayaquil y en parte para poder determinar el porcentaje que se lo puede atender.

Gráfico 5.4



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

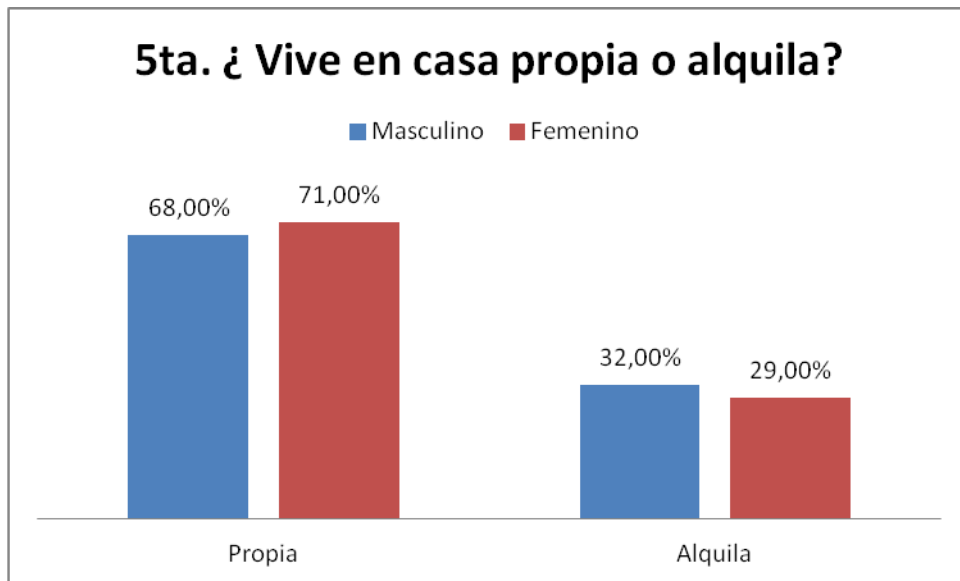
Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

De los estudiantes que no viven en la ciudad de Guayaquil, los encuestados de género masculino representan un 22% y 20% femenino. Hay que considerar que la pregunta cuarta tiene alta correlación con la pregunta 7. Dado que, se puede mencionar que de cada 10 estudiantes existen 8 estudiantes viven localmente, otros prefieren viajar diariamente de las facultades encuestadas.

Pregunta 5.-

Esta pregunta, se quiso investigar que dentro de los estudiantes encuestados viven en casa propia y quienes alquilan. Es ahí, donde el proyecto debe concentrarse. Los resultados de género masculino y femenino que viven en una habitación propia tienen un 68% y 71% respectivamente. Hay que citar, que de los estudiantes encuestados que alquilan representan un 32% y 29%, por lo que existe una incidencia de las personas que estudian en la Universidad Católica de Guayaquil, 3 de cada diez estudiantes dentro de la muestra, alquilan.

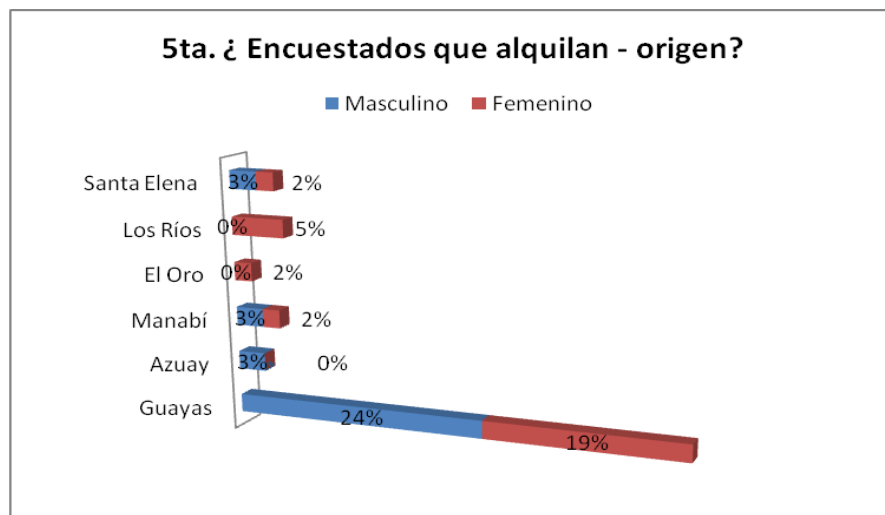
Gráfico 5.5



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Este resultado, para el proyecto no deja de ser muy atractivo por que se puede tener una proyección de los estudiantes que recién se encuentra en el pre-universitario para poderles ofrecer el tipo de servicio que busca ofrecer el proyecto.



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

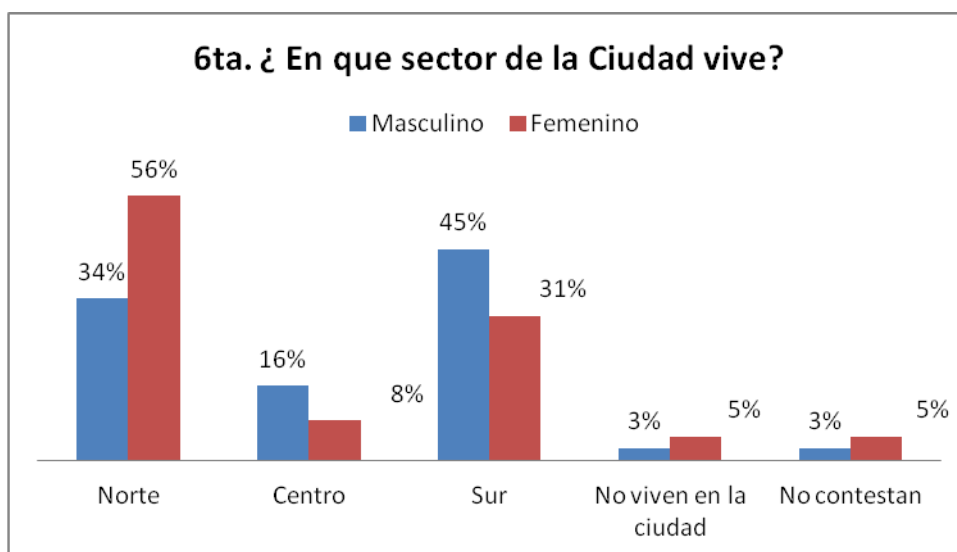
Se aprovechó en la investigación analizar, de que provincia provienen la muestra de los encuestados y se encontró con la novedad que existe un 24%(masculino) y 19%(femenino) de la provincia del Guayas alquilan en la ciudad de Guayaquil, por lo que en otra siguiente etapa se deberá investigar de que cantones de la Provincia del Guayas provienen.

Sin embargo, estudiantes de Santa Elena, Azuay y Manabí actualmente alquilan.

Pregunta 6.-

De acuerdo al grupo que viven la ciudad de Guayaquil (pregunta #4), se pudo determinar que existe una alta concentración tanto en el Norte y Sur a la hora de escoger la vivienda del estudiante encuestado. Los resultados arrojó que un 34% de los hombres viven en el norte, 16% en el centro de la ciudad y un 45% en el Sur.

Gráfico 5.6



Fuente: Estudio de Mercado — Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

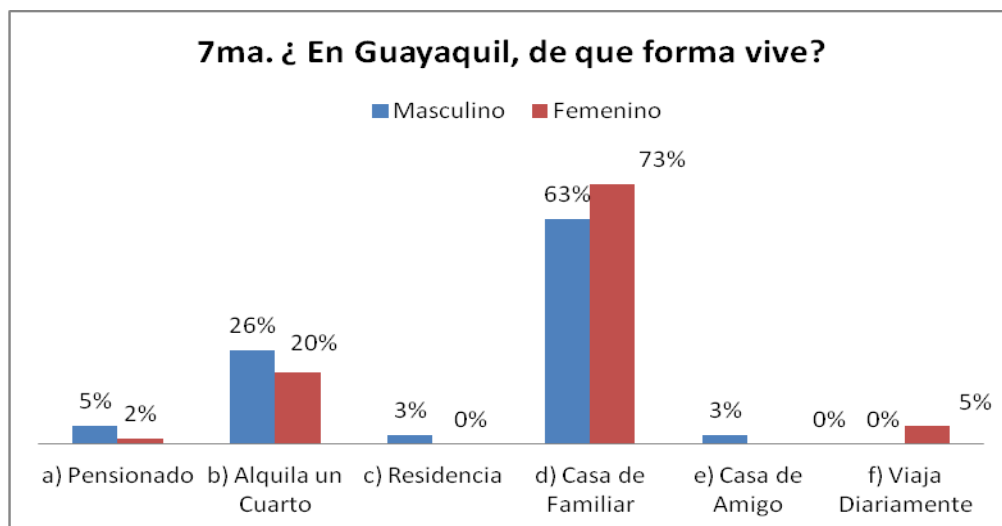
Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Por otro lado, los resultados pertenecientes al género femenino, arrojaron los siguientes: un 56% vive en el norte, 8% en el centro y un 31% en el

sur de la ciudad. Sin embargo, un 3% y 5% de los encuestados no viven en la ciudad por lo que es destacado y un 4% no contestaron.

Pregunta 7.-

Gráfico 5.7



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Como podremos observar en el gráfico, de los que contestaron que viven en la ciudad de Guayaquil, se quiso investigar de qué forma viven, brindando 6 alternativas múltiples: Viven en un pensionado(a), alquilan un cuarto o departamento (b), viven en una residencia estudiantil(c), viven en casa de un familiar (d), viven en casa de un amigo(e) y viaja diariamente(f).

El proyecto, lo segregó en 6 subgrupos respectivamente. Un 7% de los encuestados, lo cual es un significativo porcentaje, significando que esa parte del mercado es a la que debemos apuntalar como respuesta de mercado, éste se descompone en un 5% de género masculino y 2% femenino.

Por otro lado, siguiendo con el análisis, dentro del segundo grupo hay un porcentaje alto del 26% correspondiente de género masculino que alquila

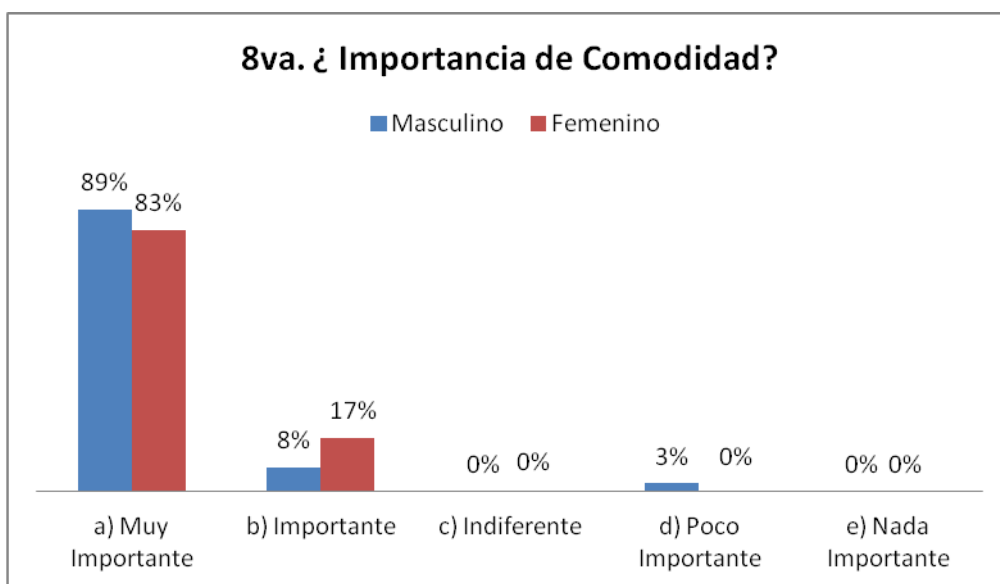
una habitación, mientras existe un 20% de género femenino que también coinciden con ésta alternativa.

El grupo más representativo, apunta al grupo cuarto y es la opción de vivir en la casa de un familiar, que representa un 63% para el género masculino y 73% para el femenino. Estos son resultados preocupantes para el proyecto dado que representa más del 65% realizando un promedio entre ambos géneros prefieren inclinarse éste tipo de opción. Mientras que grupos no tan representativos, como los que viven en una Residencia 3% para los hombres y 0% para las mujeres, como de igual manera con la alternativa que vive en casa de un amigo.

Hay que destacar, que existe un factor, a la que el proyecto se acoge a un nicho que está por conquistar y es a ese segmento de estudiantes que viajan diariamente, teniendo como resultados un 5% de mujeres.

8 va. Pregunta.

Gráfico 5.8



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

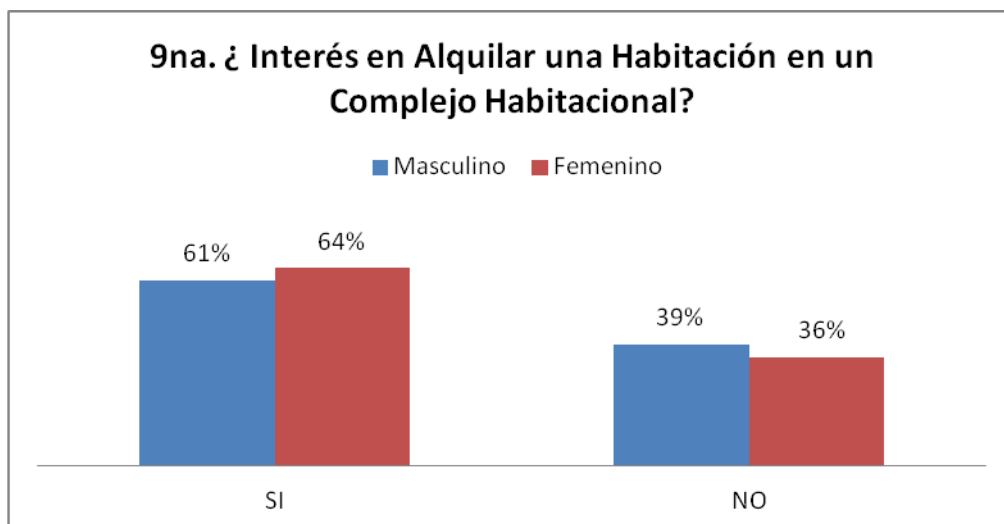
Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Dentro del estudio de mercado, se tuvo que analizar el nivel de importancia en el aspecto de la comodidad de las instalaciones y habitaciones. Por lo general, ésta variable no la consideran en un sinnúmero de estudios de mercado, debido a que es una variable cualitativa e inclusive por el hecho de que el estudiante en sus primeros años pasa la mayoría de su tiempo en la universidad que en la habitación, sin embargo un 89% para el género masculino y un 83% para el femenino considera muy importante la comodidad; como también existe dentro de la escala de importante un 8% para el género masculino y un 17% para el femenino.

Por tal razón, el proyecto ha convenido visitar residencias y observar que detalles caracterizan una habitación residencial como también sus comodidades. Un planteamiento se ha establecido el proveer una cafetería, servicio de cyber, internet inalámbrico y servicio de copias relacionado en la pregunta 15.

9na Pregunta

Gráfico 5.9



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Una de las preguntas en investigar, es el interés de alquilar una habitación en un complejo habitacional al grupo de estudiantes de facultades empresariales y ver la viabilidad del proyecto. La presente investigación arrojó en forma positiva con los siguientes resultados:

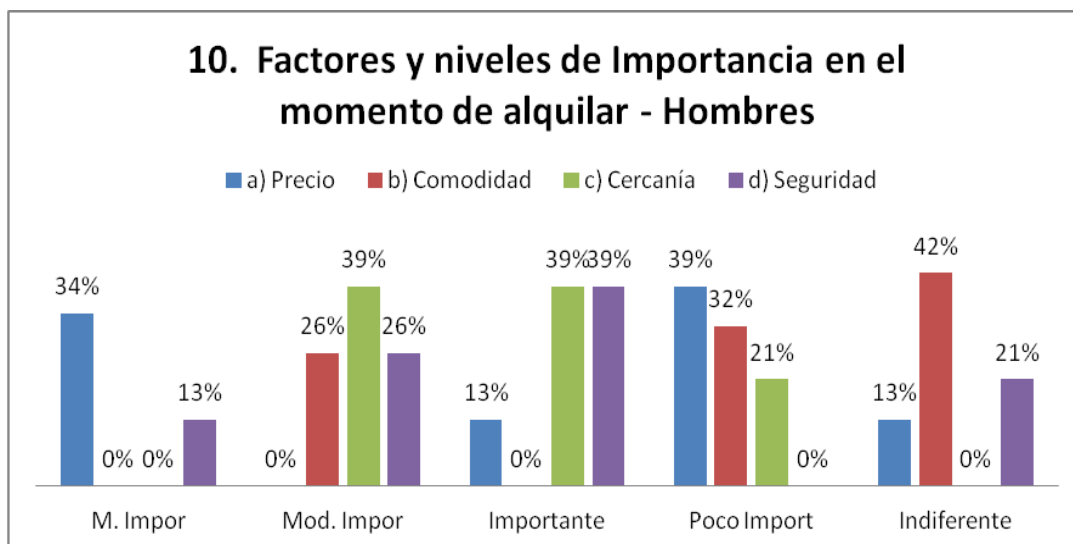
Un 61% contestó de forma afirmativa, el género masculino se mostro en alquilar una habitación en un complejo, sin embargo un 39% mencionó que no era de su interés.

Por otro lado, dentro del género femenino los resultados salieron positivos al afirmar que un 64% de las encuestadas señalan que tienen el interés de alquilar y un 36% en cambio respondieron de forma negativa.

Por lo que se cita en el estudio, de cada 6 estudiantes encuestados afirman el interés en alquilar una habitación, un resultado que estimula a convertirse en realidad.

10ma Pregunta

Gráfico 5.10



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

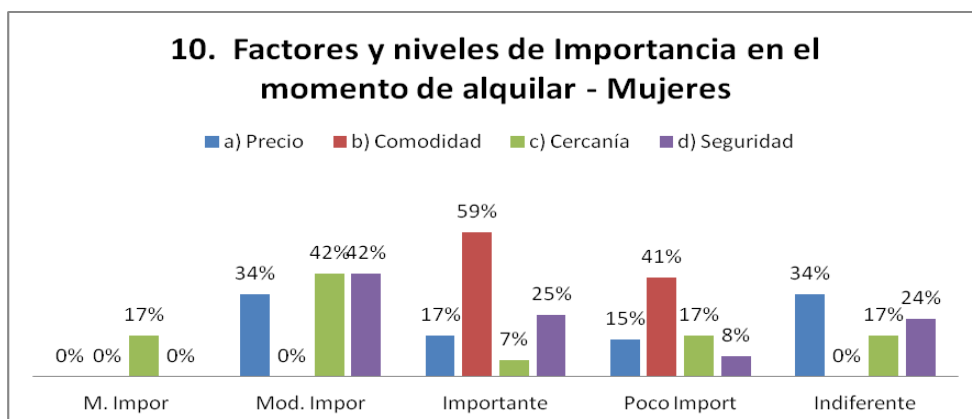
Luego de haber revisado, preguntas tales como el interés y la comodidad, el estudio de mercado en construir un complejo residencial de estudiantes de la universidad católica para provincia, el proyecto evaluó el nivel de importancia como variables de Precio, Comodidad, Cercanía y Seguridad tanto para el género masculino y femenino.

En el primer gráfico, se muestra los resultados de los estudiantes masculinos y señalan que la variable que tiene mayor trascendencia es la cercanía con un 39% en la misma escala de importancia y moderadamente importancia. Hay que destacar, que la variable Precio se establece en un grupo de Muy Importante un 34%, como también moderadamente importante con el 13%.

Por otro lado, la que también obtuvo resultados favorables que fueron investigados fue la seguridad en 26% moderadamente importante, como también un 39% demostró que es importante.

Por otro lado, desde el punto de vista de las estudiantes de género femenino, tal como se registra en el gráfico, registra con un 59% Importante la Comodidad, seguido de otro grupo que contestaron que para ellas es poco importante un 41%.

Gráfico 5.11



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

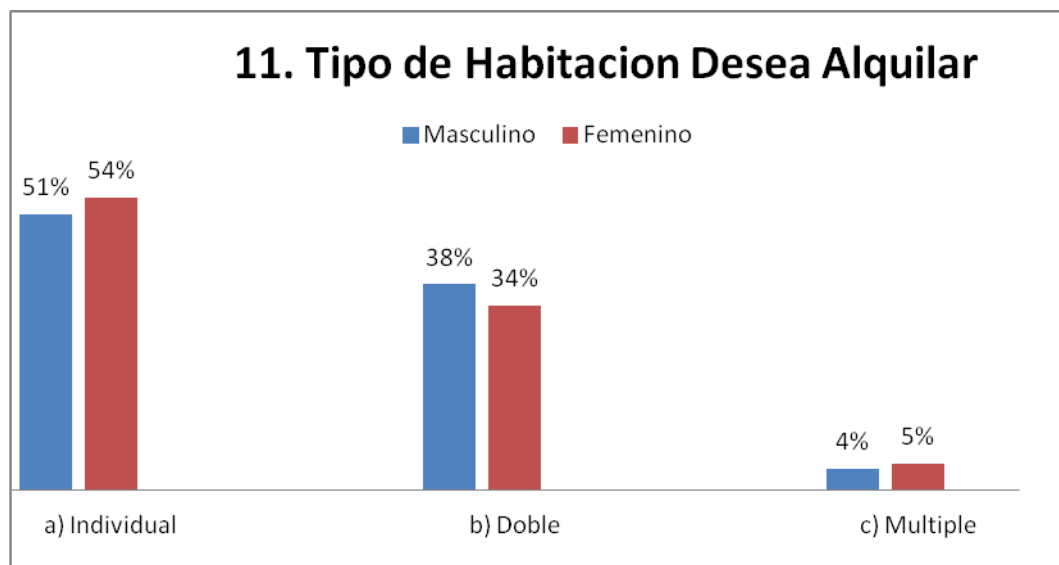
Es evidente, que la variable de Cercanía se encuentra entre las más favorables a la hora de contestar por parte del género, ésta representa un 17% muy importante, seguido de un 42% y un 7% de Importancia.

Por último, la Seguridad es una variable considerada como la tercera en importancia con resultados del 42% Moderadamente Importante, un 25% Importante y un 8% poco importante,

Pregunta 11

En esta pregunta, se investigó una vez establecido ciertos parámetros e interés de alquilar una habitación en el complejo, que tipo será de sus preferencia, en este caso se preguntó si le gustaba habitación sencilla, habitación doble o triple. Dentro del grupo de 38 estudiantes de género masculino, los resultados de la pregunta fueron que un 51% prefiere una habitación sencilla, mientras un 38% preferirá vivir en una habitación doble y apenas un 4% le gustará compartir una habitación múltiple.

Gráfico 5.12



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Mientras que en el grupo de 59 estudiantes de género femenino, éstas preferían un 54% no compartir una habitación y escoger una habitación sencilla en el complejo residencial, seguido a un 34% de estudiantes de

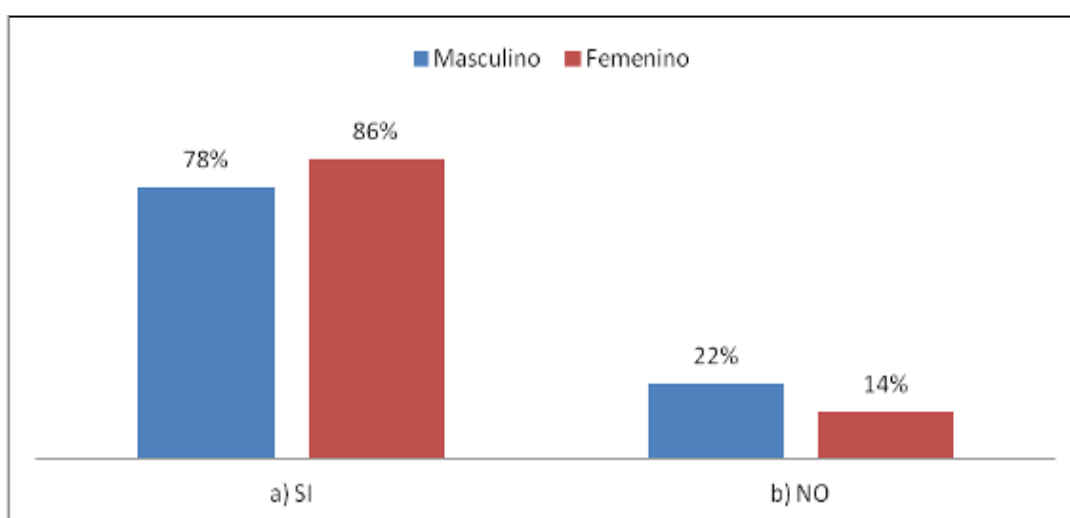
facultades empresariales prefiere compartir su habitación y escoger una habitación doble, estos resultados son parecidos a los de género masculino, citados anteriormente.

Vale resaltar que el 5% de las estudiantes encuestadas si prefieren la idea de compartir su habitación de manera múltiple, superior a la del género masculino.

Pregunta 12.

Gráfico 5.13

12. Estaría dispuesto a Pagar US\$260-US\$230



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

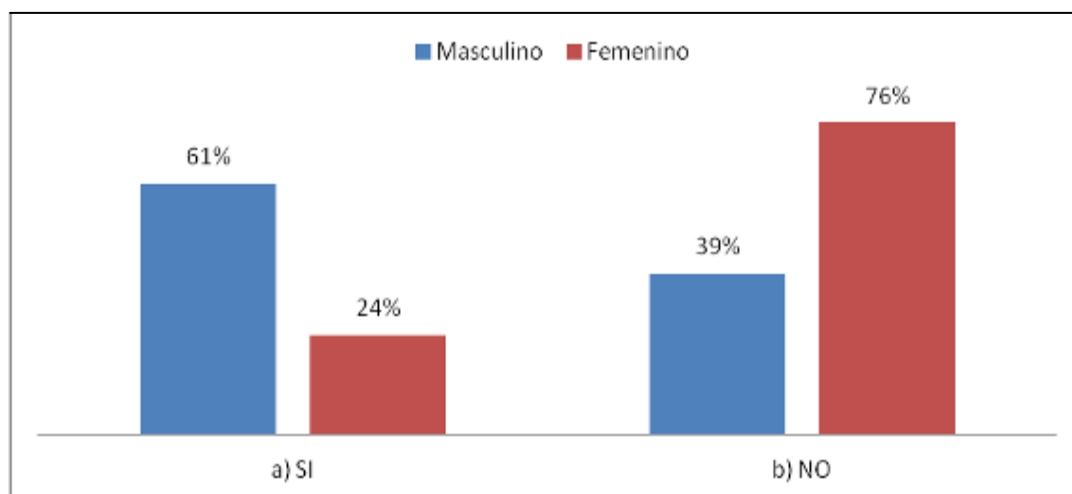
Una de las variables a resaltar dentro de la investigación, ha sido el precio y justamente el proyecto dentro de sus objetivos era definir e investigar la capacidad de pago de los encuestados en una habitación sencilla.

El proyecto como tal fue evaluado a través de un análisis de sensibilidad y para el efecto la tarifa que se inclinó en \$260. Por lo que el proyecto se inclina a la respuesta positivas que se tuvieron de ambos géneros dando como resultado a un 78% de preferir un rango de US\$ 260 - US\$ 230 por parte de los estudiantes de género masculino y un 86% de género femenino; sin embargo existe un 22% y 14% respectivamente que no están de acuerdo a pagar un precio de alquiler por el rango señalado.

Pregunta 13

Gráfico 5.14

13. Estaría dispuesto a Pagar US\$230- US\$200



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

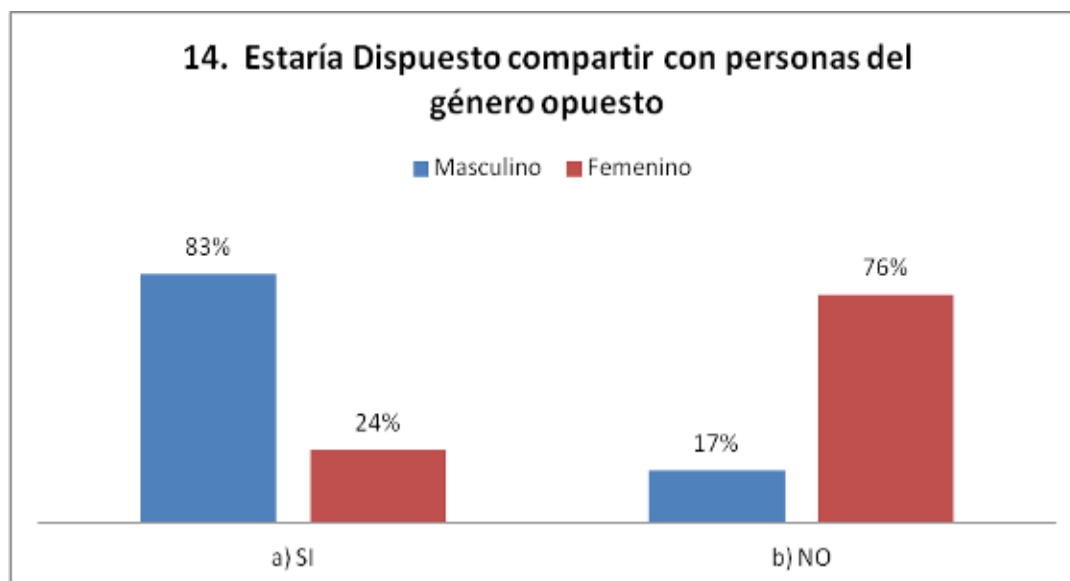
Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

En la pregunta 13, también se evaluó dentro de la investigación, el precio y justamente el proyecto dentro de sus objetivos era el definir e investigar la capacidad de pago de los encuestados en una habitación doble con un rango de US\$ 230 a US\$ 200, inferior al de una habitación sencilla por la simple razón que ésta debe ser compartida.

El proyecto como tal fue evaluado a través de un análisis de sensibilidad y para el efecto la tarifa que se inclinó dentro del rango fue de \$230. Por lo que el proyecto se inclina a la respuesta positivas que se tuvieron de ambos géneros dando como resultado a un 61% de preferir un rango de US\$ 230 - US\$ 200 por parte de los estudiantes de género masculino y un 39% de género femenino; sin embargo existe un 24% y 76% respectivamente que no están de acuerdo a pagar un precio de alquiler por el rango señalado.

Pregunta 14.

Gráfico 5.15



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

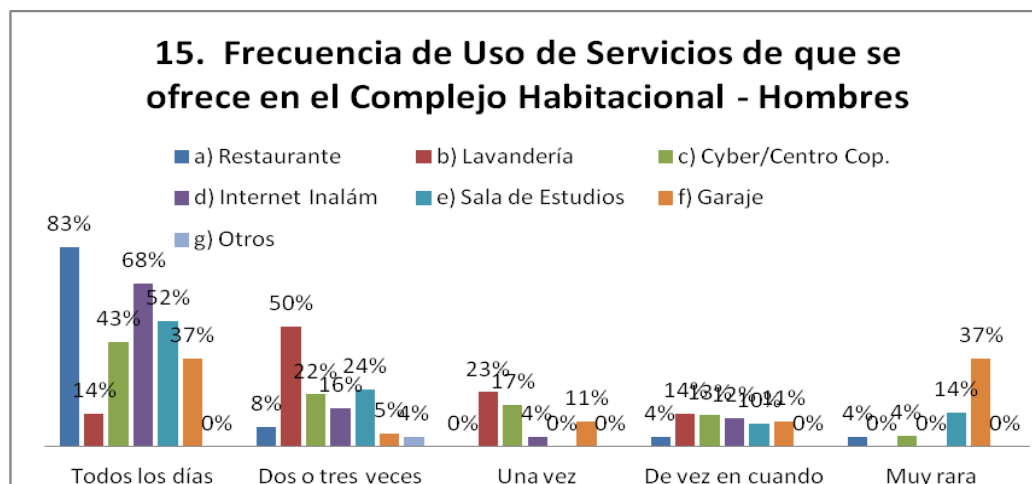
En la pregunta 14, de acuerdo al gráfico, los resultados se encuentran resultados diferentes con respecto a compartir la habitación con personas del género opuesto. Es indudable, que por la cultura del Guayaquileño, los estudiantes de género masculino querrán compartir con su habitación con alguien del género opuesto teniendo como resultado un 83% que respondieron afirmativamente y apenas un 24% respondieron que no quisieran compartir su habitación, sin embargo los resultados del género femenino salen diferentes, el 17% de las estudiantes encuestadas señalan que prefieren compartir con alguien del género opuesto, mientras que un 76% respondieron de forma negativa.

Pregunta 15

Dentro de la pregunta 15, el proyecto evaluó y clasificó que acuerdo a respuestas múltiples el nivel de frecuencia que utilizaría los servicios que ofrecerá el complejo habitacional, tales como: Restaurante, Lavandería, Cyber, Internet inalámbrico, sala de estudios y garaje.

Dentro de la evaluación del género masculino tuvimos como resultados significativos fueron. Un 83% se inclinaría a utilizar todos los días, un 43% del Cyber, un 68% el Internet Inalámbrico, un 52% la sala de estudios, un 14% la lavandería.

Gráfico 5.16

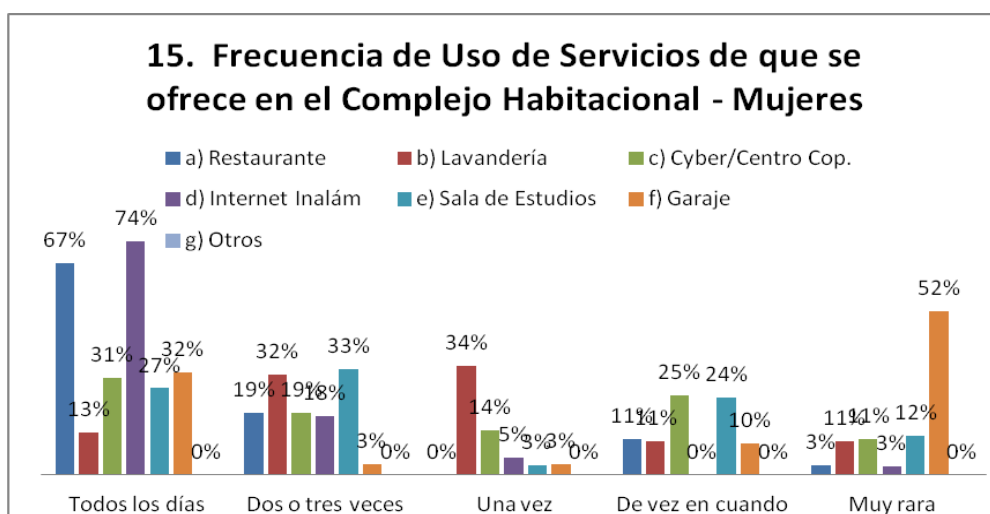


Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Mientras que en el gráfico siguiente, las variables más representativas a usar dentro del género femenino serán el Restaurante con un 67% e Internet con el 74%, como también las opciones de Garaje y Cyber.

Gráfico 5.17

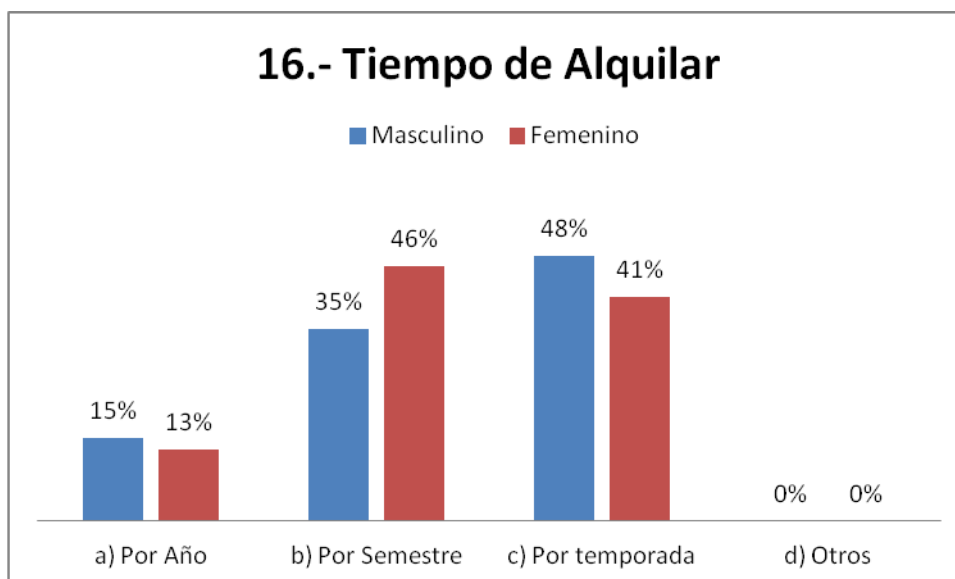


Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Pregunta 16

Gráfico 5.18



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

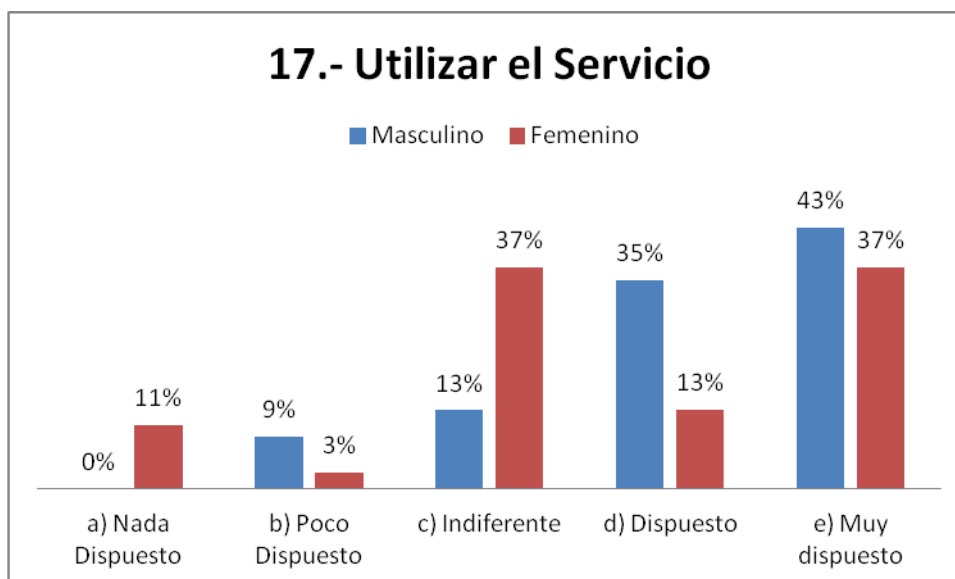
Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Uno de los factores a evaluar y proyectar, es la temporada que estará el estudiante que siguen en una facultad empresarial. Como resultado a lo investigado la variable más representativa es alquilar por temporada. Esa misma variable el estudiante de género masculino respondió en un 48%, mientras que el femenino un 41%.

Por otro lado, existe un 35% y 27% respondieron que les gustaría alquilar por un año una habitación en el complejo residencial, correspondiente al género masculino y femenino.

Pregunta 17

Gráfico 5.19



Fuente: Estudio de Mercado – Residencia Universitaria para los estudiantes de Universidad Católica que acuden de facultades empresariales.

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Por último, para considerar el proyecto en su factibilidad y viabilidad de mercado, se evaluó dentro de la muestra quienes estarían dispuestos a utilizar el servicio.

Como resultado positivo un 43% y 37% correspondiente al género masculino y femenino están muy dispuestos a usar el servicio, esto sumado a al 35% y 13% también estarán dispuestos a alquilar una habitación en el complejo residencial.

5.3.5 Conformación de la demanda

La Universidad Católica cuenta con 13,073 estudiantes aproximadamente, y el proyecto se enfocará a estudiantes de provincia, sin embargo el proyecto no se niega a aceptar a estudiantes que sean de la misma provincia, por lo que se ha escogido a todo el conglomerado universitario (Auditoría Interna UCSG, 2013).

Para conformar cual será la demanda, se ha tenido en cuenta escoger las preguntas de mayor importancia, éstas han sido seleccionadas por la información que nos proporciona de acuerdo a las preferencias que entran al perfil del proyecto. Las preguntas 3, 7, 9 y 17 se han escogido el promedio de las respuestas de género masculino y femenino.

Tabla #1.
Resultados de las Preguntas Seleccionadas

Resultados de la Encuesta Estudiantes	Masculino	Femenino	Promedio.
3era Pregunta - Procedencia Provincias	12%	22%	17%
7ma Pregunta - Alquilan un Cuarto	26%	20%	23%
16ava Pregunta – Frecuencia 1 año.	15%	13%	14%
17ava Pregunta - Confirmación de Utilizar el Servicio	43%	37%	40%

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Tabla #2.
Resultados de las Preguntas Seleccionadas

Tipo de Habitación.	Masculino	Femenino	Promedio	Habitación	# Estudiantes
b1) Solo (Sencilla)	51%	54%	53%	15	15
b2) Acompañado (Doble)	38%	34%	36%	10	20
b3) Múltiple	4%	5%	5%	1	3
b4) no contesta	0%	0%	0%	26	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Tabla #3.
Conformación de la demanda.

Tipo de Habitación.	a)Formulación	b) Promedio.	a) * b) #Estudiantes
b1) Solo (Sencilla)	=13073 * 17% * 23% * 14% * 40%	53%	15
b2) Acompañado (Doble)	=13073 * 17% * 23% * 14% * 40%	36%	10
b3) Múltiple	=13073 * 17% * 23% * 14% * 40%	5%	1

b4) no contesta

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

5.4 ANALISIS FODA

Fortalezas

- Cercanía a la Universidad, debido a que los estudiantes ahorran tiempo, costos de trasportación y disminuiría los riesgos del transporte público y privado. Diagonal a la Universidad Católica, a la altura de un solar, en el km 1 después del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP.
- Los riesgos de seguridad es un factor importante hoy en día, por lo que tendría guardianía las 24 horas.
- La preocupación de tener un lugar con las comodidades necesarias para dedicar tiempo al estudio, esta solucionada con el área de estudios con internet.
- El servicio de limpieza y lavandería, que es un factor de preocupación para aquellos estudiantes que muchas veces no tienen el tiempo necesario para dedicarse a aquello y que es muy necesario.
- Ubicación en una zona segura, de fácil acceso y cercana a las universidades mencionadas.
- Infraestructura espaciosa y moderna, dotada de servicios básicos, seguridad privada, acceso a la tecnología y una amplia capacidad de alojamiento.
- Habitaciones cómodas individuales y compartidas, con baño privado y amoblada para una estadía agradable.
- Oferta de servicios complementarios adecuadamente equipados como: restaurante, lavandería, cyber, centro de copiado, cabinas, sala de estudios con acceso a internet

inalámbrico, canchas deportivas y área de parqueo para satisfacer las necesidades y requerimientos de los residentes (Revisar Anexo.- Estadísticas de la frecuencia de uso de servicios complementarios).

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

Oportunidades

- Es un mercado poco explotado, la única competencia que se tiene son los hogares comunes que alquilan cuartos, mientras que el proyecto ofrece servicios adicionales que cubren las necesidades de los estudiantes.

Debilidades

- Poca experiencia en administración de negocios de este tipo.
- Inversión inicial alta.

Amenazas

- Al presentarse una crisis económica, es probable que esto influya en la decisión de compra de los consumidores potenciales provocando que estos no se fijen en los servicios ofrecidos y al contrario se fijen en el precio y en los altos costos de la vida.

5.5 MACRO Y MICROSEGMENTACIÓN

Macro-Segmentación

En este análisis se definirá el mercado de referencia desde el punto de vista del consumidor, para lo cual se toman en cuenta tres dimensiones, estas se presentan a continuación:

Función o necesidades: Responde a la pregunta: ¿Qué necesidades satisfacer?

- Comodidad
- Seguridad
- Mantenimiento
- Alimentación

Recursos: Responde a la pregunta: ¿Cómo satisfacer estas necesidades? Creando un ambiente estudiantil garantizando guardianía 24 horas, limpieza constante de las instalaciones y ofreciendo un servicio de comida y de lavandería para la comodidad del estudiante.

Grupo de Compradores: Responde a la pregunta: ¿A quién satisface estas necesidades? Estudiantes que no tengan vivienda propia en la ciudad de Guayaquil.

Micro - segmentación

Con este estudio se darán a conocer las características de los consumidores así mismo las cualidades preceptuales que permiten diferenciar este servicio en el concepto de los compradores potenciales. Las características del segmento elegido son:

- **Segmentación Geográfica**
Estudiantes de la facultad de especialidades empresariales de la Universidad Católica de Guayaquil que no posean vivienda propia en la ciudad de Guayaquil.
- **Segmentación Demográfica**
Hombres y mujeres entre los 17 y 25 años.
- **Segmentación Psicográfica**
Estudiantes de la facultad de especialidades empresariales de la Universidad Católica de Guayaquil interesados en alquilar un

departamento con las comodidades necesarias y con un ambiente propicio para una vida estudiantil.

5.6 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Con el fin de obtener una evaluación del entorno en el cuál se desenvolvería el negocio se ha realizado el análisis de las cinco fuerzas de Porter, un estudio del sector industrial enfocado en competidores, consumidores y proveedores de la empresa para determinar el grado de influencia y poder que estos poseen en el mercado.

5.7 Ingreso Potencial de Nuevos Competidores

La existencia de opciones particulares de alquiler de vivienda para estudiantes universitarios en la ciudad disminuye notablemente el mercado para este servicio, por lo cual el ingreso potencial de nuevos competidores a gran escala en el mercado se ve reducido en gran manera. Por otra parte, las opciones particulares de alquiler de vivienda son también una fuente de competencia para el proyecto ya que un gran número de estudiantes eligen esta opción debido a los bajos precios.

5.8 Rivalidad entre los Competidores Actuales

La rivalidad existente entre los competidores actuales del mercado es baja, los competidores se ven enfocados en ofrecer sus servicios a los consumidores a un precio adecuado de acuerdo a las características del servicio que ofrecen y a la ubicación del lugar dentro de la ciudad. No existe por el momento un competidor fuerte que presione el mercado por lo cual se concluye que existe una baja intensidad en la rivalidad entre los competidores

5.9 Productos Sustitutos

Los sustitutos para el servicio de vivienda son principalmente las habitaciones y departamentos que se alquilan en la actualidad en

Guayaquil. Aunque estas son buenas alternativas para los jóvenes que se encuentran en necesidad de vivienda, no ofrecen la variedad de servicios por la cual se destaca el proyecto.

Por otra parte estos servicios son ofrecidos por personas particulares y no por una empresa por lo cual la presión que estos puedan dar al proyecto es relativamente baja.

5.10 Proveedores

Tanto el servicio de vivienda como los servicios complementarios que ofrece el Proyecto no requieren de proveedores especializados sino que productos generales como alimentos e implementos de limpieza, lo cual implica que existen diversas opciones de proveedores en el mercado lo cual disminuye considerablemente el poder de negociación de éste.

5.11 Poder de Negociación de los Consumidores

Anualmente en la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil ingresan un gran número de estudiantes que provienen de otras ciudades del país y que por tanto se hallan en la necesidad de un lugar donde vivir.

Este gran número de demanda potencial limita la influencia que tienen estos clientes potenciales en el mercado, teniendo así un nivel bajo de poder de negociación de los consumidores.

5.12 MERCADO META

Estudiantes de provincia de 17 a 25 años, de género masculino y femenino que se encuentren realizando sus estudios universitarios en la Facultad de Especialidades empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

La demanda potencial del servicio proporcionado se encuentra cuidadosamente delimitada de manera que el alcance del proyecto es limitado en una primera etapa, sin embargo, de acuerdo a los resultados obtenidos por el proyecto se podría considerar la expansión del servicio para satisfacer las necesidades de vivienda de estudiantes de otras facultades de la Universidad Católica.

Para identificar el proceso de búsqueda se debe tener en cuenta que el mercado objetivo al cual se enfoca el servicio es un mercado latente, no ha sido explotado, es decir la demanda de este servicio no existe ya que no hay oferta para satisfacer la misma. Por lo cual se ha catalogado a la demanda como insatisfecha, ya que aunque existen clientes potenciales no hay una oferta de servicios que la satisfaga.

Sin embargo, se han identificado algunos puntos que intervienen en el proceso de decisión de compra del individuo:

- Ahorro de tiempo al movilizarse a la universidad y a otros puntos de interés.
- Comodidad en las instalaciones y facilidad de acceso.
- Servicio vanguardista que le permitirá un lugar físico para estudiar y sentirse como en casa.
- Facilidades de pago
- Servicios complementarios

Como resultado de los datos obtenidos en los sondeos realizados se ha establecido que la población se encuentra dispuesta a contratar este servicio el cual ha sido catalogado como no buscado. Se ha descubierto que hay muchas personas que consideran importante tener un lugar como su hogar que le brinde ciertas facilidades y piensan en invertir en un lugar para vivir mientras cursan sus estudios.

El servicio que proporciona el proyecto no es un bien buscado ya que sólo aparece la demanda cuando existe la necesidad imperiosa de obtenerlo.

Teniendo en cuenta que en muchos lugares del mundo existen viviendas para las estudiantes algunas catalogadas de lujo como, hoteles, pensiones, departamentos y demás, el proyecto incursiona en el mercado guayaquileño debido a la posibilidad de una demanda creciente por ser el único proveedor de este servicio que satisface la necesidad de vital importancia como es el alojamiento de estudiantes de provincia, ofreciendo una variedad de servicios que brindan una oportuna organización logística.

La temporalidad de la demanda de este servicio es frecuente, consideramos que es una demanda estacional ya que depende del tiempo de duración de los términos universitarios, los cuales se dividen en:

I Término de Mayo – Septiembre

II Término de Octubre – Febrero

III Término de Marzo - Abril

El servicio está dirigido a estudiantes de un nivel socio-económico medio y alto, ya que no es un servicio que se adquiere por conveniencia o por especialidad no por comparación debido a esto las personas de poder adquisitivo bajo no podrían utilizarlo, ya que por sus recursos económicos limitados prefieran utilizar opciones que impliquen menor costo. Según datos poblacionales obtenidos en la Secretaria de la Facultad de Especialidades Empresariales el segmento de mercado estará conformado por un total de 2462 estudiantes que ingresaron en el 2012, de los cuales el 30% son provenientes de otras ciudades distintas a Guayaquil.

5.12.1 PRECIO

Los precios serán establecidos en base a un análisis comparativo con las opciones existentes en la actualidad y a las encuestas realizadas a la población, ya que los estudiantes buscaran la opción más acorde al promedio del mercado.

Los precios que se establecerán son los siguientes:

Habitación individual	\$230 al mes (incluido el desayuno)
Habitación doble	\$200 al mes (incluido el desayuno)
Habitación triple	\$150 al mes (incluido el desayuno)

5.12.2 PLAZA

La residencia universitaria para estudiantes de provincias de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG estará ubicado en el norte de la ciudad puesto que este sector proporciona mayor seguridad, precios accesibles y cercanía tanto a la universidad como a diversos centros de interés para los estudiantes.

5.12.3 PROMOCIÓN

Para la promoción del servicio ofrecido se seguirá una campaña de Marketing consistente en el empleo de formas de comunicación no masivas dirigidas a segmentos específicos desarrollada para el impulso o promoción del proyecto mediante acciones cuya concepción se caracteriza por el empleo de altas dosis de creatividad, sorpresa y sentido de oportunidad, creándose novedosos canales para comunicar mensajes publicitarios internos.

Adicionalmente se utilizará el tradicional sistema de publicidad consistente en la repartición de volantes en lugares estratégicos.

CAPÍTULO VI

ENFOQUE FINANCIERO.

6. EVALUACION FINANCIERA

6.1 ASPECTOS FINANCIEROS

Durante el desarrollo del presente estudio, se mostrará las características y el valor monetario de los diferentes rubros, los cuales, constituyen la inversión del proyecto, por tanto, esta información se procesa en los diferentes cuadros financieros, con el fin de determinar sistemáticamente, los valores en que deben incurrir los autores del presente proyecto de inversión para la implantación y puesta en marcha del complejo residencial enfocados a estudiantes de facultades empresariales de la Universidad Católica.

La metodología de análisis de un proyecto de inversión presenta características generales aplicables a cualquier rama de la actividad económica. Sin embargo, dentro del modelo general, cada sector posee particularidades, que deben ser consideradas por aquellos a cargo de la evaluación del proyecto. Se describirán los aspectos generales que deben contemplarse en la evaluación de un proyecto de inversión, y a continuación se introducirán aspectos particulares a considerar en el análisis aplicado a la elaboración e implementación del complejo residencial para estudiantes de provincia.

A continuación se abordará el tema de financiamiento para conocer los gastos, costos, inversiones y financiamiento que ha requerido el proyecto en su fase operativa, para poder tener una mayor comprensión de los requerimientos generales y específicos del proyecto.

6.2 INVERSIONES

La inversión total que el proyecto necesita para construcción y operación de la Residencia Estudiantil se estima en USD \$ 296.705 de los cuales, a la inversión por préstamo le corresponde el 50% que equivale a USD \$ 148.352,39 y la inversión al accionista le corresponde el 50% que equivale a USD \$ 148.352,39. Donde el costo del terreno que se ha conseguido corresponde a un valor de \$ 100,00 por cada m² (300m²) dando un total de inversión en terreno de \$30.000.00.

Tabla 6.2 Inversiones Total

Total de Inversión Inicial	
Terreno	\$ 30.000
Gastos de Constitución	\$ 207.041
Equipo de Oficina	\$ 572
Equipo de Computación	\$ 3.440
Equipo de Telecomunicación	\$ 137
Capital de Trabajo	\$ 4.273
Equipo y Maneje	\$ 51.242
Total	\$ 296.705

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

En el cuadro 6.2.1 se detalla adicional la inversión en materiales de construcción los gastos de constitución que representa impuestos, tasas, permisos, planos y maquetas, y dirección técnica de la obra.

Tabla 6.2.1 Inversiones en gastos de Construcción

Inversión en gastos de Construcción	Valor USD
Dirección Técnica	\$ 5.000
Planos y maquetas	\$ 1.000
Impuestos, tasas y permiso	\$ 1.079
Materiales de construcción	\$ 199.962
Total	\$ 207.041

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Tabla 6.2.3 Financiamiento de la Inversión

Financiamiento de la Inversión			
	Concepto	Monto	%
a	Recursos Propios	148.352,39	50%
b	Recursos de Terceros	148.352,39	50%
TOTAL INVERSIÓN		296.705	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

El origen de los datos para calcular los precios de urbanizaciones y viviendas son de base de datos de la Cámara de construcción e Guayaquil, que según sus especificaciones indican que la vivienda tipo medio – alto tiene un costo por m² = \$503,21

El área de construcción de la residencia es de 400m² de superficie.

La inversión que se requiere para la creación de la residencia son:

Q	Rubro	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total
A. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES			
	300 Preliminares	13,26	3.978,00
	400 Estructura	142,37	56.948,00
	400 Albañilería	88,74	35.496,00
	400 Inst. eléctrica	27,52	11.008,00
	400 Inst. sanitaria	28,54	11.416,00
	400 Cerámica	17,52	7.008,00
	400 Pisos	43,75	17.500,00
	400 Carpintería	50,66	20.264,00
	400 Cerrajería	9,63	3.852,00
	400 Revestimiento	3,01	1.204,00
	400 Aluminio y vidrio	30,38	12.152,00
	400 Pintura	24,89	9.956,00
	400 Tumbado	7,92	3.168,00
	400 Ob. Complementarias	15,03	6.012,00
		503,22	199.962,00

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.3 ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos se definen como todos aquellos bienes, tangibles o intangibles, cuya vida útil es superior a un año, y por lo tanto generan un cargo por depreciaciones en el Estado de Resultados (Eco finanzas, 2011).

En términos generales, los proyectos implican decisiones de inversión en activos fijos (maquinarias, equipamiento, inmuebles, etc.), con el objetivo de crear valor para un proyecto. Para estimar los flujos de fondos correspondientes a la inversión en los activos fijos necesarios en una entidad que cumplirá la función de proveer servicios lavandería, restaurant, cyber, copia y sala de estudios, se debe calcular inicialmente un presupuesto del diseño del complejo habitacional, compra de material de construcción, montaje y puesta de todo. Identificar y evaluar todas las tareas a incluir en este presupuesto para un caso en particular, presenta un cierto grado de complejidad. El empleo de alguna de las metodologías comúnmente utilizadas para la gestión de proyectos puede contribuir a establecer de manera más clara todas las tareas que deben ejecutarse para montar un proyecto que brinde un espacio de negociación al cuerpo humano y la salud directamente (Eco finanzas, 2011)

Tabla 6.3 Activos Fijos

Q	Rubro	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total
A. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES			
1	Terreno	30.000,00	30.000,00
300	Preliminares	13,26	3.978,00
400	Estructura	142,37	56.948,00
400	Albañilería	88,74	35.496,00
400	Inst. eléctrica	27,52	11.008,00
400	Inst. sanitaria	28,54	11.416,00
400	Cerámica	17,52	7.008,00
400	Pisos	43,75	17.500,00
400	Carpintería	50,66	20.264,00
400	Cerrajería	9,63	3.852,00
400	Revestimiento	3,01	1.204,00
400	Aluminio y vidrio	30,38	12.152,00
400	Pintura	24,89	9.956,00
400	Tumbado	7,92	3.168,00
400	Ob. Complementarias	15,03	6.012,00
			229.962,00
B. EQUIPO Y MENAJE			
38	Camas plaza y media	200,00	7.600,00
38	Colchones plaza media	110,00	4.180,00
38	Almohadas	10,00	380,00
38	Toallas	15,00	570,00
38	Sábanas	30,00	1.140,00
38	Vajillas	50,00	1.900,00
38	Escritorios	85,68	3.255,84
38	Sillas	52,30	1.987,40
4	Sofás	180,00	720,00
3	Aspiradora	106,00	318,00
28	Televisores	350,00	9.800,00
4	Aires acondicionados	300,00	1.200,00
38	Roperos	220,00	8.360,00
5	Juegos de comedor	400,00	2.000,00
3	Dispensadores de agua	120,00	360,00
2	Refrigeradora	1.800,00	3.600,00
3	Olla arrocera	51,88	155,64
2	Cocina	572,55	1.145,10
2	Lavadoras	550,00	1.100,00
2	Secadoras	500,00	1.000,00
3	Tostadora	40,00	120,00
2	Microondas	175,00	350,00
			51.241,98
C. EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTO			
4	Computadoras	860,02	3.440,08
4	Escritorios	85,68	342,72
4	Sillas de oficina	52,30	209,20
4	Basureros	5,00	20,00
4	Teléfonos	34,20	136,80
			4.148,80

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

En la tabla 6.3 se muestra los activos fijos que constituye todos los muebles y enseres, equipos de computación y demás equipos necesarios para llevar a cabo las operaciones de la empresa que cubrirá la demanda de 38 alumnos anuales que es la cantidad que según la capacidad instalada de la residencia 300m2 podrá cubrir.

6.4 CAPITAL DE TRABAJO.

Para encontrar el capital de trabajo se tomó en consideración los ingresos y egresos para todo un año (método de déficit acumulado máximo), que permita cubrir los costos fijos y variables por mes, asumiendo que los dos primeros meses las ventas son negativas, considerando como capital de trabajo \$4,273 dólares.

Tabla 6.4 Capital de Trabajo

RUBROS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Ingresos	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 14.454	\$ 152.536
Egresos	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 6.137	\$ 73.639
Costos Fijos	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 2.992	\$ 35.899
Costos variables	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 3.145	\$ 37.740
Saldo	\$ (2.137)	\$ (2.137)	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 8.317	\$ 78.897
Saldo Acumulado	\$ (2.137)	\$ (4.273)	\$ 4.044	\$ 12.361	\$ 20.678	\$ 28.995	\$ 37.312	\$ 45.629	\$ 53.946	\$ 62.263	\$ 70.580	\$ 78.897	\$ 408.294

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.5 FINANCIAMIENTO

Dadas las características del proyecto, se prevé que la inversión del mismo debe de realizarse a través de recursos propios 50% y de crédito bancario 50%, a través del Banco Coopnacional con una tasa de interés del 11% anual, siendo el monto prestado de USD \$ 148.352,39 a 5 años con cuotas de USD \$3.242,58 mensual.

Tabla 6.5 Amortización del Préstamo

Capital	148.352,39
Tasa de Interés	11%
Números de Pagos	60
Fecha de Inicio	12-ene-13
Valor cada Cuota	3.242,58

Servicio de Deuda Anual					
Año	1	2	3	4	5
Amortización	23.432,79	26.204,05	29.303,06	32.768,57	36.643,92
Interés	15.478,20	12.706,94	9.607,94	6.142,43	2.267,08
TOTAL A PAGAR					194.554,98

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.6 CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

Para el cálculo del costo promedio ponderado del capital se utilizó la siguiente fórmula:

Tabla 6.6 Tasa de descuento

FÓRMULA	%
$WACC = (k_g) * (E/v) + k_g * (D/V)$ En donde: Kg= Costo del capital propio Kp= Costo de la deuda E/V= Relación objetivo capital propio del total de financiamiento D/V= Relación objetivo de deuda a total de financiamiento	
$WACC = (0,15 * 0,50) + (0,11 * 0,50)$	15%
$WACC= (0,075) + (0,055)$	11%
$WACC= 13%$	50%
$WACC= 13%$	50%
13%	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Se puede apreciar que la tasa mínima exigida por el inversionista corresponde a 13%.

6.7 PRESUPUESTO DE INGRESO

La demanda de los alumnos de provincias que la residencia receptorá es de 38 alumnos el primer año, de acuerdo a los resultados de la investigación de mercado con sus respectivas tarifas proyectadas.

Según información proporcionada por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil la evolución de la población total de estudiantes en la facultad de Especialidades Empresariales es hasta año 2012 el 8% por lo cual se trabajará con dicha porcentaje de crecimiento.

Tabla 6.7 Evolución de la Población estudiantil – Facultad de Especialidades Empresariales

Años	Estudiantes Presenciales	% de Incremento
2003	733	69%
2004	1240	
2005	1660	24%
2006	2056	
2007	2199	7%
2008	2346	
2009	2283	-3%
2010	2220	
2011	2289	8%
1012	2462	

Fuente: Auditoría Interna UCSG

Elaborado por: **Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez**

Tabla 6.8 Presupuesto de Ingresos

Unidades / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estudiante: Habitación Sencilla	15	16	17	19	20
Estudiante : Habitación Doble	20	22	23	25	27
Estudiante : Habitación Triple	3	3	3	4	4
total de estudiantes	38	41	44	48	52

Unidades / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Alimentación	32	35	37	40	44
Lavandería	32	35	37	40	44
Cyber	32	35	37	40	44
Internet Inalámbrico	32	35	37	40	44
Sala de Estudios	32	35	37	40	44
Garaje	32	35	37	40	44

tarifas / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estudiante: Habitación Sencilla	230	248,4	268,27	289,73	312,91
Estudiante : Habitación Doble	200	216	233,28	251,94	272,1
Estudiante : Habitación Triple	150	162	174,96	188,96	204,07
Ingresos por Alimentación	44,8	48,38	52,25	56,44	60,95
Lavandería	30	32,4	34,99	37,79	40,81
Cyber	20	21,6	23,33	25,19	27,21
Internet Inalámbrico	50	54	58,32	62,99	68,02
Sala de Estudios	15	16,2	17,5	18,9	20,41
Garaje	45	48,6	52,49	56,69	61,22

Dólares / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estudiante: Habitación Sencilla	\$ 41.400	\$ 48.289	\$ 56.324	\$ 65.697	\$ 76.629
Estudiante : Habitación Doble	\$ 48.000	\$ 55.987	\$ 65.303	\$ 76.170	\$ 88.845
Estudiante : Habitación Triple	\$ 5.400	\$ 6.299	\$ 7.347	\$ 8.569	\$ 9.995
Ingresos por Alimentación	\$ 17.203	\$ 20.066	\$ 23.405	\$ 27.299	\$ 31.842
Lavandería	\$ 11.520	\$ 13.437	\$ 15.673	\$ 18.281	\$ 21.323
Cyber	\$ 7.680	\$ 8.958	\$ 10.449	\$ 12.187	\$ 14.215
Internet Inalámbrico	\$ 19.200	\$ 22.395	\$ 26.121	\$ 30.468	\$ 35.538
Sala de Estudios	\$ 5.760	\$ 6.718	\$ 7.836	\$ 9.140	\$ 10.661
Garaje	\$ 17.280	\$ 20.155	\$ 23.509	\$ 27.421	\$ 31.984
Total Ingresos en dólares	\$ 173.443	\$ 202.304	\$ 235.968	\$ 275.233	\$ 321.031

Elaborado por: **Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez**

6.8 PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Dentro de este rubro se ha presupuestado lo siguiente: sueldos y salarios, servicios básicos, gastos de publicidad, gastos varios.

Tabla 6.8 Presupuesto de costos fijos y variables

Costos Fijos / Años	1	2	3	4	5
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 29.899,49	\$ 31.394,47	\$ 32.964,19	\$ 34.612,40	\$ 36.343,02
Gastos en Servicios Básicos	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
Gastos de Publicidad	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Gastos Varios	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Total Costos Fijos	\$ 35.899,49	\$ 37.694,47	\$ 39.579,19	\$ 41.558,15	\$ 43.636,06

Costos Variables / Años	1	2	3	4	5
Alimentación	\$ 2.471,04	\$ 2.594,59	\$ 2.724,32	\$ 2.860,54	\$ 3.003,56
Bebidas	\$ 673,92	\$ 707,62	\$ 743,00	\$ 780,15	\$ 819,15
Total Costos Variables	\$ 3.144,96	\$ 3.302,21	\$ 3.467,32	\$ 3.640,68	\$ 3.822,72

Promedio Mensual Costos Fijos	2,991,62
Promedio Mensual Costos Variables	262,08

Elaborado por: **Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez**

6.8. 1 SUELDOS Y SALARIOS

El siguiente cuadro muestra la nómina de empleados con su respectiva remuneración mensual:

Tabla 6.8.1 Sueldos y Salarios

Cargo	Sueldo / mes	Sueldo / año	Comisiones / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Vacaciones / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año	Gasto / año
1 Administrador	500,00	6.000,00	0,00	500,00	318,00	250,00	500,00	729,00	8.297,00
2 Contador	318,00	3.816,00	0,00	318,00	318,00	159,00	318,00	463,64	5.392,64
3 Guardián-jardinero	318,00	3.816,00	0,00	318,00	318,00	159,00	318,00	463,64	5.392,64
4 Servicios Generales	318,00	3.816,00	0,00	318,00	318,00	159,00	318,00	463,64	5.392,64
5 Cocinero	320,00	3.840,00	0,00	320,00	318,00	160,00	320,00	466,56	5.424,56
Total	1.774,00	21.288,00	0,00	1.774,00	1.590,00	887,00	1.774,00	2.586,49	29.899,49

Elaborado por: **Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez**

6.9 DEPRECIACIONES

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos de la residencia universitaria se utilizó el método de línea recta, en el que la cantidad depreciada es la misma durante todos los años.

Tabla 6.9 Depreciaciones

DESCRIPCIÓN		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UNIDADES	EQUIPO Y MENAJE						
38	Camas plaza y media	5	1.520	1.520	1.520	1.520	1.520
38	Colchones plaza media	5	836	836	836	836	836
38	Almohadas	5	76	76	76	76	76
38	Toallas	5	114	114	114	114	114
38	Sábanas	5	228	228	228	228	228
38	Vajillas	5	380	380	380	380	380
38	Escritorios	5	651	651	651	651	651
38	Sillas	5	397	397	397	397	397
4	sofás	5	144	144	144	144	144
3	aspiradora	5	64	64	64	64	64
28	televisores	5	1.960	1.960	1.960	1.960	1.960
4	aires acondicionados	5	240	240	240	240	240
38	roperos	5	1.672	1.672	1.672	1.672	1.672
5	juegos de comedor	5	400	400	400	400	400
3	dispensadores de agua	5	72	72	72	72	72
2	Refrigeradora	5	720	720	720	720	720
3	Olla arrocera	5	31	31	31	31	31
2	cocina	5	229	229	229	229	229
2	lavadoras	5	220	220	220	220	220
2	secadoras	5	200	200	200	200	200
3	tostadora	5	24	24	24	24	24
2	microondas	5	70	70	70	70	70
	EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTO						
4	Computadoras	5	1.147	1.147	1.147	1.147	1.147
4	Escritorios	5	69	69	69	69	69
4	sillas de oficina	5	42	42	42	42	42
4	basureros	5	4	4	4	4	4
4	teléfonos	5	27	27	27	27	27
			11.536	11.536	11.536	11.536	11.536

Elaborado por: **Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez**

6.10 ESTADO DE RESULTADO

El Estado de Resultado de la residencia estudiantil refleja los ingresos operacionales provenientes de la venta del servicio a ofrecer y los egresos operacionales y no operacionales.

La diferencia entre los ingresos y egresos permite determinar la utilidad operacional, de la cual descontados los impuestos, se obtiene la utilidad que genera la empresa en un período de tiempo.

Tabla 6.10 Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Proyectados	173.443	202.304	235.968	275.233	321.031
Costos Variables	-3.145	-3.302	-3.467	-3.641	-3.823
Costos Fijos	-35.899	-37.694	-39.579	-41.558	-43.636
Gastos de financiamiento	-15.478	-12.707	-9.608	-6.142	-2.267
DEPRECIACIONES					
Depreciaciones de activos fijos	-11.536	-11.536	-11.536	-11.536	-11.536
Amortización de intangibles	-41.408	-41.408	-41.408	-41.408	-41.408
Utilidad Operacional	65.976	95.656	130.369	170.947	218.361
15% de participación de trabajadores	9.896	14.348	19.555	25.642	32.754
Utilidad antes del impuesto	56.080	81.308	110.813	145.305	185.607
22% de impuesto a la renta	12.338	17.888	24.379	31.967	40.834
Utilidad neta	43.742	63.420	86.434	113.338	144.773

Elaborado por: **Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez**

Como puede observarse en el Estado de Resultados del proyecto se obtendrá una utilidad de USD \$ 43.742 en el primer año de operaciones, que se irá incrementando de manera satisfactoria en los años siguientes.

6.11 FLUJO NETO DE FONDOS

El Flujo neto de fondos establece los ingresos reales del proyecto, ya de la utilidad neta que resulta del estado de resultados, se debe tener en cuenta que se han hecho unos egresos como la depreciación de activos fijos y amortización de activos diferidos, que no implican la salida de efectivo de caja, los cuales se deben adicionar, para conocer la real

situación de los ingresos del proyecto, a partir de los cuales se puede hacer evaluación financiera.

Tabla 6.11 Flujo Neto de Fondos

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos Proyectados		173.443	202.304	235.968	275.233	321.031
Costos Variables		-3.145	-3.302	-3.467	-3.641	-3.823
Costos Fijos		-35.899	-37.694	-39.579	-41.558	-43.636
Gastos de financiamiento		-15.478	-12.707	-9.608	-6.142	-2.267
DEPRECIACIONES						
Depreciaciones de activos fijos		-11.536	-11.536	-11.536	-11.536	-11.536
Amortización de intangibles		-41.408	-41.408	-41.408	-41.408	-41.408
Utilidad Operacional		65.976	95.656	130.369	170.947	218.361
15% de participación de trabajadores		9.896	14.348	19.555	25.642	32.754
Utilidad antes del impuesto		56.080	81.308	110.813	145.305	185.607
22% de impuesto a la renta		12.338	17.888	24.379	31.967	40.834
Utilidad neta		43.742	63.420	86.434	113.338	144.773
Depreciaciones de activos fijos		11.536	11.536	11.536	11.536	11.536
Amortización de intangibles		41.408	41.408	41.408	41.408	41.408
Inversión Fija	-296.705					
Capital de Trabajo	-4.273					
Inversión Diferida	-207.041					
Préstamo	148.352					
Pago de capital de la deuda		-23.433	-26.204	-29.303	-32.769	-36.644
Valor de Salvamento						17.274
Capital de trabajo						4.273
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-359.666,39	73.254	90.160	110.076	133.514	182.621

TASA -TMAR

13,00%

VAN	33.063
TIR	16,17%

Criterio de Decisión	
TMAR	13,00%
TIR	16,17%
TIR > TMAR	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.12 FACTIBILIDAD PRIVADA TIR, VAN.

6.12.1 TIR.

La TIR es la tasa de interés que convierte en cero al valor actual neto de los flujos del proyecto, esto equivale a decir que la TIR encuentra el rendimiento anual (promedio) de la inversión.

De acuerdo al criterio de la tasa interna de retorno, el proyecto es aceptable si esta tasa es mayor al costo promedio del capital.

En el presente proyecto resulta viable puesto que las TIR del proyecto es del 16,17% el cual es mayor que su respectiva TMAR (13%).

6.12.2 VAN.

El VAN es un método utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital mediante la determinación del valor presente de los flujos futuros de efectivo descontado a la tasa de descuento exigida por la empresa.

En el presente estudio el proyecto resulta viable puesto que el VAN del proyecto es de USD \$ 33.063 el cual es mayor que sus respectiva TMAR (13%).

6.13 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El periodo de recuperación del proyecto se presenta al cuarto año con 8 meses, donde se concluye que es el tiempo donde la inversión genera recursos suficientes para igualar el monto de dicha inversión.

Tabla 6.13 Periodo de Recuperación de la inversión

	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de efectivo	-359.666,39	73.253,79	90.160,36	110.075,79	133.513,62	182.621,17
Flujo de caja descontado	-359.666,39	64.826	70.609	76.288	81.886	99.119
Flujo de caja descontado acumulado	-359.666	-294.840	-224.231	-147.943	-66.057	33.063

LA INVERSIÓN SE RECUPERA EN 4 AÑOS Y 8 MESES

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.14 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para concluir el estudio se realizó un análisis de sensibilidad para saber si el proyecto puede resistir a las diferentes variaciones tanto internas como externas que se den en el mercado.

Se realizaron cálculos bajo los supuestos de que:

- 1.- Incremento del 5% en ventas
- 2.- Disminución del -5% en ventas
- 3.- Incremento del 5% de costos fijos
- 4.- Disminución del -5% de costos fijos

Tabla 6.14 Análisis de sensibilidad del proyecto

Escenarios	VAN	TIR
Situación inicial	33.063	16,17%
Incremento del 5% en ventas	60.196	18,70%
Disminución del -5% en ventas	5.929	13,58%
Incremento del 5% en costos fijos	28.492	15,74%
Disminución del 5% en costos fijos	37.634	16,61%

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

Analizando los supuestos se concluye que en el análisis de sensibilidad del proyecto todos los escenarios aceptarían la viabilidad de ejecutar el proyecto, siendo el escenario más sensible el de la disminución de las ventas. A continuación se detalla los diferentes escenarios.

6.14.1. Escenarios: Aumento del 5% en Ventas

Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos Proyectados		182.115	212.419	247.766	288.994	337.083
Costos Variables		-3.145	-3.302	-3.467	-3.641	-3.823
Costos Fijos		-35.899	-37.694	-39.579	-41.558	-43.636
Gastos de financiamiento		-15.478	-12.707	-9.608	-6.142	-2.267
DEPRECIACIONES						
Depreciaciones de activos fijos		-11.536	-11.536	-11.536	-11.536	-11.536
Amortización de intangibles		-41.408	-41.408	-41.408	-41.408	-41.408
Utilidad Operacional		74.648	105.771	142.167	184.709	234.413
15% de participación de trabajadores		11.197	15.866	21.325	27.706	35.162
Utilidad antes del impuesto		63.451	89.906	120.842	157.002	199.251
22% de impuesto a la renta		13.959	19.779	26.585	34.540	43.835
Utilidad neta		49.492	70.126	94.257	122.462	155.416
Depreciaciones de activos fijos		11.536	11.536	11.536	11.536	11.536
Amortización de intangibles		41.408	41.408	41.408	41.408	41.408
Inversión Fija	-296.705					
Capital de Trabajo	-4.273					
Inversión Diferida	-207.041					
Préstamo	148.352					
Pago de capital de la deuda		-23.433	-26.204	-29.303	-32.769	-36.644
Valor de Salvamento						17.274
Capital de trabajo						4.273
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-359.666,39	79.003	96.867	117.898	142.638	193.263

TASA -TMAR

13,00%

VAN	60.196
TIR	18,70%

Criterio de Decisión	
TMAR	13,00%
TIR	18,70%
TIR > TMAR	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.14.2 Escenario: Disminución del 5% de las ventas

Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos Proyectados		164.771	192.189	224.169	261.471	304.980
Costos Variables		-3.145	-3.302	-3.467	-3.641	-3.823
Costos Fijos		-35.899	-37.694	-39.579	-41.558	-43.636
Gastos de financiamiento		-15.478	-12.707	-9.608	-6.142	-2.267
DEPRECIACIONES						
Depreciaciones de activos fijos		-11.536	-11.536	-11.536	-11.536	-11.536
Amortización de intangibles		-41.408	-41.408	-41.408	-41.408	-41.408
Utilidad Operacional		57.304	85.541	118.570	157.185	202.309
15% de participación de trabajadores		8.596	12.831	17.786	23.578	30.346
Utilidad antes del impuesto		48.708	72.710	100.785	133.607	171.963
22% de impuesto a la renta		10.716	15.996	22.173	29.394	37.832
Utilidad neta		37.993	56.714	78.612	104.214	134.131
Depreciaciones de activos fijos		11.536	11.536	11.536	11.536	11.536
Amortización de intangibles		41.408	41.408	41.408	41.408	41.408
Inversión Fija	-296.705					
Capital de Trabajo	-4.273					
Inversión Diferida	-207.041					
Préstamo	148.352					
Pago de capital de la deuda		-23.433	-26.204	-29.303	-32.769	-36.644
Valor de Salvamento						17.274
Capital de trabajo						4.273
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-359.666,39	67.504	83.454	102.253	124.390	171.979

TASA -TMAR

13,00%

VAN	5.929
TIR	13,58%

Criterio de Decisión	
TMAR	13,00%
TIR	13,58%
TIR > TMAR	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.14.3 Escenario: Incremento del 5% de costos fijos

Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos Proyectados		173.443	202.304	235.968	275.233	321.031
Costos Variables		-3.145	-3.302	-3.467	-3.641	-3.823
Costos Fijos		-37.694	-39.579	-41.558	-43.636	-45.818
Gastos de financiamiento		-15.478	-12.707	-9.608	-6.142	-2.267
DEPRECIACIONES						
Depreciaciones de activos fijos		-11.536	-11.536	-11.536	-11.536	-11.536
Amortización de intangibles		-41.408	-41.408	-41.408	-41.408	-41.408
Utilidad Operacional		64.181	93.771	128.390	168.869	216.179
15% de participación de trabajadores		9.627	14.066	19.258	25.330	32.427
Utilidad antes del impuesto		54.554	79.706	109.131	143.539	183.752
22% de impuesto a la renta		12.002	17.535	24.009	31.579	40.426
Utilidad neta		42.552	62.170	85.122	111.960	143.327
Depreciaciones de activos fijos		11.536	11.536	11.536	11.536	11.536
Amortización de intangibles		41.408	41.408	41.408	41.408	41.408
Inversión Fija	-296.705					
Capital de Trabajo	-4.273					
Inversión Diferida	-207.041					
Préstamo	148.352					
Pago de capital de la deuda		-23.433	-26.204	-29.303	-32.769	-36.644
Valor de Salvamento						17.274
Capital de trabajo						4.273
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-359.666,39	72.064	88.911	108.764	132.136	181.175

TASA -TMAR 13,00%

VAN	28.492
TIR	15,74%

Criterio de Decisión	
TMAR	13,00%
TIR	15,74%
TIR > TMAR	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

6.14.4 Escenario: Disminución del 5% en costos fijos

Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos Proyectados		173.443	202.304	235.968	275.233	321.031
Costos Variables		-3.145	-3.302	-3.467	-3.641	-3.823
Costos Fijos		-34.105	-35.810	-37.600	-39.480	-41.454
Gastos de financiamiento		-15.478	-12.707	-9.608	-6.142	-2.267
DEPRECIACIONES						
Depreciaciones de activos fijos		-11.536	-11.536	-11.536	-11.536	-11.536
Amortización de intangibles		-41.408	-41.408	-41.408	-41.408	-41.408
Utilidad Operacional		67.771	97.541	132.348	173.025	220.543
15% de participación de trabajadores		10.166	14.631	19.852	25.954	33.081
Utilidad antes del impuesto		57.605	82.910	112.496	147.071	187.461
22% de impuesto a la renta		12.673	18.240	24.749	32.356	41.242
Utilidad neta		44.932	64.670	87.747	114.715	146.220
Depreciaciones de activos fijos		11.536	11.536	11.536	11.536	11.536
Amortización de intangibles		41.408	41.408	41.408	41.408	41.408
Inversión Fija	-296.705					
Capital de Trabajo	-4.273					
Inversión Diferida	-207.041					
Préstamo	148.352					
Pago de capital de la deuda		-23.433	-26.204	-29.303	-32.769	-36.644
Valor de Salvamento						17.274
Capital de trabajo						4.273
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-359.666,39	74.444	91.410	111.388	134.891	184.068

TASA -TMAR

13,00%

VAN	37.634
TIR	16,61%

Criterio de Decisión	
TMAR	13,00%
TIR	16,61%
TIR > TMAR	

Elaborado por: Juan Carlos Mora y Galo Lazo Sánchez

CONCLUSIONES

- Durante el estudio, se observó la viabilidad de mercado y financiera del proyecto para estudiantes foráneos de la facultad de especialidades empresariales de la Universidad Católica de Guayaquil.
- Mediante el estudio de mercado que se realizó a los 276 estudiantes encuestados se hizo los análisis convenientes a fin de determinar y cuantificar la demanda total para el proyecto. Se puede observar que el 70% de los estudiantes encuestados tienen mayor interés en hospedarse en la residencia Universitaria que se construirá.
- Con la implementación de las propuestas de los diferentes servicios se pudo determinar el nivel de aceptación y preferencias de los clientes.
- A través de los resultados de las encuestas realizadas se logró evaluar los diferentes aspectos que influyen en los estudiantes al momento de hospedarse en una residencia y así poder proporcionar un servicio eficiente y de calidad..
- Con respecto a la capacidad de pago para el alquiler de las habitaciones se puede concluir que los precios que se han estimado cobrar, van acorde con los resultados obtenidos en las encuestas y éstos a su vez satisfacen los requerimientos económicos para la ejecución del proyecto.
- El proyecto es factible y sostenible financieramente, dado los resultados del análisis del VAN: \$33.063 que permitieron establecer que la residencia genere rentabilidades superiores a las exigidas por los inversionistas para proyectos similares.

RECOMENDACIONES

- La construcción de una residencia universitaria dentro de los terrenos de la UCSG constituye un proyecto que genera buenas expectativas de crecimiento económico, por ende se dan las siguientes recomendaciones:
- De acuerdo a los resultados positivos que se obtuvieron mediante el análisis financiero se recomienda llevar a cabo la implementación de este proyecto de construcción porque satisface no solo la rentabilidad esperada por los inversionistas sino también las necesidades de los estudiantes.
- Es importante dar a conocer y promocionar los servicios que brinda la residencia mediante campaña publicitaria con el objetivo de posicionarse en el mercado.
- Desde el punto de vista financiero se recomienda hacer evaluaciones a largo plazo ya que las características de este proyecto en cuanto a la etapa de construcción conlleva a montos altos de inversión. El análisis de proyección de resultados que se realizó a cinco años dieron resultados positivos pero es preferible considerar un horizonte a diez años para que esta manera se pueda conocer la verdadera rentabilidad que genere el proyecto.
- Llevar a cabo todas las medidas de control, evaluación, estudios y prevención que exige este tipo de proyectos y se debería profundizar el estudio de los precios y saber que tan dispuestos están los estudiantes a aceptar nuestro servicio en el caso que exista un incremento considerable en los precios de los alquileres.

BIBLIOGRAFÍA

Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Auditoría interna, Crecimiento de alumnos de la universidad total y por provincia, 2012.

HAIR J., BUSH R., ORTINAU D., *“Investigación de Mercados”*, Segunda Edición, 2004.

HORNGREN, SUNDEM, ELLIOTT, *“Introducción a la Contabilidad Financiera”*, Séptima edición, 2000.

KERIN R., BERKOWITZ E., HARTLEY S., RUDELIUS W., *Marketing*, Séptima edición, McGraw-Hill, 2004.

KOTLER PHILIP, GARY ARMSTRONG, *“Marketing”*, Décima Edición, 2004.

KOTLER PHILIP, *Los 10 pecados capitales del marketing*, Deusto, 2006.

SAPAG CHAIN, NASSIR Y SAPAG CHAIN, *“Preparación y Evaluación de Proyectos”*, Cuarta edición, Mc Graw Hill, 2000.

Internet

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas,(2005). Recuperado de <http://www.upc.edu.pe/>. (15/02/ 2012).

Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/>. (10/04/2012).

Facultad de Especialidades Empresariales UCSG. Recuperado de <http://www2.ucsg.edu.ec/>. (5/01/2012)

Universidad Católica Santiago de Guayaquil UCSG. Reseña Histórica. Recuperado de www2.ucsg.edu.ec (2011)

ANEXOS

Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Tomas de: Juan Mora y Galo Sánchez

PLANOS

Figura 7

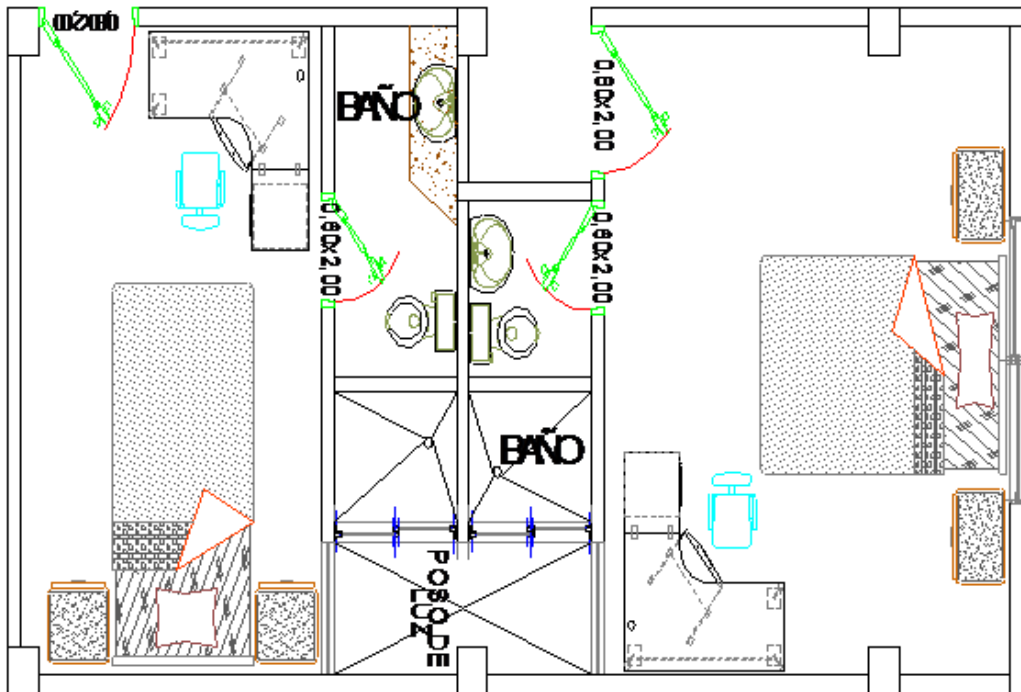


FACHADA PRINCIPAL

Elaborado por Arq. Byron Vásconez Silva

DORMITORIOS INDIVIDUALES

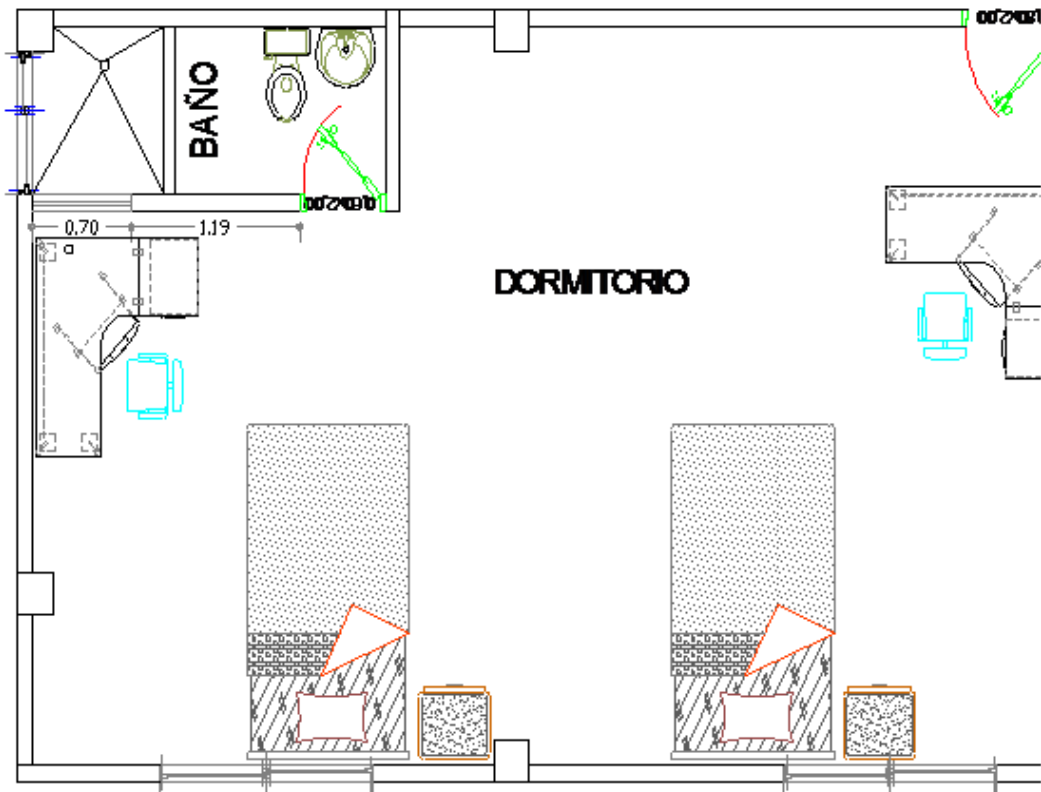
Figura 8



Elaborado por Arq. Byron Vásquez Silva

DORMITORIOS COMPARTIDOS (2 PERSONAS)

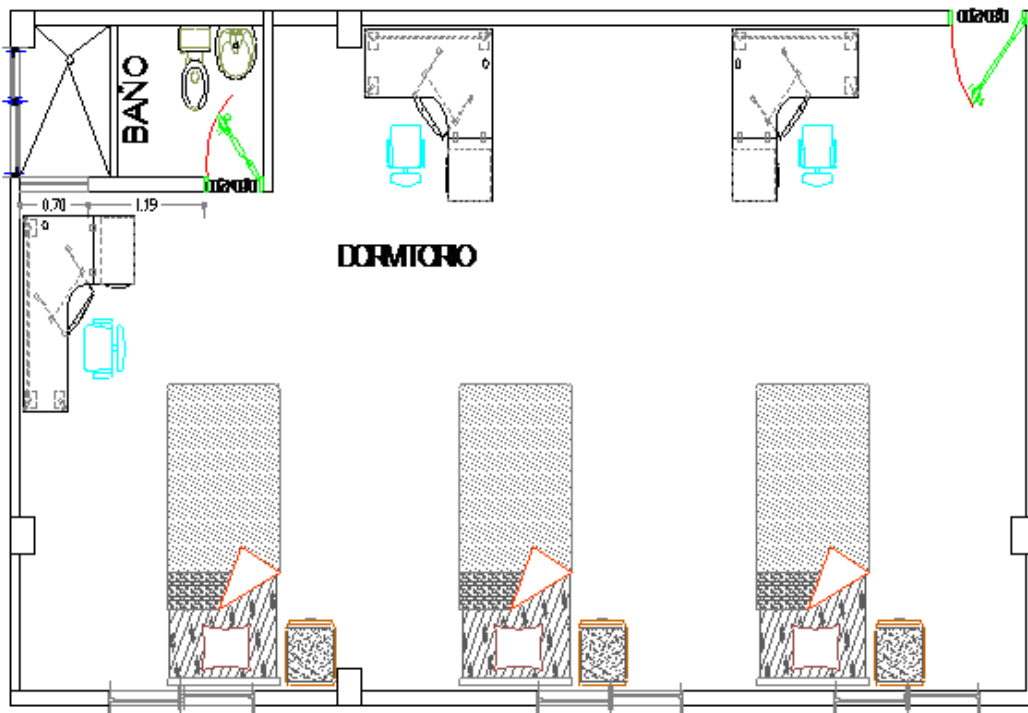
Figura 9



Elaborado por Arq. Byron Vásquez Silva

DORMITORIOS COMPARTIDOS (3 PERSONAS)

Figura 10



Elaborado por Arq. Byron Vásconez Silva