



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA
UNIVERSITARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”

NOMBRE DEL AUTOR

CARLOS ALBERTO LEMA CARRERA

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

Año 2008

ANEXO 1: CERTIFICACIONES

Declaración de Responsabilidad

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Carlos Alberto Lema Carrera

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Estudio para la Creación de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 10 Septiembre de 2008

Nombre del autor

Certificado de tutoría

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

DIRECTORA: Mst. María Verónica Dávalos G.

CODIRECTOR: Ing. Marco Mosquera MBA.

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “Estudio para la Creación de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga” realizado por Carlos Alberto Lema Carrera, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que, el desarrollo de la investigación se caracteriza por el cumplimiento del contenido, su grado de coherencia y aplicabilidad a la realidad, de acuerdo a las normas establecidas, por la facultad de Ciencias Administrativas y de Comercio, por lo tanto, recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de (un) documento empastado y (un) disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Carlos Alberto Lema Carrera que lo entregue a Ing. Fanny Cevallos, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 10 de Septiembre de 2008

Mst. María Verónica Dávalos G.

DIRECTOR

Ing. Marco Mosquera MBA.

CODIRECTOR

Autorización de publicación

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO.

AUTORIZACIÓN

Yo, Carlos Alberto Lema Carrera

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Estudio para la Creación de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 10 de Septiembre de 2008

Carlos Alberto Lema Carrera

Dedicatoria

DEDICATORIA

A mi esposa Jackeline, a mis hijos Carlitos y Lesly, mis tesoros más preciados, razón de ser de mi existencia y fuente de inspiración que me motiva día a día a superarme.

Carlos Alberto Lema Carrera

Agradecimiento

AGRADECIMIENTO

Mi imperecedero agradecimiento a la Mst. María Verónica Dávalos G. y al Ing. Marco Mosquera MBA., quien con sus conocimientos, consejos y apoyo contribuyeron a que la meta que hace algunos años tenía en mente se llegue a materializar.

A los maestros y amigos de la Escuela Politécnica del Ejército, por sus sabias enseñanzas depositadas en mí, lo que me ha permitido culminar una etapa más en mi carrera profesional.

Carlos Alberto Lema Carrera

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	PAGINAS
1. Declaración de responsabilidad	i
2. Certificación de tutoría	ii
3. Autorización de publicación	iii
4. Dedicatoria	iv
5. Agradecimiento	v
6. Índice	vi
7. Resumen ejecutivo	xvi

CAPITULO I

1. ESTUDIO DE MERCADO	02
1.1. Objetivos del Estudio de Mercado	02
1.1.1. Estructura de mercado	02
1.1.2. Análisis histórico del mercado	03
1.1.3. Análisis actual del mercado	06
1.1.4. Tendencias del mercado	07
1.2. Identificación del bien o servicio	09
1.3. Características del servicio	10
1.3.1. Clasificación por su uso y efecto de los servicios	10
1.3.2. Servicios sustitutos y complementarios	12
1.3.3. Normativa Técnica, Sanitaria y Comercial.	13
1.4. Investigación de mercado	18
1.4.1. Segmentación del mercado	19
1.4.1.1. Segmentación Geográfico	20
1.4.1.2. Segmentación Demográfica	20
1.4.1.3. Segmentación Psicológico	20
1.4.1.4. Segmentación Conductuales	21
1.4.2. Tamaño del Universo	21
1.4.3. Tamaño de la muestra	22
1.4.4. Metodología de la investigación de campo.	23
1.4.4.1. Técnicas de investigación.	23
1.4.4.1.1. Entrevistas	23
1.4.4.1.2. Encuestas	23
1.4.4.2. Definición de las variables	24
1.4.4.3. Elaboración del cuestionario	24
1.4.4.3.1. Prueba Piloto	24
1.4.4.3.2. Análisis de la Prueba Piloto de la Encuesta	25
1.4.5. Aplicación de la Encuesta	25
1.4.5.1. Procesamiento de Datos: codificación y tabulación	26
1.4.5.2. Análisis de los resultados de la encuesta.	54
1.4.5.3. Análisis de la prueba piloto de la entrevista a informantes calificados	55
1.4.5.4. Procesamiento de la información de la entrevista a informantes calificados	55
1.4.5.5. Análisis de los resultados de la entrevista	60
1.5. Análisis de la demanda	61
1.5.1. Clasificación de la demanda	62

1.5.2.	Factores que afectan la demanda	63
1.5.2.1.	El ingreso de las personas.	63
1.5.2.2.	Precio del bien o servicio.	63
1.5.2.3.	Precio del bien sustituto.	63
1.5.2.4.	Precio del bien complementario.	64
1.5.2.5.	El crecimiento de la población.	64
1.5.2.6.	Los gustos, hábitos y costumbres de los consumidores.	65
1.5.3.	Comportamiento histórico de la demanda	65
1.5.4.	Demanda actual del servicio	66
1.5.5.	Proyección de la demanda	67
1.6.	Análisis de la oferta	70
1.6.1.	Clasificación de la oferta	70
1.6.1.1.	Oferta competitiva o de mercado libre.	70
1.6.1.2.	Oferta oligopólica.	70
1.6.1.3.	Oferta monopólica.	71
1.6.2.	Factores que afectan la oferta	71
1.6.3.	Comportamiento histórico de la oferta	72
1.6.4.	Oferta actual	72
1.6.5.	Proyección de la oferta	73
1.7.	Estimación de la demanda insatisfecha	74
1.8.	Análisis de precios.	75
1.8.1.	Precios históricos y actuales	75
1.8.2.	Método de cálculo o estimación del precio del producto o servicio.	76
1.8.2.1.	Fijación de precios basada en el costo del servicio	77
1.8.2.2.	Fijación de precios basado en la competencia	77
1.8.2.3.	Fijación de precios basado en la demanda	78
1.8.3.	Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen y forma de pago.	79
1.9.	Comercialización	79
1.9.1.	Estrategia de precio	80
1.9.2.	Estrategia de promoción	80
1.9.3.	Estrategia del servicio producto	81
1.9.4.	Estrategia de la plaza	81
1.9.5.	Estrategia de distribución	82
1.10.	Conclusiones	83

CAPITULO II

2.	ESTUDIO TÉCNICO	85
2.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	86
2.1.1.	Factores determinantes del tamaño de la empresa	87
2.1.1.1.	Mercado	87
2.1.1.2.	Disponibilidad de recursos financieros	87
2.1.1.3.	Disponibilidad de recursos humanos	88
2.1.1.3.1.	Perfil profesional del recurso humano administrativo.	89
2.1.1.3.2.	Perfil del recurso humano operativo	89
2.1.1.4.	Disponibilidad de insumos y productos de limpieza	89
2.1.1.5.	Disponibilidad de tecnologías y maquinarias	90
2.1.1.6.	Economía de escala	91
2.1.1.7.	Capacidad de prestación de servicio	91

2.1.1.8.	Cálculo de la capacidad del servicio	91
2.1.1.9.	Tamaño óptimo	92
2.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	92
2.2.1.	Macro localización	93
2.2.1.1.	Justificación	93
2.2.2	Micro localización	94
2.2.2.1.	Criterios de selección de alternativas	95
2.2.2.1.1	Transporte y comunicaciones	95
2.2.2.1.2	Cercanía a las fuentes de abastecimiento	95
2.2.2.1.3	Cercanía a los Centros de Educación Superior	95
2.2.2.1.4	Costo y disponibilidad del terreno	95
2.2.2.1.5	Estructura impositiva y legal	96
2.2.2.1.6	Disponibilidad de servicios básicos	96
2.2.2.1.7	Cercanía de servicios complementarios	96
2.2.2.2	Matriz locacional	97
2.2.2.3	Selección de la alternativa óptima	98
2.2.2.4	Plano del micro localización	98
2.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	99
2.3.1	Diagrama de Flujo	99
2.3.2.	Programa de prestación de servicio	102
2.3.3.	Distribución de las habitaciones	102
2.3.4.	Estudio de insumos y materiales	103
2.3.4.1.	Clasificación de los insumos y materiales	103
2.3.4.2.	Cantidad de insumos requeridos y su rendimiento	104
2.3.4.3.	Condiciones de abastecimientos de insumos	104
2.3.5.	Requerimientos de recursos humanos	104
2.3.6.	Requerimientos de materiales, herramientas y servicios	105
2.3.7.	Requerimientos de infraestructura	105
2.3.8.	Requerimientos de Activos Fijos	107
2.3.9.	Estimación de costos de inversión	109
2.3.10.	Calendario de ejecución del proyecto	110
2.4.	CONCLUSIONES	

CAPITULO III

3	LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	113
3.1.	BASE LEGAL	113
3.1.1.	Nombre o razón social	113
3.1.2.	Titularidad de propiedad de la empresa	115
3.1.3.	Tipo de empresa	115
3.2.	BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA	115
3.2.1.	Visión	118
3.2.2.	Misión	118
3.2.3.	Estrategia empresarial de la empresa	118
3.2.3.1.	Estrategia de competitividad	119
3.2.3.2.	Estrategia de crecimiento	119
3.2.4.	Objetivos estratégicos	120
3.2.4.1.	Objetivos de mercado	120
3.2.4.2.	Objetivos financieros	120
3.2.4.3.	Objetivos de competitividad	120

3.2.5.	Principios y Valores Corporativos.	121
3.2.5.1.	Valores	121
3.2.5.2.	Principios	122
3.3.	LA ORGANIZACIÓN	122
3.3.1.	Estructura orgánica	122
3.3.2.	Descripción de funciones	123
3.3.2.1.	Junta de Accionistas	123
3.3.2.2.	Gerente General	123
3.3.2.3.	Contadora	124
3.3.2.4.	Camarero	124
3.3.3.	Organigrama estructural	125
3.4.	CONCLUSIONES	125

CAPITULO IV

4.	ESTUDIO FINANCIERO	128
4.1.	PRESUPUESTOS	128
4.1.1.	Presupuesto de Inversión	128
4.1.1.1.	Activos Fijos	129
4.1.1.2.	Activos Intangibles o diferidos	129
4.1.1.3.	Capital de trabajo	129
4.1.2.	Cronograma de Inversiones	131
4.1.3.	Presupuesto de operación	132
4.1.3.1.	Presupuesto de ingresos	132
4.1.3.2.	Presupuesto de egresos	133
4.1.3.3.	Estudio de origen y aplicación de recursos	133
4.1.3.4.	Estructura de financiamiento	134
4.1.4.	Punto de equilibrio	135
4.2.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	136
4.2.1.	Balance General	136
4.2.2.	Estado de resultados (pérdidas y ganancias)	136
4.2.3.	Flujo neto de fondos	137
4.3.	EVALUACIÓN FINANCIERA	137
4.3.1.	Determinación de Tasa de Costo de oportunidad	137
4.3.2.	Criterios de evaluación	138
4.3.2.1.	Valor Actual Neto (VAN)	138
4.3.2.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	140
4.3.2.3.	Período de Recuperación	141
4.3.2.4.	Relación Beneficio Costo (RB/C)	143
4.3.3.	Análisis de Sensibilidad	144
4.4.	CONCLUSIONES	145

CAPITULO V

5.1	CONCLUSIONES	147
5.2.	RECOMENDACIONES	148
	ANEXOS	150
	GLOSARIO	193
	BIBLIOGRAFÍA	196

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	TEMA	PÁGINA
CUADRO 1	PIB de hoteles la provincia de Cotopaxi 2000-2006	7
CUADRO 2	Graduados nivel superior en provincia de Cotopaxi 2001-2006	8
CUADRO 3	Criterios de segmentación de los mercados de consumidores	19
CUADRO 4	Tamaño del universo o población	21
CUADRO 5	Ocupación actual	26
CUADRO 6	Financiamiento de estudios	27
CUADRO 7	Conocimiento de Becas del IECE	28
CUADRO 8	Deseo de aplicar a una beca del IECE	28
CUADRO 9	Como es el servicio de alojamiento en la ciudad de Latacunga	29
CUADRO 10	Existe demanda de una Residencia Universitaria	30
CUADRO 11	Conocimiento de una Residencia Universitaria en la ciudad	31
CUADRO 12	Lugar de actual de alojamiento	31
CUADRO 13	El servicio más importante	32
CUADRO 14	Lugar habitual para almorzar	33
CUADRO 15	Tipo almuerzo preferido	34
CUADRO 16	Como prefiere que sean servidos los alimentos	34
CUADRO 17	La comida más importante	35
CUADRO 18	Disponibilidad de servicios básicos	36
CUADRO 19	Otros servicios dispone su residencia actual	36
CUADRO 20	En que sector preferiría su residencia	37
CUADRO 21	Calidad servicios básicos donde reside	38
CUADRO 22	El servicio adicional más importante	39
CUADRO 23	Características de la residencia actual	39
CUADRO 24	Tiempo de transporte a su universidad	40
CUADRO 25	Gasto mensual en transporte	41
CUADRO 26	El lavado y planchado es realizado	42
CUADRO 27	Limpieza dormitorio es realizado	42
CUADRO 28	Lugar frecuente de uso del Internet	43
CUADRO 29	Tipo de transporte para ir a estudiar	44
CUADRO 30	Presupuesto mensual para vivienda	45
CUADRO 31	Presupuesto mensual de alimentación	46
CUADRO 32	Presupuesto mensual para realizar trabajos investigación	47
CUADRO 33	Presupuesto mensual telefonía	48
CUADRO 34	Presupuesto total mensual	49
CUADRO 35	Deseo de alojarse en Residencia Universitaria	50
CUADRO 36	Residencia en el área urbana de la ciudad de Latacunga	50
CUADRO 37	Capacidad económica	51
CUADRO 38	Actual ocupación, presupuesto mensual y deseo de alojarse	52
CUADRO 39	Actual alojamiento, presupuesto mensual y deseo de alojarse.	53

CUADRO 40	Principales clientes	55
CUADRO 41	Organización de la empresa	56
CUADRO 42	Principal problema	56
CUADRO 43	Capacidad de alojamiento	56
CUADRO 44	Cantidad de personal requerido	57
CUADRO 45	Porcentaje de crecimiento de la Residencia Universitaria	57
CUADRO 46	Organismos que realizan algún control	58
CUADRO 47	Medidas de seguridad implementadas	58
CUADRO 48	Capacitación del personal	58
CUADRO 49	Procedimientos para evitar intoxicación alimenticia	59
CUADRO 50	Estrategias utilizadas	59
CUADRO 51	Costos de los servicios	60
CUADRO 52	Servicios adicionales	60
CUADRO 53	Clasificación de la demanda	62
CUADRO 54	Producto Interno Bruto Per Cápita	63
CUADRO 55	Crecimiento de población año 2000 al 2006	64
CUADRO 56	Demanda histórica de la población estudiantil ESPE e ITSA	65
CUADRO 57	Demanda potencial según la investigación de campo	67
CUADRO 58	Métodos para la proyección de la demanda	68
CUADRO 59	Proyección de la demanda	69
CUADRO 60	Factores que afectan la oferta	71
CUADRO 61	PIB de Hoteles y Restaurantes 2000-2005	72
CUADRO 62	Oferta Actual	73
CUADRO 63	Demanda insatisfecha	74
CUADRO 64	Precios referenciales	76
CUADRO 65	Arriendo alojamientos ciudad Latacunga	78
CUADRO 66	Factores determinantes para el tamaño de la empresa	86
CUADRO 67	Alternativas de financiamiento	87
CUADRO 68	Perfil del recurso humano administrativo	89
CUADRO 69	Perfil del recurso humano operativo	89
CUADRO 70	Productos de limpieza requeridos mensualmente	90
CUADRO 71	Cuadro comparativo de provisión de Internet Banda Ancha	90
CUADRO 72	Matriz locacional	97
CUADRO 73	Productos de limpieza requeridos	103
CUADRO 74	Productos de limpieza requeridos diariamente	104
CUADRO 75	Requerimientos de Recursos Humanos	104
CUADRO 76	Requerimientos de útiles de escritorio y oficina	105
CUADRO 77	Servicios básicos mensuales	105
CUADRO 78	Requerimientos de Infraestructura	107
CUADRO 79	Requerimientos de maquinaria y equipo	107
CUADRO 80	Requerimientos de mobiliario y menaje para dormitorios	108
CUADRO 81	Requerimientos de equipo y mobiliario oficina	108
CUADRO 82	Requerimientos de mobiliario para habitación camarero	109

CUADRO 83	Presupuesto del proyecto	109
CUADRO 84	Matriz de diagnóstico situacional Microambiente	116
CUADRO 85	Matriz de diagnóstico situacional Macro ambiente	116
CUADRO 86	Matriz de ponderación de impacto FODA	117
CUADRO 87	Estrategias competitivas genéricas	119
CUADRO 88	Inversión en Activos Fijos	129
CUADRO 89	Inversión en Activos Diferidos	130
CUADRO 90	Capital de Trabajo	131
CUADRO 91	Estudio de origen y aplicación de recursos	133
CUADRO 92	Costo promedio de habitación	135
CUADRO 93	Tasa Costo de Oportunidad	138
CUADRO 94	Valor Actual Neto del Proyecto	139
CUADRO 95	Valor Actual Neto del Inversionista	140
CUADRO 96	Periodo de Recuperación del Proyecto	142
CUADRO 97	Periodo de Recuperación del Inversionista	142
CUADRO 98	Relación Beneficio Costo (RB/F)	143
CUADRO 99	Análisis de sensibilidad para concebir el proyecto viable	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	TEMA	PÁGINA
GRÁFICO 1	Ocupación actual	27
GRÁFICO 2	Financiamiento de estudios	27
GRÁFICO 3	Conocimiento de Becas del IECE	28
GRÁFICO 4	Deseo de aplicar a una beca del IECE	29
GRÁFICO 5	Como es el servicio de alojamiento en la ciudad de Latacunga	30
GRÁFICO 6	Existe demanda de una Residencia Universitaria	30
GRÁFICO 7	Conocimiento de una Residencia Universitaria en la ciudad	31
GRÁFICO 8	Lugar de actual de alojamiento	32
GRÁFICO 9	El servicio más importante	33
GRÁFICO 10	Lugar habitual para almorzar	33
GRÁFICO 11	Tipo almuerzo preferido	34
GRÁFICO 12	Como prefiere que sean servidos los alimentos	35
GRÁFICO 13	La comida más importante	35
GRÁFICO 14	Disponibilidad de servicios básicos	36
GRÁFICO 15	Otros servicios dispone su residencia actual	37
GRÁFICO 16	En que sector preferiría su residencia	38
GRÁFICO 17	Calidad servicios básicos donde reside	38
GRÁFICO 18	El servicio adicional más importante	39
GRÁFICO 19	Características de la residencia actual	40
GRÁFICO 20	Tiempo de transporte a su universidad	41
GRÁFICO 21	Gasto mensual en transporte	41
GRÁFICO 22	El lavado y planchado es realizado	42
GRÁFICO 23	Limpieza dormitorio es realizado	43
GRÁFICO 24	Lugar frecuente de uso del Internet	44
GRÁFICO 25	Tipo de transporte para ir a estudiar	44
GRÁFICO 26	Presupuesto mensual para vivienda	45
GRÁFICO 27	Presupuesto mensual de alimentación	46
GRÁFICO 28	Presupuesto mensual para realizar trabajos investigación	47
GRÁFICO 29	Presupuesto mensual telefonía	48
GRÁFICO 30	Presupuesto total mensual	49
GRÁFICO 31	Deseo de alojarse en Residencia	50
GRÁFICO 32	Residencia en el área urbana de la ciudad de Latacunga	51
GRÁFICO 33	Capacidad económica	51
GRÁFICO 34	Actual ocupación, presupuesto mensual y deseo de alojarse	52
GRÁFICO 35	Actual alojamiento, presupuesto mensual y deseo de alojarse.	53
GRÁFICO 36	Demanda histórica de la población estudiantil ESPE e ITSA	66
GRÁFICO 37	Demanda Proyectada	69
GRÁFICO 38	Demanda Insatisfecha	75
GRÁFICO 39	Índice del PEA urbana por ramas de actividad	88

GRÁFICO 40	Mapa de macro localización del proyecto	94
GRÁFICO 41	Plano de la micro localización	98
GRÁFICO 42	Proceso al recibir un cliente en la Residencia Universitaria	100
GRÁFICO 43	Proceso al retirarse un cliente en la Residencia Universitaria	101
GRÁFICO 44	Habitación doble	102
GRÁFICO 45	Habitación triple	103
GRÁFICO 46	Plano de primer piso	106
GRÁFICO 47	Plano del segundo piso	106
GRÁFICO 48	Cronograma del proyecto	110
GRÁFICO 49	Logotipo de la Empresa	114
GRÁFICO 50	Orgánico Estructural	125
GRÁFICO 51	Cronograma de Inversiones	131
GRÁFICO 52	Ingresos acumulados	132
GRÁFICO 53	Crédito Hipotecario	134

ÍNDICE DE ANEXOS

GRÁFICO	TEMA	PÁGINA
ANEXO A	Matriz de Cuestionario	151
ANEXO B	Encuesta piloto	159
ANEXO C	Encuesta definitiva	165
ANEXO D	Entrevista piloto	171
ANEXO E	Entrevista informantes calificados	174
ANEXO F	Encuesta para determinar el nombre de la empresa	177
ANEXO G	Pasos para la constitución de una Compañía	178
ANEXO H	Tabla de amortización	181
ANEXO I	Mapa estratégico	185
ANEXO J	Depreciación y plusvalía activos fijos	186
ANEXO K	Cronograma de inversiones	187
ANEXO L	Balance General	188
ANEXO M	Presupuesto de ingresos	189
ANEXO N	Presupuesto de egresos	190
ANEXO Ñ	Estado de resultados	191
ANEXO O	Flujo neto de fondos del proyecto y del inversionista	192

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación, realizó un estudio de factibilidad para la creación de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga, para lo cual se analizaron los siguientes temas que se presentan a continuación:

El Estudio de Mercado determinó que existen algunas Residencias Universitarias que son parte de congregaciones religiosas brindan el servicio como obra social para los jóvenes mas necesitados, siendo su precio el mas bajo del mercado, algunas universidades ofrecen este servicio con un alto estándar de calidad de servicio.

Al no existir una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga, nos permite ser los pioneros para la puesta en marcha de esta empresa, un 65,7 % de personas que piensan que existe demanda de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga, existiendo una demanda potencial de 691 estudiantes en el año 2008 según el trabajo de campo y existe una demanda insatisfecha de alojamiento para 414 Estudiantes Universitarios.

Existe un crecimiento de la población estudiantil de 26,62 % anual en la Escuela Politécnica del Ejército y del Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea de la ciudad de Latacunga.

En el Estudio Técnico se analiza que se puede satisfacer únicamente al 7,24% de esta demanda que corresponde a la capacidad instalada del proyecto, que son 30 personas que pueden ser alojadas en la Residencia Universitaria efectuando un presupuesto referencial para la puesta en marcha del proyecto.

La Residencia Universitaria estará ubicada en el sector de la FAE frente al Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea, al presentar ventajas de cercanía a un centro de estudio, servicios complementarios, disponibilidad de buses de recorrido urbano y parada de taxis.

En la Empresa y su Organización, cuyo nombre será “Residencia Universitaria Cotopaxi” la que estará constituida como una Sociedad Anónima, la empresa dispondrá de una base filosófica con su misión, visión, así como los objetivos y estrategias.

En el Estudio Financiero se requiere una inversión de USD. \$ 188.893,00 el que será financiado en un 68% con fondos propios de la aportación de 5 accionistas y un 32% por un crédito hipotecario en el Banco del Pichincha.

Se realiza los Presupuestos, Estados Financieros Proforma y la Evaluación Financiera en donde se determinó que la Tasa Interna de Retorno del Proyecto es 1,196% y la Tasa Interna de Retorno del Inversionista es 4,672% las mismas que son muy bajas en comparación con la Tasa de Costo de la Oportunidad del Proyecto de 16,17 % .

Por las consideraciones anteriores podemos determinar que los ingresos anuales menos los egresos no permiten que en transcurso de los 10 años de vida del proyecto se pueda recuperar la inversión, únicamente al vender el proyecto.

Finalmente se tiene las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto concluyendo que el proyecto financieramente no es viable, ya que sus ingresos no son suficientes para brindar rendimientos a sus accionistas, pero se determina que a nivel nacional las residencias universitarias no están desarrolladas por el alta inversión y la población estudiantil no esta en capacidad económica de pagar precios reales del servicio; a pesar de tener una creciente demanda insatisfecha de estudiantes universitarios en la ciudad de Latacunga.

SUMMARY

The present Investigation work made a fact study for the creation of The University Residence in Latacunga city. The topics detailed below were studied:

A Marketing Investigation determined that there were some Residences for University people that belong to religious congregations which offer the service as a social benefit for the Young people who need. Being the prices the lowest in the market some universities offer it with high standards of quality and assistance.

Having known that Latacunga does not have University Residence we have the chance to make a proposal to start a new Enterprise. A 65.7 % of people think there is a University Residence demand in the city with the potential 699 students in the year 2008, according to the field studies and there is also a non-satisfied demand of accommodation on 414 university students.

There is a 26.62 % increase of the population at the Army Politechnic School and The Technological Institute in Latacunga.

According to the technical studies the conclusion is that it can just satisfy 7.24 % of this demand which corresponds to installed capability of the Project, that is 30 people who can reside in the University Residence within an estimate budget for the Project to go on.

The University Residence will be located in FAE placed in front of Air Force Technological Institute, due to the advantages such as distance to a Study Institute, complementary urban services available such as buses and taxi stands.

The Enterprise and its organization, RESIDENCIA UNIVERSITARIA COTOPAXI, the name to be given, and created as a Private Society, will be based on a philosophical context, with its vision, mission and strategies as well.

According to the Financial Studies, it is necessary to invest \$ 188.893,00 , 68 % financed with the financial support of 5 share holders and 32 % with a mortgage from Banco del Pichincha

When getting the budgets, Financial Studies, Financial Evaluation the conclusion was: Tasa Interna de Retorno del Proyecto: 1.196 % and Tasa Interna de Retorno del Inversionista: 4,672 %, which are very low in contrast with Project Opportunity Cost Tax: 16,17%.

After Reading all the fact described before we can conclude annual incomes minus expenses will not allow the recuperate the investment in 10 years of life of the Project, with only selling it.

Finally, you can see the conclusions and recommendations from this Project, and the reasons the Project is not applicable in terms of Money, because the incomes are not enough to satisfy investor's interests, but in this thesis we can conclude in the whole country University Residences are not developed because of high investment and students are unable to pay real Price services, even though the demand of unhappy University students is high.

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

CAPITULO I

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Objetivos del Estudio de Mercado

Para la elaboración de la presente investigación se han realizado los siguientes objetivos que se detallan a continuación.

1. Realizar un estudio de mercado por medio de la demanda, oferta y establecer cual es la demanda insatisfecha.
2. Determinar el comportamiento histórico de las variables del mercado y sus proyecciones.
3. Establecer el grado de aceptación que tendrá una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, convirtiéndose ésta en la finalidad del estudio de mercado.

1.1.1. Estructura de mercado

“El proyecto se va a desarrollar en un ambiente que puede adquirir una de las cuatro siguientes formas como lo describe Nassir Sapag Chain (Año 2002):

COMPETENCIA PERFECTA:

La competencia perfecta se caracteriza porque existen muchos compradores y vendedores que están dispuestos a vender o comprar un determinado servicio, el servicio es idéntico y homogéneo; existe movilidad perfecta de los recursos, y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado.

MONOPOLIO:

En el monopolio sólo existe un vendedor o proveedor vende un producto para el que no hay sustitutos perfectos, y las dificultades para ingresar a esa industria son grandes.

COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA:

En este tipo de competencia existen muchos vendedores de productos diferenciados y porque, en el largo plazo, no hay dificultades de entrar o salir de esa industria.

MERCADO OLIGOPÓLICA:

Existe cuando hay pocos vendedores de un producto homogéneo o diferenciado y el ingreso o salida de la industria es posible, aunque con dificultades”¹

En el presente caso la Residencia Universitaria toma la forma de una estructura de mercado oligopólica por existir pocos prestadores de este servicio.

1.1.2. Análisis histórico del mercado

El presente análisis histórico nos 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.

¹ Sapag Chain, Nassir, **Preparación y evaluación de proyectos**, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pag 36.

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 Ilinizas.- “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, dentro de una emotiva ceremonia dirigida por el Padre Paulino Busca, se puso la primera piedra de la nueva Residencia Ilinizas. Y hoy, luego de 50 años de grata historia, tenemos la gran casa Ilinizas, más sólida y con más trayectoria de todo Quito, las mismas que tienen una capacidad de alojamiento de 40 estudiantes.”²

La Residencia Girasol .-ubicada en el barrio “El Dorado” calle 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

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 Ejército (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

² <http://www.ilinizas.org/historia>

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.”³

1.1.3. Análisis actual del mercado

Hasta septiembre 2007 en el Ecuador se encuentran autorizadas por el Consejo Nacional de Educación Superior, 72 Universidades y Escuelas Politécnicas y 312 Institutos Superiores tecnológicos.

De las Universidades y Escuelas Politécnicas, 25 son Universidades públicas, 36 son Universidades particulares autofinanciadas, 9 son Universidades particulares cofinanciadas, y 2 son instituciones universitarias públicas de postgrado de las cuales tienen carácter internacional.

En la actualidad el 26,06 % de los estudiantes matriculados son de Universidades particulares y la universidad pública conserva un 73,94 % del estudiantado.

De los Institutos Superiores, 175 (el 56 %) son particulares autofinanciados, 122 (el 39 %) son públicos, financiados por el Estado, y 16 (el 5 %) son particulares cofinanciados por el Estado.

Las Residencias Universitarias Gubernamentales en el Ecuador no se han desarrollado por falta de presupuesto, en los años 2002 al 2004 el Gobierno del Ecuador adeudaba a las Universidades y Escuelas Politécnicas \$ 134.546.423,84 según el Libro Auténtico de Legislación Ecuatoriana No R-25-140 de fecha 21 de abril del 2004 del Congreso Nacional, al no tener el presupuesto de una manera

³ <http://www.uasb.edu.ec/>

puntual se perjudicó la ejecución de muchos proyectos y principalmente se perjudicó la calidad de la educación.

Las Residencias Universitarias privadas únicamente se han desarrollado en grandes ciudades como Quito y Guayaquil, hace 15 años los estudiantes de la provincia de Cotopaxi viajaban a estudiar a la Capital de la República o a otras capitales provinciales como Ambato y Riobamba, pero en la actualidad ocurre lo contrario con la creación de nuevos centros de Educación Superior.

Actualmente en la ciudad de Latacunga existen 2 Universidades, 4 Institutos Públicos financiados por el estado y 2 Institutos Particulares Autofinanciados, mencionadas Instituciones Educativas son nuevas a excepción de la Escuela Politécnica del Ejército sede Latacunga creada en junio 1984, la Universidad Técnica de Cotopaxi creada el 24 de enero de 1995 y el Instituto Aeronáutico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana creado últimamente el 8 de noviembre de 1999 son los más grandes de la provincia.

En las Universidades e Institutos provincia de Cotopaxi actualmente existen 15 carreras presenciales, 4 técnico superior y 11 de tercer nivel, 3 semi presencial de tercer nivel.

En la ciudad de Latacunga no existe una residencia estudiantil, que preste las comodidades de los estudiantes universitarios, al no existir este servicio de alojamiento los estudiantes arriendan departamentos y cuartos de estudiantes en las inmediaciones de los centros educativos.

1.1.4. Tendencias del mercado

El Producto Interno Bruto con relación al subsector hoteles y restaurantes a presentado un crecimiento del 4% al 6% y en los últimos 5 años ha representado el 1,2 % de PIB, a pesar de no existir datos estadísticos del crecimiento específico de residencias estudiantiles se puede determinar que existen una gran demanda

insatisfecha que ha sido cubierta parcialmente por alojamientos temporales en residencias, hostales, pensiones, departamentos y cuartos de estudiantes.

Al pertenecer la residencia universitaria al subsector CIIU 035 Hoteles y Restaurantes, rama a la que pertenecen hoteles y otros tipos de hospedajes como hoteles, residenciales, hosterías, pensiones, restaurantes, bares y cantinas.

**CUADRO No. 1: PIB HOTELES Y RESTAURANTES EN PROVINCIA DE COTOPAXI
2000-2006**

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA HOTELES Y RESTAURANTES							
CIIU/ AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1636	198.908	385.774	492.482	534.134	561.634	602.338	638.681
Tasa de crecimiento anual	3,1	5,1	7,4	3,4	4,7	6,0	6,5
En miles de dolares							
Fuente: Banco Central del Ecuador, PIB por sector							
Elaborado por: Carlos A. Lema C.							

En el país existen pocas residencias universitarias y en la ciudad de Latacunga no se dispone de una empresa de hospedaje que pueda alojar a estudiantes brindándoles un alojamiento confortable y seguro.

El principal problema es la gran inversión que se requiere para realizar un proyecto de una Residencia Universitaria con todos los servicios complementarios.

En los principales centros de educación superior de la provincia de Cotopaxi desde el año 2001 al 2006 han existido un total de 12716 graduados, de los cuales muchos estudiantes son de otras provincias y de otras localidades cercanas a Latacunga.

CUADRO No 2: Graduados de nivel superior provincia de Cotopaxi

Instituto o Universidad	2001		2002		2003		2004		2005		2006		Total
	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	
Aeronáutico				143	7	112	18	62	10	126	5	72	555
Técnica de Cotopaxi			284	198	345	210	57	46	224	169	110	48	1691
ESPE			1498	4663	542	1150	479	801	356	747	55	169	10470
total			6161		1692		1280		1103		224		12716
Fuente: CONESUP													
Elaborado: Carlos A. Lema C.													

1.2. Identificación del bien o servicio

Servicios.

“Actividad identificable y tangible que es el objeto principal de una transacción encaminada a satisfacer las necesidades de los clientes.”⁴

Se realizará la identificación de las prestaciones que brindará la Residencia Estudiantil para tener claro el objeto del estudio de mercado a realizar.

El servicio que se va a brindar es el de alojamiento para estudiantes universitarios con los siguientes servicios:

- Habitaciones simples, dobles y triples con baño, TV cable, un punto de Internet y teléfono.
- Servicio de limpieza diaria de habitaciones.

Posteriormente en otra fase se implementará el servicio de alimentación y lavandería.

⁴ STANTON Williams; Etzel Michael; Walker Bruce **Fundamentos de Marketing**, Mc Graw-Hill , Edición. 11, 1999. Pág. G-19

1.3. Características del servicio

La Residencia Universitaria siendo parte de la rama hotelera al estar catalogada como “hoteles; campamentos y otros tipos de hospedaje temporal” con un conjunto de servicios complementarios.

- El servicio que se ofrece es inventariable, la finalidad es mantener las habitaciones de estudiantes ocupadas de esta manera se evitan pérdidas por no poder utilizar permanentemente la capacidad instalada de alojamiento.
- El cliente se moviliza para recibir el servicio de alojamiento.
- Al existir una capacidad instalada únicamente se puede alojar a un determinado número de estudiantes siendo imposible satisfacer a una sobredemanda del servicio.
- Los precios serán de acuerdo a la calidad de los servicios que se ofrezca a los clientes y con precios competitivos.
- Se dará seguridad y servicio las 24 horas para precautelar el bienestar permanente de los clientes.

En la ciudad de Latacunga no existe una Residencia Universitaria que brinde las comodidades y bienestar a los estudiantes.

1.3.1. Clasificación por su uso y efecto de los servicios

Uso

Es la forma como podemos emplear un producto o servicio.

Efecto

“Impresión general, favorable o desfavorable, que se deriva de las primeras etapas del encuentro con el servicio.”⁵

Los servicios se encuentran clasificados según las necesidades de los clientes:

“Servicios Financieros: Son aquellas cuyo destino principal es el entorno del sistema monetario y sus variantes como pueden ser instituciones de crédito, bancarias y monetarias.

Servicios a las Empresas: Son aquellas que se brindan como apoyo a las personas, siendo muy especializados como consultorías, bufetes jurídicos/contables entre otras.

Servicios de Educación, Salud y Bienestar: Tiene que ver con las prestaciones a los consumidores directamente y donde se incluyen Escuelas, Universidades, hospitales entre otras.

Servicios de Recreación: Aquí se agregan los prestados por los centros de recreación, así como: Bares, hoteles, restaurante, cine, teatro, entre otras.

Servicios Personales: Se componen por estéticas, tintorerías, gimnasios, internet entre otras.

Servicios de Reparación: constituyen un sector más especializado en cuanto a que no sólo va dirigido a los consumidores, sino algunas veces también a las empresas.”⁶

⁵ HOFFMAN Douglas; Batesson John, **Fundamentos de Marketing de Servicios**. Thomson. 2º Edición. 2002. Pág. 214

⁶ <http://www.eumed.net/libros/2007a/249/7.htm>

La clasificación del proyecto esta orientado a alojamiento temporal por lo tanto los servicios a brindar son de recreación y personales.

Al realizar este proyecto, la vida estudiantil de muchos jóvenes mejorará, para de esta manera tener un mejor desempeño en sus actividades académicas causando los siguientes efectos:

Económico: al tener su sitio de alojamiento cerca de su centro de estudio ahorrará en transporte.

Psicológico: se desenvolverá en un clima de seguridad y tranquilidad.

Social: al estar cerca de su centro de estudios tendrá bienestar y pondrá compartir sus actividades sociales.

1.3.2. Servicios sustitutos y complementarios

Servicios sustitutivos: “Llamados también competitivos, son aquellos que, aunque diferentes entre sí, pueden satisfacer la misma necesidad del consumidor. En tal caso un bien -o servicio- puede sustituir o entrar en competencia con otro; es el consumidor quien escoge la forma en que habrá de satisfacer sus necesidades: podrá viajar en avión o por carretera para trasladarse a otra ciudad, del mismo modo que podrá escoger entre múltiples alimentos diferentes para prepararse una comida.”⁷

El principal sustituto de la residencia universitaria son los departamentos y cuartos de estudiantes que existen en las inmediaciones de los centros educativos.

⁷ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/B.htm#bienes%20sustitutivos>

Servicios complementarios: “Son aquellos que deben utilizarse conjuntamente para satisfacer alguna necesidad. La relación que se establece entre bienes complementarios es tal que el consumo de unos va directamente aparejado al de aquéllos que lo complementan: así el consumo de automóviles requiere el de gasolina, el de electricidad es necesario para un computador, etc.”⁸

Los servicios complementarios de una residencia universitaria son el restaurante, lavandería y centro de cómputo, que serán implementados en el futuro.

El restaurante es un servicio muy importante, el mismo que tiene que tener algunas características como calidad en la preparación, dieta balanceada y precio razonable.

Lavandería es un servicio que permite mantener el vestuario de los estudiantes, limpio y tener una excelente presencia.

Centro de cómputo es un servicio que permite realizar los deberes de los estudiantes con un servicio de Internet para consultas y elaboración de trabajos de investigación.

1.3.3. Normativa Técnica, Sanitaria y Comercial.

Para la creación de la Residencia Universitaria es importante cumplir leyes y reglamentos existentes para determinar que tipo compañía se va a constituir y todos los trámites legales para su implementación, organización y funcionamiento.

NORMATIVA TÉCNICA:

Ley de Turismo

⁸ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/B.htm#bienes%20complementarios>

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.-“Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas”⁹

Al crearse la Residencia Universitaria se tiene que obtener permisos, tasas, contribuciones y otras obligaciones que deben cumplir los establecimientos de alojamiento.

Permisos:

Registro de actividad turística, licencia de funcionamiento de turismo, permiso sanitario, certificado de salud de los empleados, patente, rótulos y publicidad exterior, bomberos, licencia ambiental.

Obligaciones Tributarias:

Declaración del impuesto a la renta, retenciones en la fuente de renta, Impuesto al valor agregado, impuesto de consumos especiales.

Obligaciones Patronales:

Cancelación de sueldos de acuerdo al código de trabajo.
Uniformes de los empleados.

Otras contribuciones y obligaciones:

Afiliación Cámara de Turismo
Cancelación de servicios básicos y complementarios (TV cable e Internet)

⁹ Ley de Turismo del Ecuador, ley 2002-97, Capítulo II, pág. 2

Reporte de huéspedes.

NORMATIVA SANITARIA

Ordenanza de uso de suelo:

Se encuentra publicado en el Registro Oficial No. 403, del **23 de noviembre del 2006**, la Ordenanza No. 0190 que modifica el contenido de Usos específicos en Suelo Comercial y de Servicios del Código Municipal sustituida por la Ordenanza No. 095, que contiene el NUEVO RÉGIMEN DEL SUELO; a través de la cual se definen a los centros de diversión como los establecimientos correspondientes a usos destinados a actividades lúdicas y espectáculos que se desarrollan principalmente por la noche, generan medianos y altos impactos urbanos por la alta demanda de áreas para estacionamiento, accesibilidad y provisión de transporte, de instalaciones y servicios especiales, y en especial por la inseguridad generada en algunos sectores.

El cumplimiento de las disposiciones de esta ordenanza es de carácter obligatorio e inmediato para dueños de todos los centros que hayan iniciado el trámite o que ya hayan obtenido el informe de compatibilidad de uso de suelo hasta fecha de vigencia de la presente ordenanza.

NORMATIVA COMERCIAL:

La ley contempla las siguientes clases de compañías con personería jurídica:

- a. COMPAÑÍA EN RESPONSABILIDAD LIMITADA
- b. COMPAÑÍA EN COMPAÑÍAS ANÓNIMAS
- c. COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES
- d. COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
- e. COMPAÑÍA ANÓNIMA
- f. COMPAÑÍA DE ECONOMÍA MIXTA

a.- COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

Requisitos

La compañía se constituirá con dos socios como mínimo, el capital mínimo es de \$400, tiene que estar afiliado a la Cámara Provincial de Turismo.

Razón Social

Esta integrado por el nombre de todos los socios o de alguno de ellos, con la agregación de la palabra compañía.

Capital Social

Dividido por aportaciones, siendo necesario el pago de por lo menos el 50% del capital.

b.- COMPAÑÍA ANÓNIMA

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, los que responden hasta por el monto de sus aportaciones.

Razón Social

Al nombre asignado, se deberá agregar las palabras compañía anónima o sociedades anónimas o sus respectivas siglas C.A o S.A.

Capital Social

Mínimo será de \$ 800 dólares, dividido en acciones.

c.- COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES.- Esta formado por socios solidariamente responsables y comanditarios.

Razón Social

Corresponde al nombre de uno o más socios solidariamente responsables, seguido de las palabras compañía en comandita o su abreviatura.

Capital Social

La ley no determina su cuantía.

d.- COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.- Esta formada por un mínimo de tres y máximo quince socios, los que responden hasta el monto de sus aportaciones individuales.

Razón Social

Al nombre asignado se deberá agregar las palabras compañía limitada o sus respectivas siglas Cia. Ltda.

Capital Social

Mínimo será de \$400 dólares, dividido en participaciones, siendo necesario el pago de por lo menos el 50% de cada participación.

e.- COMPAÑÍA ANÓNIMA.- Esta forma por uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros ,simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

Razón Social

Corresponde al nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregara las palabras compañía en comandita o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

Capital Social

La ley no determina su cuantía.

f.- COMPAÑÍA DE ECONOMÍA MIXTA

Esta formada por el Estado, las Municipalidades, los Consejos Provincias y las Personas Jurídicas de Derecho Publico o las Personas Jurídicas semipúblicas, podrán participar conjuntamente con el capital privado.

Razón Social

Al nombre asignado, se incluirá las palabras economía mixta.

Capital Social

Mínimo será de \$800 dólares.

La Residencia Universitaria va a pertenecer a una sociedad anónima ya que cuyo capital es superior a \$800 dólares y esta dividida en acciones negociables conformada por la aportación de 5 accionistas. En este tipo de sociedad su razón social no se designa por el nombre de ninguno de los socios, sino por el objeto para el cual se forman la empresa, y es administrada por los representantes de la misma

1.4. Investigación de mercado

“Actividad dedicada a conocer, con el mayor rigor posible, las características concretas de un mercado. Ella es indispensable para las empresas que producen bienes y servicios de consumo masivo, pues el conocimiento del mercado les permite aproximarse lo más posible a los deseos de los consumidores y, por lo tanto, aumentar sus ventas.

La investigación de mercados se ocupa por lo general de los siguientes temas: división y segmentación del mercado entre diferentes productos competidores y tipos de consumidores; características de los productos que compiten; actitudes, hábitos de consumo y preferencias de los consumidores; publicidad y sus efectos; canales de distribución, etc.”¹⁰

Al tener información veraz y al realizar una correcta interpretación de las necesidades de los clientes podemos tomar decisiones para utilizar las mejores estrategias y tácticas para que la Residencia Universitaria atienda de una manera eficiente a sus clientes.

¹⁰ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/1.htm#investigaci3n%20de%20mercados>

1.4.1. Segmentación del mercado

“La segmentación del mercado consiste en identificar grupos de compradores con iguales necesidades y deseos.”¹¹

El servicio de alojamiento esta enfocado a los estudiantes universitarios, personal docente del sector norte de la ciudad de Latacunga, en donde se encuentran nuestros potenciales clientes que requieren este servicio al no existir una Residencia Universitaria.

El sector norte de la ciudad de Latacunga se encuentra delimitado al sur por la Plaza El Salto al Norte el barrio San Buenaventura, oeste la Vía Panamericana y al oeste el barrio La Cocha.

De acuerdo a Stanton William los criterios para la segmentación del los mercados de los consumidores se describen a continuación:

**CUADRO No 3:
CRITERIOS PARA LA SEGMENTACIÓN DE LOS MERCADOS DE
CONSUMIDORES**

Geográficos	Demográficos	Psicológicas	Conductuales
Región	Ingreso		
Tamaño de la ciudad	Genero		
Urbana o rural	Ciclo de la vida familiar	Personalidad	Beneficios deseados
Clima	Clase social	Estilo de vida	Tasa de uso
	Ocupación	Valores	
	Origen étnico		

Fuente: Stanton William, Fundamentos de Marketing, Pág. 176

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Para el presente estudio se consideran los siguientes criterios:

¹¹ <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1g.htm>

1.4.1.1. Segmentación Geográfico

Provincia:	Cotopaxi
Cantón:	Latacunga
Parroquia:	La Matriz
Barrios:	El Carmen, Libertad y Trabajo, San Buenaventura, Nueva Vida, La Cocha, Sigsicalle Norte.

Características Geográficas

La ubicación del presente proyecto está ubicado en la ciudad de Latacunga, parroquia Latacunga, sector El Carmen y comprende los siguientes barrios: Libertad y Trabajo, El Carmen, San Buenaventura, Nueva Vida, La Cocha y Sigsicalle Norte

1.4.1.2. Segmentación Demográfica

Genero:	Masculino o Femenino
Escolaridad:	Estudiantes Universitarios
Ocupación:	Estudiantes.
Ingreso:	Mensual mayor a \$ 50

Características Demográficas

Nuestros potenciales clientes son estudiantes universitarios y personal docente que deseen utilizar los servicios de alojamiento y alimentación.

El presente estudio nos permitirá determinar si la residencia será para determinado sexo o mixto y los servicios adicionales que se pueden brindar.

1.4.1.3. Segmentación Psicológico

Personalidad:	Personas seguras en si mismo, independientes.
Valores:	Seguridad.

Características Psicológicas

Las personas que se van a alojar en la Residencia Universitaria serán estudiantes independientes, que se les brindará seguridad en las instalaciones, para el normal desarrollo de sus actividades académicas y particulares.

1.4.1.4. Segmentación Conductuales

Tasa de uso: Alojamiento diario o temporal

Beneficios deseados: Cercanía al centro de estudio.

Los beneficios que más desean los estudiantes universitarios es tener un alojamiento cerca de su lugar de estudio.

1.4.2. Tamaño del Universo

“La población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación. Es el conjunto, cantidad finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes.”¹²

En el presente estudio el tamaño del universo es el número de estudiantes universitarios matriculados en la ESPE e ITSA de la ciudad de Latacunga en el año 2008.

Cuadro No 4: TAMAÑO DEL UNIVERSO O POBLACIÓN

ORD	ALUMNOS	Alumnos Matriculados
1	Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea	394
2	Escuela Politécnica del Ejército (Latacunga)	1345
	Total	1739

Fuente : Trabajo de Campo 2008
Elaborado por: Carlos A. Lema C.

¹² <http://www.mistareas.com.ve/poblacion.htm>

1.4.3. Tamaño de la muestra

Muestra:

“Es un subconjunto de una población. Una muestra es representativa cuando los elementos son seleccionados de tal forma que pongan de manifiesto las características de una población. Su característica más importante es la representatividad.

La selección de los elementos que conforman una muestra, pueden ser realizados de forma probabilística o aleatoria (al azar), o no probabilística”.¹³

Para determinar el tamaño de la muestra se tiene que tomar las siguientes consideraciones:

- Tenemos que conocer con la máxima precisión el tamaño del universo o población.
- Definir el máximo error que vamos a utilizar la encuesta, en este caso vamos a utilizar el 5%.
- Determinar el nivel de confianza requerido, tratando de evitar errores por lo que utilizaremos el 95%.
- Tenemos que determinar la probabilidad de no ocurrencia con los resultados de la prueba piloto aplicada a 10 personas.

Fórmula para obtener el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

n	=	Tamaño de la muestra
N	=	Población o universo
z	=	Nivel de confianza (95%) = 1,96
p	=	Probabilidad de ocurrencia (0,95%)
q	=	Probabilidad de no ocurrencia (0,05%)

¹³ <http://www.eumed.net/libros/2007a/239/1b.htm>

e = Error de la porción de la muestra

$$n = \frac{1739 \times (1,96)^2 \times (0,95) \times (0,05)}{1739 \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times (0,95) \times (0,05)}$$

n = 70,05

n = 70 personas.

1.4.4. Metodología de la investigación de campo.

Para realizar la presente investigación de campo se utilizará un diseño cuantitativo de recolección de datos, mediante un análisis estadístico de información.

1.4.4.1. Técnicas de investigación.

Se aplicarán dos técnicas de investigación: las entrevistas y las encuestas

1.4.4.1.1. Entrevistas

“La entrevista es la práctica que permite al investigador obtener información de primera mano. La entrevista se puede llevar a cabo en forma directa, por vía telefónica, enviando cuestionarios por correo o en sesiones grupales.”¹⁴

En la presente investigación se realizaron entrevistas a tres administradores de residencias universitarias.

1.4.4.1.2. Encuestas

“La investigación por encuesta es un método de colección de datos en los cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas.”¹⁵

¹⁴ <http://www.eumed.net/libros/2007a/257/8.8.htm>

¹⁵ <http://www.eumed.net/libros/2006c/203/2e.htm>

Se efectuaron encuestas a 70 estudiantes universitarios, docentes y personal administrativo de dos centros de educación superior de la ciudad de Latacunga.

1.4.4.2. Definición de las variables

Para la ejecución de la encuesta es importante tomar en cuenta las siguientes variables:

- Forma de financiamiento de los estudios de los estudiantes universitarios.
- Deseo de alojarse en una Residencia Universitaria que brinde confort y seguridad.
- Promedio de gastos mensuales de estudiantes universitarios en alojamiento, alimentación, elaboración trabajos de investigación, telefonía, lavandería y transporte.
- Servicios requeridos por los estudiantes universitarios.

1.4.4.3. Elaboración del cuestionario

Para la obtención de información de la encuesta y entrevistas de la Residencia Estudiantil se utilizará la siguiente matriz (Ver anexo “A” matriz de cuestionario)

1.4.4.3.1. Prueba Piloto

Se realizó la prueba piloto a 10 estudiantes universitarios de la Escuela Superior Politécnica sede Latacunga y del Instituto Tecnológico Superior de la Fuerza Aérea para determinar su nivel de aceptación del servicio a brindar y determinar sus preferencias, de esta manera podremos realizar la encuesta definitiva, corrigiendo los errores presentados en las preguntas como:

- Preguntas confusas
- Preguntas que no aportan información para el presente estudio.
- Empleo de lenguaje corto, claro y conciso.

El objetivo es obtener información esencial para realizar un correcto estudio de mercado para lo cual se utilizó el siguiente encuesta (Ver Anexo “B”)

1.4.4.3.2. Análisis de la Prueba Piloto de la Encuesta

Se efectuó la prueba piloto a diez estudiantes universitarios de la Escuela Politécnica de Ejército sede Latacunga y del Instituto Tecnológico Superior de la Fuerza Aérea, los resultados los presentamos a continuación:

En el Perfil del Cliente

En la pregunta No. 1 ¿Que ocupación tiene? se incluyó al Personal Administrativo de las instituciones educativas ya que son un grupo numeroso que apoya el funcionamiento de sus instituciones.

En la pregunta No. 2 se refiere a ¿Quien financia los estudios? se incluyó a “otro”, ya que puede ser financiado por otro tipo de financiamiento.

En la Información Específica de la Residencia

Con esta información se tuvieron que hacer los siguientes cambios:

En las preguntas No. 5 y No. 17 se tenía los parámetros excelente, muy bueno, bueno, malo y otro de los cuales se disminuyó a cuatro opciones excelente, bueno, malo y otro

En la pregunta No. 18 decía “Que servicios adicionales preferiría” se cambio por “En orden de importancia que servicios adicionales preferiría”, esto nos va permitir determinar las prioridades de los encuestados.

En las preguntas No. 21, No. 26, No. 27, No. 28, No. 29 y No. 30 se incluyó la pregunta “menos de” que nos permitirá conocer los gastos menores.

1.4.5. Aplicación de la Encuesta

La encuesta se realizó a 70 estudiantes universitarios, docentes y personal administrativo de la Escuela Politécnica del Ejército sede Latacunga y del Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea (Ver Anexo “C”)

1.4.5.1. Procesamiento de Datos: codificación y tabulación

Para realizar el procesamiento de los datos de la encuesta se utilizó el software para estadística SPSS 15.0 para Windows, que permitió analizar los resultados de la encuesta que fue realizada a una muestra de la población.

Primeramente en la tabla vista de variables se ingresó todas las variables registrando toda la información de cada pregunta de la encuesta, en donde se tiene que definir correctamente los parámetros de las funciones que nos permiten ingresar la información.

Posteriormente con las encuestas ya realizadas, se ingresó los datos en la tabla vista de datos en las filas correspondientes a cada pregunta. Al haber finalizado el ingreso de todas las encuestas el programa permite tabular los datos para obtener un informe ejecutivo que permitirá observar de una manera gráfica las preferencias de nuestros potenciales clientes y un diagrama de frecuencias en donde se pondera cada una de las respuestas

A continuación se presentan los resultados de cada una de las preguntas del cuestionario, los resultados fueron los siguientes:

PERFIL DEL CLIENTE:

1. ¿Que ocupación tiene?

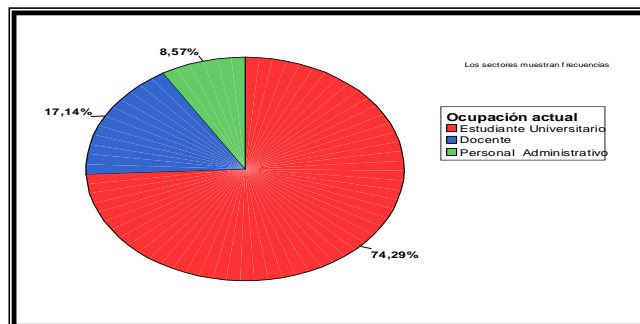
Cuadro No. 5: Ocupación actual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estudiante Universitario	52	74,3	74,3	74,3
	Docente	12	17,1	17,1	91,4
	Personal Administrativo	6	8,6	8,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

La ocupación del 74,3 % de los encuestados son estudiantes universitarios, 17,1% son docentes y el 8,6 % son personal administrativo, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 1: Ocupación actual



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2. ¿El financiamiento de sus estudios es solventado por?

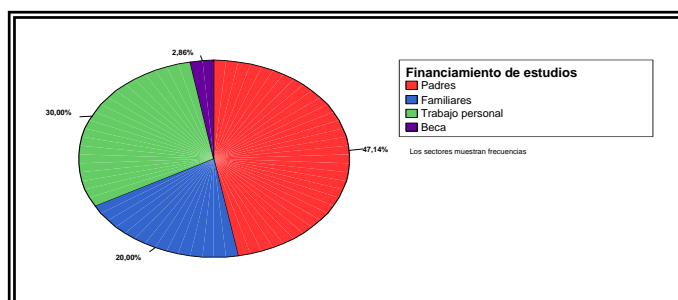
Cuadro No. 6: Financiamiento de estudios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Padres	33	47,1	47,1	47,1
	Familiares	14	20,0	20,0	67,1
	Trabajo personal	21	30,0	30,0	97,1
	Beca	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El financiamiento de los estudios es solventado en un 47,1% por los padres, 20% por los familiares, el 30 % por el trabajo personal y el 2,9 % por una beca, como se puede observar en el siguiente gráfico.

Gráfico No 2: Financiamiento de estudios



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

3. ¿Conoce de las becas otorgadas por el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo?

Cuadro No. 7: Conocimiento de Becas del IECE

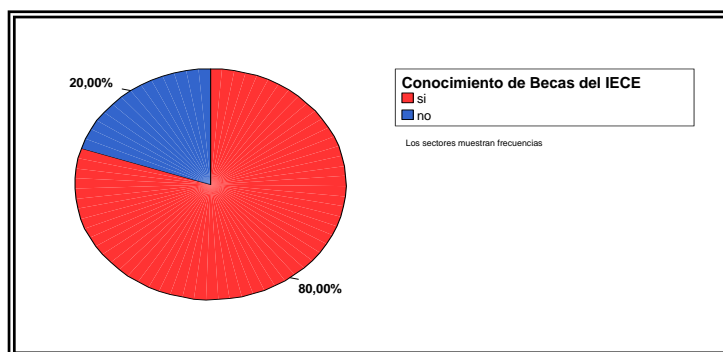
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	56	80,0	80,0	80,0
	No	14	20,0	20,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 80 % de encuestados tienen conocimiento de las becas que otorga el IECE y tan sólo el 20 % no conoce de las becas del IECE, a pesar de ello no acceden al IECE como fuente de financiamiento para la realización de sus estudios, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 3: Conocimiento de Becas del IECE



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

4. ¿Solicitaría una beca en el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo?

Cuadro No. 8: Deseo de aplicar a una beca del IECE

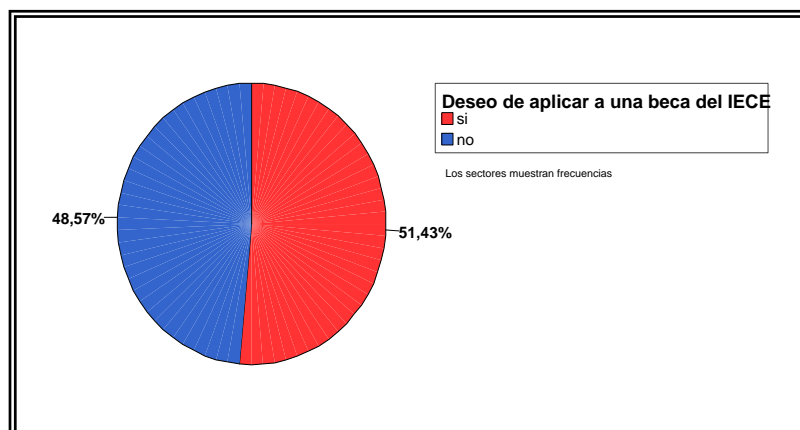
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	36	51,4	51,4	51,4
	No	34	48,6	48,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 51,4 % desea solicitar una beca en el IECE y el 48,6 % no requeriría, lo que significa que para el presente proyecto otra fuente de financiamiento puede ser obtenido a través del IECE, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 4: Deseo de aplicar a una beca del IECE



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

PERFIL DE LA RESIDENCIA

5. ¿El servicio de alojamiento actual para estudiantes en la ciudad de Latacunga lo considera?

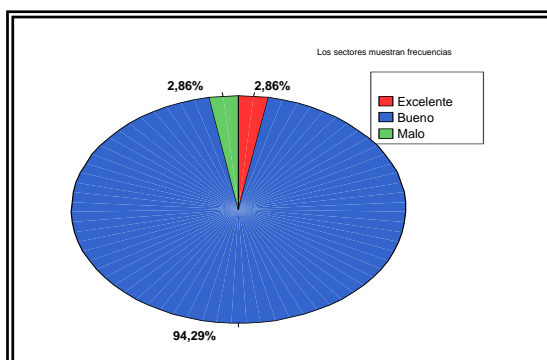
Cuadro No. 9: Calidad del servicio de alojamiento en la ciudad de Latacunga

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	2	2,9	2,9	2,9
	Bueno	66	94,3	94,3	97,1
	Malo	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 97,1 % considera que el servicio actual de alojamiento es bueno, lo cual significa que el servicio de alojamiento debe superar las condiciones de alojamiento actual, el 2,9% excelente y 2,9 % como malo, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 5: Calidad del servicio de alojamiento en la ciudad de Latacunga



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

6. ¿Piensa que existe demanda de una residencia universitaria?

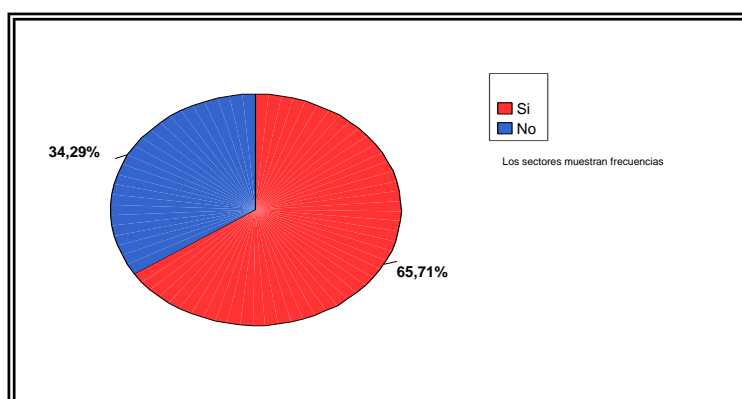
Cuadro No. 10: Demanda de una Residencia Universitaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	46	65,7	65,7	65,7
	No	24	34,3	34,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 65,7 % considera que si existe demanda para una residencia universitaria y el 34,3 % considera que no, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 6: Demanda de una Residencia Universitaria



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

7. ¿Conoce usted alguna Residencia Universitaria en la ciudad?

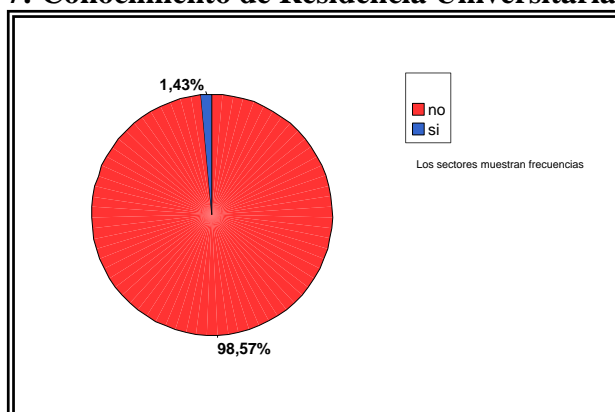
Cuadro No. 11: Conocimiento de Residencia Universitaria en la ciudad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	69	98,6	98,6	98,6
	Si	1	1,4	1,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 98,6 % de los encuestados no tienen conocimiento de la existencia de alguna residencia universitaria lo cual implica la necesidad de crear y apenas el 1,4 % conocía, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 7: Conocimiento de Residencia Universitaria en la ciudad



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

8. ¿Donde se aloja regularmente?

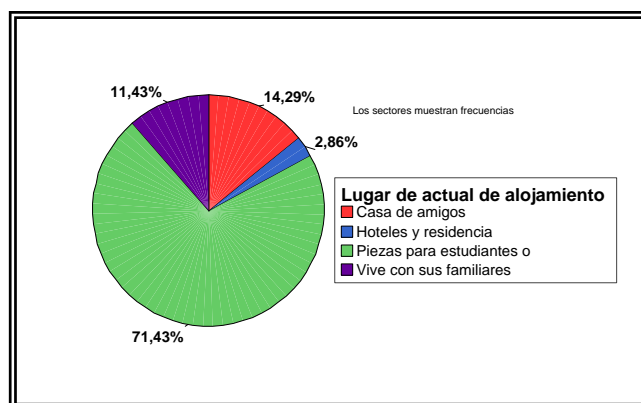
Cuadro No. 12: Lugar actual de alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casa de amigos	10	14,3	14,3	14,3
	Hoteles y residencia	2	2,9	2,9	17,1
	Piezas para estudiantes o departamentos	50	71,4	71,4	88,6
	Vive con sus familiares	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 71,4 % de los encuestados se alojan en piezas de estudiantes o departamentos, 14,3 % en casa de amigos, 11,4 % vive con familiares y 2,9 % en hoteles y residencias, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 8: Lugar actual de alojamiento



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

SERVICIOS DEMANDADOS:

9. ¿Señale usted el servicio más importante que requiere una residencia universitaria?

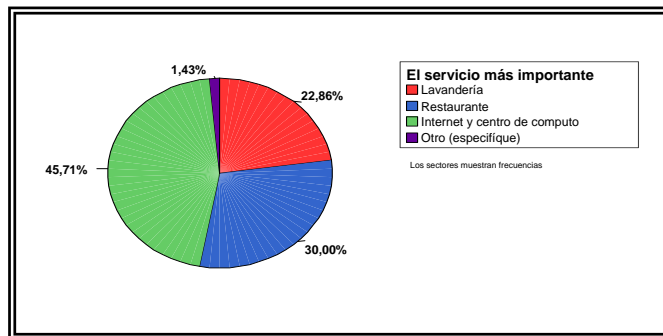
Cuadro No. 13: El servicio más importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Lavandería	16	22,9	22,9	22,9
	Restaurante	21	30,0	30,0	52,9
	Internet y centro de cómputo	32	45,7	45,7	98,6
	Otro (especifique)	1	1,4	1,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 45,7 % de los encuestados consideran que el servicio adicional más importante es el Internet y centro de cómputo, 30 % el restaurante y 22,9 % la lavandería, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 9: El servicio más importante



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

10. ¿Dónde almuerza preferentemente?

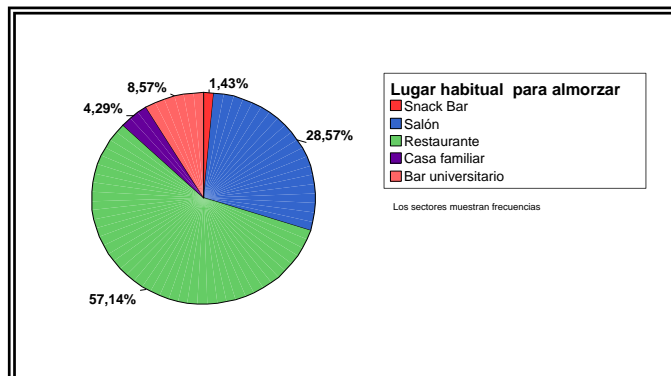
Cuadro No. 14: Lugar habitual para almorzar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Snack Bar	1	1,4	1,4	1,4
	Salón	20	28,6	28,6	30,0
	Restaurante	40	57,1	57,1	87,1
	Casa familiar	3	4,3	4,3	91,4
	Bar universitario	6	8,6	8,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 57,1 % de los encuestados almuerza en un restaurante, 28,6 % en un salón, 8,6 % en el bar universitario, 4,3 % en casa familiar, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 10: Lugar habitual para almorzar



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

11. ¿Qué tipo de almuerzo prefiere?

Cuadro No. 15: Tipo almuerzo preferido

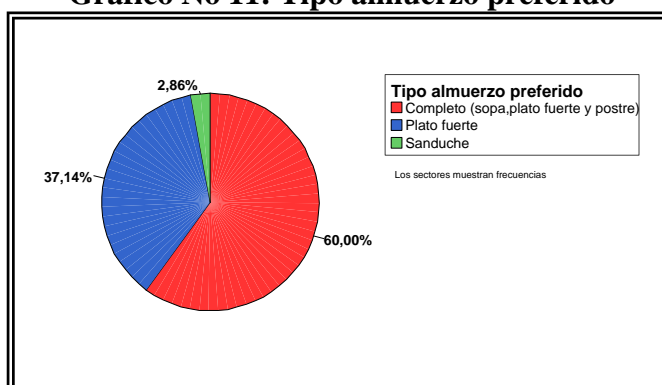
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Completo (sopa, plato fuerte y postre)	42	60,0	60,0	60,0
	Plato fuerte	26	37,1	37,1	97,1
	Sanduche	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 60 % de los encuestados prefiere un almuerzo completo, el 37,1 % un plato fuerte y el 2,9 % prefiere un sánduche, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 11: Tipo almuerzo preferido



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C

12. ¿Para servirse los alimentos prefiere?

Cuadro No. 16: Como prefiere que sean servidos los alimentos

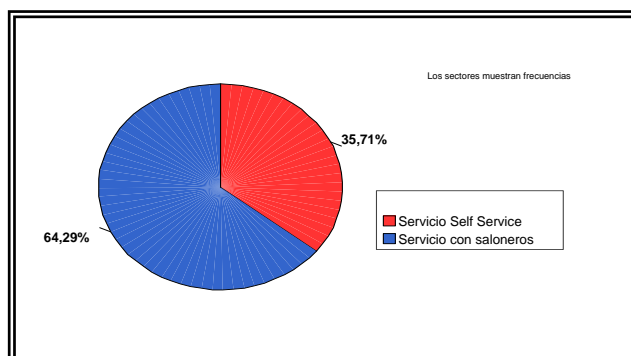
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Servicio Self Service	25	35,7	35,7	35,7
	Servicio con salones	45	64,3	64,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 63,3 % de los encuestados prefiere que sus alimentos sean servidos por saloneros y el 35,7 % self service, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 12: Cómo prefiere que sean servidos los alimentos



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

13. ¿Qué comida considera la más importante?

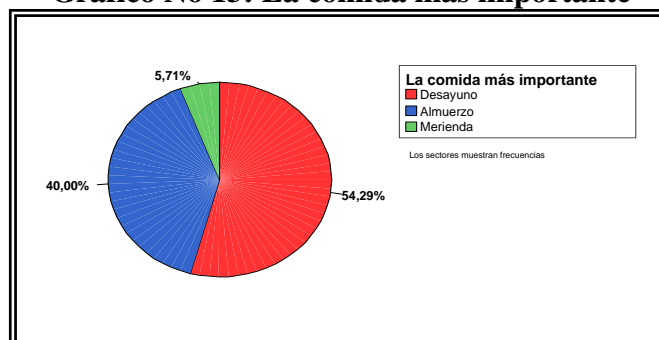
Cuadro No. 17: La comida más importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desayuno	38	54,3	54,3	54,3
	Almuerzo	28	40,0	40,0	94,3
	Merienda	4	5,7	5,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 54,3 % de los encuestados considera que el desayuno es la comida más importante, 40 % el almuerzo y 5,7 % la merienda, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 13: La comida más importante



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

14. ¿Su residencia actual dispone de servicios básicos?

Cuadro No. 18: Disponibilidad de servicios básicos

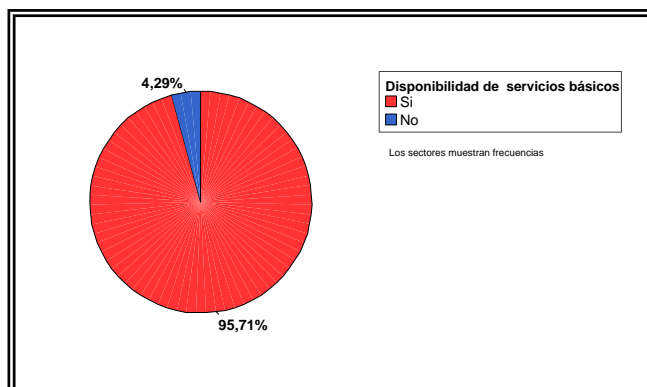
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	67	95,7	95,7	95,7
	No	3	4,3	4,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 95,7 % de los encuestados dispone de servicios básicos y el 4,3 % menciona no disponerlos, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 14: Disponibilidad de servicios básicos



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

15. ¿Qué otros servicios dispone su residencia actual?

Cuadro No. 19: Otros servicios dispone su residencia actual

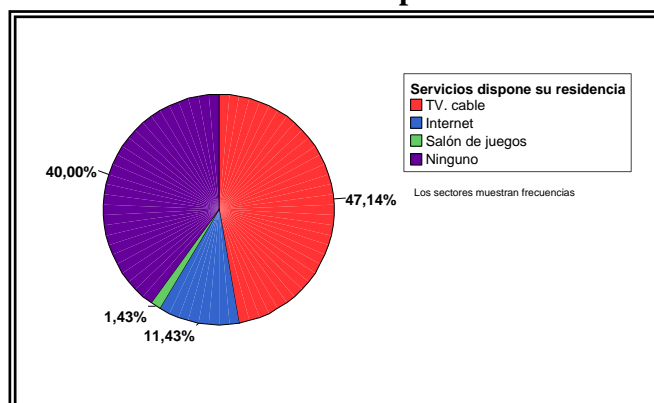
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TV. Cable	33	47,1	47,1	47,1
	Internet	8	11,4	11,4	58,6
	Salón de juegos	1	1,4	1,4	60,0
	Ninguno	28	40,0	40,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 47,1 % de los encuestados dispone de TV cable, 40 % no dispone servicios adicionales, 11,4 % tiene Internet y 1,4 % salón de juegos, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 15: Otros servicios dispone su residencia actual



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

16. ¿En qué sector de Latacunga preferiría que se construya una residencia universitaria?

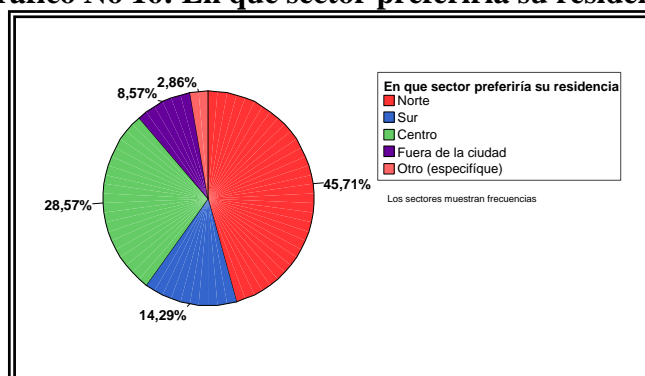
Cuadro No. 20: En que sector preferiría su residencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Norte	32	45,7	45,7	45,7
	Sur	10	14,3	14,3	60,0
	Centro	20	28,6	28,6	88,6
	Fuera de la ciudad	6	8,6	8,6	97,1
	Otro (especifique)	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 45,7 % de los encuestados prefiere el norte de la ciudad de Latacunga, 28,6 % en el centro, 14,3 % en el sur, 8,6 % fuera de la ciudad y 2,9 % en otro lugar, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 16: En que sector preferiría su residencia



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

17. ¿La calidad de los servicios básicos de vivienda donde usted reside es?

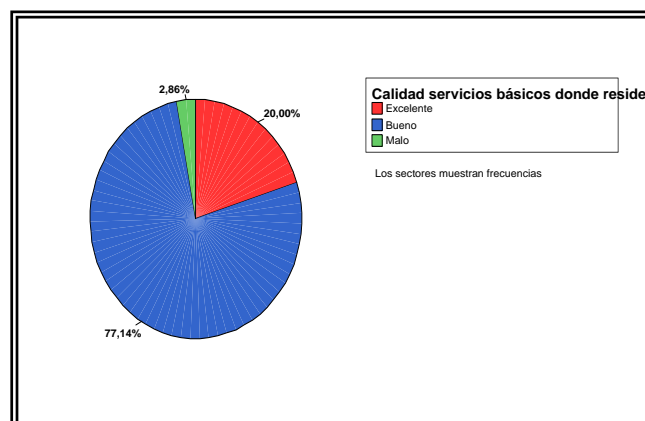
Cuadro No. 21: Calidad servicios básicos donde reside

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	14	20,0	20,0	20,0
	Bueno	54	77,1	77,1	97,1
	Malo	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 20% de los encuestados considera que son excelentes los servicios básicos donde reside, 77,1 % es bueno y 2,9% es malo, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 17: Calidad servicios básicos donde reside



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

18. ¿Señale el servicio adicional más importante al construirse una Residencia Universitaria?

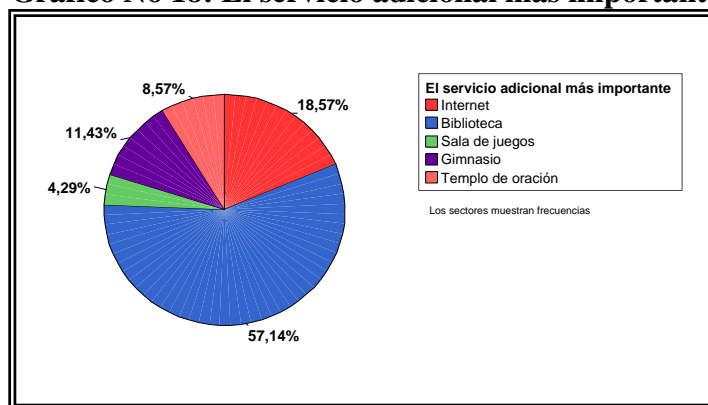
Cuadro No. 22: El servicio adicional más importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Internet	13	18,6	18,6	18,6
	Biblioteca	40	57,1	57,1	75,7
	Sala de juegos	3	4,3	4,3	80,0
	Gimnasio	8	11,4	11,4	91,4
	Templo de oración	6	8,6	8,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Con el 57,1 % el servicio adicional que más preferencia de los encuestados es la biblioteca, 18,6 % es el Internet, 11,4 % el gimnasio, 8,6 % el templo de oración y el 4,3 % salón de juegos, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 18: El servicio adicional más importante



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

19. ¿Usted reside en un lugar seguro?

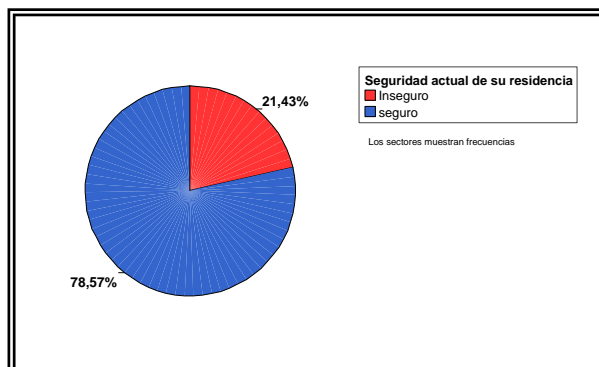
Cuadro No. 23: Seguridad de su residencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Inseguro	15	21,4	21,4	21,4
	Seguro	55	78,6	78,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 78,6 %de los encuestados considera su residencia segura y el 21,4 % es inseguro, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 19: Seguridad de su residencia



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

20. ¿Para transportarse de su vivienda a la universidad cuánto tiempo se demora aproximadamente?

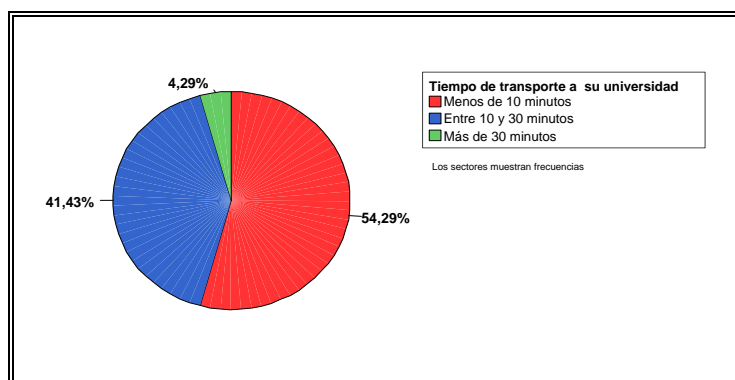
Cuadro No. 24: Tiempo de transporte a su universidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 10 minutos	38	54,3	54,3	54,3
	Entre 10 y 30 minutos	29	41,4	41,4	95,7
	Más de 30 minutos	3	4,3	4,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 54,3 % de los encuestados se demoran menos de 10 minutos, el 41,4% entre 10 y 30 minutos y el 4,3 % se tarda más de 30 minutos en trasladarse a la universidad, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 20: Tiempo de transporte a su universidad



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

21. ¿Cuánto gasta en el transporte a la universidad?

Cuadro No. 25: Gasto mensual en transporte

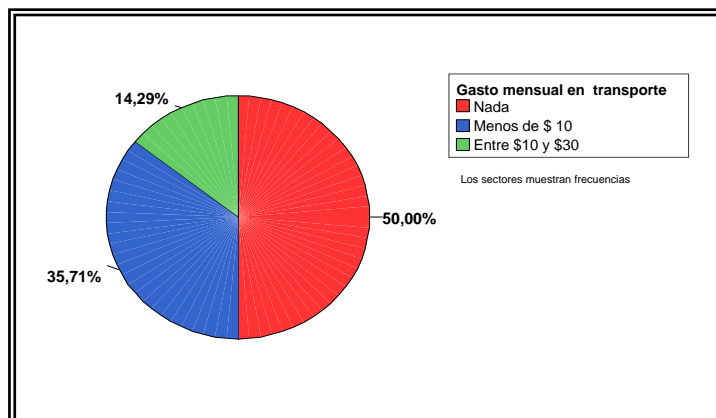
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	35	50,0	50,0	50,0
	Menos de \$ 10	25	35,7	35,7	85,7
	Entre \$10 y \$30	10	14,3	14,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 50 % de los encuestados no gasta en transporte, el 35,7 % menos de \$ 10 y 14,3 % gasta entre \$ 10 y \$ 30, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 21: Gasto mensual en transporte



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

22. ¿Para el lavado y planchado de su vestuario lo realiza principalmente?

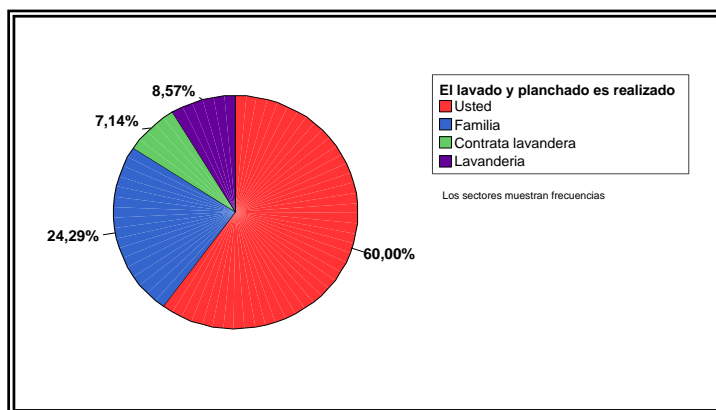
Cuadro No. 26: El lavado y planchado lo realiza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Usted	42	60,0	60,0	60,0
	Familia	17	24,3	24,3	84,3
	Contrata lavandera	5	7,1	7,1	91,4
	Lavandería	6	8,6	8,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 60 % de los encuestados realizan el lavado y planchado de su ropa, el 24,3 % su familia, el 8,6 % envía a la tintorería y el 7,1 % contrata una lavandera, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 22: El lavado y planchado lo realiza



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

23. ¿La limpieza de su dormitorio lo realiza?

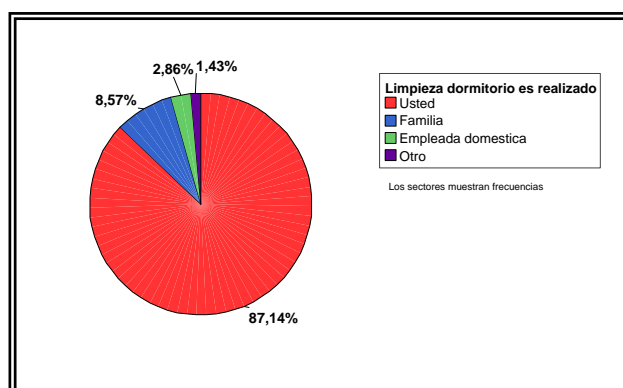
Cuadro No. 27: Limpieza dormitorio es realizado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Usted	61	87,1	87,1	87,1
	Familia	6	8,6	8,6	95,7
	Empleada domestica	2	2,9	2,9	98,6
	Otro	1	1,4	1,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 87,1 % de los encuestados realiza la limpieza de su dormitorio, el 8,6% su familia y 2,9 % la empleada doméstica, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 23: Limpieza dormitorio es realizado



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

24. ¿El lugar que usted frecuenta para utilizar el servicio de Internet es?

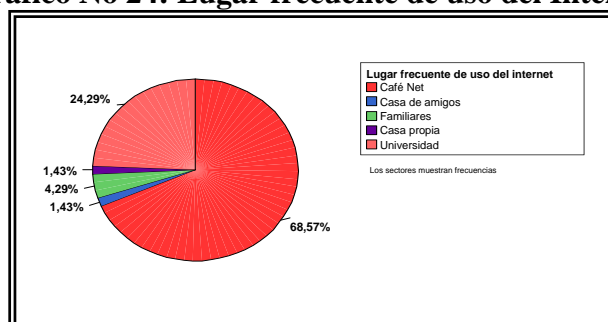
Cuadro No. 28: Lugar frecuente de uso del Internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Café Net	48	68,6	68,6	68,6
	Casa de amigos	1	1,4	1,4	70,0
	Familiares	3	4,3	4,3	74,3
	Casa propia	1	1,4	1,4	75,7
	Universidad	17	24,3	24,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 68,6 % de los encuestados usa frecuentemente el servicio de Internet en Café Net, 24,3 % en la universidad, 4,3 % en familiares, 1,4 % en casa de amigos y 1,4 % en casa propia, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 24: Lugar frecuente de uso del Internet



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

25. ¿Para el transporte a la universidad usted preferentemente utiliza?

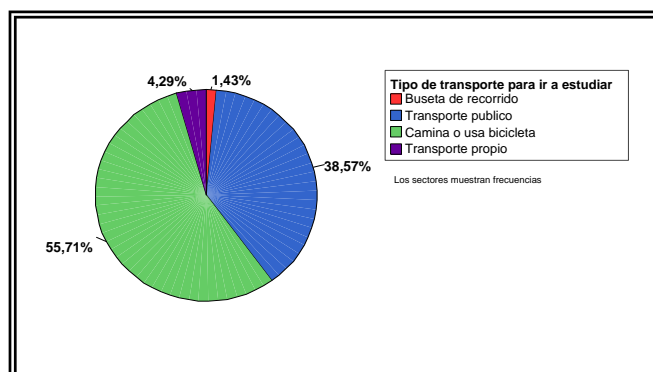
Cuadro No. 29: Tipo de transporte para ir a estudiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buseta de recorrido	1	1,4	1,4	1,4
	Transporte publico	27	38,6	38,6	40,0
	Camina o usa bicicleta	39	55,7	55,7	95,7
	Transporte propio	3	4,3	4,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 55,7 % de los encuestados camina o usa bicicleta, el 38,6 % usa transporte público, el 4,3 % usa transporte propio y el 1,4 % usa buseta de recorrido, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 25: Tipo de transporte para ir a estudiar



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

DESTINO DEL PRESUPUESTO

26. ¿El presupuesto económico mensual que asigna para el pago de vivienda es?

Cuadro No. 30: Presupuesto mensual para vivienda

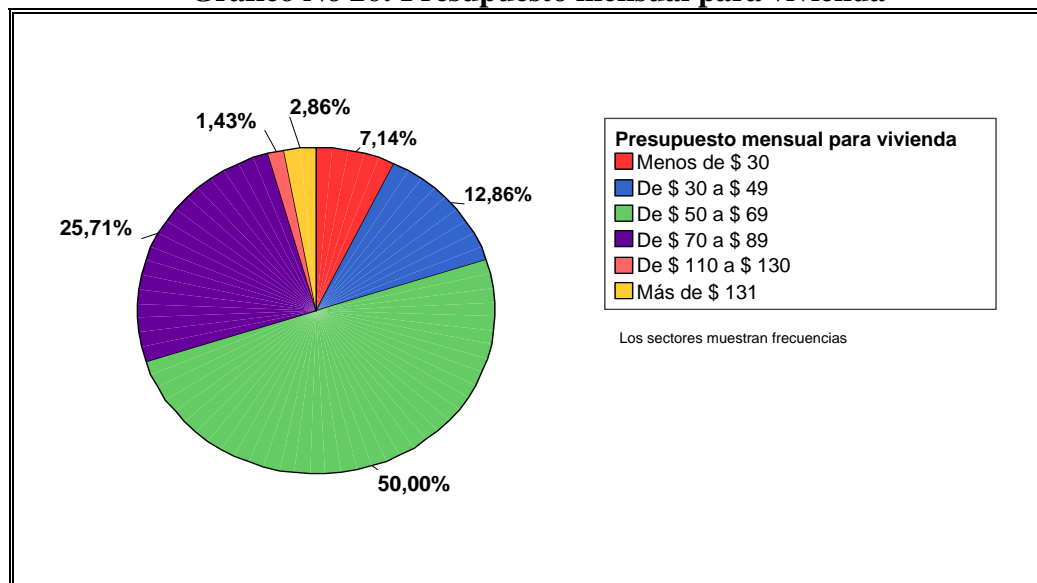
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de \$ 30	5	7,1	7,1	7,1
	De \$ 30 a \$ 49	9	12,9	12,9	20,0
	De \$ 50 a \$ 69	35	50,0	50,0	70,0
	De \$ 70 a \$ 89	18	25,7	25,7	95,7
	De \$ 110 a \$ 130	1	1,4	1,4	97,1
	Más de \$ 131	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 50 % de los encuestados tienen un presupuesto entre \$ 50 a \$ 69 para cancelar arriendo de vivienda, el 25,7 % gasta entre \$ 70 a \$89, el 12,9 %gasta entre \$ 30 a \$ 49, el 7,1 % menos de \$30, el 1,4 % gasta entre \$110 a \$ 130 y el 2,9 % gasta más \$131, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 26: Presupuesto mensual para vivienda



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

27. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de alimentación es?

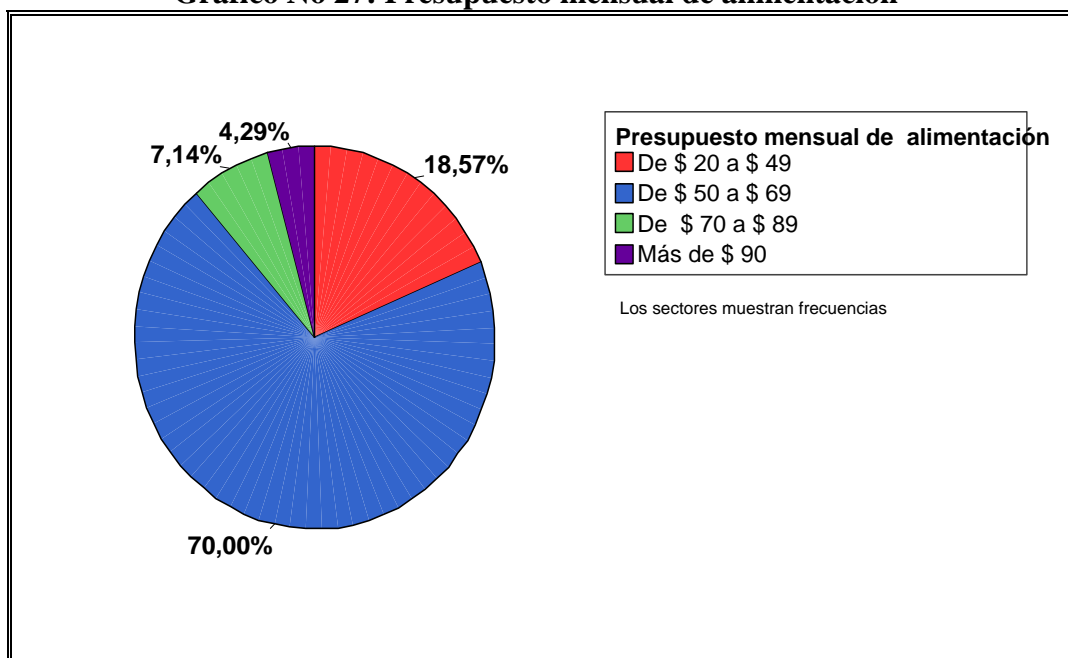
Cuadro No. 31: Presupuesto mensual de alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De \$ 20 a \$ 49	13	18,6	18,6	18,6
	De \$ 50 a \$ 69	49	70,0	70,0	88,6
	De \$ 70 a \$ 89	5	7,1	7,1	95,7
	Más de \$ 90	3	4,3	4,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 70 % de los encuestados gasta en alimentación entre \$ 50 a \$ 69, el 18,6 % gasta entre \$20 a \$ 49, el 7,1 % gasta entre \$ 70 a \$ 89 y el 4,3 % gasta más de \$ 90, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 27: Presupuesto mensual de alimentación



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

28. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de servicios como investigación y consulta (Internet, impresiones y copias) es?

Cuadro No. 32: Presupuesto mensual para realizar trabajos investigación

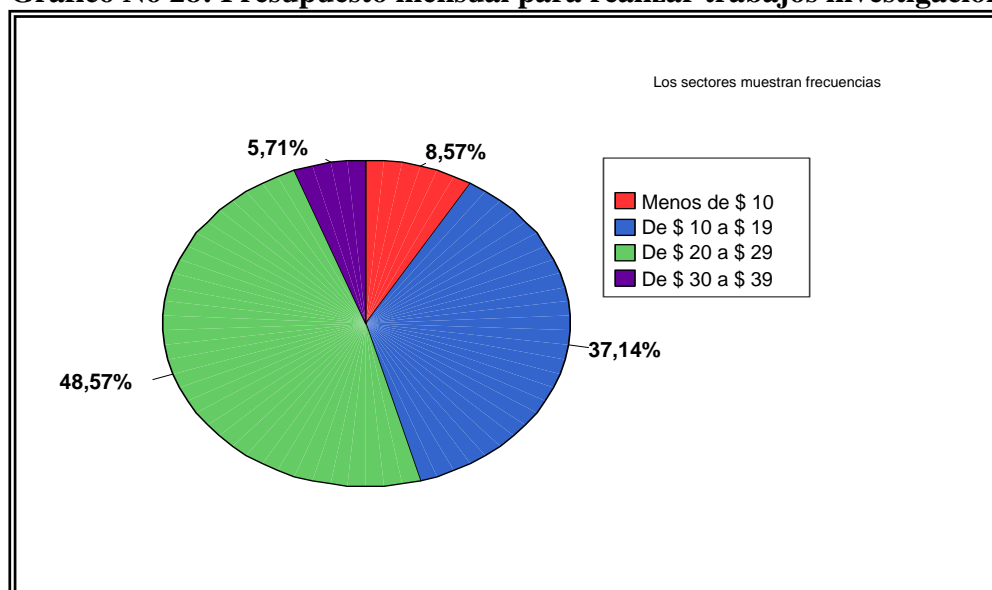
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de \$ 10	6	8,6	8,6	8,6
	De \$ 10 a \$ 19	26	37,1	37,1	45,7
	De \$ 20 a \$ 29	34	48,6	48,6	94,3
	De \$ 30 a \$ 39	4	5,7	5,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 48,6 % de los encuestados gastan en pagos de servicios como investigación y consulta (Internet, impresiones y copias) entre \$ 20 y \$29, el 37,1 % gasta entre \$ 10 y \$19, el 8,6% gasta menos de \$10 y el 5,7% gasta entre \$30 y \$ 39, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 28: Presupuesto mensual para realizar trabajos investigación



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

29. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de tarjetas de telefonía móvil es?

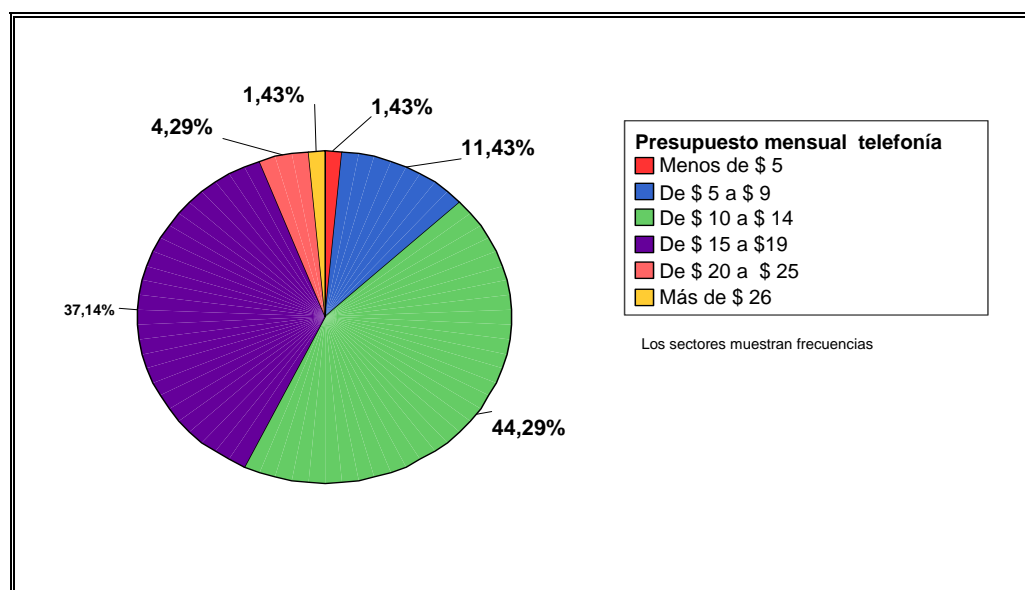
Cuadro No. 33: Presupuesto mensual para telefonía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de \$ 5	1	1,4	1,4	1,4
	De \$ 5 a \$ 9	8	11,4	11,4	12,9
	De \$ 10 a \$ 14	31	44,3	44,3	57,1
	De \$ 15 a \$19	26	37,1	37,1	94,3
	De \$ 20 a \$ 25	3	4,3	4,3	98,6
	Más de \$ 26	1	1,4	1,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 44,3 % de los encuestados gasta entre \$ 10 y \$14, el 37,1 % gasta entre de \$15 y \$19, el 11,4 % gasta entre \$5 y \$ 9, el 4,3 % gasta entre \$ 20 y \$25 y 1,4 % gasta más de \$26, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 29: Presupuesto mensual para telefonía



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C

30. ¿El presupuesto económico mensual total es?

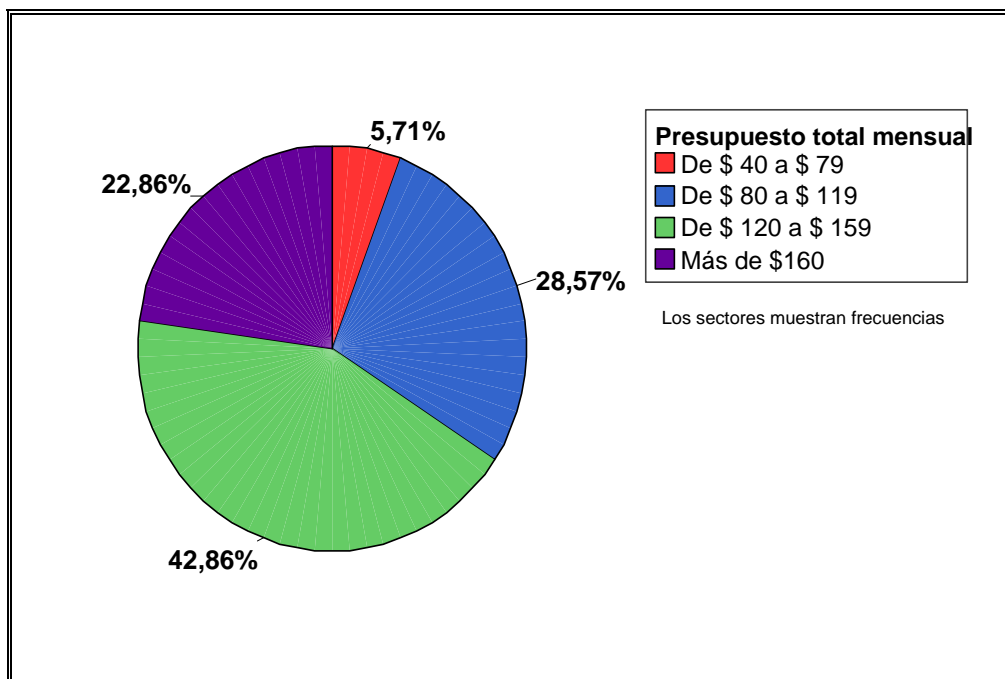
Cuadro No. 34: Presupuesto total mensual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De \$ 40 a \$ 79	4	5,7	5,7	5,7
	De \$ 80 a \$ 119	20	28,6	28,6	34,3
	De \$ 120 a \$ 159	30	42,9	42,9	77,1
	Más de \$160	16	22,9	22,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 42,9 % tiene un presupuesto económico total entre \$ 120 y \$159, el 28,6 % gasta entre \$ 80 a \$119, el 22,9 % gasta más de \$160 y 5,7 % gasta entre \$ 40 y \$ 79, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 30: Presupuesto total mensual



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

31. ¿Se alojaría en una residencia universitaria que le brinde los siguientes servicios: habitaciones simples, dobles o triples, agua caliente closet individual, escritorio, punto de internet, TV cable y servicio de limpieza de habitaciones?

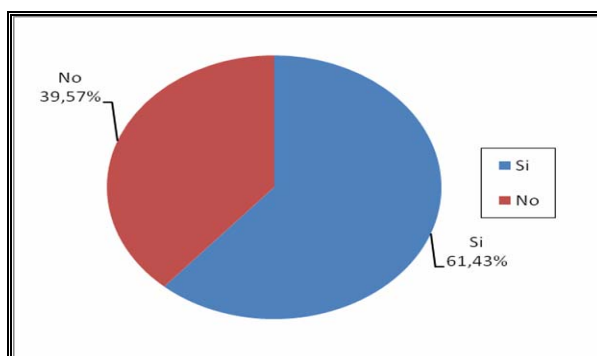
Cuadro No. 35: Deseo de alojarse en Residencia Universitaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	43	61,43	61,43	61,43
	No	27	38,57	38,57	100
	Total	70	100	100	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 61,43 % de los encuestados tiene deseos de alojarse en una Residencia Universitaria que le brinde buenos servicios básicos, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 31: Deseo de alojarse en una Residencia Universitaria



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

32. ¿Reside en el área urbana de la ciudad de Latacunga?

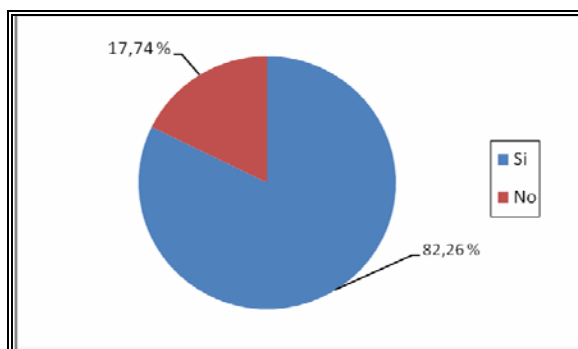
Cuadro No. 36: Residencia en área urbana de Latacunga.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	41	82,26	82,26	82,26
	No	29	17,74	17,74	100
	Total	70	100	100	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 82,26 % de los encuestados viven en el área urbana de la ciudad de Latacunga, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 32: Residencia Área Urbana de Latacunga



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

33. ¿Usted pagaría \$ 90 por una habitación doble con los siguientes servicios: agua caliente, closet individual, escritorio, computadora, punto de internet, TV cable y servicio de limpieza de habitación?

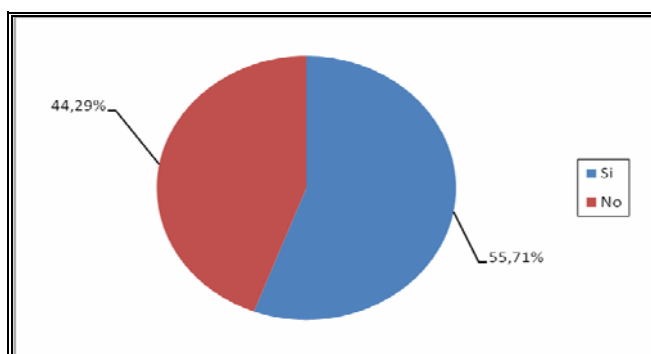
Cuadro No. 37: Capacidad Económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	39	55,71	55,71	55,71
	No	31	44,29	44,29	100
	Total	70	100	100	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 55,71 % de los encuestados están en capacidad económica de pagar \$ 90 por una habitación doble, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 33: Capacidad económica



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Cruce de variables entre las preguntas No 1 “Actual ocupación”, No 30 “Presupuesto mensual” y No 33 “Deseo de alojarse y capacidad económica de pagar \$ 90 por una habitación doble” en donde podemos ver los siguientes resultados.

Cuadro No. 38: Actual ocupación, presupuesto mensual y deseo de alojarse

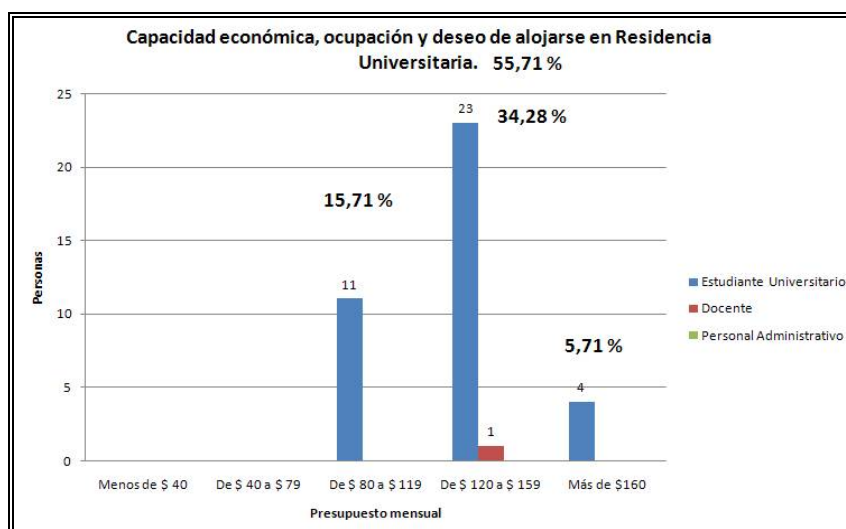
Capacidad de pagar \$90 por habitación doble			Presupuesto total mensual					Total
			Menos de \$ 40	De \$ 40 a \$ 79	De \$ 80 a \$ 119	De \$ 120 a \$ 159	Más de \$160	
Si	Ocupación	Estudiante Universitario			15,71%	32,86%	5,71%	54,29%
		Docente				1,43%		1,43%
		Personal Administrativo						
Subtotal			0,00%	0,00%	15,71%	34,29%	5,71%	55,71%
No	Ocupación	Estudiante Universitario		5,71%	8,57%	2,86%	2,86%	20,00%
		Docente			4,29%	2,86%	8,57%	15,71%
		Personal Administrativo				2,86%	5,71%	8,57%
Subtotal			0,00%	5,71%	12,86%	8,57%	17,14%	44,29%
Total			0,00%	5,71%	28,57%	42,86%	22,86%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Del 55,71% de los encuestados que desean alojarse en una Residencia Universitaria, el 54,29% son estudiantes universitarios y apenas el 1,43% es un docente que contestaron afirmativamente que están en capacidad de pagar \$ 90 por una habitación doble, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 34: Ocupación, capacidad económica y deseo de alojarse



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Cruce de variables entre las preguntas No 8 “Actual alojamiento”, No 30 “Presupuesto mensual” y 33 “Deseo de alojarse y capacidad económica de pagar \$ 90 por una habitación doble” en donde podemos ver los siguientes resultados.

Cuadro No. 39: Actual alojamiento, presupuesto mensual y deseo de alojarse.

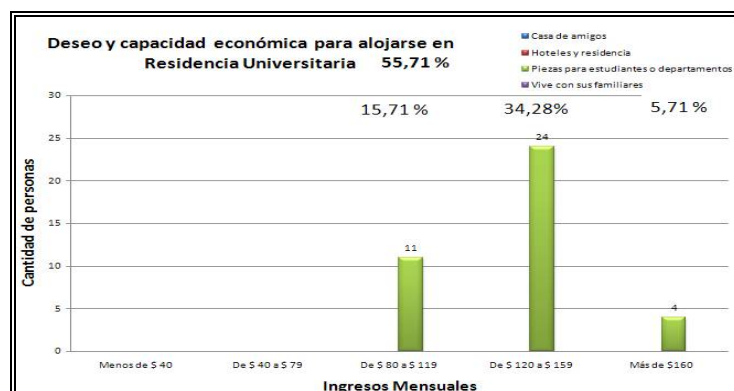
Capacidad de pagar \$90 por habitación doble		Presupuesto total mensual					Total	
		Menos de \$ 40	De \$ 40 a \$ 79	De \$ 80 a \$ 119	De \$ 120 a \$ 159	Más de \$160		
Si	Lugar de actual de alojamiento	Casa de amigos						
		Hoteles y residencia						
		Piezas para estudiantes o departamentos			15,71%	34,29%	5,71%	55,71%
		Vive con sus familiares						
Subtotal		0,00%	0,00%	15,71%	34,29%	5,71%	55,71%	
No	Lugar de actual de alojamiento	Casa de amigos		1,43%	4,29%	4,29%	4,29%	14,29%
		Hoteles y residencia					2,86%	2,86%
		Piezas para estudiantes o departamentos		1,43%	2,86%	4,29%	7,14%	15,71%
		Vive con sus familiares		2,86%	5,71%		2,86%	11,43%
Subtotal		0,00%	5,71%	12,86%	8,57%	17,14%	44,29%	
Total		0,00%	5,71%	28,57%	42,86%	22,86%	100,00%	

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El 55,71% de los encuestados si están en capacidad de pagar mensualmente \$ 90,00 por una habitación doble en vista de que actualmente se encuentran alojados en piezas de estudiante o departamentos, mientras que el 44,29 % respondió que no esta en capacidad de pagar \$ 90,00 por una habitación doble, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No 35: Actual alojamiento, presupuesto mensual y deseo de alojarse



Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema

1.4.5.2. Análisis de los resultados de la encuesta.

Los principales resultados obtenidos en la encuesta son los siguientes:

La ocupación del 74,3 % de los encuestados son estudiantes universitarios, 17,1% son docentes y el 8,6 % son personal administrativo.

El financiamiento de los estudios es solventado en un 47,1% por los padres, 20% por los familiares, el 30 % por el trabajo personal y el 2,9 % por una beca.

El 65,7 % considera que si existe demanda para una residencia universitaria y el 34,3 % considera que no.

El 98,6 % de los encuestados no tienen conocimiento de la existencia de alguna residencia universitaria en la ciudad de Latacunga, lo cual implica la necesidad de crear una instalación de estas características y apenas el 1,4 % manifestó que conocía.

El 71,4 % de los encuestados se alojan en piezas de estudiantes o departamentos, 14,3 % en casa de amigos, 11,4 % vive con familiares y 2,9 % en hoteles y residencias

El 42,9 % de los encuestados tiene un presupuesto económico total entre \$ 120 y \$159, el 28,6 % gasta entre \$ 80 a \$119, el 22,9 % gasta más de \$160 y 5,7 % gasta entre \$ 40 y \$ 79

El 61,43 % tiene el deseo de alojarse en una Residencia Universitaria y el 55,71 % tiene la capacidad económica para pagar \$ 90 por una habitación doble, siendo el 54,29% son estudiantes universitarios y el 1,43% es un docente, con los siguientes servicios: agua caliente closet individual, escritorio, punto de internet con computadora, TV cable y servicio de limpieza de habitación.

1.4.5.3. Análisis de la prueba piloto de la entrevista a informantes calificados

La entrevista a informantes calificados fue realizada a dos administradores y el dueño de una Residencia Universitaria (Ver Anexo “D”), cuyos resultados se detallan a continuación.

La pregunta No. 3 y No. 4 referente a los costos fueron trasladadas al final de la entrevista, por ser los costos del servicio la pregunta más delicada y es importante tratarla al final de la entrevista.

En la pregunta No 13 referente a las estrategias se incluyó la frase “para reducir costos” la que esta orientada a determinar que estrategias utilizan las Residencias Universitarias y Hoteles para reducir costos.

Con lo mencionado anteriormente se efectuó la entrevista definitiva: (Ver Anexo “E”).

1.4.5.4. Procesamiento de la información de la entrevista a informantes calificados

Para la sistematización de la información de las entrevistas cuyas preguntas eran abiertas, se realizó una comparación y los resultados generales de las preguntas aplicadas a los administradores y dueña de las residencias universitarias.

Como se describe a continuación:

1. ¿Cuáles son sus principales clientes?

Cuadro No. 40: Principales clientes

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Únicamente estudiantes universitarios y docentes de la Universidad	Estudiantes universitarios en general.	Estudiantes civiles y militares, docentes y personal administrativo de la ESPE.

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Los principales clientes son estudiantes universitarios

2. ¿Cómo está organizada su empresa?

Cuadro No. 41 Organización de la empresa

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración ➤ Recepción ➤ Ama de llaves. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Un solo dueño y personal de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración ➤ Recepción ➤ Camareros. ➤ Servicios generales

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Las organizaciones constan de un administrador, recepción, camareros y servicios generales

3. ¿Cuál considera que es el principal problema en el hospedaje y alimentación de sus clientes?

Cuadro No. 42: Principal problema

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Falta de orden y limpieza de algunos huéspedes.	Falta de madurez en algunos jóvenes.	Falta de madurez de algunos estudiantes y telecomunicaciones restricción líneas

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El principal problema es la falta de madurez de algunos estudiantes en no mantener las habitaciones limpias y exceso de ruido.

4. ¿Cuáles es la capacidad de alojamiento y de alimentación de su establecimiento?

Cuadro No. 43: Capacidad de alojamiento

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
130 huéspedes en 81 habitaciones. Comedor 70 personas	26 estudiantes en 20 habitaciones. No dispone comedor	200 personas en 117 habitaciones.

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

La capacidad instalada de las residencias entrevistadas se encuentra ocupada en su totalidad.

5. ¿Qué cantidad de personal requiere para brindar los servicios de alojamiento y alimentación?

Cuadro No. 44: Cantidad de personal requerido

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
9 personas entre administración, recepción y ama de llaves. 21 personas de alimentación, limpieza áreas verdes, guardianía y mantenimiento equipos	1 administrador 2 ama de llaves 1 guardianía	1 Administrador 2 Recepción 10 Camareros y servicios generales.

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

La cantidad de personas que laboran en una residencia Universitaria oscila entre 4 personas a 30 personas, dependiendo principalmente del tamaño y número de habitaciones.

6. ¿En los últimos 5 años que porcentaje de crecimiento ha tenido su empresa?

Cuadro No. 45: Porcentaje de crecimiento de la Residencia Universitaria

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Creada julio del 2004 Crecimiento del 20 %	Creada en el año 2007 Crecimiento del 30 %	En fase desarrollo, 76 habitaciones por terminar Crecimiento del 33%.

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El porcentaje de crecimiento de las Residencias Universitarias oscila entre el 20 % y el 33% en los últimos años.

7. ¿Qué organismos gubernamentales, municipales o particulares realizan algún tipo de control en su establecimiento?

Cuadro No. 46: Organismos que realizan algún control.

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Al ser parte de una Universidad no se efectúa ningún control gubernamental, por considerarse un recinto diplomático.	Municipio y cuerpo de bomberos	Contraloría General del Estado y Control Interno ESPE, al ser una institución educativa no tienen control de Municipio y Cuerpo de Bomberos.

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

El control externo de entidades gubernamentales es casi nulo en este tipo de negocios por ser parte de instituciones educativas de nivel superior existiendo únicamente control interno y particular para obtención de permisos.

8. ¿Qué medidas de seguridad están implementadas en su establecimiento para evitar accidentes?

Cuadro No. 47: Medidas de seguridad implementadas.

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Sistema contraincendios Planta eléctrica de emergencia Escaleras de emergencia Detectores de humo	Extintores	Las contempladas en Iso 9001 como son sistema contraincendios, dimensiones y características de instalaciones.

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Las principales medidas adoptadas son el sistema contraincendios y puertas de escape.

9. ¿El personal que labora en su establecimiento es capacitado por la empresa y en donde?

Cuadro No. 48: Capacitación del personal

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Capacitación anual	No reciben capacitación	Capacitación anual

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

En las Residencias que son parte de las universidades se dan una capacitación anual a los trabajadores en el centro de estudios o en el centro de entrenamiento que se requiera, no así en el ámbito privado que no imparte capacitación anualmente.

10. ¿Para la conservación de alimentos que procedimientos cumplen para evitar una intoxicación alimenticia?

Cuadro No. 49: Procedimientos para evitar intoxicación alimenticia

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
El servicio de alimentación es tercerizado, el principal control es mantener la cadena de frío de los alimentos.	No existe servicio de alimentación	

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

La principal procedimiento para evitar contaminación de alimentos es la adquisición de productos con registro sanitario, lavado de verduras, frutas y mantener la cadena de frío para evitar el daño de los alimentos.

11. ¿Qué estrategias utiliza su empresa para reducir costos y dar un servicio de calidad?

Cuadro No. 50 : Estrategias utilizadas

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tercerización de algunos servicios. ➤ Servicio de calidad Salón de estudio 24 horas con Internet Cerraduras electrónicas 	Planes de alojamiento: Suit Habitaciones múltiples	➤ Control continuo en uso de materiales y construcción de infraestructura con productos de calidad.

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

En algunas residencias tercerizan los servicios de plomería, electricidad y en otras tienen personal capacitado para cumplir diversas funciones con el fin de reducir costos, control permanente del stock del material

12. ¿Cuáles son los valores que cobra por alojamiento y alimentación?

Cuadro No. 51: Costos de los servicios

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Planes de alojamiento: VIP suit \$ 25 diario Habit múlt \$ 10 diario Cursos reg \$ 190 mensual	Planes de alojamiento: Suit \$ 150 Habit múlt \$ 110	VIP suit \$ 40 diario Curso reg \$ 100 Per Militar \$40

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Los costos de alojamiento varían entre \$ 100 y \$ 190 mensuales

13. ¿Qué servicios adicionales dispone?

Cuadro No. 52: Servicios adicionales

Residencia Universitaria Universidad Simón Bolívar	Residencia Girasol	Residencia Universitaria ESPE Sangolquí
Sala de estudio Internet Gimnasio Sala de juegos Sala de música Lavandería Teléfonos públicos	Lavandería Sala de estar Parqueadero Internet	Lavandería Central telefónica Internet Sala de estar Gimnasio Coliseo Áreas deportivas

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Las residencias que pertenecen a las universidades tienen todos los servicios en cambio la privada tiene servicios limitados.

1.4.5.5. Análisis de los resultados de la entrevista

Los principales resultados obtenidos en la entrevista son los siguientes:

- Los principales clientes son estudiantes universitarios.
- La organización es simple con un administrador, recepción, camareros y servicios generales.

- El principal problema es la falta de madurez de algunos estudiantes en no mantener las habitaciones limpias y con exceso de ruido.
- Las residencias entrevistadas la capacidad instalada se encuentra completamente ocupada.
- El porcentaje de crecimiento oscila entre el 20 % y el 33% en los últimos tres años.
- El control externo de entidades gubernamentales es casi nulo en este tipo de negocios por ser parte de instituciones educativas de nivel superior existiendo únicamente control interno.
- Las principales medidas de seguridad adoptadas son el sistema contraincendios y puertas de escape.
- La principal procedimiento para evitar contaminación de alimentos es la adquisición de productos con registro sanitario, lavado de verduras, frutas y mantener la cadena de frío para evitar el daño de los alimentos.
- En algunas residencias tercerizan los servicios de plomería, electricidad y en otras tienen personal capacitado para cumplir diversas funciones con el fin de reducir costos, control permanente del stock del material
- Los costos de alojamiento varían entre \$ 100 y \$ 190 mensuales por alumno.

1.5. Análisis de la demanda

“En el análisis de la demanda se pretende cuantificar el volumen de los bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto, la demanda se asocia a distintos niveles de precio, condiciones de venta, etc. y se proyecta en el tiempo, independizando claramente la demanda esperada de la deseada. Se entiende por demanda a aquella cantidad de un determinado producto, bien o servicio que una población solicita o requiera a diferentes niveles de precios. En condiciones ceteris paribus, (el resto de las variables permanecen constantes).”¹⁶

En el presente proyecto de investigación necesitamos realizar un correcto análisis de la demanda para determinar correctamente si el servicio de alojamiento de una Residencia Universitaria tienen clientes y aceptación en el mercado.

1.5.1. Clasificación de la demanda

La demanda puede ser clasificada desde varios puntos de vista:

Cuadro No 53: Clasificación de la demanda

<p>Relación con su oportunidad</p>	<p>Demanda insatisfecha: cuando la producción y la oferta no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado.</p> <p>Demanda satisfecha</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Demanda satisfecha saturada: no es posible hacerla crecer bajo ninguna circunstancia. ➤ Demanda satisfecha no saturada: cuando mediante la publicidad y el marketing se puede hacer crecer la demanda.
<p>De acuerdo a su necesidad</p>	<p>Demanda necesaria básica: es la que la comunidad la requiere ineludiblemente para mantenerse y desarrollarse ej. educación</p> <p>Demanda necesaria suntuaria: es la que se relaciona para satisfacer un gusto y no una necesidad ej. perfume.</p>
<p>En relación a su temporalidad</p>	<p>Demanda continua: es de carácter permanente como la alimentación.</p> <p>Demanda cíclica o estacional: es aquella que se produce por temporadas como época navideña o vacaciones.</p>
<p>De acuerdo a su destino</p>	<p>Demanda de bienes finales: los que son adquiridos para ser consumidos directamente.</p> <p>Demanda de bienes intermedios: los que se requieren para elaborar otros bienes.</p>
<p>A la permanencia</p>	<p>Demanda de flujo: se desarrolla por un cambio tecnológico.</p> <p>Demanda de stock: se produce para satisfacer una demanda finita en el tiempo.</p>

Fuente: Sapag Chain, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, Pág. 73-74
Elaborado: Carlos A. Lema C.

¹⁶ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos. Qualityprint 1º Edición. 2004. Pág. 56

1.5.2. Factores que afectan la demanda

Los principales factores que afectan a la demanda son los siguientes:

1.5.2.1. El ingreso de las personas.

Al tener una persona mayores ingresos tendrá mayor consumo, por lo tanto la demanda aumentará, existiendo un crecimiento del PIB per Cápita del 12,65%.

Cuadro No. 54: Producto Interno Bruto per Cápita 2001-2006

VARIABLES \ ANOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (sd)	2006 (p)
Producto interno bruto per cápita (dólares)	1.296	1.703	1.967	2.230	2.506	2.814	3.088
% de variación anual		31,43%	15,50%	13,39%	12,36%	12,30%	9,73%
Población miles de habitantes (*)	12.299	12.480	12.661	12.843	13.027	13.215	13.408
(sd) semidefinitivo							
(p) provisional							
Fuente: INEC (*) Se utilizan los datos de población que constan en "ECUADOR: Estimaciones y Proyecciones de Población 1950 - 2025", Serie OI No 205, INEC - CELADE, Octubre 2004							
Elaboración: Carlos A. Lema C.							

1.5.2.2. Precio del bien o servicio.

Se efectúa al realizar la relación entre el precio del servicio y la cantidad demandada de un servicio lo que es conocido como la ley de la demanda.

En la ciudad de Latacunga no existe una Residencia Universitaria, por lo tanto al realizar las entrevistas en la ciudad de Quito se investigó que los costos mensuales de alojamiento en las Residencia Universitarias oscilan entre los \$100 y \$190 (Ver cuadro No 64)

1.5.2.3. Precio del bien sustituto.

Es otro factor que afecta las cantidades demandadas, ya que al incrementarse el precio de algún bien o servicio la cantidad demandada del bien sustituto se incrementa.

El 71,4 % de los estudiantes universitarios se alojan en habitaciones o departamentos de arriendo (Ver cuadro No. 12) y pagan mensualmente los siguientes valores por concepto de alojamiento el 50% paga entre \$ 50 y \$ 69 y el 25,7% gastan entre \$ 70 a \$89 (Ver cuadro No. 30).

En la investigación de campo se determinó los precios referenciales de los departamentos y piezas de arriendo según el cuadro No 65

1.5.2.4. Precio del bien complementario.

Los estudiantes universitarios realizan significativos gastos mensuales en alimentación el 70 % gasta entre \$ 50 y \$ 69 (Ver cuadro No 31), el 48,6 % gasta entre \$20 y \$ 29 en realizar trabajos de investigación (Ver cuadro No. 32), el 42,9% tiene gastos totales entre \$120 y \$ 159, el 22,9 % gastos mayores a los \$160 que incluyen gastos de transporte, alimentación, telefonía móvil y trabajos de investigación (Ver cuadro No. 34).

1.5.2.5. El crecimiento de la población.

Al aumentar o disminuir la población en edad y sexo se afecta la demanda, la población en el Ecuador según el INEC crece anualmente un 1,44 %.

Cuadro No 55 : Crecimiento de población año 2000 al 2006

VARIABLES \ AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
						(sd)	(p)
Tasa de crecimiento		1,47%	1,45%	1,44%	1,44%	1,44%	1,46%
Población miles de habitantes (*)	12.299	12.480	12.661	12.843	13.027	13.215	13.408
Tasa de crecimiento población entre año 2000 y 2006							1,45%
(sd) semidefinitivo							
(p) provisional							
Fuente: INEC (*) Se utilizan los datos de población que constan en "ECUADOR: Estimaciones y Proyecciones de Población 1950 - 2025" , Serie OI No 205, INEC - CELADE, Octubre 2004							
Elaboración: Carlos A. Lema C.							

1.5.2.6. Los gustos, hábitos y costumbres de los consumidores.

De acuerdo al país o región geográfica del planeta las personas tienen diferentes gustos, hábito y costumbres que afectan la demanda.

En investigación de campo se pudo determinar que 87,1 % de los encuestados realizan personalmente la limpieza de su dormitorio según cuadro No. 27 y el 60% lavan y planchan su vestuario (Ver cuadro No. 26).

El 54,3 % consideran que la comida más importante es el desayuno según cuadro No 17, el tipo de almuerzo que prefieren en un 60% es el completo (sopa, plato fuerte y postre) y el 64,7 % prefieren que les sirvan los alimentos saladeros (Ver cuadro No 16)

1.5.3. Comportamiento histórico de la demanda

En los principales centro de educación superior de la provincia de Cotopaxi desde el año 2001 al 2006 han existido un total de 10.470 graduados según el CONESUP, de los cuales muchos estudiantes son de otras provincias y de otras localidades cercanas a Latacunga, se realizó una investigación del número de estudiantes universitarios matriculados a partir del año 2003 al 2008 en la Escuela Superior Politécnica del Ejército y el Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea de la ciudad de Latacunga.

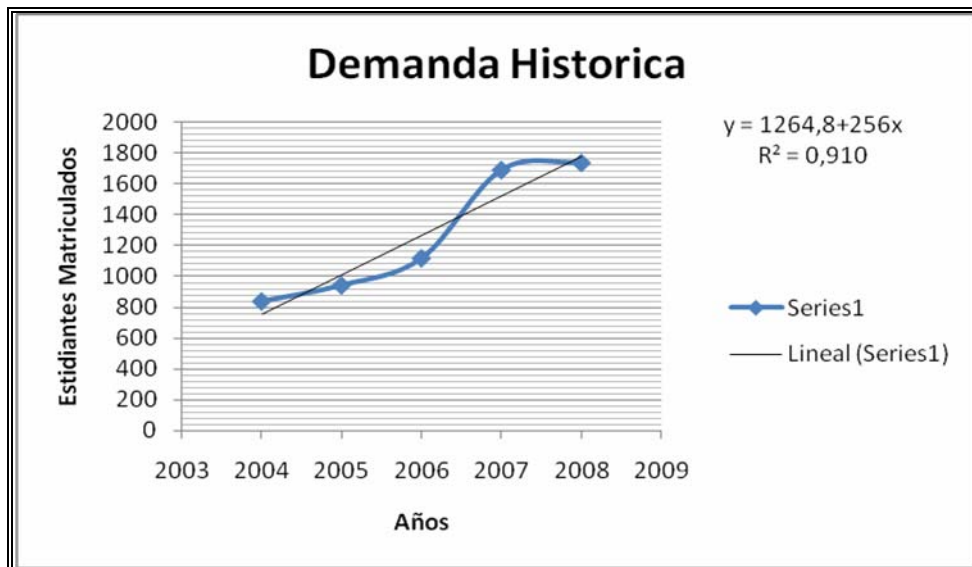
Cuadro No 56: Demanda histórica de la población estudiantil ESPE e ITSA

AÑO	ITSA	ESPE Latacunga	TOTAL
2003	44	511	555
2004	122	714	836
2005	167	773	940
2006	223	894	1117
2007	323	1369	1692
2008	265	1474	1739

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Con los anteriores datos realizamos la regresión lineal y obtenemos la ecuación $y = a + bx$, que nos permite realizar la proyección de estudiantes universitarios matriculados hasta el año 2013.

Gráfico No 36: Demanda histórica de la población estudiantil ESPE e ITSA



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

1.5.4. Demanda actual del servicio

En la ciudad de Latacunga no existe una Residencia Universitaria pero el 71,4 % de los encuestados se alojan regularmente en piezas de estudiantes y departamentos (Ver cuadro No 12).

La demanda actual del servicio la podemos obtener de los resultados obtenidos en la encuesta que se realizó a 70 estudiantes universitarios de la ciudad de Latacunga, el 61,43 % de los encuestados se alojarían en una residencia universitaria que les brinde buenos servicios básicos (Ver cuadro No. 35), y el 55,71% estaría en capacidad de pagar \$ 90 por el servicio de alojamiento. (Ver cuadro No. 37).

La demanda potencial que se alojarían en la Residencia Universitaria es la cantidad de 691 de Estudiantes Universitarios los mismos que requieren que se les brinde unos excelentes servicios básicos que se le brinde cercanía al centro de estudio, confort y seguridad para el desarrollo de sus actividades académicas y personales,

Cuadro No 57: Demanda potencial según la investigación de campo

TAMAÑO DEL MERCADO	% de encuestados que arriendan piezas de estudiantes o departamentos.	DEMANDA
1739	71,4 %	1241
DEMANDA	% DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS QUE PODRÍAN PAGAR \$ 90 POR UNA HABITACIÓN DOBLE EN UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA	DEMANDA POTENCIAL
1241	55,71 %	691

Fuente: Encuesta pregunta No. 6, Mayo 2008

Elaborado por: Carlos A. Lema C.

1.5.5. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda tiene como finalidad saber el consumo futuro, del tiempo que va a funcionar el proyecto

Para obtener un resultado real se utilizan algunas técnicas que nos van a dar un pronóstico lo más confiable, que nos permitirá tomar decisiones importantes en el desarrollo de nuestro proyecto.

Al utilizar el método de proyección más adecuado nos permitirá ahorrar recursos económicos, materiales y podremos predecir con el mayor realismo el comportamiento de la demanda, que ha pesar de ser métodos estadísticos son un respaldo para tomar decisiones para el futuro de la empresa, siendo un factor fundamental para el éxito o fracaso del proyecto.

Cuadro No. 58: Métodos para la proyección de la demanda

Métodos de carácter subjetivos	Se fundamenta en la opinión de expertos acerca de un tema determinado y básicamente se utiliza porque el tiempo para elaborar y el proyecto es escaso, cuando no se dispone de antecedentes y cuando los datos disponibles no son confiables para pronosticar un comportamiento futuro. Este método no presenta los suficientes juicios de valor como para saber con exactitud su eficacia.
Métodos causales	<p>Se proyecta en el mercado a través de antecedentes cuantitativos pasados y pueden ser los siguientes modelos:</p> <p><u>Tasas de crecimiento:</u> se basa en el calculo en base a una serie histórica y se utiliza la siguiente formula: $TC = (n-1) \sqrt[n]{UV / VA}$ TC = Tasa de crecimiento; UV = Ultimo valor; VA = Valor anterior; n = Tamaño de la muestra.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Método de regresión:</u> se basa en causales explicativas definidas como variables independientes y en cantidades que se desean proyectar llamadas variables dependientes, existen dos modelos de regresión: Regresión simple: una variable dependiente se basa en una variable independiente y se expresa: $Y = b + mX$ Y = Valor estimado de la variable dependiente para un valor especifico de la variable independiente (X); X = Valor especifico de la variable independiente; b = punto de intersección; m = pendiente de la línea de regresión. • <u>Método insumo – producto o método de los coeficientes técnicos:</u> permite identificar las relaciones inter industriales que se producen en los sectores de la economía, a través de una matriz que implica suponer el uso de coeficientes técnicos fijos por parte de diferentes industrias. • <u>Modelos econométricos:</u> se basa en un sistema de ecuaciones estadísticas.
Métodos de series del tiempo	Se refiere a la medición de valores de una variable en el tiempo a intervalos espaciados uniformemente. El objetivo de la identificación de la información histórica es determinar un patrón básico en su comportamiento, que posibilite la proyección futura de una variable deseada.

Fuente: Gómez P. Hugo A. Tesis Creación de una Empresa de Limpieza y Mantenimiento ESPE, marzo 2008, Pág. 83
 Elaborado: Carlos A. Lema C.

Por lo expuesto anteriormente, en este trabajo de investigación se empleó el Método de Regresión Simple y utilizamos la ecuación de la recta $y = a + bx$, para realizar la proyección hasta el año 2013 tomando en cuenta los 1739 estudiantes universitarios matriculados en la ESPE e ITSA Latacunga y tomando en cuenta los resultados de las encuestas en donde el 71,4 % de los encuestados arriendan

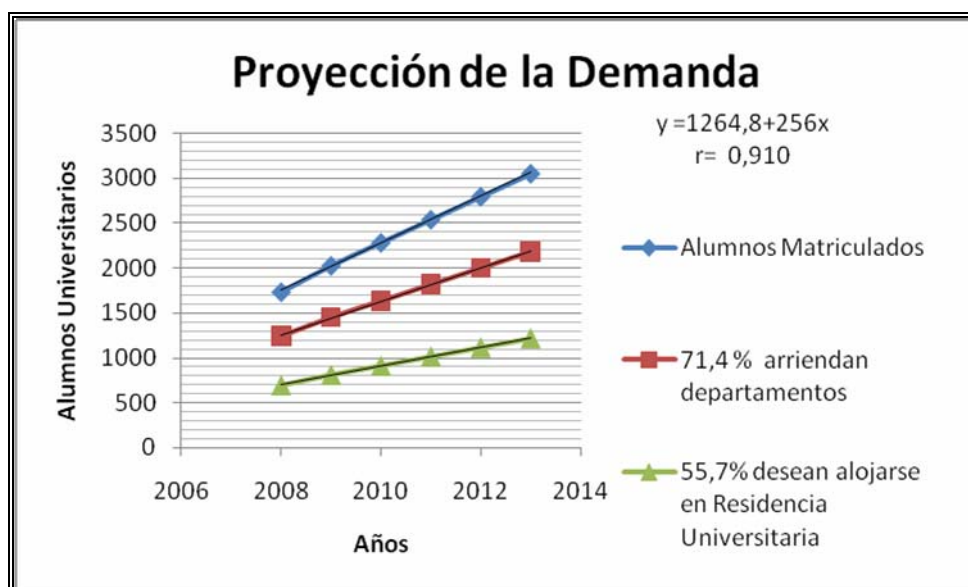
departamentos o habitaciones de estudiantes y el 55,7 % están en capacidad económica de alojarse en una habitación doble de una Residencia Universitaria. En el año 2008 tenemos una demanda potencial de 692 Estudiantes Universitarios que requieren el servicio de una Residencia Universitaria de un total de 1739 alumnos matriculados.

Cuadro No. 59: Proyección de la Demanda

Proyección de la Demanda			
Año	Alumnos Matriculados	71,4 % arriendan departamentos o dormitorios	55,7% desean alojarse en Residencia Universitaria
2008	1739	1242	692
2009	2032	1451	808
2010	2288	1634	910
2011	2544	1816	1012
2012	2800	1999	1114

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Gráfico No 37: Demanda Proyectada



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

1.6. Análisis de la oferta

“El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto.”¹⁷

Para realizar la oferta se tiene que tomar en cuenta que en la ciudad de Latacunga no existe una Residencia Universitaria, existiendo hospedaje en hostales, residencias, un producto sustituto son los departamentos y habitaciones, a pesar de brindar alojamiento , no tienen las comodidades que ofrece el presente proyecto.

1.6.1. Clasificación de la oferta

Al efectuar el estudio de campo se tiene que tomar en cuenta todos los factores y es por eso que varios autores dividen en las siguientes tres formas de oferta:

1.6.1.1. “Oferta competitiva o de mercado libre.

Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Ningún productor o prestador del servicio domina el mercado.

1.6.1.2. Oferta oligopólica.

Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad.

¹⁷ <http://www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>

Intentar la penetración en este tipo de mercados es no sólo riesgoso, sino en ocasiones muy complicado.

1.6.1.3. Oferta monopólica.

Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor o prestador único. Si el productor o prestador del servicio domina o posee más del 90% del mercado siempre determina el precio”.¹⁸

El presente proyecto la oferta es competitiva o de libre mercado, al ofrecer un servicio de alojamiento de calidad y con un precio competitivo se puede competir con los hostales, hoteles y servicios sustitutos presentes en el mercado.

1.6.2. Factores que afectan la oferta

Existen factores que producen cambios en la oferta como son los precios de los insumos, el desarrollo de la tecnología, las variaciones climatológicas y los productos sustitutos.

Cuadro No. 60: Factores que afectan la oferta

EL PRECIO DE LOS INSUMOS	Si el precio de los insumos aumenta los productores tienen que aumentar el precio, lo que provocará un aumento de precio del bien.
EL DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA	Al desarrollarse la tecnología puede reducirse los costos de producción, los productores estarán dispuestos a entregar una mayor cantidad del bien al mismo tiempo que se ofertaba antes del cambio tecnológico.
LAS VARIACIONES CLIMÁTICAS	En caso de condiciones climáticas adversas puede disminuirse la oferta de productos y en consecuencia se incrementan los precios.
PRODUCTOS SUSTITUTOS	Al ser bienes que satisfacen una necesidad similar, puede significar que el incremento de la cantidad ofrecida por el producto del proyecto sea una consecuencia del incremento del precio del bien

¹⁸ <http://www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>

sustituto.

Fuente: Meneses Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Qualityprint, 2004, Pág. 79
Elaborado: Carlos A. Lema C.

1.6.3. Comportamiento histórico de la oferta

En el Ecuador ha existido una tasa de crecimiento promedio del 18,26 % en la actividad de Hoteles y Restaurantes entre los años 2000 al 2005.

Cuadro No 61: PIB de Hoteles y Restaurantes 2000-2005

		Miles de dólares					
CIU 3	Variables / años	2000	2001	2002	2003	2004 (sd)	2005 (p)
	P.I.B. Total Nacional	15.933.666	21.249.577	24.899.481	28.635.909	32.635.711	36.488.920
H	Hoteles y restaurantes	198.908	385.774	492.482	534.134	561.620	575.587
	Porcentaje del P.I.B.	1,25%	1,82%	1,98%	1,87%	1,72%	1,58%
	Tasa de crecimiento hoteles		33,36%	17,18%	15,01%	13,97%	11,81%

(sd) semi definitivas
(p) provisionales

Fuente: Banco Central del Ecuador 2005
Elaboración: Carlos A. Lema

En la provincia de Cotopaxi la Población Económicamente Activa (PEA) 2006 es de 53719 personas de los cuales 4070 personas se encuentran laborando en el sector Hoteles y Restaurantes que corresponde al 7,57% de la PEA en la ciudad de Latacunga de acuerdo a ENEMDU DICIEMBRE 2006 pág. 260.

1.6.4. Oferta actual

La oferta actual nos permitirá determinar como se está desarrollando el mercado del alojamiento, al no existir Residencias Universitarias en la ciudad de Latacunga se utilizará la capacidad de alojamiento de Hostales, Residencia y Pensiones

existentes en el sector centro norte de la ciudad de Latacunga que están en capacidad de alojar a estudiantes.

Cuadro No 62: Oferta actual

HOTEL					
ORD	NOMBRES	# HABIT.	CAPACIDAD	DISPON.	SERVICIOS BÁSICOS
1	EL ALAMO	16	32	SI	Completo
2	EL SANTO	13	26	NO	Limitado
3	PLAZA REAL	22	44	SI	Completo

HOSTAL RESIDENCIA					
ORD	NOMBRES	# HABIT.	CAPACIDAD	DISPON.	SERVICIOS BÁSICOS
4	AMAZONAS	20	40	NO	Limitado
5	CAFÉ TIANA	12	24	NO	Limitado
6	POSADA TURISTA	13	26	NO	Limitado

PENSIÓN					
ORD	NOMBRES	# HABIT.	CAPACIDAD	DISPON.	SERVICIOS BÁSICOS
7	EL TURISTA	13	26	NO	Limitado

TOTAL		109	218		
--------------	--	-----	-----	--	--

Limitado: Baño General , sin TV

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

1.6.5. Proyección de la oferta

Al ser un servicio nuevo no tenemos información para realizar una proyección de la oferta pero podemos determinar el número de habitaciones existentes en las residencias, hostales y pensiones del sector centros norte existentes en la ciudad de la Latacunga, actualmente no existe en construcción ningún proyecto de alojamiento.

Estos establecimientos únicamente pueden brindar un número limitado de habitaciones de su capacidad instalada, únicamente dos locales pueden brindar

tarifas especiales a 22 estudiantes, que son los que disponen de comodidades como baño privado, agua caliente y TV cable.

1.7. Estimación de la demanda insatisfecha

“Cualquiera que sea el bien o servicio, lo que se busca en el estudio de mercado es la identificación de la demanda y oferta totales, es decir, el volumen del producto objeto del estudio, que el mercado estaría dispuesto a absorber a un precio determinado, al realizar un correcto análisis de la demanda insatisfecha, será la primera condición para determinar el dimensionamiento de la planta o infraestructura”¹⁹

De esta manera podemos determinar la cantidad de clientes que nuestro proyecto podrá atender, brindándoles un servicio de calidad.

Al haber determinado la demanda insatisfecha nos permite dimensionar cuantas habitaciones se requieren, pero esta limitado por la disponibilidad económica para la construcción del proyecto.

Al ser un servicio nuevo únicamente tenemos información de los hoteles, hostales, residencias que se encuentran ubicadas en el sector centro norte de la ciudad de Latacunga y los precios referenciales de arriendos de departamentos para realizar el análisis de la oferta. Con la demanda obtenida podemos determinar la demanda insatisfecha de presente trabajo de investigación la que es cubierta por departamentos y habitaciones, es por esta razón que los precios de estos servicios sustitutos se han incrementado considerablemente y en especial en sectores aledaños a los Centros de Educación Superior.

Cuadro No 63: Demanda Insatisfecha Actual

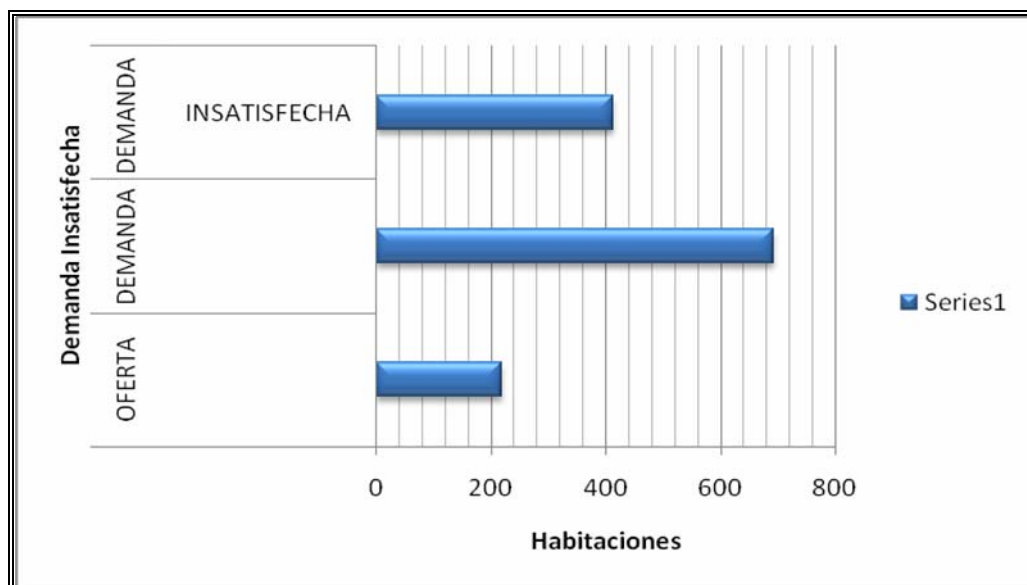
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA
------------	---------------	----------------	----------------

¹⁹ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos. Qualityprint 1° Edición. 2004.Pág. 79-80

			INSATISFECHA
2008	218	692	414

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Gráfico No 38: Demanda Insatisfecha



Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

1.8. Análisis de precios.

“El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales.

En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio”.²⁰

1.8.1. Precios históricos y actuales

²⁰ <http://www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20precios.htm>

En la ciudad de Latacunga, al no existir Residencias Universitarias no existen precios históricos referenciales, por está situación se realizó un análisis de precios del servicio de alojamiento de la ciudad de Quito y de los siguientes Hostales, Residencias y Pensiones ubicados en los sectores centro norte de la ciudad de Latacunga que podrían alojar a estudiantes.

Cuadro No. 64: Precios referenciales

Residencia	Costos Alojamiento	Costos Alimentación diario
Universidad Andina Simón Bolívar	VIP suit \$ 25,00 diario Habit múlt \$ 10 ,00 diario Cursos reg \$ 190,00 mensual	\$ 5,80
E.S.P.E. (Sangolquí)	VIP suit \$ 40,00 diario Curso reg \$ 100,00 mensual Per Militar \$ 40,00 mensual	\$ 4,60
Girasol	Suit \$ 150,00 mensual Habit múlt \$ 110,00 mensual	N/D
Residencia San José	Habit múlt \$ 120,00 mensual	Incluido
Hogar Universitario Santa Rosa de Viterbo	Habit múlt \$ 60,00 a \$ 140,00 mensual	Incluido
Hotel El Alamo	Habit doble \$ 240	N/D
Hotel Plaza Real	Habit doble \$ 150	\$ 5,00

Fuente: Trabajo de campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

1.8.2. Método de cálculo o estimación del precio del producto o servicio.

“Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras.

Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción e ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia o bien no buscar mediante el precio una diferenciación del producto o servicio y, por lo tanto, entrar con un precio cercano al de la competencia.

Deben analizarse las ventajas y desventajas de cualquiera de las tres opciones, cubriéndose en todos los casos los costos en los que incurre la empresa, no se pueden olvidar los márgenes de ganancia que esperan percibir los diferentes elementos del canal de distribución.”²¹

Para este proyecto vamos a utilizar un precio de introducción cercano al de la competencia y servicios sustitutos tomando como referencia Residencias Universitarias de Quito, Hoteles, Hostales, Residencias, Pensiones y departamentos ubicados en el sector centro norte de la ciudad de Latacunga.

1.8.2.1. Fijación de precios basada en el costo del servicio

El precio de venta tiene que tomar en cuenta las siguientes consideraciones los precios que tienen la competencia, los servicios sustitutos y complementarios, los costos directos e indirectos requeridos, el margen de utilidad esperado para brindar el servicio de un Residencia Universitaria.

$$\text{Precio} = \text{Costos directos} + \text{costos indirectos} + \text{margen de utilidad}$$

1.8.2.2. Fijación de precios basado en la competencia

Al tener competencia tenemos precios referenciales que nos pueden ayudar a determinar el precio aproximado de nuestro servicio y de esta manera calcular correctamente los precios, pero hay que tomar en cuenta la siguiente consideración, que todos las empresas en este caso las Residencias Universitarias tienen diferentes objetivos como son el lucro y la labor social.

²¹ <http://www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20precios.htm>

Al tener el precio estimado de nuestro servicio, este tiene que ser competitivo con un precio especial de introducción, no siempre puede ser más barato, pero puede tener servicios adicionales que lo hagan atractivo al consumidor.

1.8.2.3. Fijación de precios basado en la demanda

“La demanda de los servicios tiende a ser menos elástica que la de los bienes, la discriminación de precios es un método viable para manejar los retos de la oferta y la demanda.”²²

1.8.3. Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen y forma de pago.

Para establecer los márgenes de los precios se tiene que tomar en cuenta el comportamiento a la oferta en los precios de habitaciones y departamentos de la ciudad de Latacunga, tomando en cuenta el sector y las comodidades de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro No. 65: Precios referenciales arriendos Latacunga sin servicios adicionales

Tipo de vivienda	Precio	Sector
1 Habitación (1 persona)	\$70	El Salto
Departamento 2 dormitorios	\$ 150	El Carmen (La Fae)
Departamento 3 dormitorios	\$ 220,00	Redondel de la FAE

Fuente: Trabajo de campo 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Por lo anteriormente mencionado y con referencia a los costos referenciales de las Residencias Universitarias de la Ciudad de Quito y los hospedajes de la ciudad de Latacunga, según cuadro No 64 y No 65 y capacidad de pago de alojamiento

²² HOFFMAN Douglas; Batesson John, **Fundamentos de Marketing de Servicios**. Thomson. 2° Edición. 2002. Pág. 169

según cuadro No 30 , los costos para nuestro servicio de alojamiento mensuales serían los siguientes:

Suit Individual	\$ 15,00 diario uso Docentes Transeúntes
Dormitorios dobles	\$ 90,00 por persona
Dormitorio triple	\$ 80,00 por persona

El volumen de los servicios que se van a ofrecer están relacionados con la infraestructura instalada en alojamiento y la capacidad del servicio del restaurante.

La forma de pago como vamos a trabajar es en servicios de alojamiento la cancelación de los servicios en la primera semana de cada mes después de recibido el servicio y en docentes transeúntes al finalizar su comisión.

1.9. Comercialización

“Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.”²³

“El análisis de la comercialización del proyecto es quizás uno de los factores más difíciles de precisar, por cuanto la simulación de las estrategias se enfrenta al problema de estimar reacciones y variaciones del medio durante la operación del proyecto.

El precio que se defina, la promoción elegida y los canales de distribución seleccionados dependerán directamente en las características del producto o servicio”²⁴

²³ <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/11.htm>

²⁴ MENESES Álvarez Edilberto, **Preparación y evaluación de proyectos**. Qualityprint 1º Edición. 2004.Pág. 80

El servicio que se va a comercializar es de alojamiento, por lo tanto es importante establecer que nuestros principales clientes son los estudiantes de los centros de educación superior de la ciudad de Latacunga, a los que se les tiene que brindar estrategias innovadoras y económicas que nos permitan captar de una manera positiva el mercado.

1.9.1. Estrategia de precio

“El precio es considerado el elemento más importante de la estrategia comercial en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que él será el que defina, en último término, el nivel de los ingresos.”²⁵

La Residencia Universitaria tendrá las siguientes estrategias de precio:

- El establecimiento de un precio competitivo tomando en cuenta que se brinda el servicio de alojamiento y en una fase posterior los servicios adicionales de alimentación y lavado planchado de vestuario, mencionado precio tiene que permitirnos tener una ganancia razonable.

1.9.2. Estrategia de promoción

Por medio de la publicidad tenemos que realizar la promoción de los servicios a brindar a los clientes informando los servicios adicionales y se tendrá las siguientes estrategias de promoción:

- Realizar crípticos informativos con toda la información de la Residencia Universitaria para ser distribuidos en los centros de Educación Superior de la provincia de Cotopaxi.
- Realizar promociones en la radio Latacunga hasta llenar nuestra capacidad instalada.

1.9.3. Estrategia del servicio producto

Tenemos que especificar todas las características y bondades del servicio o producto a brindar el mismo que con el paso del tiempo tiene cuatro etapas que son la introducción, crecimiento, madurez y declinación.

La Residencia Universitaria tendrá las siguientes estrategias de servicio:

- Brindar alojamientos de calidad brindando seguridad y tranquilidad.
- Un diseño arquitectónico que brinde armonía y comodidad para el normal desarrollo de actividades universitarias de los estudiantes.
- Emplear materiales de construcción, equipos y muebles de calidad para evitar accidentes y enfermedades en los estudiantes que se alojan.
- Socialización de normas y patrones de comportamiento de los clientes que se van a alojar en la Residencia Universitaria.

1.9.4. Estrategia de la plaza

El servicio de alojamiento estará dirigido a los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Ejército y el Instituto Tecnológico Superior de la Fuerza Aérea de la ciudad de Latacunga para lo cual se tiene las siguientes estrategias:

- Se utilizará una operación directa aprovechando la ubicación estratégica de la Residencia Universitaria la misma, que al estar cerca de los centros de Educación Superior de la ciudad de Latacunga brindará seguridad y cercanía para el normal desarrollo de las actividades universitarias.
- La infraestructura tiene que brindar confort y seguridad en las instalaciones interiores como exteriores.

²⁵ MENESES Álvarez Edilberto, **Preparación y evaluación de proyectos**. Qualityprint 1ª Edición. 2004. Pág. 65

1.9.5. Estrategia de distribución

La administración del canal de distribución es fundamental para determinar el precio final del consumidor, están involucradas remuneraciones a personal, equipamiento, obras físicas e insumos varios, se tiene que seleccionar que canal de distribución es más conveniente uno propio o la factibilidad de alquilar el canal de distribución.

La naturaleza intangible de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. En el caso de la Residencia Universitaria es Productor o Generador del Servicio – Consumidor se utiliza un canal directo en el cual se tiene un contacto directo entre el productor o generador del servicio y el cliente.

- La estrategia a utilizar en la distribución es entregar directamente el servicio de alojamiento a nuestros clientes brindándoles un servicio de calidad.

1.10. Conclusiones

- Al no existir una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga, nos permite ser los pioneros para la puesta en marcha de esta empresa.
- Existen algunas Residencias Universitarias que son parte de congregaciones religiosas brindan el servicio como obra social para los jóvenes mas necesitados, siendo su precio el mas bajo del mercado, pero en nuestro caso no nos afecta por solo existir en la ciudad de Quito.
- De la muestra realizada existe el 71,4 % de los encuestados viven en habitaciones y departamentos arrendados y un 65,7 % de personas que piensan que existe demanda de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga y los servicios que tiene en estos alojamientos son incompletos.

- El 55,71 % de los encuestados están en capacidad de pagar por el servicio de alojamiento, existiendo una demanda potencial de 691 estudiantes en el año 2008 según el trabajo de campo y existe una demanda insatisfecha de alojamiento para 414 Estudiantes Universitarios.
- Los precios actuales de hospedaje en Residencias, Hostales, Pensiones, los arriendos de departamentos y habitaciones de estudiantes son considerados caros por el exceso de demanda que existente y el crecimiento de la población estudiantil de 26,62 % anual de la Escuela Politécnica del Ejército y del Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea de la ciudad de Latacunga.
- Los precios a ser establecidos tienen que ser competitivos, atrayendo a los clientes por los servicios adicionales sala de estudio, baños individuales y servicio de internet.
- Las principales estrategias serán tener una infraestructura que brinde confort y seguridad para que los estudiantes universitarios que utilicen nuestros servicios, desarrollándose positivamente en sus actividades académicas y brindar un precio competitivo que permita el desarrollo del presente proyecto.

CAPITULO II

ESTUDIO DE TÉCNICO

2. ESTUDIO TÉCNICO

“Un estudio técnico tiene por objeto delimitar las condiciones operativas para la fabricación del producto y/o prestación del servicio, especificando las materias primas y la maquinaria a emplearse (tecnología disponible), el tamaño del proyecto, la localización de la planta, la estructura de la organización, así como la cuantificación de la inversión y de los costos asociados a ella.”²⁶

Con la información del estudio de mercado se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha, que puede ser cubierta parcialmente con la ejecución del presente proyecto y tomando en cuenta que es un servicio nuevo y que espera satisfacer con calidad para captar el mercado.

En el estudio técnico se determinará el tamaño del proyecto tomando en cuenta algunos factores importantes como el mercado y la disponibilidad de recursos financieros, se determinará la localización fundamentado en la macro y micro localización. Se determinará la ingeniería del proyecto en donde se determinará los requerimientos de recursos humanos, materiales y el presupuesto requerido para poner en ejecución el proyecto.

²⁶ <http://www.eumed.net/libros/2006c/218/index.htm>

Objetivos del Estudio Técnico

- Determinar el tamaño óptimo del proyecto de la Residencia Universitaria en el sector norte de la ciudad de Latacunga.
- Seleccionar la macro y micro localización del proyecto.
- Determinar los requerimientos de equipo, mobiliario y mano de obra para el funcionamiento del proyecto.

2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

“La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente por su incidencia sobre el nivel de inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.”²⁷

2.1.1. Factores determinantes del tamaño de la empresa

El tamaño de una empresa esta determinado por muchos factores que son los que nos indicarán el tamaño óptimo de nuestra empresa.

Cuadro No 66: Factores determinantes para el tamaño de la empresa

- Las características del mercado
- Disponibilidad de recursos financieros
- Disponibilidad de insumos y materia prima
- Disponibilidad de recurso humano
- Disponibilidad de tecnología
- La definición de las capacidades de producción del servicio
- Las economías de escala

Fuente: Gómez Hugo A. Creación de Empresa de Limpieza y Mantenimiento Tesis de Grado Espe, marzo 2008, Pág. 104

2.1.1.1. Mercado

“Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin

²⁷ Sapag Chain, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pág. 170

intervención del poder público.”²⁸

El servicio de alojamiento para estudiantes universitarios en la ciudad de Latacunga, es muy importante para el bienestar de estudiantes de otras localidades que vienen a desarrollarse como profesionales en la capital de la provincia de Cotopaxi.

2.1.1.2. Disponibilidad de recursos financieros

El principal limitante para el desarrollo de proyectos de inversión es la dificultad de obtener los recursos financieros los mismos que pueden obtenerse de fondos propios y de financiamiento por parte de una institución financiera.

Los fondos propios para este proyecto son USD \$ 128.893,00 que pertenecen a los socios y para completar el financiamiento del proyecto se consideró a las siguientes instituciones financieras Banco de Guayaquil, Banco del Pichincha y Banco Rumiñahui.

Cuadro No 67: Alternativas de financiamiento

Institución Financiera	Tasa Anual	Plazo Meses	Monto USD	Requisitos
Banco de Guayaquil	13,15 %	120	\$60.000	<ul style="list-style-type: none">- Copia de C.I. deudor y cónyuge- Copia de ultimo pago de servicios básicos- Certificado de ingresos referente a sueldos- Copia de últimos estados de cuenta- Referencias comerciales- Promedio de ingresos mensuales- Llenar la solicitud de crédito- Ser cliente del banco

²⁸ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/micro/basicos.htm>

Banco del Pichincha	12,05%	120	\$60.000	<ul style="list-style-type: none"> - Ser cliente del banco. - Preevaluación de crédito. - Impresión de la cotización de crédito firmada por el cliente. - Solicitud de crédito del solicitante(s) y garante(s). - Copias de cédulas de identidad de todos los participantes. - Fotocopia de RUC, permiso de funcionamiento, patente municipal, calificación artesanal, o carné municipal de ocupación de puesto que justifique 2 años de existencia.
Banco Rumiñahui	11,83%	120	\$60.000	<ul style="list-style-type: none"> - Copia de C.I. deudor y cónyuge - Copia de último pago de servicios básicos - Certificado de ingresos referente a sueldos - Copia de últimos estados de cuenta - Referencias comerciales - Carta explicativa del promedio de ingresos - Llenar la solicitud de crédito - Ser cliente del banco

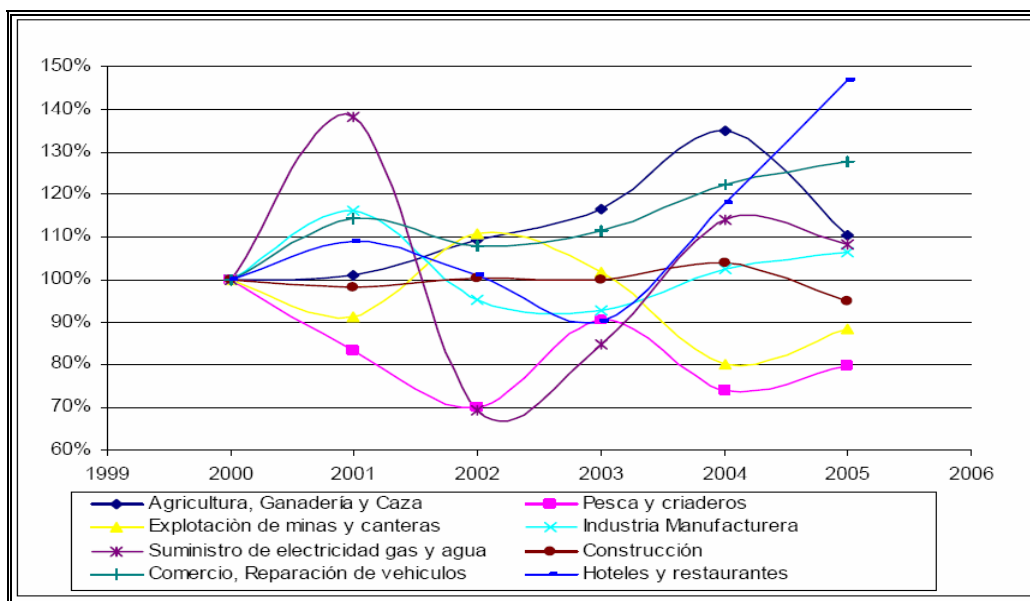
Fuente: Trabajo de Campo, 2008.
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.1.1.3. Disponibilidad de recursos humanos

La tasa de desempleo a nivel nacional ha disminuido desde julio 2006 del 10,15 % al 7,06 % en junio del año 2008 según el Banco Central del Ecuador.

En el siguiente gráfico, se puede observar la clasificación por Ramas de Actividad, es una de las mejores maneras que permiten apreciar la situación de la economía de un país y así como el sector Hoteles y Restaurantes han tenido un crecimiento.

Grafico No 39: Índice del PEA urbana por ramas de actividad



Fuente: INEC Análisis y proyección de la Población Económicamente Activa del Ecuador 2006 ,pág. 52

En la ciudad de Latacunga se puede encontrar con facilidad mano de obra calificada y no calificada, al ser un pequeño proyecto de hospedaje no se requiere mucho personal para la operación de la Residencia Universitaria las que cumplirán funciones administrativas y operativas.

2.1.1.3.1. Perfil profesional del recurso humano administrativo.

El personal deberá ser mayor de edad, tener un título profesional y especialización en contabilidad quienes serán los encargados de organizar, dirigir el recurso humano operativo y administrar la empresa.

Cuadro No 68: Perfil del recurso humano administrativo

Puesto	Título	Sexo	Cantidad
Gerente	Ingeniero Comercial	M	1
Contadora	Bachiller Contador	F	1

Fuente: Investigación de Mercado 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.1.1.3.2. Perfil del recurso humano operativo

El recurso humano operativo es el encargado de efectuar las labores de seguridad y limpieza en todas las instalaciones de la Residencia Universitaria como son oficina, sala de estudio, bodega, habitaciones, sala de video y pasillos.

Cuadro No 69: Perfil del recurso humano operativo

Puesto	Título	Sexo	Cantidad
Camarero	Bachiller	M	2

Fuente: Investigación de Mercado 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El perfil del personal de camareros tiene que tener conocimientos de gasfitería y electricidad que les permita solucionar daños menores en la infraestructura.

2.1.1.4. Disponibilidad de insumos y productos de limpieza

Para este proyecto se requiere permanentemente productos de limpieza, en la ciudad de Latacunga existen varios proveedores de estos productos a precios competitivos los que se describen a continuación:

Cuadro No 70: Productos de limpieza requeridos mensualmente

Nombre empresa	Artículo	Costo	Unidad medida	Cantidad	Total Usd.
Químicos Globalizer	Cera antideslizante	\$ 10,00	Glns.	2	\$ 20,00
	Desinfectante	\$ 8,00	Glns.	4	\$ 32,00
	Cloro	\$ 6,00	Glns.	4	\$ 24,00
	Escobas	\$ 2,80	Unid.	2	\$ 5,60
	Palas plásticas	\$ 2,50	Unid.	2	\$ 5,00
	Fundas de basura	\$ 0,10	Unid.	90	\$ 9,00
	Franelas	\$ 1,10	Unid.	2	\$ 2,20

Total	\$ 97,80
-------	----------

Fuente: Investigación de Campo, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Del cuadro anterior se requiere un gasto mensual en productos de limpieza de USD. \$ 97,80 para mantener limpias las instalaciones.

2.1.1.5. Disponibilidad de tecnologías y maquinarias

En el presente proyecto el principal requerimiento es la instalación de puntos de internet en todas las habitaciones como se describe a continuación:

Cuadro No 71: Cuadro comparativo para la provisión de Internet Banda Ancha

Características	Andinanet	Cablemodem	Portal Ambato
Velocidad	ADSL 512/256 Básico	1,2 MB y 300 kbps	ADSL ciber 384 kbps
Costo mensual	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 87,36
Instalación	\$ 50,00	\$ 112,00	\$ 50,00

Fuente: Investigación de Campo 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

El mejor servicio de internet sería el ofrecido por Andinanet siendo el próximo proveedor de internet.

Para mantener en buenas condiciones las instalaciones se requiere la siguiente maquinaria para la limpieza como son una aspiradora y abrillantadora

2.1.1.6. Economía de escala

“Existen economías de escala en la producción de un bien cuando el costo medio del mismo disminuye, en el largo plazo, al aumentar la escala en que se lo produce. En el caso contrario, cuando los costos aumentan al aumentar la escala de la producción, se habla de deseconomías de escala.”²⁹

²⁹ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/E.htm#economías%20de%20escala>.

En el presente proyecto las economías de escala no son aplicables, por lo anteriormente señalado.

2.1.1.7. Capacidad de prestación de servicio

La capacidad de prestación del servicio de alojamiento en una Residencia Universitaria esta determinada por el número de habitaciones existentes y el número de camas existiendo 12 habitaciones, 6 triples y 6 dobles, con una capacidad máxima de 30 personas.

2.1.1.8. Cálculo de la capacidad del servicio

“La capacidad instalada de un proyecto se determinará mediante la identificación del proceso productivo”³⁰

En el presente proyecto, la capacidad del servicio es la capacidad de prestación del servicio que en el presente caso es 30 estudiantes los que se alojarían por semestres y tienen la intención de terminar sus estudios superiores de tecnologías e ingenierías en un lapso no menor de 3 años, en el estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha de 419 Estudiantes Universitarios, el presente proyecto por su alta inversión únicamente puede alojar a 30 personas que representa el 7,24% de la demanda insatisfecha potencial.

2.1.1.9. Tamaño óptimo

“El tamaño mantiene una estrecha vinculación con la cuantía de las inversiones, costos de operación y niveles de venta. Esto hace que muchas veces de la correcta determinación del tamaño dependa la magnitud de la rentabilidad de un proyecto”³¹

2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

³⁰ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Qualityprint 1º Edición., 2004.Pág. 106

³¹ Sapag Chain, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pág. 185

“Cada proyecto posee particularidades propias que hacen adquirir a cada factor locacional una posición de priorización relativa diferente, la selección deberá basarse en lo posible sobre aquella opción que, en términos económicos, permita la mayor rentabilidad estimada para el proyecto integral”³²

Es así como en el presente proyecto, se necesita que la localización en un lugar cercano a los centros de estudios y en el área urbana de la ciudad de Latacunga, para lo cual se requiere realizar la macro y micro localización.

Se tiene que tomar en cuenta los siguientes argumentos para determinar la localización:

- El servicio de alojamiento es a nivel local en donde se encuentra la potencial demanda insatisfecha de estudiantes universitarios de la Escuela Politécnica del Ejército e Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea de la ciudad de Latacunga.
- Se requiere una infraestructura para alojar a 30 estudiantes universitarios que brinde las comodidades para el normal desempeño de sus actividades académicas.
- La ubicación tiene que ser segura y tener una ubicación estratégica.

2.2.1. Macro localización

“La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.”³³

³² Ibid, pág. 203

³³ Sapag Chain, Nassir, **Preparación y evaluación de proyectos**, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pág. 189

La Residencia Universitaria tiene que estar ubicada en el sector centro norte de la ciudad de Latacunga y se tienen que tomar en cuenta algunos factores como:

- Disponibilidad de líneas urbanas de transporte.
- Disponibilidad y costos de recursos humanos
- Cercanía a servicios complementarios como restaurantes y centro de copiado.

2.2.1.1. Justificación

Actualmente en la ciudad de Latacunga existen dos Universidades, cuatro Institutos Públicos financiados por el Estado y dos Institutos Particulares Autofinanciados, mencionadas Instituciones Educativas son nuevas a excepción de la Escuela Politécnica del Ejército sede Latacunga creada en junio 1984, la Universidad Técnica de Cotopaxi creada el 24 de enero de 1995 y el Instituto Aeronáutico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana creado últimamente el 8 de noviembre de 1999, son los más grandes de la provincia.

En las Universidades e Institutos provincia de Cotopaxi actualmente existen quince carreras presenciales cuatro son de carácter técnico superior y once de tercer nivel, tres de Semi presencial.

En el estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha de 414 habitaciones que requieren los estudiantes universitarios de la Escuela Politécnica del Ejército e Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea de la ciudad de Latacunga.

Nuestro proyecto por la fuerte inversión económica únicamente alojaría a 30 estudiantes que corresponde al 7,24 % del total de la potencial demanda insatisfecha.

En cuanto a las distancias de las Universidades e Institutos tenemos las siguientes distancias tomando como punto central la Plaza del Salto a la ESPE Latacunga 1,8 Km. y para el ITSA 1,2 Km.

Gráfico No 40: Mapa de macro localización del proyecto



Fuente: Empresa de Agua Potable Latacunga, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.2.2 Micro localización

“La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerán no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales.”³⁴

2.2.2.1. Criterios de selección de alternativas

Para seleccionar la mejor opción para la ubicación del proyecto es importante tomar en cuenta los siguientes factores que van a indicar cuál es la mejor opción de micro localización.

2.2.2.1.1 Transporte y comunicaciones

La infraestructura a construir requiere estar cerca de vías de transporte público para permitir la movilización de empleados y estudiantes a su llegada o salida de

³⁴ Sapag Chain, Nassir, **Preparación y evaluación de proyectos**, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pág. 189

la Residencia Universitaria y disponer de medios de transporte alternos como cooperativa de taxis.

En lo que se refiere a las comunicaciones tiene que existir la disponibilidad de conexión a TV cable, líneas telefónicas de Andinatel para la instalación de la central telefónica y el servicio de Internet.

2.2.2.1.2 Cercanía a las fuentes de abastecimiento

El principal insumo a requerir son los útiles de aseo que se los abastecerá mensualmente, al ser un producto de uso común se lo puede encontrar con facilidad en toda la ciudad en supermercados y bodegas de productos químicos, las cantidades mensuales a requerir no son grandes.

2.2.2.1.3 Cercanía a los Centros de Educación Superior

La finalidad del presente proyecto es alojar a Estudiantes Universitarios permitiéndoles estar cerca de los Centros de Educación Superior de preferencia en el norte de la ciudad, evitando de esta manera pérdida de tiempo en transporte y el gasto del transporte.

2.2.2.1.4 Costo y disponibilidad del terreno

Al requerirse construir una Residencia Universitaria la que tiene que estar ubicada en el norte de la ciudad de Latacunga, siendo el sector que mejores servicios básicos dispone y servicios complementarios como supermercados, estadio, aeropuerto, aéreas deportivas y restaurantes.

La plusvalía de los terrenos en el sector norte es alta por los servicios mencionados anteriormente y se va a considerar el valor comercial de un terreno de 400 m².

Se dispone un patrimonio familiar que se encuentra ubicado en un lugar estratégico como es la calle Javier Espinoza 3-36 y Ave. Amazonas de la ciudad

de Latacunga al norte de la ciudad, convirtiéndose en un importante factor que se tiene que considerar en la matriz locacional.

2.2.2.1.5 Estructura impositiva y legal

Las características del proyecto no tienen impedimentos legales para su localización, pero se tiene que obtener permisos tanto en el Municipio de Latacunga, Cuerpo de Bomberos, Servicio de Rentas Internas, Ministerio de Turismo y Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi.

2.2.2.1.6 Disponibilidad de servicios básicos

En el sector norte de la ciudad de Latacunga se dispone de todos los servicios básicos como son energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, servicio telefónico, TV cable, servicio de internet, recolección de basura los cuales son brindados de una manera eficiente y algunos de estos son mas baratos que en otras ciudades como el agua potable.

2.2.2.1.7 Cercanía de servicios complementarios

Los Estudiantes Universitarios requerirán cerca de su alojamiento servicios complementarios como son restaurantes, lavandería, centros de copiado, cabinas telefónicas, gimnasio y aéreas deportivas.

Al estar cerca del Centro de Estudios pueden aprovechar algunos de los servicios que disponen estos centros de educación como son bibliotecas, canchas deportivas, aulas, gimnasios entre otros.

Favoreciendo de esta manera, que las actividades académicas, deportivas y sociales de los estudiantes universitarios sean desarrolladas con normalidad en un ambiente de tranquilidad y seguridad.

Todo lo anteriormente señalado, se resume en la siguiente matriz locacional:

2.2.2.2 Matriz locacional

Cuadro No 72: Matriz Locacional

Ubicación		Zona "A" Sector ITSA		Zona "B" Sector La Cocha		Zona "C" Sector El Salto	
Factor	Peso	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Transporte y Comunicaciones	0,10	10	1,00	7	0,70	9	0,90
Cercanía a las fuentes de abastecimientos	0,10	10	1,00	7	0,70	10	1,00
Cercanía a los centros de Educación Superior	0,20	8	1,60	7	1,40	8	1,60
Disponibilidad y costo de terreno	0,20	10 Propio	2,00	8 \$ 18000	1,60	6	1,20 \$ 120000
Estructura impositiva y legal	0,10	10	1,00	10	1,00	10	1,00
Disponibilidad de servicios básicos	0,15	10	0,15	9	0,135	9	0,135
Cercanía de servicios complementarios	0,15	10	0,15	7	0,105	8	0,12
TOTAL	1	68	6,90	57	5,64	60	5,955
Peso: prioridad 0,10 baja, 0,15 media, 0,20 alta.							

Fuente: Investigación de Campo, 2008
 Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.2.2.3 Selección de la alternativa óptima

Al observar el anterior cuadro se evidencia que la mejor alternativa para la micro localización es el sector del ITSA en el norte de la ciudad y tomando en cuenta que se dispone un patrimonio familiar consistente en un terreno de 400 mts en este sector, encontrándose a 30 mts del Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea y a 1,6 Km de la Escuela Superior Politécnica del Ejército de la ciudad de Latacunga.

2.2.2.4 Plano de la micro localización

Al disponer el terreno que es patrimonio familiar y se encuentra en la calle Javier Espinoza 3-36 y Av. Amazonas, frente a la prevención principal del Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea.

Gráfico No 41: Plano de la micro localización



Fuente: Empresa de Agua Potable Latacunga, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

“Existen etapas de la ingeniería, ya que desde que ocurre la idea de elaborar un producto o servicio hasta la definición de su proceso de producción siempre hay que realizar diferentes estudios, investigaciones, ensayos e intentos preliminares.”³⁵

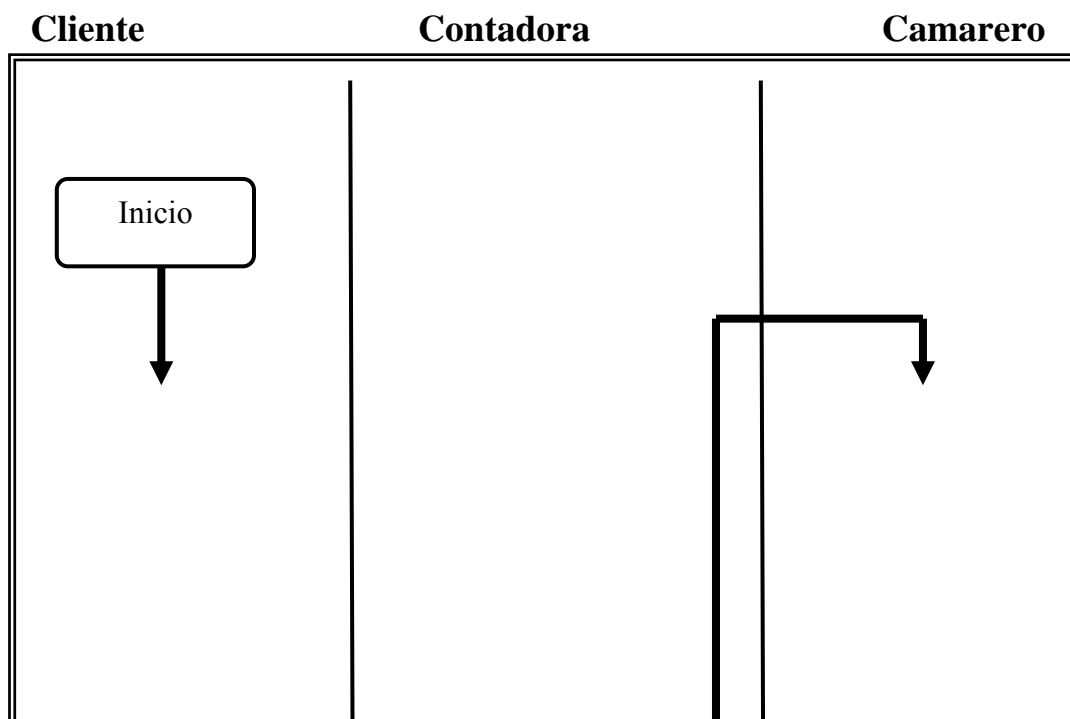
2.3.1 Diagrama de Flujo

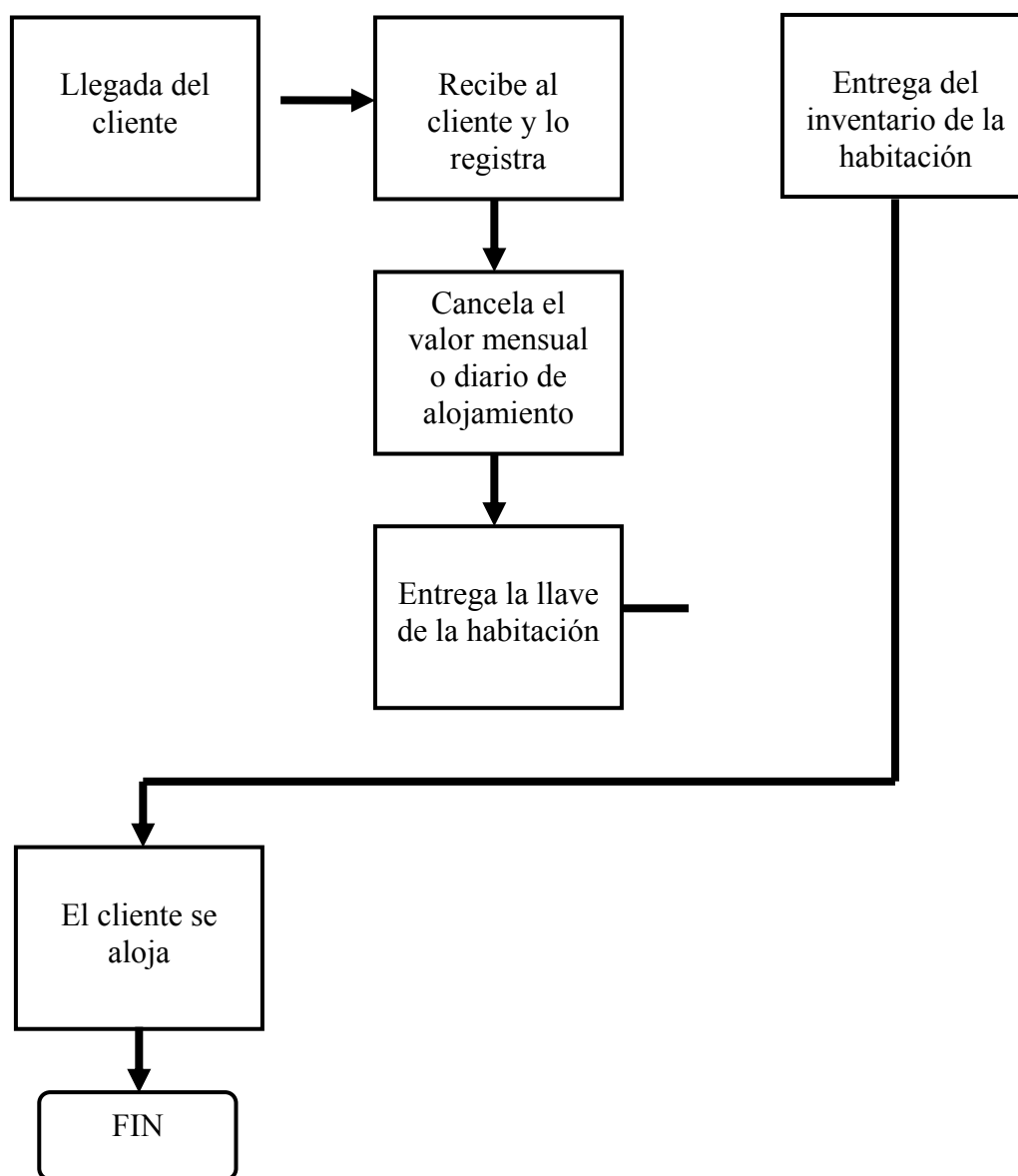
“Los diagramas de flujo de proceso, con símbolos que indican todo lo que le sucede al producto o servicio a medida que avanza por la línea, incluso demoras y almacenamientos hasta su finalización.”³⁶

Son los pasos que se va a brindar a los potenciales clientes en la prestación del servicio de Residencia Universitaria y se han determinado dos procesos que son al arribo de los estudiantes al momento de alojarse y en el momento que deciden retirarse de la Residencia Universitaria.

En donde se detallan las actividades que se tienen que realizar tanto el personal administrativo, operativo y el cliente en los dos procesos identificados que nos servirán para la operación eficiente de la Residencia Universitaria.

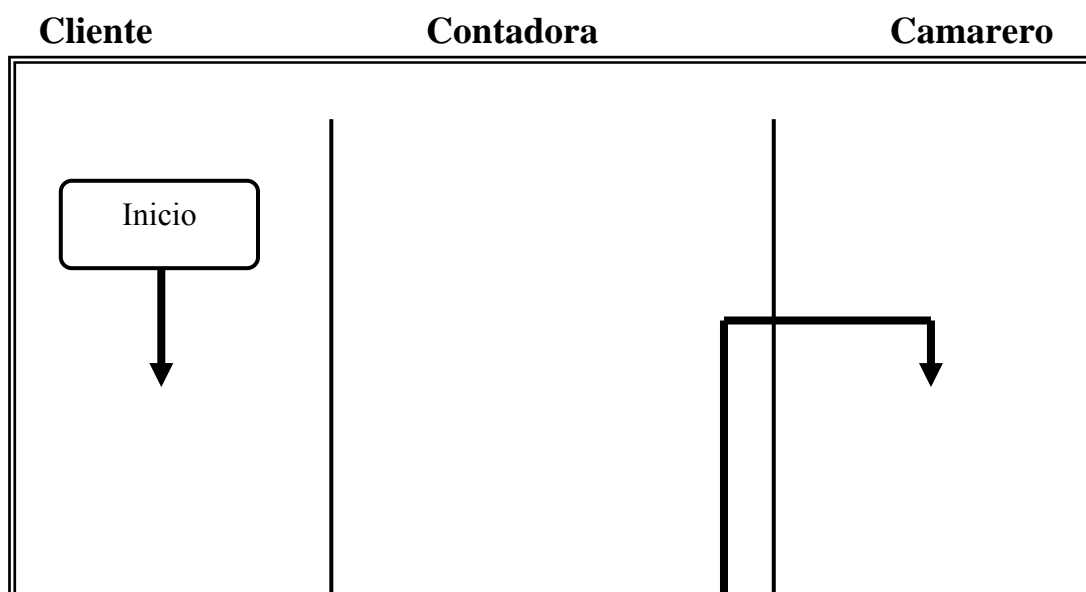
Gráfico No 42: Proceso al recibir un cliente en la Residencia Universitaria

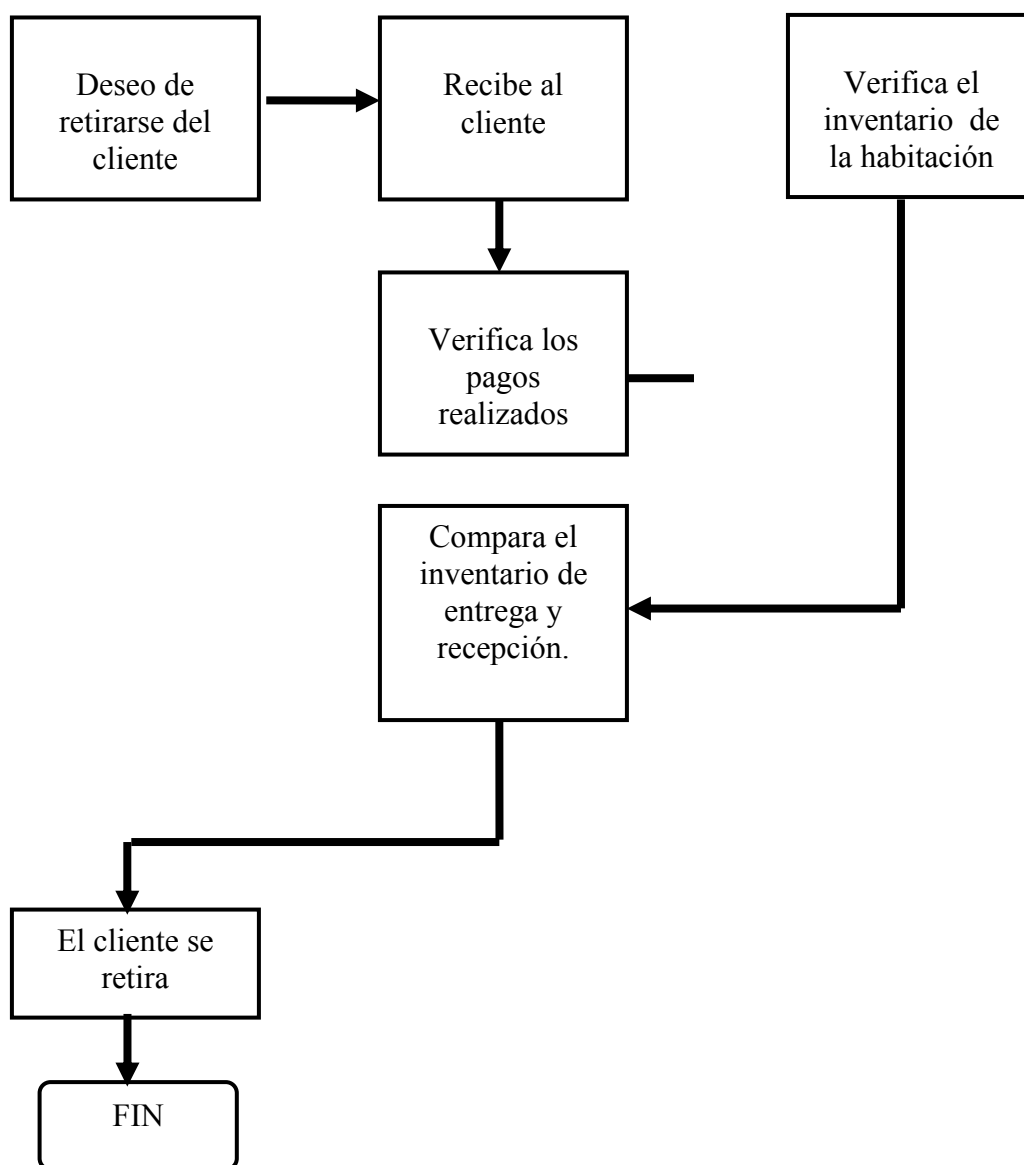




Fuente: Investigación de Campo, 2008
 Elaborado: Carlos A. Lema C.

Gráfico No 43: Proceso al retirarse el cliente de la Residencia Universitaria





Fuente: Investigación de Campo, 2008
 Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.3.2. Programa de prestación de servicio

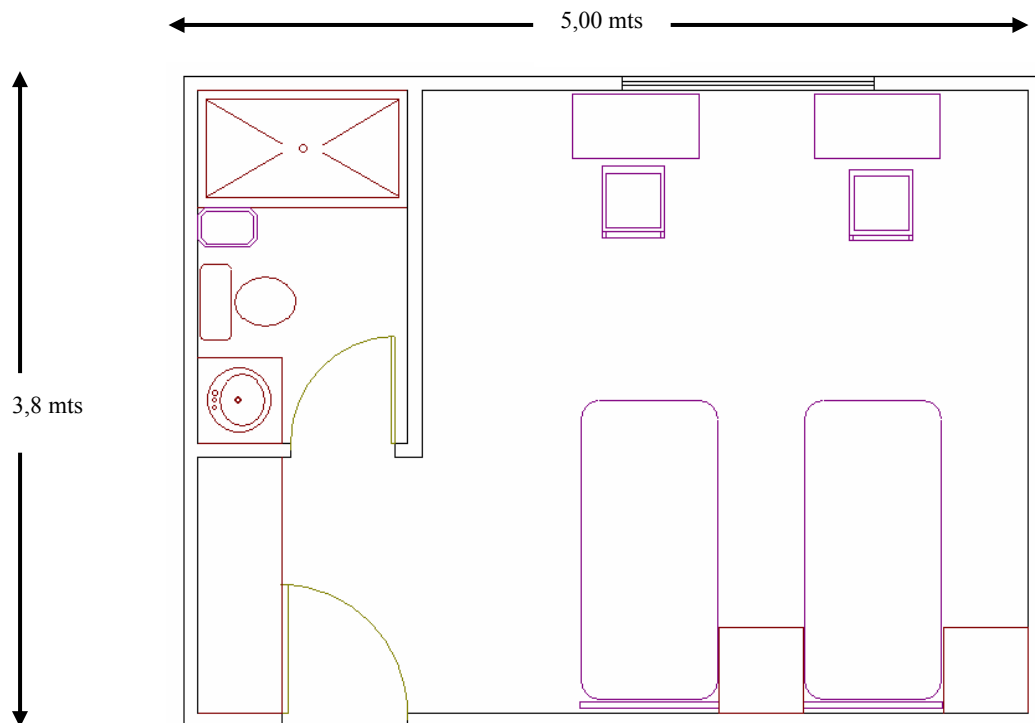
La Residencia Universitaria dispondrá de 12 habitaciones de las cuales 6 son triples y 6 son dobles, la capacidad instalada es para alojar a 30 estudiantes universitarios, al concluir la construcción de la infraestructura tiene una capacidad máxima de alojamiento de 30 personas que no puede ser incrementada.

2.3.3. Distribución de las habitaciones

Al ser el alojamiento el objetivo del presente proyecto de inversión, las habitaciones tienen que brindar su funcionalidad, confort, calidez y seguridad a todos los estudiantes universitarios que requieran este servicio.

Las habitaciones dobles serán de 17 m² con closets individuales, 2 camas, 2 veladores, 2 escritorios, 1 punto de internet con computadora, TV y baño individual con agua caliente.

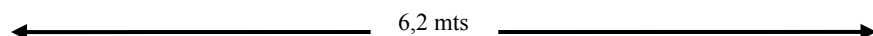
Gráfico No 44: Habitación doble

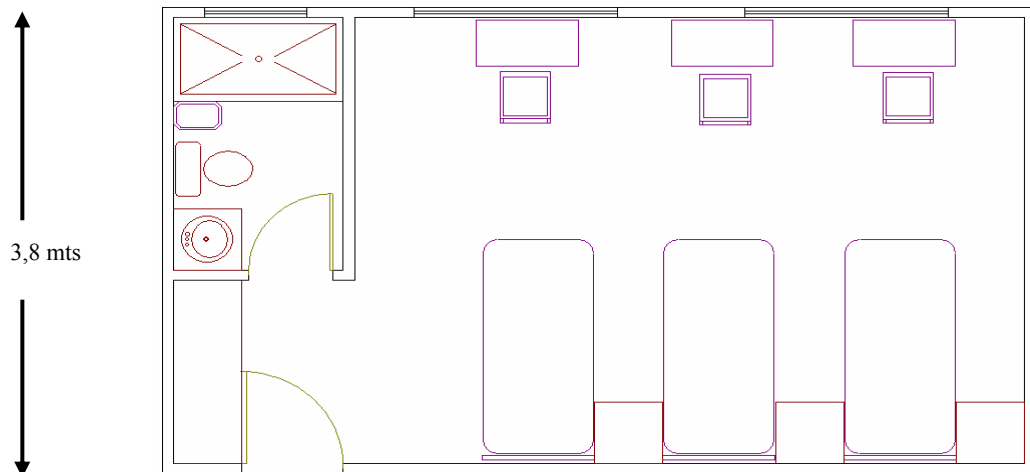


Elaborado: Carlos A. Lema C.

Las habitaciones triples serán de 23,56 m² con closets individuales, 3 camas, 3 veladores, 3 escritorios, 1 punto de internet con computadora, TV y baño individual con agua caliente.

Gráfico No 45: Habitación triple





Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.3.4. Estudio de insumos y materiales

Al efectuar correcto estudio de los insumos de materiales que requerimos podremos obtener las cantidades que se requiere de estos productos.

2.3.4.1. Clasificación de los insumos y materiales

De la investigación realizada se determinó cuales son los insumos de limpieza utilizados con su respectivo precio de venta al público.

Cuadro No 73: Productos de limpieza requeridos

Artículo	Costo	Unidad medida
Cera antideslizante	\$ 10,00	Glns.
Desinfectante	\$ 8,00	Glns.
Cloro	\$ 6,00	Glns.

Fuente: Investigación de Campo, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.3.4.2. Cantidad de insumos requeridos y su rendimiento

Se requiere limpiar diariamente 13 habitaciones, 1 oficina, 1 sala de video, 1 sala de estudio y pasillos de acceso.

Cuadro No 74: Productos de limpieza requeridos diariamente

Artículo	Costo	Unidad medida	Cantidad mensual	Total Usd.	Consumo diario
Cera	\$ 10,00	Glns.	2	\$ 20,00	266 cc

antideslizante					
Desinfectante	\$ 8,00	Glns.	4	\$ 32,00	533 cc
Cloro	\$ 6,00	Glns.	4	\$ 24,00	533 cc

Fuente: Investigación de Campo, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.3.4.3. Condiciones de abastecimientos de insumos

Para el abastecimiento de este tipo de productos de limpieza se puede comprar en las distintas bodegas de productos químicos y supermercados en donde los precios son casi similares y las cantidades a requerir no son representativos.

2.3.5. Requerimientos de recursos humanos

El personal a ser contratado será de la ciudad de Latacunga, tomando en cuenta su perfil y capacidades y destrezas adicionales, en caso de requerir trabajos adicionales de carpintería, gasfitería, electricidad y albañilería se procederá a realizar contratos por obra de trabajos requeridos.

Cuadro No 75: Requerimientos de Recursos Humanos

Recurso Humano	Cant.	Sueldo Básico	Aporte Patronal Iess 9,35 %	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
MOI (Mano de Obra Indirecta) Personal Administrativo								
Gerente	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 520,73	\$ 6.248,80
Contadora	1	\$ 250,00	\$ 23,38	\$ 20,83	\$ 16,67	\$ 20,83	\$ 331,71	\$ 3.980,50
MOI (Mano de Obra Indirecta) Subtotal Personal Administrativo							\$852,44	\$10.229,30
MOD (Mano de Obra Directa) Personal Operativo								
Camarero	2	\$ 200,00	\$ 18,70	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 537,40	\$ 6.448,80
MOD (Mano de Obra Directa) Subtotal Personal Operativo								\$6.448,80
TOTAL	4	\$ 1.050,00	\$ 98,18	\$ 87,50	\$ 66,67	\$ 87,50	\$1.389,84	\$16.678,10

Fuente: Investigación de Mercado, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.3.6. Requerimientos de materiales, herramientas, insumos y servicios

Cuadro No 76: Requerimientos de útiles de escritorio y oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario en USD.	Valor Total USD.
Engrampadora	1	\$ 3,70	\$ 3,70
Perforadora	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Carpetas archivadoras	12	\$ 1,20	\$ 14,40
Papelera	1	\$ 3,20	\$ 3,20

Porta clips	1	\$ 0,90	\$ 0,90
Folder	12	\$ 0,15	\$ 1,80
Total útiles de escritorio			\$ 31,50
Cinta adhesiva	2	\$ 0,30	\$ 0,60
Esferográficos	4	\$ 0,40	\$ 1,60
Papel bond resma	2	\$ 3,70	\$ 7,40
Papel Fax rollo	2	\$ 1,10	\$ 2,20
Cinta Lx 300	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Total útiles de oficina.			\$ 15,80
Total de útiles de escritorio y oficina			\$ 47,30

Fuente: Investigación de Mercado 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

En cuanto a los servicios básicos mensuales se los describe a continuación:

Cuadro No 77: Servicios básicos mensuales

Descripción del servicio mensual	Valor
Energía eléctrica	\$ 60,00
TV cable	\$ 26,00
Internet Banda Ancha ADSL 512/256	\$ 112,00
Agua potable	\$ 20,00
Total servicios básicos	\$ 218,00

Fuente: Investigación de Mercado 2008

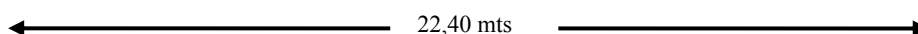
Elaborado: Carlos A. Lema C.

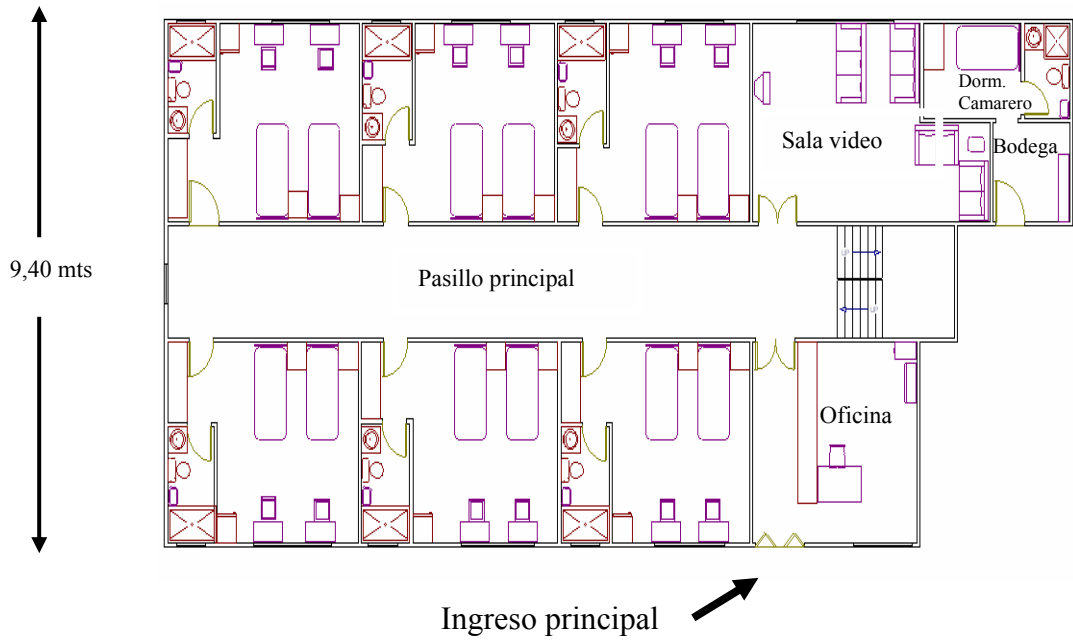
2.3.7. Requerimientos de infraestructura

Se dispone un terreno de 22,40 m² de largo por 17,85 m² de ancho, la obra civil será construida en bloque y lozas de cemento armado en 2 plantas con 378,56 m² de construcción distribuida de la siguiente manera:

Primera planta, que constará de una oficina, un dormitorio de camarero, una bodega, una sala de video, seis dormitorios dobles y pasillo principal.

Gráfico No 46: Plano de primer piso

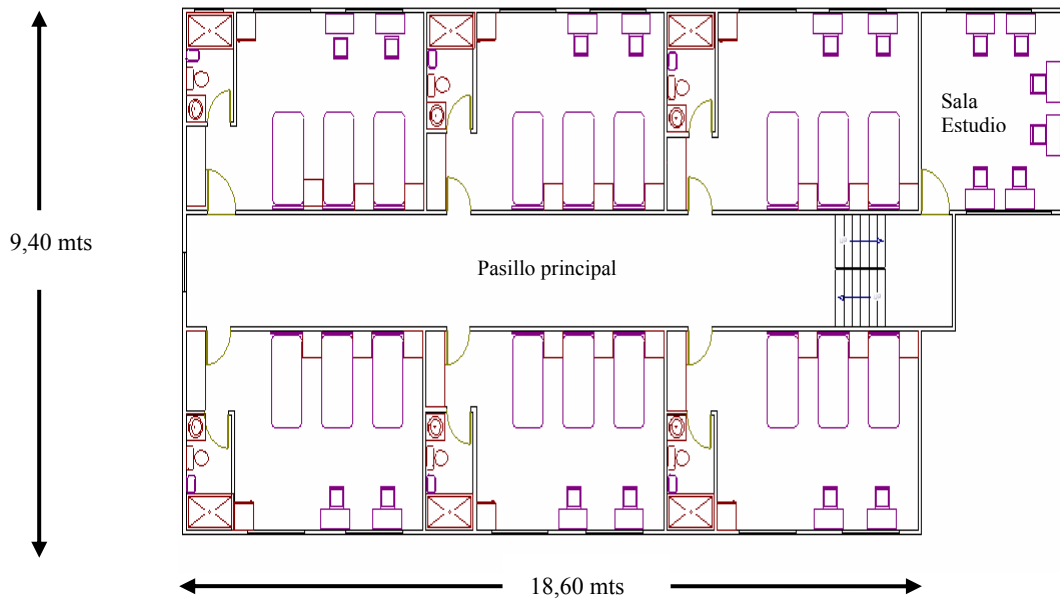




Av. Javier Espinoza No 3-36

Segunda planta, que constará de seis habitaciones triples, una sala de estudio y pasillo principal.

Gráfico No 47: Plano de segundo piso



Elaborado: Carlos A. Lema C.

Cuadro No 78: Requerimientos de Infraestructura

Piso	mts ² de construcción	Valor m ² de construcción	Total
Primero	189,28	\$350,00	\$66.248,00

Segundo	189,28	\$350,00	\$66.248,00
Total en construcción			\$132.496,00
Total terreno 400 mts ²			\$ 25.000,00
TOTAL INFRAESTRUCTURA			\$ 157.496,00

Fuente: Investigación de mercado, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

2.3.8. Requerimientos de Activos Fijos

Para el área operativa se requiere de los siguientes equipos, maquinarias, mobiliarios y menaje de dormitorios como se describe a continuación:

ÁREA OPERATIVA

Cuadro No 79: Requerimientos de maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario en Usd.	Valor Total USD.
Aspiradora	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Abrillantadora	1	\$ 145,00	\$ 145,00
Tanque de presión de 100 lts. Con sensores de presión y breaker y bomba de agua de 1 ½ Hp	1	\$ 689,00	\$ 689,00
Calefones de 28 lts con válvulas de seguridad	6	\$ 294,00	\$ 1.764,00
Tanques de gas	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Central telefónica Panasonic de 20 canales.	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Extintores	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Teléfonos	12	\$ 22,00	\$ 264,00
Lámparas de escritorio	12	\$ 3,94	\$ 47,28
Televisores de 14 pulgadas	12	\$ 145,00	\$ 1.740,00
Computadoras Pentium Core Duo 120 GB memoria ram de 1 GB	12	\$ 530,00	\$ 6.360,00
Red interna para instalación de 13 puntos de internet	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Refrigeradora bar 9pul GE	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Televisor de 29 pulgadas	1	\$ 565,00	\$ 565,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 13.434,28

Fuente: Investigación de mercado, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

Cuadro No 80: Requerimientos de mobiliario y menaje para dormitorios

Descripción	Cantidad	Valor Unitario en Usd.	Valor Total USD.
Camas de 1 ½ plaza	30	\$ 79,00	\$ 2.370,00

Escritorios	30	\$ 130,00	\$ 3.900,00
Veladores	15	\$ 35,00	\$ 525,00
Sillas ejecutivas giratorias	30	\$ 54,00	\$ 1.620,00
Juego de sala de 6 piezas	1	\$ 380,00	\$ 380,00
Colchones de 1 ½ plaza	30	\$ 72,00	\$ 2.160,00
Almohadas	30	\$ 3,50	\$ 105,00
Juego de sábanas de plaza 1 ½	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Cobijas	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Edredones	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Basureros metálico	12	\$ 3,50	\$ 42,00
Total muebles y enseres			\$ 11.422,00

Fuente: Investigación de mercado, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

ÁREA ADMINISTRATIVA

Para el área administrativa se requiere de los siguientes equipos, maquinarias, mobiliarios y menaje de dormitorio como se describe a continuación:

Cuadro No 81: Requerimientos de equipo y mobiliario oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario Usd.	Valor Total Usd.
Televisores de 14 pulgadas	1	\$146,00	\$146,00
Computadoras Pentium Core Duo 120 GB memoria ram de 1 GB	1	\$530,00	\$530,00
Impresora Lx-300	1	\$245,00	\$245,00
Telefax Panasonic	1	\$135,00	\$135,00
Total Equipos de oficina			\$1.056,00
Descripción	Cantidad	Valor Unitario Usd.	Valor Total Usd.
Escritorios ejecutivo	1	\$189,00	\$189,00
Sillón ejecutivo	1	\$160,00	\$160,00
Silla	1	\$22,00	\$22,00
Librero	1	\$80,00	\$80,00
Archivador	1	\$165,00	\$165,00
Estantería	1	\$160,00	\$160,00
Basurero metálicos	1	\$3,50	\$3,50
Total muebles y enseres			\$779,50

Fuente: Investigación de mercado, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Cuadro No 82: Requerimientos de mobiliario y menaje para habitación camarero

Descripción	Cantidad	Valor Unitario Usd.	Valor Total Usd.
Camas de 1 ½ plaza	1	\$79,00	\$79,00
Almohada	1	\$3,50	\$3,50

Velador	1	\$35,00	\$35,00
Silla Grafiti	1	\$34,00	\$34,00
Cobijas	2	\$30,00	\$60,00
Trapeador industrial	1	\$32,00	\$32,00
Basurero metálico	1	\$3,90	\$3,90
Total mobiliario y menaje habitación camarero			\$247,40

Fuente: Investigación de mercado, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C

2.3.9. Estimación de costos de inversión

El presupuesto estimado para el funcionamiento de la Residencia Universitaria consta de activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

Cuadro No 83: Presupuesto del proyecto

DETALLE	VALOR USD.
Activos Fijos	
Edificio	\$ 132.496,00
Terreno	\$ 25.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 13.434,28
Muebles y Enseres	\$ 12.448,90
Equipos de Oficina	\$ 1.056,00
Total Activos Fijos	\$ 184.435,18
Activos Diferidos	
Gastos de Estudio del Proyecto	\$ 400,00
Gastos de Constitución	\$ 400,00
Gastos de Publicidad	\$ 184,28
Total Activos Diferidos	\$ 984,28
Capital de trabajo (Dos meses)	
Insumos y Materiales	\$ 195,60
Sueldos y Salarios MOD	\$ 2.779,68
Servicios Básicos	\$ 436,00
Útiles de Oficina y Escritorio	\$ 63,10
Total Capital de Trabajo	\$ 3.474,38
TOTAL INVERSIÓN USD	\$ 188.893,00
CAPITAL DE LA EMPRESA	
CAPITAL PROPIO	\$ 128.893,00
FINANCIAMIENTO BANCARIO	\$ 60.000,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 188.893,00
PORCENTAJE CAPITAL PROPIO	68,24%
PORCENTAJE FINANCIAMIENTO	31,76%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación de mercado, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C

2.3.10. Calendario de ejecución del proyecto

La creación de la Residencia Universitaria contempla el siguiente cronograma de actividades.

Gráfico No 44: Cronograma del proyecto

Actividad	Meses														
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	
Elaboración del proyecto	■	■	■	■	■	■									
Constitución de la empresa							■	■	■						
Búsqueda y aprobación del financiamiento								■	■	■					
Construcción de la obra física									■	■	■	■	■	■	■
Cotizaciones de materiales											■	■	■		
Adquisición de maquinaria y equipos												■	■		
Adquisición de muebles y enseres													■		
Reclutamiento y selección de personal														■	
Capacitación															■
Instalación de mobiliario y equipo															■
Publicidad															■
Inauguración															■

Fuente: Investigación de mercado, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C

2.4. CONCLUSIONES

- La demanda insatisfecha es de 414 estudiantes que requieren el servicio de alojamiento, pudiendo satisfacer únicamente al 7,24% de esta demanda que corresponde a la capacidad instalada del proyecto, que son 30 personas que pueden ser alojadas en la Residencia Universitaria.
- La Residencia Universitaria estará ubicada en el sector de la FAE frente al Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea, al presentar ventajas de cercanía a un centro de estudio, servicios complementarios, disponibilidad de buses de recorrido urbano y parada de taxis.
- Se dispone un terreno de un patrimonio familiar de las siguientes dimensiones 22,40 m² de largo por 17,85 m² de ancho, la obra civil será

construida en bloque y lozas de cemento armado en 2 plantas con 378,56 mt² de construcción distribuida de la siguiente manera:

- ✓ Primera planta, que constará de una oficina, un dormitorio de camarero, bodega, una sala de video, seis dormitorios dobles.
- ✓ Segunda planta, que constará de seis habitaciones triples, una sala de estudio.

- Finalmente, el monto de inversión del proyecto es de USD. \$ 188.893,00 que será financiado el 68 % con capital propio y el 32 % será financiado con el Banco del Pichincha.

CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3 LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

“La estructuración sistematizada de personas, elementos materiales y tecnología con la finalidad de alcanzar ciertos objetivos se denomina organización. Toda empresa o instalación hotelera constituyen una organización y un sistema, en el

cual los elementos estructurados e interrelacionados debidamente tienen un objetivo final”³⁷

OBJETIVOS

- Establecer la base legal de la empresa
- Determinar la misión y visión de la empresa
- Definir las estrategias y objetivos de la empresa
- Definir los principios y valores de la empresa
- Determinar la organización de la empresa

3.1. BASE LEGAL

El Gobierno Nacional ha creado normativas para el funcionamiento de empresas según la actividad a desarrollar y ha encargado a los diferentes Ministerios y Organismos Gubernamentales su aplicación como: registro de actividad turística, pago impuesto a la renta, contribución del 1 x mil a los activos fijos del Fondo Mixto de Promoción Turística, afiliación Cámaras de Turismo.

Los Gobiernos Seccionales como los Municipios han creado regulaciones para aplicar en su jurisdicción como son: uso de suelo, permisos de construcción, permisos de funcionamiento, patentes municipales, licencia de publicidad exterior, permiso sanitario, licencia anual de funcionamiento,

3.1.1. Nombre o razón social

Para determinar el nombre de la empresa es importante tomar en cuenta lo siguiente:

- No tiene que existir otra empresa con el mismo nombre, a fin de evitar confusiones y atentar contra la propiedad intelectual.
- Su nombre tiene que transmitir el servicio a brindar al público

³⁷ RAMÍREZ César Cavassa, **Hoteles**. Trillas 3° Edición. 2007. Pág. 18

- Ser un nombre de fácil recordación.

Tomando en cuenta que es un servicio nuevo en la Provincia de Cotopaxi, se tiene que elaborar tres posibles nombres que tendría la Residencia Universitaria, posteriormente se realiza una encuesta a diez personas, para determinar el futuro nombre que tendrá la empresa; para observar en detalle la encuesta favor (Ver Anexo “F” (Encuesta para seleccionar el nombre de la empresa))

Los resultados de la encuesta determinaron que el nombre que tuvo mayor puntaje fue “Residencia Universitaria Cotopaxi”, por esta razón éste será el nombre que adoptará la empresa en estudio.

Gráfico No 49: Logotipo de la Empresa



Fuente: Investigación de mercado, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C

3.1.2. Titularidad de propiedad de la empresa

La Residencia Universitaria va a pertenecer a una sociedad anónima ya que cuyo capital es superior a \$800 dólares y esta dividida en acciones negociables conformada por la aportación de 5 accionistas.

En este tipo de sociedad su razón social no se designa por el nombre de ninguno de los socios, sino por el objeto para el cual se forman la empresa, y es administrada por los representantes de la misma

Pasos para la constitución de una empresa (favor ver Anexo “G”).

3.1.3. Tipo de empresa

La Residencia Universitaria pertenece al sector privado de los servicios; según la Clasificación Industrial Uniforme (CIIU), pertenece a la rama de “Hoteles y Restaurantes” dentro de lo cual se encuentra la actividad de alojamiento que es la que se prestará en la Residencia Universitaria.

3.2. BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

“Es necesario marcar una filosofía de acción, a fin de que el personal se identifique con la empresa por medio de una integración eficaz. Los nuevos planteamientos surgidos en la administración, como los resultantes de los cambios políticos, sociales y económicos, obligan a retomar la dirección en un sentido mas amplio y flexible que permita dirigir más humanamente, crear un clima de colaboración, comprobar la eficacia de las actividades, controlar las desviaciones que se presenten y afrontar el reto de la reducción de costos.”³⁸

Es importante que se realice un análisis del macro ambiente y del microambiente y determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene nuestra empresa y de esta forma realizar las estrategias que le permitirán desarrollarse a lo largo del tiempo y mejorar su rentabilidad.

Matriz de diagnóstico situacional FODA

³⁸ RAMÍREZ César Cavassa, Hoteles. Trillas 3° Edición. 2007. Pág. 46

Al realizar la siguiente matriz FODA, se determinan los factores determinantes en la gestión de la empresa que tiene por objetivo minimizar las debilidades y aprovechar las fortalezas de la empresa, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No 84: Matriz de diagnóstico situacional Microambiente

MICROAMBIENTE									
ÁREAS DE LA EMPRESA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Área Administrativa									
Liderazgo	4						4		
Personal contratado	4						4		
Organización simple	5						5		
Área Operativa									
Personal contratado limpieza					3			3	
Personal contratado ocasional					3			3	
Infraestructura									
Ubicación estratégica	5						5		
Seguridad	4						4		
Moderna y funcional	4						4		

Fuente: Investigación de mercado, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C

Para aprovechar las oportunidades del mercado y enfrentar las amenazas se ha elaborado el siguiente cuadro:

Cuadro No 85: Matriz de diagnóstico situacional Macroambiente

MACROAMBIENTE									
FACTOR	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Factor Económico									
PIB	4						4		
Ingreso familiar e inflación				4			4		
Nuevas Residencias Universitarias					3			3	
Becas del Iece	5						5		
Factor Social									
Servicios sustitutos					3			3	
Incremento estudiantes universitarios	4						4		
Factor Tecnológico									
Creación de un Centro de Investigación Aeroespacial	5						4		
Ampliación del Aeropuerto Cotopaxi		3						3	

Fuente: Investigación de mercado, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C

Con la información de las matrices del macroambiente y microambiente diseñamos las estrategias que tendrá la empresa, según el siguiente cuadro:

Cuadro No 86: Matriz de ponderación de impacto FODA

	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de una infraestructura nueva, moderna y funcional. • Seguridad y confort de las instalaciones. • Ubicación estratégica son cercanía a los centros de estudios y servicios complementarios. • Personal administrativo calificado y altamente motivado. • Organización simple. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de calidad en los trabajos diarios de limpieza de habitaciones por personal operativo. • Falta de personal especializado en trabajos de mantenimiento, informática, electricidad y gasfitería.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> • El PIB anual de Hoteles tienen un crecimiento del 16 %. • La población de estudiantes universitarios se han incrementado en un 26,62% anualmente • Becas del IECE • Creación de un centro de Investigación Aeroespacial • Ampliación del Aeropuerto Cotopaxi 	<p><u>Usar las fuerzas para aprovechar las oportunidades.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • De diferenciación del producto, al ser los pioneros en brindar un servicio de calidad en Latacunga. • De liderazgo en costos, disminuyendo los precios y costos pero manteniendo la calidad. 	<p><u>Superar las debilidades aprovechando las oportunidades.</u></p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución del ingreso de las familias. • Inflación • Disminución de precios de arriendos de servicios sustitutos como departamentos y habitaciones de estudiantes. • Falta de puntualidad en pagos de clientes. 	<p><u>Usar las fuerzas para evitar las amenazas.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • De liderazgo en precios, disminuyendo los precios y costos pero manteniendo la calidad. • De diferenciación con habilidades distintivas para realizar convenio con instituciones Educativas para brindar el servicio de alojamiento a instructores transeúntes. 	<p><u>Reducir las debilidades y evitar las amenazas.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • De concentración, dirigido únicamente a estudiantes universitarios.

Fuente: Investigación de mercado, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C

3.2.1. Visión

“La visión y principales metas corporativas, consiste en una declaración formal de lo que la empresa trata de lograr. La descripción minuciosa de estos elementos proporciona orientación para la formulación de estrategias.”³⁹

La visión de la Residencia Universitaria Cotopaxi es la siguiente:

Brindará a Estudiantes Universitarios de la ciudad de Latacunga hasta el año 2013, un alojamiento confortable y seguro con un precio competitivo, mediante instalaciones modernas y estratégicamente ubicadas.

3.2.2. Misión

“La misión expone el por qué de la existencia de la organización y el qué debe hacer, define el negocio de la organización.”⁴⁰

Empresa pionera y líder en brindar alojamiento para Estudiantes Universitarios en la ciudad de Latacunga, cumpliendo los más altos estándares de calidad en confort y seguridad.

El Mapa Estratégico es la síntesis de la filosofía corporativa de la empresa para mayor detalle favor ver anexo “I”

3.2.3. Estrategia empresarial de la empresa

“Michael Porter propuso tres estrategias genéricas:

- La de costos o de servicios con calidad a menor costo
- La de diferenciación con servicios que generen calidad, fiabilidad, atención y servicio posventa.
- La de concentración, basada en las dos anteriores mediante la elección de un segmento del mercado y el ajuste de las estrategias a dicho segmento.”⁴¹

³⁹ HILL Charles, Gareth Jones, Administración Estratégica. Quebecor 3° Edición. 2001. pág. 40

3.2.3.1. Estrategia de competitividad

Para obtener la ventaja competitiva que permita superar el desempeño de empresas rivales y obtener rendimientos superiores al promedio y utilizando el enfoque genérico competitivo. Para el presente proyecto se utilizará la diferenciación por la exclusividad y para un segmento del mercado que son los estudiantes universitarios.

Cuadro No 87: estrategias competitivas genéricas

	Liderazgo en costos	Diferenciación	Concentración
Diferenciación del producto	Bajo (principalmente en precios)	Alta (principalmente por la exclusividad)	Baja o alta (precio o exclusividad)
Segmentación del mercado	Bajo (mercado masivo)	Alta (varios segmentos del mercado)	Baja (uno o pocos segmentos)
Habilidades distintivas	Fabricación y administración de materiales	Investigación y desarrollo, ventas y marketing	Cualquier tipo de habilidad distintiva.

Fuente: HILL Charles, Gareth Jones, Administración Estratégica. Quebecor 3° Edición. 2001. Pág. 173

En nuestro caso nos será de utilidad una estrategia competitiva de diferenciación con habilidades distintivas para realizar un convenio con los centros de educación superior a fin de brindar una habitación para docentes transeúntes con un atractivo descuento.

3.2.3.2. Estrategia de crecimiento

“En la etapa de crecimiento, la tarea que enfrenta una empresa consiste en consolidar su posición y proveer la base necesaria para sobrevivir a la próxima recesión, la meta es mantener una relativa posición competitiva de la empresa en un mercado en rápida expansión y si es posible aumentarlo en otras palabras crecer con el mercado.”⁴²

Se utilizará las siguientes estrategias:

⁴⁰ Ídem pág. 10

⁴¹ RAMÍREZ César Cavassa, Hoteles. Trillas 3° Edición. 2007. Pág. 195

⁴² HILL Charles, Gareth Jones, Administración Estratégica. Quebecor 3° Edición. 2001. Pág. 189

- Ofrecer instalaciones funcionales y seguras con precio competitivo.
- En una posterior fase ampliar los servicios de alimentación y lavandería.
- Efectuar capacitaciones al personal para mantener alto su espíritu de colaboración.

3.2.4. Objetivos estratégicos

Son los resultados que aspira el dueño de una empresa, los que tienen que ser evaluados y tener metas que se puedan cumplir en base a objetivos de mercado, financieros y de competitividad que van a permitir el desarrollo de la empresa en el tiempo.

3.2.4.1. Objetivos de mercado

Participación en el mercado: con la finalidad de mantener al máximo el porcentaje de ocupación de habitaciones de la Residencia Universitaria y cubrir permanentemente el 7,5 % de la demanda insatisfecha.

Calidad de servicio: cuantificado por la excelencia en la prestación de servicios en alojamiento en habitaciones dobles y triples, seguridad permanente y comunicaciones con tecnología moderna.

Servicios a la comunidad: se crean fuentes de trabajo y se incursiona con un servicio nuevo en la ciudad de Latacunga.

Liderazgo: con precios bajos y un servicio de calidad.

3.2.4.2. Objetivos financieros

Rentabilidad: ganar utilidades que le permitan pagar en 10 años la inversión inicial, manteniendo y mejorando la productividad con la constante reducción de los gastos.

Ganancias: 16% de las ventas

3.2.4.3. Objetivos de competitividad

Lograr la competitividad: calidad y responsabilidad de los servicios prestados comparados a los demás establecimientos o servicios sustitutos.

Imagen: difundir el prestigio de la Residencia Universitaria con base en los servicios prestados, seguridad, orden, limpieza, responsabilidad y comodidades ofrecidas.

3.2.5. Principios y Valores Corporativos.

“Los valores corporativos representan las convicciones o filosofía de la Alta Dirección respecto a qué nos conducirá al éxito, considerando tanto el presente como el futuro. Estos valores, es fácil descubrirlo, traslucen los rasgos fundamentales de lo que es la estrategia empresarial, parten de esta reflexión.”⁴³

Principios son cualidades en los que la organización se fundamenta para ser una empresa que tenga liderazgo en el mercado.

La Residencia Universitaria tendrá sus principios y valores corporativos que guiarán a todo su personal para obtener éxito en sus labores y mantener una excelente imagen a sus clientes y la comunidad.

3.2.5.1. Valores

Respeto: aceptar criterios y pensamientos de otras personas, en nuestro caso de los clientes y empleados, que con sus ideas pueden dar sugerencias para mejorar el servicio.

Honestidad: es la forma sincera de actuar en forma transparente, objetiva e imparcial.

Responsabilidad: es el compromiso de cuidar las instalaciones, cumplir en forma puntual los trabajos y tareas que se tiene que cumplir en las labores de una Residencia Universitaria por parte de clientes y empleados.

⁴³ <http://www.eumed.net/ce/2007c/rcc-0710.htm>

Orden: forma organizada y coordinada de ejecutar las diferentes actividades de la empresa que permitirá el normal desarrollo de actividades en un clima de tranquilidad y seguridad.

3.2.5.2. Principios

“Trabajo en equipo: Es este el principio que impulsa las acciones y el pensamiento y lo que hace competente a la organización y a los asociados que la conforman, bandera que guía el pensamiento de fondo hacia la generación de alianzas estratégicas que consoliden la creación de un pensamiento empresarial.

Solidaridad y cooperación: Dado que la actual sociedad individualista y el conocimiento genera tensiones e incertidumbre, el fondo considera que la solidaridad y la cooperación permitirán que el horizonte del poder del dinero se vierta hacia la humanización del trabajo que significa a las persona, todo lo que se de en el fondo será para beneficio individual y colectivo.”⁴⁴

Innovación: Es un principio que tiene asociado altos costos y riesgos. Implica que nos adelantemos a la competencia y que estamos dispuestos a experimentar con ideas no comprobadas.

3.3. LA ORGANIZACIÓN

“No existe un patrón de organización hotelera común a todos los establecimientos; sin embargo, para poner en práctica el conjunto de planes y políticas establecidas previamente, se deben considerar los diversos factores que influyen en la puesta en marcha del establecimiento:

- Objetivos de la instalación
- Dimensionamiento del hotel.
- Ubicación y entorno.
- Calidad y antecedentes del elemento humano”⁴⁵

⁴⁴ www.urosario.edu.co/FASE2/personal_administrativo/documentos/principios%20corporativos.pdf

⁴⁵ RAMÍREZ César Cavassa, **Hoteles**. Trillas 3° Edición. 2007. Pág. 43

3.3.1. Estructura orgánica

“Toda empresa cuenta con cierta cantidad de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato.”⁴⁶

Para la empresa del presente proyecto de investigación su organización es de estructura lineal es basada en la autoridad directa del jefe sobre sus subordinados y tomando en consideración que es una empresa pequeña conformada por cuatro personas en el área administrativa y operativa, en donde existen las siguientes ventajas:

- Es sencilla y de fácil comprensión por los pocos cargos existentes.
- Es claramente identificado las responsabilidades de los cargos.

3.3.2. Descripción de funciones

Es un detalle de las tareas y responsabilidades que tienen que cumplir los funcionarios para el cargo contratado.

3.3.2.1. Junta de Accionistas

- Reunirse trimestralmente para evaluar los informes económicos y de situaciones particulares con el Gerente.
- Autorizar la construcción de nueva infraestructura o nuevos servicios.

3.3.2.2. Gerente General

- Planear, organizar, dirigir y supervisar la empresa.
- Presentar trimestralmente informes económicos a la Junta de Accionistas o de situaciones particulares.
- Realizar el reclutamiento de personal.
- Realiza el estudio de precios de los servicios prestados.
- Establece los horarios de empleados.

⁴⁶ <http://www.monografias.com/trabajos16/estructura-organica/estructura-organica.shtml>

- Realiza un análisis de proveedores de bienes y servicios.
- Autorizar las compras.
- Contratar al personal ocasional para efectuar reparaciones o trabajos en las instalaciones.
- Establece las medidas de seguridad en las labores e instalaciones.
- Capacitar al personal a su cargo.

3.3.2.3. Contadora

- Mantener el registro y control de activos de la Residencia Universitaria
- Mantener la contabilidad de la empresa.
- Registrar y mantener el control de materiales.
- Mantener un registro de proveedores locales y nacionales.
- Efectuar todos los trámites administrativos para que se mantenga funcionando normalmente la Residencia Universitaria como son permisos de funcionamiento, declaración de impuestos, pagos de servicios básicos, depósitos y retiros bancarios y todo tipo de cobros y pagos.
- Emitir facturas por los servicios brindados.
- Presentar los balances trimestrales, anuales al gerente.
- Mantendrá archivo de inventario de habitaciones entregadas y determinará daños en los dormitorios al ser devueltos.
- Informar al gerente de cualquier problema que se suscite.
- Disponer de las copias de las llaves de todas las instalaciones.

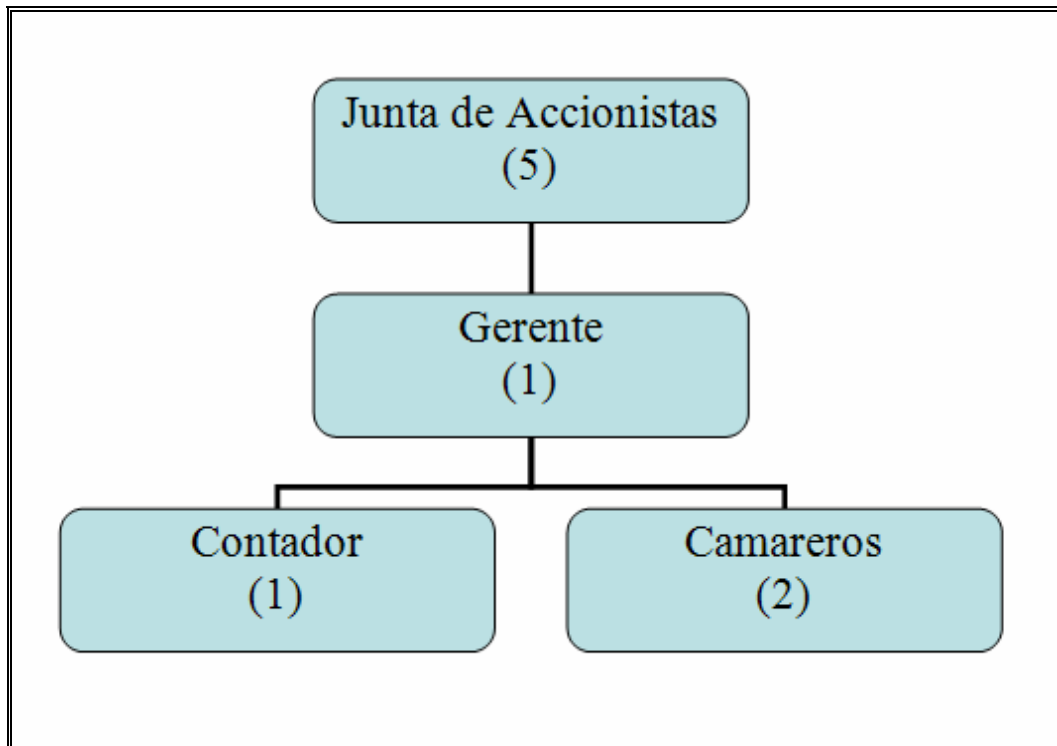
3.3.2.4. Camarero

- Cumplir los horarios establecidos.
- Dormir en el dormitorio del camarero.
- Utilizar el uniforme de la empresa.
- Velar por la seguridad de las instalaciones, mobiliario y equipo.
- Disponer de las llaves de todas las instalaciones.
- Mantener limpias y ordenadas las áreas operativas y administrativas.
- Realizar reparaciones menores de las instalaciones.
- Mantener en perfecto estado de funcionamiento la maquinaria y equipo.

- Informar al gerente cualquier anomalía presentada.

3.3.3. Organigrama estructural

Gráfico No 50: Orgánico Estructural



Fuente: Estudio Organizacional 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C

3.4. CONCLUSIONES

- La Residencia Universitaria va a pertenecer a una sociedad anónima con la participación de cinco socios.
- La Residencia Universitaria pertenece al sector privado de los servicios, pertenece a la rama de “Hoteles y Restaurantes”.

- La empresa dispone de una base filosófica, a fin de que el personal se identifique con la empresa por medio de una integración eficaz que permita dirigir más humanamente, crear un clima de colaboración, comprobar la eficacia de las actividades, controlar las desviaciones que se presenten y afrontar el reto de la reducción de costos
- La empresa del presente proyecto de investigación, su organización es de estructura lineal es basada en la autoridad directa del jefe sobre sus subordinados y tomando en consideración que es una empresa pequeña conformada por 4 personas
- Las principales estrategias que se utilizarán en el presente proyecto son:

De liderazgo en costos, mejorando el desempeño frente a competidores por un control estricto en el empleo de insumos y realizando ahorro de servicios básicos como, empleo de iluminación que permite ahorrar energía con el uso de tubos fluorescentes, uso de sensores de movimiento para uso en pasillos, explotación de las bondades de empleo de banda ancha de internet, mantenimiento permanente de infraestructura.

De concentración, con un enfoque de diferenciación de bajo costo, al ser una empresa pionera en la ciudad de Latacunga, se brindará el servicio a un grupo limitado de Estudiantes Universitarios de la Escuela Politécnica del Ejército y del Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea en la ciudad de Latacunga, es decir a un segmento del mercado.

Se utilizará una estrategia competitiva de diferenciación con habilidades distintivas para realizar un convenio con los Centros de Educación Superior, a fin de brindar una habitación para docentes transeúntes con un atractivo descuento, permitiéndonos de esta manera tener buenas relaciones con las instituciones educativas que nos permitirán ayudar a resolver problemas que se presenten como incumplimiento en pagos de algún estudiante o alguna situación en particular.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4. ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio económico y financiero constituye la sistematización contable, financiera y económica de los estudios realizados anteriormente y que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y, finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado.”⁴⁷

OBJETIVOS:

- Determinar los presupuestos de inversión y operación necesarios para el proyecto de creación de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga.
- Elaborar los estados financieros proforma en base a los flujos de fondos.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto mediante los criterios de evaluación para determinar su rentabilidad.
- Elaborar un análisis de sensibilidad del proyecto.

4.1. PRESUPUESTOS

Estimación formal de los ingresos y egresos que habrán de producirse durante un período dado, en donde se realiza el control de las finanzas realizadas por la empresa.

4.1.1. Presupuesto de Inversión

Son las inversiones que requiere realizar la empresa antes de su operación y que se encuentran realizados en el capítulo III “Estudio Técnico” en donde se determinan los activos fijos requeridos como terreno, edificio, mobiliario, maquinaria y equipo, activos diferidos como los gastos de constitución y el capital de trabajo, que es lo que requiere nuestra empresa para operar 60 días, hasta que

⁴⁷ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Qualityprint 1º Edición., 2004. Pág. 137

por producto del servicio prestado se obtengan ingresos que permitan tener un flujo de caja para el normal desarrollo de las actividades de la Residencia Universitaria Cotopaxi, favor ver cuadro No 83.

4.1.1.1. Activos Fijos

“Bienes muebles e inmuebles de larga duración, adquiridos para la actividad productiva de la empresa y no para la venta”⁴⁸

Cuadro No 88: Inversión en Activos Fijos

Activos Fijos	
DETALLE	VALOR
Edificio	\$132.496,00
Terreno	\$ 25.000,00
Maquinaria y Equipo	\$12.964,28
Muebles y Enseres	\$12.128,90
Equipos de Oficina	\$1.056,00
Total Activos Fijos	\$183.645,18

Fuente: Estudio Técnico, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

“Se puede partir de una depreciación lineal si en el contexto del país en cuestión no existe una fuerte inflación. Seguramente la construcción civil de la edificación se depreciará en 20 años, los muebles, maquinarias y equipos en 10 años el equipamiento entre 10 años y otros activos entre 2 a 5 años.”⁴⁹

Para resultados contables los activos fijos, están sujetos a depreciación, a excepción de los terrenos los que tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano o plusvalía, (Para mayor detalle sobre la depreciación y plusvalía de activos fijos, favor ver Anexo “J”)

4.1.1.2. Activos Intangibles o diferidos

“Los activos fijos intangibles son constituidos por valores inmateriales que se van amortizando a través del tiempo fijo.

⁴⁸ NARANJO Salguero Marcelo, Contabilidad Comercial v de Servicios, Imprenta Don Bosco, 2000. Pág. 61

⁴⁹ <http://www.eumed.net/ce/2005/aa.htm>

Los activos diferidos es el pago por servicios realizados para ser amortizados a largo plazo y no se pueden recuperar su valor.”⁵⁰

Cuadro No 89: Inversión en Activos Diferidos

Activos Diferidos	
Gastos de Estudio del Proyecto	\$ 400,00
Gastos de Constitución	\$ 400,00
Gastos de Publicidad	\$ 183,44
Total Activos Diferidos	\$ 983,44

Fuente: Estudio Técnico, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

“Al igual que los activos fijos, los activos intangibles pierden valor con el tiempo, mientras la pérdida de valor contable de los activos fijos se denominaba depreciación, la pérdida de valor contable de los activos intangibles se denomina amortización.”⁵¹

4.1.1.3. Capital de trabajo

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.

Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo son el contable, el de período de desfase y el del déficit acumulado máximo.”⁵²

Para el presente proyecto se utilizará el método de período de desfase que se refiere a los costos de operación requeridos por cierto lapso de tiempo hasta que por producto de las ventas se pueda tener capital, que permita la normal operación del proyecto, en el presente caso el tiempo estimado son dos meses.

Para su cálculo se dispone de la siguiente fórmula:

$$CT = Ca / 365 \times n_d$$

$$Ca = \text{Costo anual}$$

⁵⁰ NARANJO Salguero Marcelo, Contabilidad Comercial y de Servicios, Imprenta Don Bosco, 2000. Pág. 63

⁵¹ Sapag Chain, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pág. 235

⁵² Ídem pág. 236 y 237.

$n_d =$ Número de días de desfase

$CT = 20.846,28 / 365 \times 60$

$CT = \$ 3.474,38$

Tomando en cuenta que el servicio de alojamiento va a ser cancelado finalizado el mes, existiendo eventualidades como retrasos en los pagos se consideró 60 días para empleo del capital de trabajo.

Cuadro No 90: Capital de Trabajo

Insumos y Materiales	\$ 195,60
Sueldos y Salarios MOD	\$ 1.074,80
Sueldos y Salarios MOI	\$ 1.704,88
Servicios Básicos	\$ 436,00
Útiles de Oficina y Escritorio	\$ 63,10
Total Capital de Trabajo	\$ 3.474,38

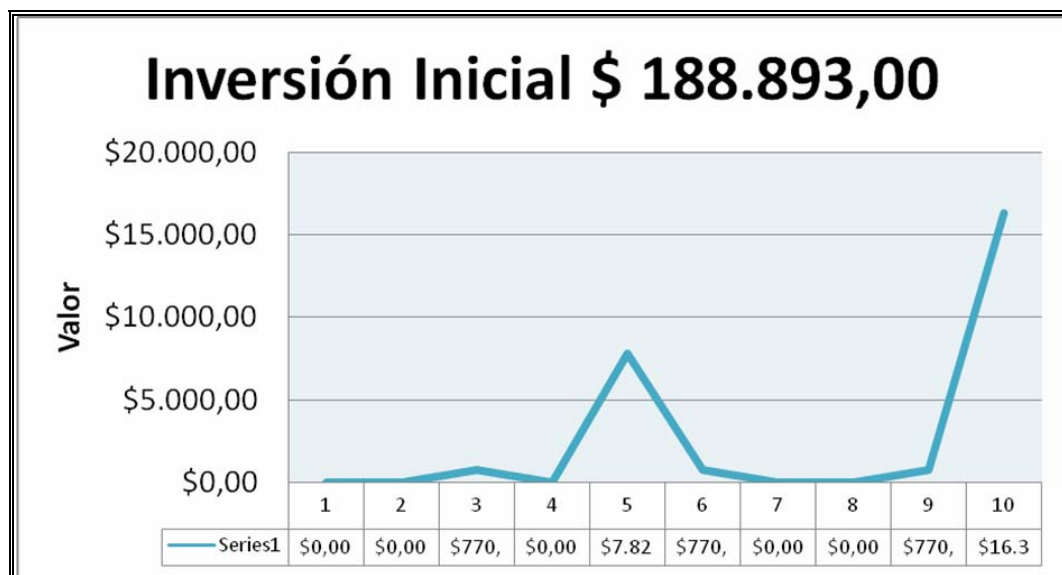
Fuente: Estudio Técnico, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.1.2. Cronograma de Inversiones

La vida útil del presente proyecto será 10 años en este lapso de tiempo existen activos fijos como muebles, maquinaria y equipo se deprecian y requieren ser reemplazados, para lo cual se realiza un cronograma de inversiones el cual guiará para efectuar las inversiones requeridas para mantener las operaciones de la empresa sin novedad, (Para mayor detalle favor ver Anexo “K”)

Gráfico No 51: Cronograma de Inversiones



Fuente: Estudio Técnico, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.1.3. Presupuesto de operación

Todos los ingresos y egresos que se generen en la vida útil del proyecto son el presupuesto de operación, esta información servirá para efectuar los estados financieros proforma.

4.1.3.1. Presupuesto de ingresos

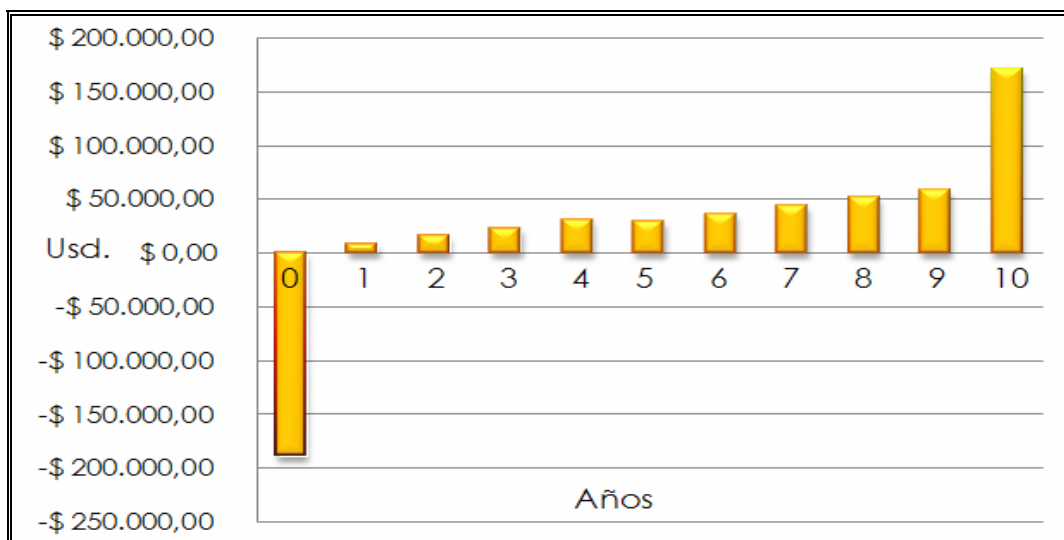
“A fin de elaborar el presupuesto de ingresos es necesario establecer el volumen de ventas por producto, por año y sus respectivos precios unitarios, para la vida útil del proyecto.”⁵³

La Residencia Universitaria puede dar el servicio al 7,24 % de la demanda insatisfecha, el alojamiento es para 28 estudiantes de forma permanentemente, en razón que los estudios universitarios tiene un tiempo mínimo de duración de 3 años en carreras Tecnológicas y 5 años en Ingenierías

Una habitación doble esta considerada para uso de instructores transeúntes, el costo diario de este servicio se estima en \$ 15 por persona, las habitaciones para los estudiantes permanentes serán cancelados mensualmente \$ 90,00 habitación doble y \$ 80,00 habitación triple, (Para mayor detalle favor ver Anexo “M”)

Gráfico No 52: Ingresos acumulados

⁵³ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Qualityprint 1° Edición., 2004. Pág. 148



Fuente: Estudio Financiero, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.1.3.2. Presupuesto de egresos

En el presupuesto de egresos tienen que constar todos los gastos de ventas, administrativos, financieros, nuevas inversiones que se realicen en la vida útil del proyecto, la información del estudio técnico es fundamental para el desarrollo del presente presupuesto, (Para mayor detalle favor ver Anexo “N”)

4.1.3.3. Estudio de origen y aplicación de recursos

El esquema del financiamiento nos permite determinar de qué fuente se obtienen los recursos para la creación del proyecto pudiendo ser de capital propio y de financiamiento, para el presente proyecto se ha realizado el siguiente cuadro que demuestra su origen y aplicación de los recursos.

Cuadro No 90: Estudio de origen y aplicación de recursos

DETALLE	VALOR USD.	Capital Propio		Financiamiento	
		%	Valor USD.	%	Valor USD.
Activos Fijos					
Edificio	\$ 132.496,00	54,72%	\$ 72.496,00	45,28%	\$ 60.000,00
Terreno	\$ 25.000,00	100%	\$ 25.000,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 13.434,28	100%	\$ 13.434,28		
Muebles y Enseres	\$ 12.448,90	100%	\$ 12.448,90		
Equipos de Oficina	\$ 1.056,00	100%	\$ 1.056,00		
Total Activos Fijos	\$ 184.435,18	100%	\$ 124.435,18		\$ 60.000,00
Activos Diferidos					
Gastos de Estudio del	\$ 400,00	100%	\$ 400,00		

Proyecto					
Gastos de Constitución	\$ 400,00	100%	\$ 400,00		
Gastos de Publicidad	\$ 183,44	100%	\$ 183,44		
Total Activos Diferidos	\$ 983,44	100%	\$ 983,44		
Capital de trabajo (Dos meses)					
Insumos y Materiales	\$ 195,60	100%	\$ 195,60		
Sueldos y Salarios	\$ 2.779,68	100%	\$ 2.779,68		
Servicios Básicos	\$ 436,00	100%	\$ 436,00		
Útiles de Oficina y Escritorio	\$ 63,10	100%	\$ 63,10		
Total Capital de Trabajo	\$ 3.474,38	100%	\$ 3.474,38		
TOTAL INVERSIÓN USD	\$ 188.893,00	68,24%	\$ 128.893,00	31,76%	\$ 60.000,00

Fuente: Estudio Técnico, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.1.3.4. Estructura de financiamiento

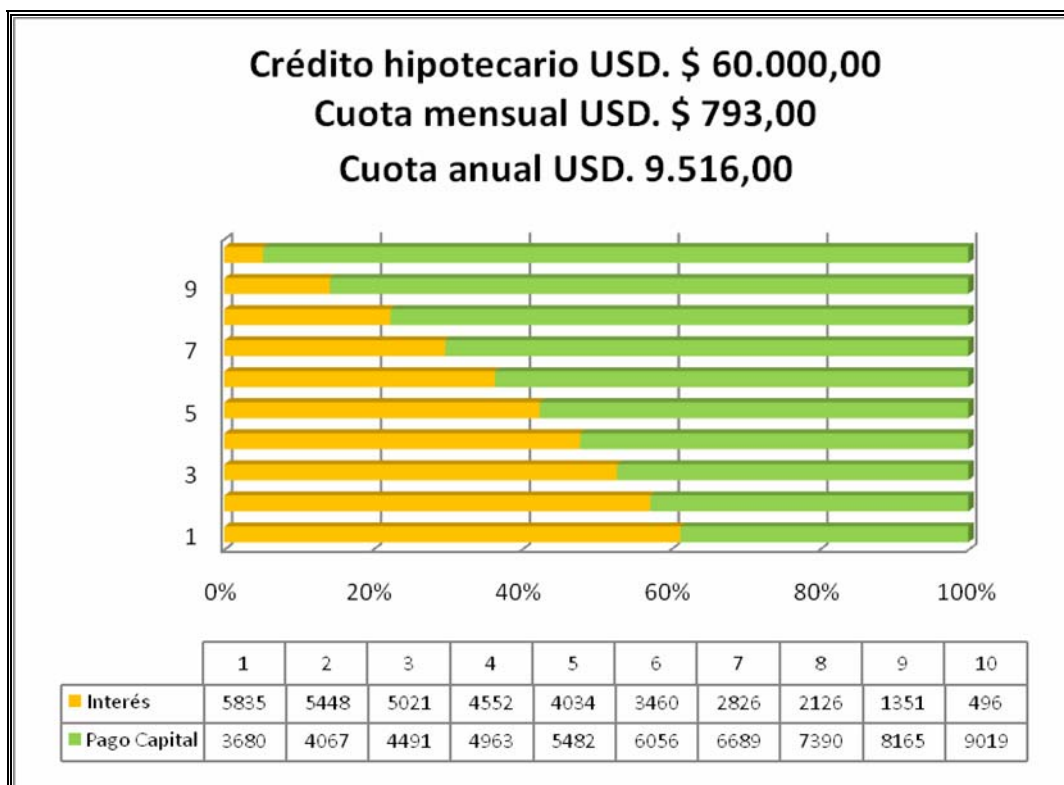
“La estructura o las fuentes de financiamiento pueden provenir de los inversionistas (accionistas o socios) y de instituciones de crédito. Cualquiera que sea la fuente de aportación, cada uno tendrá un costo asociado al capital que aporta y la empresa formada tendrá un costo de capital propio.”⁵⁴

La estructura del financiamiento de la siguiente forma 31,76% bancario y el 68,24% es capital propio.

El crédito hipotecario será por un monto de USD. \$ 60.000,00; a 10 años plazo con una tasa de interés del 12,05% anual que se destinará a la construcción, para lo cual se dispone de la siguiente tabla de amortización que indica los pagos realizados por intereses y capital, (Para mayor detalle favor ver Anexo “H”)

Gráfico No 53: Crédito Hipotecario

⁵⁴ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Qualityprint 1° Edición., 2004. Pág. 181



Fuente: Estudio Financiero, 2008
 Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.1.4. Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema en calcular el punto de equilibrio.”⁵⁵

$$\text{Punto de equilibrio (en dólares)} = \frac{\text{costos fijos totales}}{1 - \left[\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales}} \right]}$$

⁵⁵ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, 5ta. Edición México, 2006, Pág. 180

$$PE \$ = \frac{2.736,00}{1- (8.222,40 / 29.880,00)}$$

$$PE \$ = \$ 3.774,31$$

$$\text{Punto de equilibrio (en cantidades)} = \left[\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unit}} \right]$$

Cuadro No 92: Costo promedio de habitación

Ingreso Mensual por Alojamiento	\$ 2.490,00
Habitaciones (6 dobles y 6 triples)	12
Costo promedio mensual de habitación	\$ 207,50

Fuente: Estudio Financiero, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

$$PE q = \frac{2.736,00}{(207,50-57,10)}$$

$$PE q = 2736,00/150,40$$

$$PE q = 18 \text{ habitaciones}$$

4.2. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

“Son declaraciones informativas de la administración de una entidad o empresa, con respecto a su situación financiera y de los resultados de sus operaciones, mediante la presentación de documentos básicos que siguen una estructura fundamentada en los principios contables generalmente aceptados”⁵⁶

⁵⁶ NARANJO Salguero Marcelo, Contabilidad Comercial y de Servicios. Imprenta Don Bosco Quito, 2000. Pág. 347

4.2.1. Balance General

“Es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, determinando la posición de la empresa en un momento dado.”⁵⁷

(Para mayor detalle favor ver Anexo “L”)

4.2.2. Estado de resultados (pérdidas y ganancias)

“Es la agrupación ordenada las cuentas que originaron gastos y rentas en un periodo contable de una empresa.

El estado de resultados tiene algunos sinónimos que son:

- Estado de ingresos y egresos o estado de pérdidas y ganancias
- Estado de rendimientos económicos”⁵⁸

(Para mayor detalle favor ver Anexo “Ñ”)

4.2.3. Flujo neto de fondos

“También llamado flujo de caja proyectado mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene; los elementos básicos se compone de tres elementos:

- Los egresos iniciales de fondos
- Los ingresos y egresos de operación.
- El momento en que ocurren los ingresos y egresos.”⁵⁹

En el presente proyecto tenemos el flujo del proyecto y el del inversionista, (Para mayor detalle favor ver Anexo “O”)

4.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

“La evaluación de proyectos se realiza una vez diseñado el proyecto e igualmente se puede realizar una vez ejecutado el proyecto y en funcionamiento. La

⁵⁷ Zapata Sanchez Pedro **Contabilidad General**, Mc Graw-Hill, 1996. Pág. 62

⁵⁸ Ídem Pág. 51

evaluación comprende una etapa de tipo justificativa y se preocupa de verificar la información y la viabilidad de los datos consignados en el proyecto.

La evaluación propiamente dicha y tiene como objetivo definir la mejor alternativa de inversión, pues una vez que se ha determinado que los proyectos son viables financiera y económicamente, el siguiente paso constituirá la aplicación de criterios de evaluación que determinen su importancia tanto para la economía nacional como para el inversionista.”⁶⁰

4.3.1. Determinación de Tasa de Descuento o Costo de oportunidad

“Para los proyectos de inversión a largo plazo cuya rentabilidad está determinada por los rendimientos futuros, es importante determinar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de caja futuros que permita expresarlos en términos de valor actual y compararlos con la inversión inicial.”⁶¹

“Tasa descuento o costo de oportunidad es el verdadero valor de los recursos cuando estos se dedican a su uso más valioso”.⁶²

Con información del Banco Central del Ecuador al 5 septiembre del 2008 se tiene la siguiente tasa de costo de oportunidad:

Cuadro No 93: Tasa Costo de Oportunidad

Crecimiento Sector Hoteles	Riesgo país	Bonos de Ahorro de EEUU	Tasa Costo de Oportunidad	
5,00 %	7,31 %	3,86%	16,17 %	Del proyecto y del inversionista

Fuente: Estudio Financiero, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.3.2. Criterios de evaluación

⁵⁹ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Qualityprint 1° Edición., 2004. Pág. 151 y 152

⁶⁰ Ídem Pág. 179

⁶¹ Ídem pág. 181

⁶² MIRANDA Miranda Juan, Gestión de proyectos, MM Editores, 4ta Edición, 2003, pág. 266

“Los métodos de evaluación de proyectos de inversión deben basarse en información idónea, extraída del estudio financiero, especialmente de los estados financieros.”⁶³

“La evaluación comparará los beneficios proyectados asociados a una definición de inversión con su correspondiente flujo de desembolsos proyectados, los principales métodos que utilizan el concepto de flujo de caja descontado son el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).”⁶⁴

4.3.2.1. Valor Actual Neto (VAN)

“Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los cash-flows futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.”⁶⁵

$VAN = II + \frac{FNE1}{(1+n)^1} + \frac{FNE2}{(1+n)^2} + \dots + \frac{FNE + VS}{(1+n)^k}$

- II = Inversión inicial
- FNE = Flujos netos esperados
- N = % del costo de oportunidad
- VS = valor de salvamento

Al realizar los correspondientes cálculos se pudo determinar que utilizando la tasa de descuento de Tasa de Costo de la Oportunidad de 16,17 % del proyecto da un resultado negativo de (-118.144,40).

Cuadro No 94: Valor Actual Neto del Proyecto

⁶³ MENESES Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Qualityprint 1° Edición., 2004. Pág. 180

⁶⁴ Sapag Chain, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pág. 293 y 295

⁶⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net

Año	Flujo de caja	TIR	Tasa de Costo de Oportunidad del Proyecto
		1,237%	16,17%
Comprobación			
0	-188893,00	-188893,00	-188893,00
1	10463,61	10335,77	9007,15
2	9883,57	9643,53	7323,62
3	9476,83	9133,70	6044,79
4	10456,56	9954,83	5741,34
5	1951,57	1835,23	922,39
6	9970,87	9261,90	4056,66
7	11420,01	10478,40	3999,53
8	11918,12	10801,83	3592,99
9	11745,92	10515,70	3048,18
10	120919,37	106932,10	27011,95
SUMAN		0,00	VAN -118144,40

Fuente: Estudio Financiero, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

Con la Tasa de Costo de Oportunidad del Inversor de 16,17% se obtiene un resultado negativo de (- 70.186,98), con estos resultados el proyecto no es factible.

Cuadro No 95: Valor Actual Neto del Inversor

Año	Flujo de caja	TIR	Tasa de Costo de Oportunidad del Inversor
		4,672%	16,17%
Comprobación			
0	-128893,00	-128893,00	-128893,00
1	5697,52	5443,21	4904,47
2	6331,23	5778,65	4691,37
3	6306,06	5498,78	4022,31
4	7798,43	6496,58	4281,85
5	-590,96	-470,34	-279,31
6	8669,34	6591,78	3527,14
7	10427,90	7575,00	3652,07
8	11575,15	8033,07	3489,59
9	12122,83	8037,64	3146,00
10	119838,73	75908,63	26770,55

SUMAN	0,00	VAN	-70686,98
-------	------	-----	-----------

Fuente: Estudio Financiero, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.3.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La Tasa Interna de Retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, la TIR de un proyecto se define como la tasa de interés a la cual el valor presente de los ingresos es igual al valor presente de los egresos.”⁶⁶

La siguiente ecuación es utilizada para determinar la TIR:

TIR	=	II	+	$\frac{FNE1}{(1+i)^1}$	+	$\frac{FNE2}{(1+i)^2}$	+	+	$\frac{FNE + VS}{(1+i)^n}$
------------	---	----	---	------------------------	---	------------------------	---------	---	----------------------------

FNE = flujo neto esperado

i = interés

VS = valor de salvamento

II = inversión inicial

Con los flujos de caja esperados se utilizó porcentajes por aproximación y al obtener un TIR positivo y negativo se realizó una interpolación, al efectuar los cálculos correspondientes se determina que la Tasa Interna de Retorno del Proyecto es 1,237% la misma que es muy baja en comparación con la Tasa de Costo de la Oportunidad del Proyecto de 16,17 %.

De la misma manera con los flujos netos esperados del inversionista la Tasa Interna de Retorno obtenida es 4,672% la que es inferior a la Tasa de Costo de Oportunidad del Inversionista del 16,17 %, por lo anteriormente indicado se rechaza la propuesta de inversión por no poder recuperar los fondos invertidos en el proyecto, considerando que de acuerdo a los estudios de mercado y técnico los ingresos no se pueden incrementar, los clientes no están en capacidad de pagar

⁶⁶ MIRANDA Miranda Juan, Gestión de proyectos, MM Editores, 4ta Edición, 2003, pág. 427

precios altos y la capacidad instalada de alojamiento se encuentra ocupada en su totalidad, demostrándose que el proyecto no es financieramente factible .

4.3.2.3. Período de recuperación

“El periodo de recuperación es el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, si los flujos fueren idénticos y constantes en cada periodo”⁶⁷, el cálculo se simplifica a la siguiente expresión:

$$PR = \frac{Io}{BN}$$

Pr = periodo de recuperación

Io = inversión inicial

BN = beneficios generados por período

Cuadro No 96: Periodo de Recuperación del Proyecto

Año	Ingresos anuales	Beneficios anuales	Acumulado
0		-188893,00	-188893,00
1	29880,00	10463,61	10463,61
2	29880,00	9883,57	20347,18
3	29957,05	9476,83	29824,01
4	29880,00	10456,56	40280,57
5	30866,77	1951,57	42232,14
6	29957,05	9970,87	52203,01
7	29880,00	11420,01	63623,02
8	29880,00	11918,12	75541,14
9	29957,05	11745,92	87287,06
10	189006,10	120241,19	207528,25
Total	459144,018	18635,24	

Fuente: Estudio Financiero, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

⁶⁷ Sapag Chain, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000, pág. 309

Por las consideraciones de los anteriores puntos se pudo determinar que los ingresos anuales menos los egresos no permiten que en transcurso de los 10 años de vida del proyecto se pueda recuperar la inversión, únicamente al vender el proyecto.

De la misma manera le ocurre al inversionista el que puede recuperar su inversión vendiendo el proyecto.

Cuadro No 97: Periodo de Recuperación del Inversionista

Periodo de Recuperación del Inversionista			
Año	Ingresos anuales	Beneficios anuales	Acumulado
0		-128893,00	-128893,00
1	29880,00	5697,52	5697,52
2	29880,00	6331,23	12028,75
3	29957,05	6306,06	18334,81
4	29880,00	7798,43	26133,23
5	30866,77	-590,96	25542,27
6	29957,05	8669,34	34211,61
7	29880,00	10427,90	44639,51
8	29880,00	11575,15	56214,65
9	29957,05	12122,83	68337,48
10	189006,10	119160,54	187498,02
Total	459144,02	58605,02	

Fuente: Estudio Financiero, 2008

Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.3.2.4. Relación Beneficio Costo (RB/C)

“El análisis económico del costo beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto.”⁶⁸

En donde la relación $B/C > 1$ el proyecto es conveniente

En donde la relación $B/C = 1$ el proyecto es indiferente

En donde la relación $B/C < 1$ el proyecto no es recomendable

Se utiliza la siguiente fórmula:

⁶⁸ MIRANDA Miranda Juan, Gestión de proyectos, MM Editores, 4ta Edición, 2003, pág. 284 y 288

$$RB/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+i)^n}}{\sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^n}}$$

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Valor presente de los ingresos}}{\text{Valor presente de los egresos}}$$

Cuadro No 98: Relación Beneficio Costo (RB/F)

Año	Ingresos actuales en USD.	Egresos actuales en USD.
1	29880	27212,3
2	29880	26825,3
3	29880	27168,8
4	29880	25929,3
5	29880	35278,98
6	29880	25607,8
7	29880	24203,3
8	29880	23503,3
9	29880	23498,8
10	29880	38174,3
Total	298800	277402,18

Fuente: Estudio Financiero, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

$$\text{Relación B/C} = \frac{298.800,00}{277.402,18}$$

$$\text{Relación B/C} = 1,077 \text{ USD.}$$

Los resultados de la relación de beneficio-costo es por cada dólar invertido se tiene un beneficio del 7,7% a pesar de ser aceptable es menor que la tasa de costo de oportunidad del proyecto y del inversionista que es 16,17% que es la tasa mínima aceptable para que sea rentable el proyecto.

4.3.3. Análisis de sensibilidad

“Es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible es) la Tasa Interna de Retorno (TIR) ante cambios en determinadas variables del proyecto”⁶⁹

El comportamiento de determinadas variables del proyecto como aumento de precio en los servicios, cambio de políticas fiscales, disminución de ventas, afectarán la estabilidad financiera de nuestra empresa, el análisis de sensibilidad nos indicará los límites a los cuales nuestro proyecto puede enfrentar para mantener su rentabilidad.

El presente proyecto por los anteriores análisis no es factible, al realizar un análisis para determinar que porcentaje se debería incrementar los precios de los servicios para que sea rentable se obtuvo un incremento del 116 % en las tarifas de alojamiento para tener un TIR del 16,17% que permitan igualar la Tasa del Costo de Oportunidad de 16,17%, pero el mercado no esta en capacidad de pagar este incremento según el presupuesto mensual que se destina al alojamiento según el Estudio de Mercado favor ver cuadro No 30.

Cuadro No 99: Análisis sensibilidad para concebir proyecto viable

	Suit Docentes	Hab. Doble	Hab. Triple
Precio sugerido según análisis de precios	\$ 15,00	\$ 90,00	\$ 80,00
Incremento 116%	\$ 32,40	\$ 194,40	\$ 172,80

Fuente: Estudio Financiero, 2008
Elaborado: Carlos A. Lema C.

4.4. CONCLUSIONES

- La Tasa Interna de Retorno del Proyecto es 1,237% y la Tasa Interna de Retorno del Inversionista es 4,619% las mismas que son muy bajas en

⁶⁹ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, 5ta. Edición México, 2006, Pág. 235

comparación con la Tasa de Costo de la Oportunidad del Proyecto de 16,17 % .

- Por lo indicado anteriormente se rechaza la propuesta de inversión por no poder recuperar los fondos invertidos en el proyecto por la cantidad de USD. \$ 188.893,00, considerando que de acuerdo a los estudios de mercado y técnico los ingresos no se pueden incrementar, los clientes no están en capacidad de pagar precios altos superiores a \$ 90,00 por persona en una habitación doble, \$ 80,00 por una habitación triple y la capacidad instalada de alojamiento se encuentra ocupada en su totalidad.
- Por las consideraciones de los anteriores puntos podemos determinar que los ingresos anuales menos los egresos no permiten que en transcurso de los 10 años de vida del proyecto se pueda recuperar la inversión, únicamente al vender el proyecto.
- Por lo manifestado anteriormente el presente proyecto financieramente no es viable, ya que sus ingresos no son suficientes para brindar rendimientos a sus accionistas.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- El 55,71 % de los encuestados según el Estudio de Mercado están en capacidad de pagar por el servicio de alojamiento, existiendo una demanda potencial de 691 estudiantes en el año 2008 según el trabajo de campo, existe una demanda insatisfecha de alojamiento para 414 Estudiantes Universitarios.
- Los estudiantes universitarios en un 42,9 % tiene un presupuesto económico total mensual entre \$ 120 y \$159, el 28,6 % gasta entre \$ 80 a \$119, el

22,9 % gasta más de \$160 y 5,7 % gasta entre \$ 40 y \$ 79 y el financiamiento de los estudios es solventado en un 47,1% por los padres, 20% por los familiares, el 30 % por el trabajo personal y el 2,9 % por una beca

- El 50 % de los encuestados tienen un presupuesto entre \$ 50 a \$ 69 para cancelar arriendo de vivienda, el 25,7 % gasta entre \$ 70 a \$89, el 12,9 % gasta entre \$ 30 a \$ 49, el 7,1 % menos de \$30, el 1,4 % gasta entre \$110 a \$ 130 y el 2,9 % gasta más \$131 y tomando como referencia los precios de los servicios sustitutos se calculó el precio del alojamiento.
- Los precios actuales de hospedaje en residencias, hostales, pensiones, arriendos de departamentos y habitaciones de estudiantes son considerados caros por el exceso de demanda que existente y el crecimiento de la población estudiantil de 26,62 % anual de la Escuela Politécnica del Ejército y del Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea de la ciudad de Latacunga.
- La capacidad instalada del proyecto son 30 personas que pueden ser alojadas en la Residencia Universitaria y estará ubicada en el sector de la FAE frente al Instituto Tecnológico de la Fuerza Aérea, al presentar ventajas de cercanía a un centro de estudio, servicios complementarios, disponibilidad de buses de recorrido urbano y parada de taxis.
- La inversión del proyecto es de USD. \$ 188.893,00 que será financiado el 68 % con capital propio y el 32 % será financiado con el Banco del Pichincha.
- La Residencia Universitaria va a pertenecer a una sociedad anónima con la participación de cinco socios.
- La empresa del presente proyecto de investigación, su organización es de estructura lineal es basada en la autoridad directa del jefe sobre sus

subordinados y tomando en consideración que es una empresa pequeña conformada por 4 personas

- La Tasa Interna de Retorno del Proyecto es 1,23% y la Tasa Interna de Retorno del Inversionista es 4,672% las mismas que son muy bajas en comparación con la Tasa de Costo de la Oportunidad del Proyecto de 16,17 % .
- Al efectuar el análisis de sensibilidad se determinó que para que el proyecto sea viable se requiere incrementar el precio de los servicios en un 116% y el 4,29% de los encuestados esta en capacidad de pagar más de \$110 por concepto de alojamiento mensual, porcentaje mínimo de clientes que permita ejecutar el proyecto.
- Por lo indicado anteriormente se rechaza la propuesta de inversión por no poder recuperar los fondos invertidos en el proyecto por la cantidad de USD. \$ 188.893,00, considerando que de acuerdo a los estudios de mercado y técnico los ingresos no se pueden incrementar, los clientes no están en capacidad de pagar precios altos superiores a \$ 90,00 por persona en una habitación doble, \$ 80,00 por una habitación triple y la capacidad instalada de alojamiento se encuentra ocupada en su totalidad.
- Por las consideraciones anteriores podemos determinar que los ingresos anuales menos los egresos no permiten que en transcurso de los 10 años de vida del proyecto se pueda recuperar la inversión, únicamente al vender el proyecto.
- Por lo manifestado anteriormente el presente proyecto financieramente no es viable, ya que sus ingresos no son suficientes para brindar rendimientos a sus accionistas.

5.2. RECOMENDACIONES

Después de haber realizado el estudio económico, se determinó que el proyecto en estudio NO ES FACTIBLE de ejecutarlo por tener problemas en la recuperación de la inversión.

ANEXOS

ANEXO “A”

MATRIZ DEL CUESTIONARIO

Objetivo específico	Preguntas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar un estudio de mercado sobre la oferta, demanda y competencia de los servicios de alojamiento y alimentación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿El servicio de alojamiento para estudiantes en la ciudad lo considera? Excelente Muy bueno Bueno Malo Otro (especifique) 2. ¿Piensa que existe demanda de una residencia universitaria? Si No Porque: a.-..... 3. ¿Conoce una residencia universitaria en la ciudad? No Si Cual 4. ¿Donde usted se aloja regularmente? Casas de amigos

	<p>Hoteles o residencia Piezas para estudiantes o departamentos Vive con sus familiares. Otro: (Especifique)</p> <p>5. ¿Cuál es su sexo? Masculino Femenino</p>
<p>Diseñar un estudio técnico sobre el tamaño del proyecto, capacidad del servicio de alojamiento y servicios complementarios y la localización del proyecto.</p>	<p>5. ¿Señale los dos más importantes servicios que requiere una residencia universitaria?</p> <p>Transporte Lavandería Centro de computo Otro (especifique)</p> <p>6. ¿Dónde usted come preferentemente? Snack Bar. Salón Restaurante En casa familiar Bar universitario</p> <p>7. ¿Qué tipo de almuerzo prefiere?</p> <p>Completo (sopa, plato fuerte, postre) Plato fuerte Sanduche</p>

	<p>Otro (especifique).</p> <p>8. ¿Para servirse los alimentos prefiere?</p> <p>Servicio Self Service Servicio con salneros. Otro (especifique).</p> <p>9. ¿Qué comida considera la mas importante?</p> <p>Desayuno Almuerzo. Merienda Otro (especifique).</p> <p>10. ¿Su residencia actual dispone estos servicios básicos?</p> <p>Si No Cuales: Tv cable Internet Baño individual Closet individual</p> <p>11. ¿En que sector preferiría que se construya una residencia universitaria?</p> <p>Norte Sur Centro</p>
--	---

	<p>Fuera de la ciudad Otro (especifique).</p> <p>12. ¿La calidad de los servicios básicos de vivienda donde usted reside es? Mala. Regular. Buena. Excelente. Otro (especifique).</p> <p>13. ¿Qué servicios adicionales preferiría al construirse una Residencia Universitaria?</p> <p>Internet Biblioteca Sala de juegos Gimnasio Templo de oración Otro (especifique)</p> <p>14. ¿Donde usted reside es?</p> <p>Inseguro. Seguro. Muy seguro. Otro (especifique)</p> <p>15. ¿Para transportarse de su vivienda a la universidad se</p>
--	--

	<p>demora aproximadamente?</p> <p>- 10 minutos 10 a 30 minutos + 30 minutos</p> <p>16. Para transportarse de su vivienda a la universidad gasta mensualmente?</p> <p>- \$10 \$10 a \$30 + \$30</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar la organización de la empresa en relación al servicio que se va a ofertar. 	<p>17. ¿Para el lavado y planchado de su vestuario lo realiza?</p> <p>Personalmente. Familia. Contrata una lavandera. Lavandería.</p> <p>18. ¿La limpieza de su dormitorio lo realiza?</p> <p>Personalmente. Familia. Empleada domestica. Otro (especifique)</p>

	<p>19. ¿El servicio de Internet para realizar tareas lo realiza en?</p> <p>Cafenet. Casa de amigos Familiares Casa propia Otro (especifique)</p> <p>20. ¿Para el transporte a la universidad lo realiza en?</p> <p>Buseta de recorrido. Transporte publico Camina o usa bicicleta Transporte propio Otro (especifique)</p>
<p>▪Determinar la viabilidad financiera del proyecto.</p>	<p>21. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de vivienda es?</p> <p>50-70 Dólares. 70-90 Dólares. 90-110 Dólares. + de 110 Dólares.</p> <p>22. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de alimentación?</p>

	<p>20-50 Dólares. 50-70 Dólares. 70-90 Dólares. + de 90 Dólares.</p> <p>23. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de servicios como investigación y consulta (Internet, centro de cómputo) es?</p> <p>10-20 Dólares. 20-30 Dólares. 30-40 Dólares. + de 40 Dólares.</p> <p>24. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de tarjetas de telefonía móvil es?</p> <p>5-10 Dólares. 10-15 Dólares. 15-20 Dólares. + de 20 Dólares.</p> <p>25. ¿El presupuesto económico mensual total es?</p> <p>30-60 Dólares. 60-90 Dólares. 90-120 Dólares. + de 120 Dólares.</p>
--	--

	<p>26. ¿El financiamiento de sus estudios es solventado por? Padres. Familiares. Trabajo personal. Beca. Otro (especifique)</p> <p>27. ¿Conoce de las becas otorgadas por el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo? Si. No.</p> <p>28. ¿Al constar el rubro subsistencias en las becas educativas otorgadas por el IECE solicitaría una? Si. No.</p>
--	--

ANEXO "B"

ENCUESTA PILOTO

CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

Objetivo: Determinar la necesidad de un servicio de alojamiento para estudiantes universitarios en la ciudad de Latacunga, para analizar la factibilidad de crear una Residencia Universitaria.

PERFIL DEL CLIENTE

NOMBRE

1. ¿Que ocupación tiene?

- 1.1 Estudiante Universitario
- 1.2 Docente
- 1.3 Personal Administrativo
- 1.4 Otro (especifique)

2. ¿El financiamiento de sus estudios es solventado por?

- 2.1 Padres.
- 2.2 Familiares.
- 2.3 Trabajo personal.
- 2.4 Beca.
- 2.5 Otro (especifique)

3. ¿Conoce de las becas otorgadas por el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo?

- 3.1 Si.
- 3.2 No.

4. ¿Solicitaría una beca en el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo?

- 4.1 Si.
- 4.2 No.

PERFIL DE LA RESIDENCIA

5. ¿El servicio de alojamiento para estudiantes en la ciudad de Latacunga lo considera?

- 5.1 Excelente
- 5.2 Bueno
- 5.3 Malo

5.4 Otro (especifique)

6. ¿Piensa que existe demanda de una residencia universitaria?

6.1 Si

6.2 No

6.3 Porque: a.

7. ¿Conoce una Residencia Universitaria en la ciudad?

7.1 No

7.2 Si

7.3 ¿Cuál?

8. ¿Donde usted se aloja regularmente?

8.1 Casas de amigos

8.2 Hoteles o residencia

8.3 Piezas para estudiantes o departamentos

8.4 Vive con sus familiares.

8.5 Otro: (Especifique)

9. ¿Señale usted los dos más importantes servicios que requiere una residencia universitaria?

9.1 Transporte

9.2 Lavandería

9.3 Restaurante

9.4 Centro de computo

9.5 Otro (especifique)

10. ¿Dónde usted almuerza preferentemente?

10.1 Snack Bar.

10.2 Salón

10.3 Restaurante

10.4 En casa familiar

10.5 Bar universitario

10.6 Otro (especifique)

11. ¿Qué tipo de almuerzo prefiere?

11.1 Completo (sopa, plato fuerte y postre)

11.2 Plato fuerte

- 11.3 Sanduche
- 11.4 Otro (especifique).

12. ¿Para servirse los alimentos prefiere?

- 12.1 Servicio Self Service
- 12.2 Servicio con saloneros.
- 12.3 Otro (especifique).

13. ¿Qué comida usted considera la mas importante?

- 13.1 Desayuno
- 13.2 Almuerzo.
- 13.3 Merienda
- 13.4 Otro (especifique).

14. ¿Su residencia actual dispone de servicios básicos?

- 14.1 Si
- 14.2 No

15. ¿Qué otros servicios dispone su residencia actual?

- 15.1 Tv cable
- 15.2 Internet
- 15.3 Gimnasio
- 15.4 Salón de juegos

16. ¿En que sector de Latacunga preferiría que se construya una residencia universitaria?

- 16.1 Norte
- 16.2 Sur
- 16.3 Centro
- 16.4 Fuera de la ciudad
- 16.5 Otro (especifique).

17. ¿La calidad de los servicios básicos de vivienda donde usted reside es?

- 17.1 Excelente.
- 17.2 Bueno.
- 17.3 Malo.
- 17.4 Otro (especifique).

18. ¿En orden de importancia qué servicios adicionales preferiría al construirse una Residencia Universitaria?

- 18.1 Internet
- 18.2 Biblioteca
- 18.3 Sala de juegos
- 18.4 Gimnasio
- 18.5 Templo de oración
- 18.6 Otro (especifique)

19. ¿Donde usted reside es un lugar seguro?

- 19.1 Inseguro.
- 19.2 Seguro.
- 19.3 Otro (especifique)

20. ¿Para transportarse de su vivienda a la universidad cuanto tiempo se demora aproximadamente?

- 20.1 Menos de 10 minutos
- 20.2 Entre 10 a 30 minutos
- 20.3 Mas de 30 minutos

21. Para transportarse de su vivienda a la universidad gasta mensualmente?

- 21.1 Menos de \$10
- 21.2 Entre \$10 a \$30
- 21.3 Mas de \$30

22. ¿Usted para el lavado y planchado de su vestuario lo realiza principalmente?

- 22.1 Usted
- 22.2 Familia.
- 22.3 Contrata una lavandera.
- 22.4 Lavandería.
- 22.5 Otro (especifique)

23. ¿La limpieza de su dormitorio lo realiza?

- 23.1 Usted
- 23.2 Familia.
- 23.3 Empleada domestica.
- 23.4 Otro (especifique)

24. ¿El lugar que usted frecuenta para utilizar el servicio de Internet es ?

- 24.1 Café Net.
- 24.2 Casa de amigos
- 24.3 Familiares
- 24.4 Casa propia
- 24.5 Otro (especifique)

25. ¿Para el transporte a la universidad usted preferentemente usa?

- 25.1 Buseta de recorrido.
- 25.2 Transporte publico
- 25.3 Camina o usa bicicleta
- 25.4 Transporte propio
- 25.5 Otro (especifique)

26. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de vivienda es?

- 26.1 Menos de \$ 30 Dólares.
- 26.2 De \$ 30 a \$ 49 Dólares.
- 26.3 De \$ 50 a \$ 69 Dólares.
- 26.4 De \$ 70 a \$ 89 Dólares.
- 26.5 De \$ 90 a \$ 109 Dólares.
- 26.6 De \$110 a \$130 Dólares.
- 26.7 Más de \$ 131 Dólares.

27. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de alimentación?

- 27.1 Menos de \$ 20 Dólares.
- 27.2 De \$ 20 a \$ 49 Dólares.
- 27.3 De \$ 50 a \$ 69 Dólares.
- 27.4 De \$ 70 a \$ 89 Dólares.
- 27.5 Más de \$ 90 Dólares.

28. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de servicios como investigación y consulta (Internet, centro de cómputo) es?

- 28.1 Menos de \$ 10 Dólares.
- 28.2 De \$ 10 a \$ 19 Dólares.
- 28.3 De \$ 20 a \$ 29 Dólares.
- 28.4 De \$ 30 a \$ 39 Dólares.
- 28.5 Más de \$ 40 Dólares.

29. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de tarjetas de telefonía móvil es?

- 29.1 Menos de \$ 5 Dólares.
- 29.2 De \$5 a \$ 9 Dólares.
- 29.3 De \$ 10 a \$ 14 Dólares.
- 29.4 De \$ 15 a \$ 19 Dólares.
- 29.5 Más de \$ 20 Dólares.

30. ¿El presupuesto económico mensual total es?

- 30.1 Menos de \$ 30 Dólares.
- 30.2 De \$ 30 a \$ 59 Dólares.
- 30.3 De \$ 60 a \$ 89 Dólares.
- 30. 4 De \$ 90 a \$ 119 Dólares.
- 30.5 Más de \$ 120 Dólares.

31. ¿El financiamiento de sus estudios es solventado por?

- 31.1 Padres.
- 31.2 Familiares.
- 31.3 Trabajo personal.
- 31.4 Beca.
- 31.5 Otro (especifique)

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO "C"

ENCUESTA DEFINITIVA

CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

Objetivo: Determinar la necesidad de un servicio de alojamiento para estudiantes universitarios en la ciudad de Latacunga, para analizar la factibilidad de crear una Residencia Universitaria.

PERFIL DEL CLIENTE

NOMBRE

E MAIL

1. ¿Que ocupación tiene?

1.1 Estudiante Universitario

1.2 Docente

1.3 Personal Administrativo

1.4 Otro (especifique)

2. ¿El financiamiento de sus estudios es solventado por?

2.1 Padres.

2.2 Familiares.

2.3 Trabajo personal.

2.4 Beca.

2.5 Otro (especifique)

3. ¿Conoce de las becas otorgadas por el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo?

3.1 Si.

3.2 No.

4. ¿Solicitaría una beca en el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo?

4.1 Si.

4.2 No.

PERFIL DE LA RESIDENCIA

5. ¿El servicio de alojamiento para estudiantes en la ciudad de Latacunga lo considera?

5.1 Excelente

5.2 Bueno

- 5.3 Malo
- 5.4 Otro (especifique)

6. ¿Piensa que existe demanda de una residencia universitaria?

- 6.1 Si
- 6.2 No
- 6.3 Porque: a.

7. ¿Conoce una Residencia Universitaria en la ciudad?

- 7.1 No
- 7.2 Si
- 7.3 ¿Cuál?

8. ¿Donde usted se aloja regularmente?

- 8.1 Casas de amigos
- 8.2 Hoteles o residencia
- 8.3 Piezas para estudiantes o departamentos
- 8.4 Vive con sus familiares.
- 8.5 Otro: (Especifique)

9. ¿Señale usted los dos más importantes servicios que requiere una residencia universitaria?

- 9.1 Lavandería
- 9.2 Restaurante
- 9.3 Centro de computo
- 9.4 Otro (especifique)

10. ¿Dónde usted almuerza preferentemente?

- 10.1 Snack Bar.
- 10.2 Salón
- 10.3 Restaurante
- 10.4 En casa familiar
- 10.5 Bar universitario
- 10.6 Otro (especifique)

11. ¿Qué tipo de almuerzo prefiere?

- 11.1 Completo (sopa, plato fuerte y postre)

- 11.2 Plato fuerte
- 11.3 Sanduche
- 11.4 Otro (especifique).

12. ¿Para servirse los alimentos prefiere?

- 12.1 Servicio Self Service
- 12.2 Servicio con saloneros.
- 12.3 Otro (especifique).

13. ¿Qué comida usted considera la mas importante?

- 13.1 Desayuno
- 13.2 Almuerzo.
- 13.3 Merienda
- 13.4 Otro (especifique).

14. ¿Su residencia actual dispone de servicios básicos?

- 14.1 Si
- 14.2 No

15. ¿Qué otros servicios dispone su residencia actual?

- 15.1 Tv cable
- 15.2 Internet
- 15.3 Gimnasio
- 15.4 Salon de juegos
- 15.5 Ninguno
- 15.6 Otro (especifique).

16. ¿En que sector de Latacunga preferiría que se construya una residencia universitaria?

- 16.1 Norte
- 16.2 Sur
- 16.3 Centro
- 16.4 Fuera de la ciudad
- 16.5 Otro (especifique).

17. ¿La calidad de los servicios básicos de vivienda donde usted reside es?

- 17.1 Excelente.
- 17.2 Bueno.
- 17.3 Malo.

17.4 Otro (especifique)

18. ¿Señale el servicio adicional más importante al construirse una Residencia Universitaria?

- 18.1 Areas deportivas
- 18.2 Biblioteca
- 18.3 Sala de juegos
- 18.4 Gimnasio
- 18.5 Templo de oración
- 18.6 Otro (especifique)

19. ¿Donde usted reside es un lugar seguro?

- 19.1 Inseguro.
- 19.2 Seguro.
- 19.3 Otro (especifique)

20. ¿Para transportarse de su vivienda a la universidad cuanto tiempo se demora aproximadamente?

- 20.1 Menos de 10 minutos
- 20.2 Entre 10 a 30 minutos
- 20.3 Mas de 30 minutos

21. Para transportarse de su vivienda a la universidad gasta mensualmente?

- 21.1 Nada
- 21.2 Menos de \$10
- 21.3 Entre \$10 a \$30
- 21.4 Mas de \$30

22. ¿Usted para el lavado y planchado de su vestuario lo realiza principalmente?

- 22.1 Usted
- 22.2 Familia.
- 22.3 Contrata una lavandera.
- 22.4 Lavandería.
- 22.5 Otro (especifique)

23. ¿La limpieza de su dormitorio lo realiza?

- 23.1 Usted
- 23.2 Familia.

- 23.3 Empleada domestica.
- 23.4 Otro (especifique)

24. ¿El lugar que usted frecuenta para utilizar el servicio de Internet es ?

- 24.1 Café Net.
- 24.2 Casa de amigos
- 24.3 Familiares
- 24.4 Casa propia
- 24.5 Universidad
- 24.6 Otro (especifique)

25. ¿Para el transporte a la universidad usted preferentemente usa?

- 25.1 Buseta de recorrido.
- 25.2 Transporte publico
- 25.3 Camina o usa bicicleta
- 25.4 Transporte propio
- 25.5 Otro (especifique)

26. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de vivienda es?

- 26.1 Menos de \$ 30 Dólares.
- 26.2 De \$ 30 a \$ 49 Dólares.
- 26.3 De \$ 50 a \$ 69 Dólares.
- 26.4 De \$ 70 a \$ 89 Dólares.
- 26.5 De \$ 90 a \$ 109 Dólares.
- 26.6 De \$110 a \$130 Dólares.
- 26.7 Más de \$ 131 Dólares.

27. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de alimentación es?

- 27.1 Menos de \$ 20 Dólares.
- 27.2 De \$ 20 a \$ 49 Dólares.
- 27.3 De \$ 50 a \$ 69 Dólares.
- 27.4 De \$ 70 a \$ 89 Dólares.
- 27.5 Más de \$ 90 Dólares.

28. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de servicios como investigación y consulta (Internet, impresiones y copias) es?

- 28.1 Menos de \$ 10 Dólares.

- 28.2 De \$ 10 a \$ 19 Dólares.
- 28.3 De \$ 20 a \$ 29 Dólares.
- 28.4 De \$ 30 a \$ 39 Dólares.
- 28.5 Más de \$ 40 Dólares.

29. ¿El presupuesto económico mensual que usted asigna para el pago de tarjetas de telefonía móvil es?

- 29.1 Menos de \$ 5 Dólares.
- 29.2 De \$5 a \$ 9 Dólares.
- 29.3 De \$ 10 a \$ 14 Dólares.
- 29.4 De \$ 15 a \$ 19 Dólares.
- 29.5 De \$ 20 a \$ 25 Dólares.
- 29.6 Más de \$ 26 Dólares.

30. ¿El presupuesto económico mensual total es?

- 30.1 Menos de \$ 40 Dólares.
- 30.2 De \$ 40 a \$ 79 Dólares.
- 30.3 De \$ 80 a \$ 119 Dólares.
30. 4 De \$ 120 a \$ 159 Dólares.
- 30.5 Más de \$ 160 Dólares.

31. ¿Se alojaría en una residencia universitaria que le brinde los siguientes servicios: habitaciones simples, dobles o triples, agua caliente, closet individual, escritorio, closet individual, escritorio, punto de internet y servicio de limpieza de habitaciones?

- 31.1 Si
- 31.2 No

32. ¿Reside en el área urbana de la ciudad de Latacunga ?

- 32.1 Urbana
- 32.2 Rural

33. ¿Usted pagaría \$ 90 por una habitación doble con los siguientes servicios: habitaciones simples, dobles o triples, agua caliente, closet individual, escritorio, closet individual, escritorio, punto de internet y servicio de limpieza de habitaciones?

- 33.1 Si
- 33.2 No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO "D"

ENTREVISTA PILOTO A INFORMANTES CALIFICADOS

CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

Objetivo: Determinar la necesidad de un servicio de alojamiento para estudiantes universitarios en la ciudad de Latacunga, para analizar la factibilidad de crear una Residencia Universitaria.

NOMBRE

ORGANIZACIÓN

CARGO ACTUAL

1. ¿Cuáles son sus principales clientes?

.....

.....

.....

2. ¿Cómo esta organizada su empresa?

.....

.....

.....

3. ¿Cuáles son los valores que cobra por alojamiento y alimentación?

.....

.....

.....

4. ¿Qué servicios adicionales dispone y cuales son sus costos?

.....

.....

.....

5. ¿Cuál considera que es el principal problema en el hospedaje y alimentación de sus clientes?

.....

.....

.....

6. ¿Cuáles es la capacidad de alojamiento y de alimentación de su establecimiento?

.....
.....
.....

7. ¿Qué cantidad de personal requiere para brindar los servicios de alojamiento y alimentación?

.....
.....
.....

8. ¿En los últimos 5 años que porcentaje de crecimiento ha tenido su empresa?

.....
.....
.....

9. ¿Qué organismos gubernamentales, municipales o particulares realizan algún tipo de control en su establecimiento?

.....
.....
.....

10. ¿Qué medidas de seguridad están implementadas en su establecimiento para evitar accidentes?

.....
.....
.....

11. ¿El personal que labora en su establecimiento es capacitado por la empresa y en donde ?

.....
.....
.....

12. ¿Para la conservación de alimentos que procedimientos cumplen para evitar una intoxicación alimenticia.?

.....
.....
.....

13. ¿Que estrategias utiliza su empresa dar un servicio de calidad?

.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO "E"

ENTREVISTA A INFORMANTES CALIFICADOS

CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

Objetivo: Determinar la necesidad de un servicio de alojamiento para estudiantes universitarios en la ciudad de Latacunga, para analizar la factibilidad de crear una Residencia Universitaria.

NOMBRE

ORGANIZACIÓN

CARGO ACTUAL

PAGINA WEB

1. ¿Cuáles son sus principales clientes?

.....

.....

.....

2. ¿Cómo esta organizada su empresa?

.....

.....

.....

3. ¿Cuál considera que es el principal problema en el hospedaje y alimentación de sus clientes?

.....

.....

.....

4. ¿Cuáles es la capacidad de alojamiento y de alimentación de su establecimiento?

.....

.....

.....

5. ¿Qué cantidad de personal requiere para brindar los servicios de alojamiento y alimentación?

.....
.....
.....

6. ¿En los últimos 5 años que porcentaje de crecimiento ha tenido su empresa?

.....
.....
.....

7. ¿Qué organismos gubernamentales, municipales o particulares realizan algún tipo de control en su establecimiento?

.....
.....
.....

8. ¿Qué medidas de seguridad están implementadas en su establecimiento para evitar accidentes?

.....
.....
.....

9. ¿El personal que labora en su establecimiento es capacitado por la empresa y en donde ?

.....
.....
.....

10. ¿Para la conservación de alimentos que procedimientos cumplen para evitar una intoxicación alimenticia.?

.....
.....

11. ¿Que estrategias utiliza su empresa para reducir costos y dar un servicio de calidad?

.....
.....
.....

12. ¿Cuáles son los valores que cobra por alojamiento y alimentación?

.....
.....
.....

13. ¿Qué servicios adicionales dispone y cuales son sus costos?

.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO "F"

ENCUESTA PARA DETERMINAR EL NOMBRE DE LA EMPRESA

CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA

Objetivo: Determinar el nombre de un servicio de alojamiento para estudiantes universitarios en la ciudad de Latacunga, para crear en los clientes un nombre que tenga familiaridad con la actividad a realizar

PREGUNTA

1. ¿Cuál de los siguientes nombres considera el apropiado para una Residencia Universitaria?

- 1.1 Residencia Universitaria Latacunga
- 1.2 Residencia Universitaria Cotopaxi
- 1.3 Residencia Universitaria del Estudiante
- 1.4 Otro (especifique)

Gracias por su colaboración.....

ANEXO “G”

PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA ANÓNIMA

COMPAÑÍAS ANÓNIMAS

Requisitos:

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 01.Q.DSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2001) y su reforma constante en la Resolución No. 02.Q.DSC.006 (R.O. 566 de 30 de abril del 2002). De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

El objeto social:

Afiliaciones (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías):

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el R.O. 689 de 5 de mayo de 1995.

El origen de la inversión: Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría, por lo que los numerales antes indicados le son aplicables, con las salvedades antes señaladas.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e

intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el caso de aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal para la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

ANEXO "H"

Tabla de amortización de crédito hipotecario

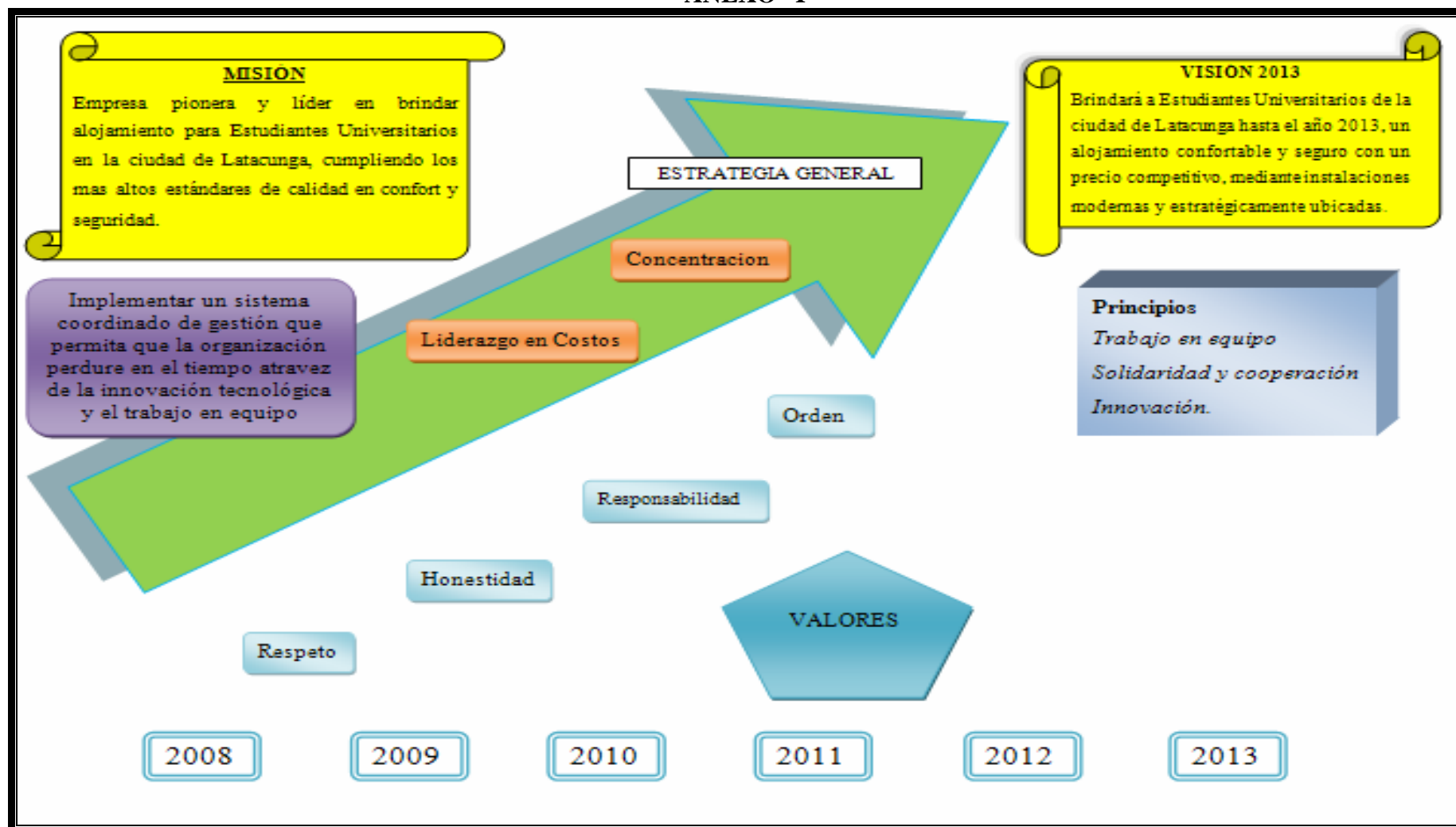
Nro.	Fecha	Capital Reducido	Interés	Pago Capital	Valor Cuota
1	may-08	\$59.707,00	\$500,00	\$293,00	\$793,00
2	jun-08	\$59.412,00	\$498,00	\$295,00	\$793,00
3	jul-08	\$59.114,00	\$495,00	\$298,00	\$793,00
4	ago-08	\$58.814,00	\$493,00	\$300,00	\$793,00
5	sep-08	\$58.511,00	\$490,00	\$303,00	\$793,00
6	oct-08	\$58.206,00	\$488,00	\$305,00	\$793,00
7	nov-08	\$57.898,00	\$485,00	\$308,00	\$793,00
8	dic-08	\$57.587,00	\$482,00	\$310,00	\$793,00
9	ene-09	\$57.274,00	\$480,00	\$313,00	\$793,00
10	feb-09	\$56.959,00	\$477,00	\$316,00	\$793,00
11	mar-09	\$56.640,00	\$475,00	\$318,00	\$793,00
12	abr-09	\$56.319,00	\$472,00	\$321,00	\$793,00
Subtotal 1		\$56.319,00	\$5.835,00	\$3.680,00	\$9.516,00
13	may-09	\$55.996,00	\$469,00	\$324,00	\$793,00
14	jun-09	\$55.670,00	\$467,00	\$326,00	\$793,00
15	jul-09	\$55.341,00	\$464,00	\$329,00	\$793,00
16	ago-09	\$55.009,00	\$461,00	\$332,00	\$793,00
17	sep-09	\$54.674,00	\$458,00	\$334,00	\$793,00
18	oct-09	\$54.337,00	\$456,00	\$337,00	\$793,00
19	nov-09	\$53.997,00	\$453,00	\$340,00	\$793,00
20	dic-09	\$53.654,00	\$450,00	\$343,00	\$793,00
21	ene-10	\$53.308,00	\$447,00	\$346,00	\$793,00
22	feb-10	\$52.960,00	\$444,00	\$349,00	\$793,00
23	mar-10	\$52.608,00	\$441,00	\$352,00	\$793,00
24	abr-10	\$52.254,00	\$438,00	\$355,00	\$793,00
Subtotal 2		\$52.254,00	\$5.448,00	\$4.067,00	\$9.516,00
25	may-10	\$51.896,00	\$435,00	\$357,00	\$793,00
26	jun-10	\$51.536,00	\$432,00	\$360,00	\$793,00
27	jul-10	\$51.172,00	\$429,00	\$363,00	\$793,00
28	ago-10	\$50.806,00	\$426,00	\$366,00	\$793,00
29	sep-10	\$50.436,00	\$423,00	\$370,00	\$793,00
30	oct-10	\$50.064,00	\$420,00	\$373,00	\$793,00
31	nov-10	\$49.688,00	\$417,00	\$376,00	\$793,00
32	dic-10	\$49.309,00	\$414,00	\$379,00	\$793,00
33	ene-11	\$48.927,00	\$411,00	\$382,00	\$793,00
34	feb-11	\$48.542,00	\$408,00	\$385,00	\$793,00

35	mar-11	\$48.154,00	\$405,00	\$388,00	\$793,00
36	abr-11	\$47.762,00	\$401,00	\$392,00	\$793,00
Subtotal 3		\$47.762,00	\$5.021,00	\$4.491,00	\$9.516,00
37	may-11	\$47.367,00	\$398,00	\$395,00	\$793,00
38	jun-11	\$46.969,00	\$395,00	\$398,00	\$793,00
39	jul-11	\$46.567,00	\$391,00	\$401,00	\$793,00
40	ago-11	\$46.163,00	\$388,00	\$405,00	\$793,00
41	sep-11	\$45.754,00	\$385,00	\$408,00	\$793,00
42	oct-11	\$45.343,00	\$381,00	\$412,00	\$793,00
43	nov-11	\$44.928,00	\$378,00	\$415,00	\$793,00
44	dic-11	\$44.509,00	\$374,00	\$419,00	\$793,00
45	ene-12	\$44.087,00	\$371,00	\$422,00	\$793,00
46	feb-12	\$43.662,00	\$367,00	\$426,00	\$793,00
47	mar-12	\$43.233,00	\$364,00	\$429,00	\$793,00
48	abr-12	\$42.800,00	\$360,00	\$433,00	\$793,00
Subtotal 4		\$42.800,00	\$4.552,00	\$4.963,00	\$9.516,00
49	may-13	\$42.364,00	\$357,00	\$436,00	\$793,00
50	jun-13	\$41.924,00	\$353,00	\$440,00	\$793,00
51	jul-13	\$41.480,00	\$349,00	\$444,00	\$793,00
52	ago-13	\$41.033,00	\$346,00	\$447,00	\$793,00
53	sep-13	\$40.582,00	\$342,00	\$451,00	\$793,00
54	oct-13	\$40.127,00	\$338,00	\$455,00	\$793,00
55	nov-13	\$39.669,00	\$334,00	\$459,00	\$793,00
56	dic-13	\$39.207,00	\$331,00	\$462,00	\$793,00
57	ene-14	\$38.740,00	\$327,00	\$466,00	\$793,00
58	feb-14	\$38.270,00	\$323,00	\$470,00	\$793,00
59	mar-14	\$37.796,00	\$319,00	\$474,00	\$793,00
60	abr-14	\$37.318,00	\$315,00	\$478,00	\$793,00
Subtotal 5		\$37.318,00	\$4.034,00	\$5.482,00	\$9.516,00
61	may-14	\$36.836,00	\$311,00	\$482,00	\$793,00
62	jun-14	\$36.350,00	\$307,00	\$486,00	\$793,00
63	jul-14	\$35.861,00	\$303,00	\$490,00	\$793,00
64	ago-14	\$35.366,00	\$299,00	\$494,00	\$793,00
65	sep-14	\$34.868,00	\$295,00	\$498,00	\$793,00
66	oct-14	\$34.366,00	\$291,00	\$502,00	\$793,00
67	nov-14	\$33.859,00	\$286,00	\$507,00	\$793,00
68	dic-14	\$33.349,00	\$282,00	\$511,00	\$793,00
69	ene-15	\$32.834,00	\$278,00	\$515,00	\$793,00
70	feb-15	\$32.314,00	\$274,00	\$519,00	\$793,00
71	mar-15	\$31.791,00	\$269,00	\$524,00	\$793,00

72	abr-15	\$31.263,00	\$265,00	\$528,00	\$793,00
Subtotal 6		\$31.263,00	\$3.460,00	\$6.056,00	\$9.516,00
73	may-15	\$30.730,00	\$261,00	\$532,00	\$793,00
74	jun-15	\$30.194,00	\$256,00	\$537,00	\$793,00
75	jul-15	\$29.652,00	\$252,00	\$541,00	\$793,00
76	ago-15	\$29.106,00	\$247,00	\$546,00	\$793,00
77	sep-15	\$28.556,00	\$243,00	\$550,00	\$793,00
78	oct-15	\$28.001,00	\$238,00	\$555,00	\$793,00
79	nov-15	\$27.442,00	\$233,00	\$560,00	\$793,00
80	dic-15	\$26.877,00	\$229,00	\$564,00	\$793,00
81	ene-16	\$26.308,00	\$224,00	\$569,00	\$793,00
82	feb-16	\$25.735,00	\$219,00	\$574,00	\$793,00
83	mar-16	\$25.156,00	\$214,00	\$578,00	\$793,00
84	abr-16	\$24.573,00	\$210,00	\$583,00	\$793,00
Subtotal 7		\$24.573,00	\$2.826,00	\$6.689,00	\$9.516,00
85	may-17	\$23.985,00	\$205,00	\$588,00	\$793,00
86	jun-17	\$23.392,00	\$200,00	\$593,00	\$793,00
87	jul-17	\$22.794,00	\$195,00	\$598,00	\$793,00
88	ago-17	\$22.191,00	\$190,00	\$603,00	\$793,00
89	sep-17	\$21.583,00	\$185,00	\$608,00	\$793,00
90	oct-17	\$20.970,00	\$180,00	\$613,00	\$793,00
91	nov-17	\$20.352,00	\$175,00	\$618,00	\$793,00
92	dic-17	\$19.729,00	\$170,00	\$623,00	\$793,00
93	ene-18	\$19.100,00	\$164,00	\$629,00	\$793,00
94	feb-18	\$18.466,00	\$159,00	\$634,00	\$793,00
95	mar-18	\$17.827,00	\$154,00	\$639,00	\$793,00
96	abr-18	\$17.183,00	\$149,00	\$644,00	\$793,00
Subtotal 8		\$17.183,00	\$2.126,00	\$7.390,00	\$9.516,00
97	may-18	\$16.533,00	\$143,00	\$650,00	\$793,00
98	jun-18	\$15.878,00	\$138,00	\$655,00	\$793,00
99	jul-18	\$15.217,00	\$132,00	\$661,00	\$793,00
100	ago-18	\$14.551,00	\$127,00	\$666,00	\$793,00
101	sep-18	\$13.880,00	\$121,00	\$672,00	\$793,00
102	oct-18	\$13.203,00	\$116,00	\$677,00	\$793,00
103	nov-18	\$12.520,00	\$110,00	\$683,00	\$793,00
104	dic-18	\$11.831,00	\$104,00	\$689,00	\$793,00
105	ene-19	\$11.137,00	\$99,00	\$694,00	\$793,00
106	feb-19	\$10.437,00	\$93,00	\$700,00	\$793,00
107	mar-19	\$9.731,00	\$87,00	\$706,00	\$793,00
108	abr-19	\$9.019,00	\$81,00	\$712,00	\$793,00

Subtotal 9		\$9.019,00	\$1.351,00	\$8.165,00	\$9.516,00
109	may-19	\$8.301,00	\$75,00	\$718,00	\$793,00
110	jun-19	\$7.577,00	\$69,00	\$724,00	\$793,00
111	jul-19	\$6.848,00	\$63,00	\$730,00	\$793,00
112	ago-19	\$6.112,00	\$57,00	\$736,00	\$793,00
113	sep-19	\$5.370,00	\$51,00	\$742,00	\$793,00
114	oct-19	\$4.622,00	\$45,00	\$748,00	\$793,00
115	nov-19	\$3.867,00	\$39,00	\$754,00	\$793,00
116	dic-19	\$3.107,00	\$32,00	\$761,00	\$793,00
117	ene-20	\$2.340,00	\$26,00	\$767,00	\$793,00
118	feb-20	\$1.566,00	\$19,00	\$773,00	\$793,00
119	mar-20	\$786,00	\$13,00	\$780,00	\$793,00
120	abr-20	\$0,00	\$7,00	\$786,00	\$793,00
Subtotal 10		\$0,00	\$496,00	\$9.019,00	\$9.516,00

ANEXO "T"



ANEXO “J”

Depreciación y plusvalía de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	Valor Total	Vida Útil en Años	Años				
			1	2	3	4	5
Edificio	\$132.496,00	20	\$6.624,80	\$6.624,80	\$6.624,80	\$6.624,80	\$6.624,80
Terreno revalúo	\$25.000,00		-\$2.500,00	-\$2.500,00	-\$2.500,00	-\$2.500,00	-\$2.500,00
Maquinaria y equipos	\$13.434,28	3 a 10	\$1.863,89	\$1.863,89	\$1.863,89	\$1.863,89	\$1.863,89
Muebles y enseres	\$12.448,90	3 a 10	\$1.433,59	\$1.433,59	\$1.433,59	\$1.433,59	\$1.433,59
Equipos de oficina	\$1.056,00	5 a 10	\$176,94	\$176,94	\$176,94	\$176,94	\$176,94
TOTAL	\$184.435,18		\$7.599,22	\$7.599,22	\$7.599,22	\$7.599,22	\$7.599,22

ACTIVOS FIJOS	Valor Total	Vida Útil en Años	Años				
			6	7	8	9	10
Edificio	\$132.496,00	20	\$6.624,80	\$6.624,80	\$6.624,80	\$6.624,80	\$6.624,80
Terreno revalúo	\$25.000,00		-\$2.500,00	-\$2.500,00	-\$2.500,00	-\$2.500,00	-\$2.500,00
Maquinaria y equipos	\$13.434,28	3 a 10	\$1.863,89	\$1.863,89	\$1.863,89	\$1.863,89	\$1.863,89
Muebles y enseres	\$12.448,90	3 a 10	\$1.433,59	\$1.433,59	\$1.433,59	\$1.433,59	\$1.433,59
Equipos de oficina	\$1.056,00	5 a 10	\$176,94	\$176,94	\$176,94	\$176,94	\$176,94
TOTAL	\$184.435,18		\$7.599,22	\$7.599,22	\$7.599,22	\$7.599,22	\$7.599,22

ANEXO “K”

Cronograma de inversiones

Activos Fijos	Años										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Total Activos Fijos	\$184.435,18										
Edificio	\$132.496,00										
Terreno	\$25.000,00										
Maquinaria y Equipo	\$13.434,28			\$250,00		\$6.692,30	\$250,00			\$250,00	\$6.492,00
Muebles y Enseres	\$12.448,90			\$520,50		\$226,54	\$520,50			\$520,50	\$9.663,00
Equipos de Oficina	\$1.056,00					\$910,00					\$146,00
Activos Diferidos	\$983,44										
Gastos de Estudio del Proyecto	\$400,00										
Gastos de Constitución	\$400,00										
Gastos de Publicidad	\$183,44										
Total Activos	\$185.418,62										
Total Capital de Trabajo	\$3.474,38										
Insumos y Materiales	\$195,60										
Sueldos y Salarios MOD	\$2.779,68										
Servicios Básicos	\$436,00										
Útiles de Oficina y Escritorio	\$63,10										
TOTAL INVERSIÓN USD	\$188.893,00	\$0,00	\$0,00	\$770,50	\$0,00	\$7.828,84	\$770,50	\$0,00	\$0,00	\$770,50	\$16.301,00

ANEXO “L”

**RESIDENCIA UNIVERSITARIA COTOPAXI
BALANCE GENERAL AL 1 ENERO 2009**

DETALLE	VALOR USD.		DETALLE	VALOR USD.	
Activos Corrientes		\$ 3,474.38	Pasivos Largo Plazo		\$ 60,000.00
Caja chica	\$ 300.00		Hipotecas por pagar	\$ 60,000.00	
Bancos	\$ 3,174.38				
Activos Fijos		\$ 184,435.18	Patrimonio		\$ 128,893.00
Edificio	\$ 132,496.00		Capital acciones	\$ 128,893.00	
Terreno	\$ 25,000.00				
Maquinaria y Equipo	\$ 13,434.28				
Muebles y Enseres	\$ 12,448.90				
Equipos de Oficina	\$ 1,056.00				
Otros Activos					
Activos Diferidos		\$ 983.44			
Gastos de Estudio del Proyecto	\$ 400.00				
Gastos de Constitución	\$ 400.00				
Gastos de Publicidad	\$ 183.44				
TOTAL ACTIVOS		\$ 188,893.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 188,893.00

ANEXO “M”

PRESUPUESTO DE INGRESOS



ANEXO "N"

PRESUPUESTO DE EGRESOS



ANEXO “Ñ”



ANEXO "O"

FLUJO NETOS DEL PROYECTO

UTILIDAD NETA		1700,66	1947,37	2268,70	2518,57	3477,86	3263,84	3618,90	4065,15	4608,33	107225,34
(+)Depreciaciones activos fijos		7599,22	7599,22	7599,22	7599,22	7599,22	7599,22	7599,22	7599,22	7599,22	7599,22
(+)Amortizaciones		196,69	196,69	196,69	196,69	196,69					
(+)Impuestos y utilidad Empleados		967,04	1107,33	1290,05	1432,13	1977,61	1855,91	2057,80	2311,55	2620,42	
(-)Impuestos y utilidad Empleados			967,04	1107,33	1290,05	1432,13	1977,61	1855,91	2057,80	2311,55	2620,42
Inversión	-185418,62										
Inversión para reemplazo				-770,5		-9867,68	-770,5			-770,5	
Inversión capital de trabajo	-3474,38										
Ingreso capital de trabajo											3474,38
FLUJO NETO DE FONDOS	-188893,00	10463,61	9883,57	9476,83	10456,56	1951,57	9970,87	11420,01	11918,12	11745,92	120919,37

FLUJO NETOS DEL INVERSIONISTA

UTILIDAD NETA		1700,66	1947,37	2268,70	2518,57	3477,86	3263,84	3618,90	4065,15	4608,33	107225,34
Depreciaciones y plusvalía activos fijos		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Amortizaciones		196,86	196,86	196,86	196,86	196,86					
Inversión	-185418,62										
Inversión para reemplazo				-770,5		-9867,68	-770,5			-770,5	
Inversión capital de trabajo	-3474,38										
Ingreso capital de trabajo											3474,38
Financiamiento	60000,00										
Amortización financiamiento		3680,00	4067,00	4491,00	4963,00	5482,00	6056,00	6689,00	7390,00	8165,00	9019,00
FLUJO NETO DE FONDOS	-128893,00	5697,52	6331,23	6306,06	7798,43	-590,96	8669,34	10427,90	11575,15	12122,83	119838,73

GLOSARIO

Apalancamiento financiero.-

Grado en el cual una empresa depende de las deudas, se mide en razón de las deudas a largo plazo más el capital contable.

Auge.-

Periodo de máxima actividad económica antes de la inflexión hacia la fase recesiva. Una de las cuatro fases del ciclo económico.

Brecha del servicio.-

La distancia que existe entre las expectativas del cliente con respecto a un servicio y su percepción cuando ya se le ha brindado.

Calidad de los servicios.-

Actitud debido a una evaluación global, a largo plazo, del desempeño de una empresa.

Características del servicio.-

Los cuatro factores (intangibilidad, inseparabilidad, la heterogeneidad y al carácter perecedero) que diferencian a los servicios de los bienes.

Costo fijo.-

Costo fijo que es en su totalidad, durante un periodo determinado y un volumen dado. No depende de la cantidad de bienes y servicios producidos durante ese periodo.

Costo Variable.-

Costo que varia directamente de acuerdo con el volumen y que es de cero cuando la producción es de cero.

Demanda.-

Es la curva o tabla que se muestra que cantidad de un bien o servicio será demandada a diferentes precios posibles.

Demanda fluctuante.-

Característica de un servicio, la cual indica que un mercado de servicios cambia considerablemente con la estación, el día de la semana y la hora del día.

Demanda insatisfecha.-

Situación en la que no hay puntos inherentes que inciten al cambio. Cambios a partir de una situación de equilibrio ocurrirán solo como resultado de los factores exógenos que alteran el statu quo. Así pues, se tendrá una combinación de equilibrio de precio para el que no hay ni compradores ni vendedores frustrados que tiendan a empujar los precios al alza o a la baja para adquirir las cantidades deseadas o estimular sus ventas.

Edificio.-

Construcción grande de varios pisos o de mayor extensión que una casa, en la que viven distintas familias, hay oficinas y comercios.

Estudio de mercado.-

Las decisiones que se tomen en el área de la mercadotecnia y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente, para esto son necesarias las necesidades del mismo y como puede satisfacerse.

La investigación del mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Riesgo.-

Es la posibilidad de un perjuicio a raíz de prever en forma equivocada la evolución de una variable económica.

Servicios.-

Son actos, esfuerzos o actuaciones

Sustituto.-

Bienes o servicios que satisfacen necesidades similares. Cuando el aumento del precio de un bien causa un desplazamiento hacia la derecha en la curva de la demanda del otro, cualquiera que sea el precio de este último, se dice que los sustitutos son sustitutos entre sí.

Tendencia secular.-

Una tendencia en la actividad económica a lo largo de muchos años.

Valor agregado.-

Valor del producto vendido menos el costo de los insumos comprados a otras empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA Urbina G., **Evaluación de proyectos, análisis y administración del riesgo**. Editorial Mc. Graw Hill 4º Edición. 2002.
- Sapag Chain, Nassir, **Preparación y evaluación de proyectos**, Mac Graw Hill, 4ta Edición, 2000.
- BREALY R.; Myers S. **Fundamentos de financiación empresarial**. Ed. Mc Graw Hill 2002.
- CARLBERG C., **Análisis de los negocios con Excel** .Ed Prentice Hall. 2004.
- COSTALES Gavilanes Bolívar, **Diseño y elaboración de proyectos de inversión**: ESPE, Ecuador, Junio de 1996.
- DI VICENZO O. N., **Matemática financiera**. Ed. Kapeluz, 2000.
- HERRERA, Luis y otros, **Tutorías de Investigación científica**. Asociación de Facultades de Universidades, Quito-Ecuador, Enero del 2002.
- HILL Charles, **Administración estratégica**. Mc Graw-Hill, Madrid. 3ª edición. 2001.
- HOFFMAN Douclas; Batesson Jhon, **Fundamentos de Marketing de Servicios**. Thomson. 2º Edición. 2002.
- KOONTZ Harold; Weihrich, **Administración una perspectiva Global**. Mc Graw-Hill, Madrid. 10ª edición. 1996.
- LEVIN Richard;Rubin David, **Estadística para Administradores**. Prentice Hall 6ª edición. 1996.
- MENESES Álvarez Edilberto, **Preparación y evaluación de proyectos**, Qualityprint 1º Edición., 2004.
- MIRANDA Miranda Juan, **Gestión de proyectos**, MM Editores, 4ta Edición, 2003,
- MOCHÓN, Francisco, **Principios de Economía**, Mc Graw-Hill, Madrid. 1ª edición. 2000.

- NARANJO Salguero Marcelo, **Contabilidad Comercial y de Servicios**, Imprenta Don Bosco Quito, 2000.
- O'KEAN J. M., **Economía para negocios**. Ed. Mc Graw Hill 2000.
- PINDYCK R.S.; Rubinfeld D. L., **Econometría. Modelos y pronósticos**. Ed. Mc Graw Hill 2000.
- RAMÍREZ César Cavassa, **Hoteles**. Trillas 3° Edición. 2007.
- Ross, Westerfield, **Finanzas Corporativas**, Mc GrawHill, 2 da. Edición, 2005
- SAPAG Chain. N., **Preparación y evaluación de proyectos**. Ed. Mc. Graw Hill 2000.
- SOLANET M.A., Cozzetti D.; Rapetti. E.O. **Evaluación económica de proyectos de inversión**. Ed. El Ateneo 1991.
- STANTON Williams; Etzel Michael; Walker Bruce **Fundamentos de Marketing** Mc Graw-Hill , Edición. 11
- SUÁREZ Suárez A., **Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa**. 1
- 8° Edición. Madrid Ediciones Pirámide, 1998.
- LEVIN Richard y RUBIN David S., **Estadística para Administración y Economía** 7ª Edición.
- VARELA Rodrigo, **Innovación Empresarial**. Prentice Hall 2ª edición 2001.
- ZAPATA Pedro, **Contabilidad General**. Ed. Mc. Graw Hill 2ª edición 1996.

▪ **PAGINAS WEBS:**

http://www.inec.gov.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/inv_eco/servicios

<http://www.bce.fin.ec/frame.php>

http://www.conesup.net/lista_institutos.php

http://www.conesup.net/lista_universidades.php

<http://www.iece.fin.ec/Becas.aspx?pag=becaNacional.aspx>

[http://www.businesscol.com/productos/glosarios/economico/glossary.php?word=D
EMANDA](http://www.businesscol.com/productos/glosarios/economico/glossary.php?word=D
EMANDA)

http://europa.eu/scadplus/glossary/index_a_es.htm

<http://www.residenciasarria.com/>

<http://www.lacasagrande.com.ar/>

<http://www.uce.edu.ec/serviciosdetalle.php?sercod=210&sercat=Servicio%20de%20Alimentaci%C3%B3n%20Universitario>

http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto

<http://www.uasb.edu.ec/>

<http://www.eumed.net/libros/2007a/249/7.htm>

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/B.htm#bienes%20sustitutivos>

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/B.htm#bienes%20complementarios>

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/I.htm#investigaci%C3%B3n%20de%20mercados>

<http://www.mistareas.com.ve/poblacion.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos16/estructura-organica/estructura-organica.shtml>