ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA RESIDENCIAL UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA SUCRE DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA"

Disertación De Grado Previo A La Obtención Del Título De Ingeniera Comercial Con Mención En Administración De La Productividad

Línea de Investigación:

Proyectos de inversión y emprendimiento de negocios

Autor:

MYRIAN ELENA SÁNCHEZ IBARRA

Director:

MG.NÚÑEZ GRIJALVA JORGE VLADIMIR.

Ambato – Ecuador

Octubre 2013

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE

AMBATO ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA RESIDENCIAL UNIVERSITARIA EN LA PARROQUÍA SUCRE DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA"

Línea de Investigación:

Proyectos de inversión y emprendimiento de negocios

Autor:

MYRIAN ELENA SÁNCHEZ IBARRA

Núñez Grijalva Jorge Vladimir ,Ing. Mg.
DIRECTOR DE LA DISERTACIÓN **f.** _____

Montenegro Ramírez Arturo Fernando, Ing.
CALIFICADOR **f.** _____

Zurita Altamirano Julio Cesar, Ing.
CALIFICADOR **f.** _____

González Bucheli Andrea del Carmen, Ing.
DIRECTOR UNIDAD ACADÉMICA **f.** _____

Altamirano Villarroel Hugo Rogelio ,Dr.
SECRETARIOGENERALPUCESA **f.** _____

Ambato – Ecuador
Octubre 2013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Yo, Myrian Elena Sánchez Ibarra portador de la cedula de ciudadanía No. 180389383-1 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial con mención en Administración de la Productividad son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la reducción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Myrian Elena Sánchez Ibarra

C.I. 180389383-1

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi profundo y sincero agradecimiento a mi Director de Disertación, Ing. Jorge Vladimir Núñez Grijalva, por su permanente preocupación y sus sabios y oportunos consejos en el desarrollo de este trabajo.

A la Pontificia Universidad Católica Sede Ambato, por acogerme y brindarme una educación fomentada en el respeto, responsabilidad y solidaridad en la cual he podido crecer y formar bases sólidas para mi profesión.

A los Maestros de la PUCESA que me brindaron sus conocimientos profesionales y científicos en esta etapa de preparación académica.

Y no podría dejar de agradecer a la persona que supo confiar en mí, quien con su esfuerzo y perseverancia me facilito la culminación de mi carrera, a mi hermana SORAYA SANCHEZ.

Myrian Elena Sánchez Ibarra

DEDICATORIA

Siendo este trabajo el fruto de mi esfuerzo lo dedico a Dios porque a él le debo mi existencia y por brindarme una familia maravillosa.

A mis queridos padres, por darme el apoyo incondicional, por ir paso a paso junto a mí en este camino de lucha y perseverancia en el que he tenido alegrías tristezas y caídas pero ellos han estado ahí para levantarme y darme fuerza para continuar. Se los dedico con orgullo.

A mis hermanos y cunados, porque en el día a día pude sentir ese amor, unión y gentileza que caracteriza a esta mi familia. Se los dedico con gratitud.

A mis sobrinos porque ellos son el futuro, porque a ellos debo dejarles un ejemplo de lucha y esfuerzo. Se los dedico como enseñanza.

A mi esposo quien me dio el valor y su comprensión, me permitió continuar con mis estudios y se convirtió en mi guarida para sobrellevar los altibajos que se presentaron en esta etapa. Se lo dedico con amor.

A mis pequeños hijos Emilio Y Sebastián, quienes en lugar de ser un obstáculo fueron mis deseos fervientes de continuar sin pensar dar marcha atrás para que esto fomente en ellos el mismo interés de ser profesionales. Se los dedico con todo mi cariño.

Myrian Elena Sánchez Ibarra

RESUMEN

Dado el gran incremento de estudiantes que logran ingresar en universidades del país para cursar estudios de tercer nivel ha causado que muchos de estos estudiantes deban inmigrar hacia universidades fuera de su provincia conllevando a la necesidad de buscar una residencia estudiantil, por ello muchos de los estudiantes son obligados a ubicarse en residencias que no prestan los correctos servicios específicamente en la Cuidad de Loja, Parroquia Sucre, la infraestructura destinada a esto es muy escasa por lo tanto de acuerdo con la información obtenida en el estudio de mercado mediante la encuesta, la característica que tiene mayor importancia para los clientes potenciales, es el precio y los potenciales servicios.

Nuestro potencial servicio va destinado específicamente para estudiantes de la Universidad Nacional de Loja ubicada en la parroquia Sucre del cantón Loja, donde mediante el estudio de mercado se pudo constatar que la mayoría de estudiantes no son del sector y tienen la necesidad de ubicarse en una residencia estudiantil, lo que mediante nuestro proyecto y nuestra oferta potencial podemos brindar un servicio superior de residencia estudiantil y servicios adjuntos más eficientes a los de nuestra competencia directa y así poder satisfacer una de las demandas que más se ha incrementado en la Cuidad de Loja, Parroquia Sucre en las inmediaciones de la Universidad Nacional de Loja.

ABSTRACT

Given the large increase of students who are admitted in national universities to pursue third level education have caused that many of these students should move to universities outsite the province, leading the need to find student`s residence. Therefore many students are requiered to be placed in residences that do not provide specific services in Loja City, Sucre Parish.

The infrastructure for this is limited, hence, according to the information obtained from market research through the survey, the most important component for potentials customers are the price and potential services.

Our potential service is intended specifically students from the Loja National University located in city of Sucre Parish where the market study is conducted. It was found that most of the students do not live within the sector, they need to live in a student residence, which means our potential project offers better and eficient services for student`s residences, even better than our direct competition; therefore the increasing demand is satisfied in the city of Loja City, Sucre Parish within the facilities of Loja National University.

TABLA DE CONTENIDO

Preliminares ii
Declaración de autoría y responsabilidad iii
Agradecimiento iv
Dedicatoria v
Resumen vi
Abstract vii
CAPITULO I: EL PROBLEMA 1
1.1. Tema 1
1.2. Planteamiento del problema 1
1.3. Contextualización del problema 3
1.4. Análisis Crítico 3
1.4.1. Árbol de problemas 6
1.5. Prognosis 7
1.6. Formulación del problema 8
1.7. Preguntas básicas 8
1.8. Delimitación del Problema 9
1.8.1. Delimitación del contenido 9
1.8.2. Delimitación espacial 9
1.8.3. Delimitación temporal 9
1.9. Justificación 9
1.10. Objetivos 10
1.10.1. Objetivo general 10
1.10. 2. Objetivo específico 10
1.11. Aspectos Metodológicos 10
1.11.1 Método 11
1.11.2 Técnica 11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 12
2.1. Casa Residencial 12
2.1.1. Clases de servicios 12
2.1.1.1. Servicio de alojamiento 12
2.1.1.2. Servicio de alimentación 13

2.1.1.3. Servicio de lavado 13
2.1.1.4. Servicio de limpieza de las habitaciones 13
2.1.1.5. Servicio de Internet 13
2.2. Estudio de Factibilidad 14
2.2.1. Estudio De Mercado 14
2.2.2. Estudio Técnico 19
2.2.3 Estudio Económico-Financiero 23
2.2.4. Estudio Administrativo y Legal 28
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO 31
3.1. Objetivo del Estudio de Mercado 31
3.1.1 Objetivo General 31
3.1.2 Objetivos Específicos 32
3.2. Metodología Empleado 32
3.2.1. Documental – bibliográfica 32
3.2.2. Investigación de campo 33
3.3 Fuentes de Información 33
3.3.1. Información primaria 33
3.3.2. Información secundaria 34
3.4. Demanda 34
3.4.1. Análisis de la Demanda 35
3.4.2 Perfil del Cliente 36
3.4.3. Determinación del Universo o Población 36
3.4.4 Diseño de la Encuesta 39
3.4.5 Tabulación y Análisis de las Preguntas de la Encuesta 39
3.4.6. Conclusiones del estudio de mercado 53
3.4.7. Proyección de la demanda 53
3.5 Análisis de la oferta 57
3.5.1. Competencia Directa: 58
3.5.2 Proyección de la Oferta 58
3.5.2.1 Oferta Actual 59
3.5.3. Demanda Insatisfecha 60
3.6. Estudio de comercialización 60
3.6.1. Mix Marketing 60

3.6.1.1. Producto 61
3.6.1.2. Precio: 61
3.6.1.3 Plaza (Canal de Distribución) 62
3.6.1.4 Promoción 63
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO 64
4.1. Localización del Proyecto 64
4.2. Macro Localización 65
4.3. Micro Localización 66
4.4. Tamaño de la Infraestructura 67
4.4.1. EL área de recepción 69
4.4.2. EL área de la cocina 69
4.4.3. El área del comedor 69
4.4.4 El área de Internet 70
4.4.5 El área de las habitaciones 70
4.4.6. Recursos Materiales 71
4.5. Recursos Humanos 72
4.6. Recursos Financieros 72
4.7. Costo y Gastos 72
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO 74
5.1. Presupuesto 74
5.1.1. Presupuesto de inversión 74
5.2. Ingresos 78
5.3. Proyección de ingresos 79
5.4. Presupuesto de producción 79
5.5. Depreciaciones 80
5.6. Presupuestos de costos y gastos 82
5.7. Financiamiento 84
5.8. Tabla de amortización 85
5.9. Estados Financieros 86
5.9.1. Estado de pérdidas y ganancias 86
5.9.2. Balance general 87
5.9.3. Flujo de caja 87
5.10. Indicadores y Evaluación Financiera 88

5.10.1 Determinación de la tasa de descuento 89
5.10.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN 90
5.11. Análisis del punto equilibrio 93
5.12 Indicadores Financieros 96
CAPITULO VI: ESTUDIO ORGANIZACIONAL 97
6.1. Resumen de la Empresa 97
6.2. Nombre de la Microempresa 98
6.3 Logotipo de la Empresa 98
6.4 Lema de la empresa 98
6.5. Rozón Social 98
6.6 Conformación Jurídica 99
6.7. Tipo de empresa 99
6.8. Rama de actividad a que se dedica: Industria de Servicios. 100
6.8.1. Sub rama: Prestación de servicios de alojamiento alimentación e internet. 100
6.9. Misión 100
6.10 Visión 100
6.11. Políticas de la Empresa 101
6.12. Valores 101
6.13 Objetivos 102
6.13.1. Objetivo General 102
6.13.2. Objetivo Específicos 102
6.14 Estructura Organizacional 102
6.16. Funciones del personal 104
6.17. Estudio Legal 107
6.18 Reglamento de la Residencia Home Sweet Home 107
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 111
7.1. CONCLUSIONES 111
7.2. RECOMENDACIONES 112

TABLA DE GRAFICOS

Tablas

Tabla 4.1 Desglose macro 65
Tabla 4.2 Desglose micro 66
Tabla 4.3 Detalle del área de cocina 69
Tabla 4.4 Área del comedor 70
Tabla 4.5. Área de internet 70
Tabla 4.6. Área de las habitaciones 71
Tabla 4.7 Recursos materiales 71
Tabla 4.8 Recuros humanos 72
Tabla 4.9 Costos y Gastos 73
Tabla 5.1 Activos Fijos 75
Tabla 5.2 Activos Intangibles 76
Tabla 5.3 Capital de Trabajo 76
Tabla 5.4 Cronograma de Inversiones 77
Tabla 5.5. Ingresos de servicios 78
Tabla 5.625 Ingresos de servicios 78
Tabla 5.7 Ingresos de servicios 79
Tabla 5.8 Mano de obra del personal de servicios 79
Tabla 5.9. Mano de obra del personal de servicios 80
Tabla 5.10 Tabla de depreciaciones de activos fijos 81
Tabla 5.11 Tabla de depreciaciones por años 81
Tabla 5.12 Presupuestos de costos y gastos 82
Tabla 5.13 Financiamiento 84
Tabla 5.14 Tabla de amortización 85
Tabla 5.15 Estado de pérdidas y ganancias 86
Tabla 5.16 Balance General 87
Tabla 5.17 Flujo de caja 88
Tabla 5.18 TMAR del proyecto 89
Tabla 5.19 TMAR de Inversionistas 89
Tabla 5.20 Valor actual neto 90
Tabla 5.21Valor actual neto 93
Tabla 5.22 Valor actual neto 94

TABLA DE GRAFICOS

Gráficos

Gráfico 3.1 Género de Encuestados 40
Gráfico 2.2 Nivel de educación 41
Gráfico 3.3 Ocupación 42
Gráfico 3.4 Sector de residencia actual 43
Gráfico 3.5 Con quienes vive 44
Gráfico 3.6 Conocimiento de residencias 45
Gráfico 3.7 Servicios que debe ofrecer una residencia 46
Gráfico 3.8 Costo del servicio 47
Gráfico 3.9 Forma de pago 48
Gráfico 3.10 Gusto por una vivienda cerca de la parroquia Sucre 49
Gráfico 3.11 Servicios que se debe ofrecer en una residencia 50
Gráfico 3.12 Costo por los servicios ofrecidos 51
Gráfico 3.13 Forma de cancelar el servicio. 52
Gráfico 3.14 Demanda Histórica 54
Gráfico 3.15 Demanda Proyectada 57
Gráfico 3.16 Oferta histórica 59
Gráfico 4.1. Mapa del Ecuador 64
Gráfico 4.2. Mapa de macro localización 65
Gráfico 4.3 Mapa de micro 66
Gráfico 4.4. Planta Baja 67
Gráfico 4.5. Primera Planta 68
Gráfico 4.6 Segunda Planta 68
Gráfico 6.1 Organigrama 103
Gráfico 6.3 Organigrama 103

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA RESIDENCIAL UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA SUCRE DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA.

1.2. Planteamiento del problema

Seguir una carrera universitaria, para aquellas personas que por motivos de estudio deben trasladarse fuera de su ciudad de origen, conlleva varios cambios, fundamentalmente; estos estudiantes, necesitan una residencia universitaria que les permita tener las comodidades de un ambiente familiar.

Las presiones estudiantiles, sumado a la soledad generan un distanciamiento emocional que puede ser extremadamente evidente para quienes se encuentran alrededor de los jóvenes; por lo regular, los estudiantes no se pueden acoplar con facilidad a este cambio ambiental y social, por esta razón, existen casas de convivencia estudiantil en diferentes ciudades del país y del mundo, orientadas y adecuadas para el máximo desempeño de los estudiantes de manera que puedan desarrollarse, ofreciéndoles servicios de alojamiento, en un espacio de convivencia familiar.

La provincia de Loja ubicada en el sur del Ecuador, ofrece varias alternativas para la educación universitaria; razón por la cual, acuden estudiantes con deseo de continuar sus estudios desde otras provincias como: El Oro, Zamora Chinchipe y de diversos cantones de la provincia de Loja como: Loja, Calvas,

Catamayo, Chaguarpamba, Célica, Espíndola, Gonzanamá, Macará, Paltas, Puyango, Saraguro, Sozoranga, Zapotillo, Pindal, Quilanga, Olmedo. De todos estos cantones antes mencionados se gradúan aproximadamente 55.513 estudiantes siendo así la mayor cantidad de estudiantes egresados y graduados de esta universidad los mismos pobladores de los cantones aledaños a la ubicación de la sede de la Universidad Nacional de Loja.

Loja tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la Capital Musical y Cultural del Ecuador. Se han desarrollado dos centros de estudio superior la Universidad Nacional de Loja, fundada en 1859 por el Gobierno Federal de Loja, esta institución es la más antigua del país, después de la Universidad Central del Ecuador (Quito), a la presente fecha cuenta con 12.195 estudiantes en modalidad presencial y en la semipresencial con 1.332 alumnos, y la Universidad Técnica Particular de Loja, fundada en 1971, catalogada como la tercera en población universitaria del país con 22.000 estudiantes en todas las modalidades, es importante la incidencia que esta universidad toma en la modalidad de estudios a distancia.

Por la diversidad de opciones de estudio profesional, a la Universidad Nacional de Loja, acuden estudiantes procedentes de diferentes rincones de la provincia y del país. Un alto número de personas que ingresan a estudiar a la universidad, rentan habitaciones en hogares de familias, cerca de su lugar de estudio. La oferta de residencias universitarias es limitada.

Los estudiantes que asisten en la modalidad presencial, requieren de residencias universitarias familiares, departamentos o cuartos cercanos al recinto universitario. Estos antecedentes, permiten fortalecer la creación de una casa residencial; en vista de que la atención, los controles y el ambiente que se ofrecen, permitan asegurar la estancia de los universitarios; en un ambiente familiar propicio para el mejor aprovechamiento y desempeño como estudiantes; esto es el servicio de alimentación, limpieza de las habitaciones y lavandería.

En consecuencia, la inexistencia de hospedaje para universitarios en la parroquia Sucre, ciudad de Loja, puede generar deserción universitaria; pero es una oportunidad, para generar proyectos de residencias familiares para los estudiantes brindándoles diferentes opciones de servicios y como consecuencia brindar mayor seguridad a las familias de donde provienen los estudiantes que recibirán nuestro servicio.

1.3. Contextualización del problema

Un alto número de estudiantes que residen en la zona cercana a la universidad, rentan cuartos; sin embargo, no existe una residencia universitaria familiar que ofrezca servicios de: alimentación, lavandería y limpieza de la habitación. Esto incide en el rendimiento académico de los estudiantes que vienen de las otras regiones señaladas, en razón de que ocupan el tiempo de estudios fuera de la universidad en otras actividades que afectan en su desempeño.

La residencia universitaria a más de ser una oportunidad de un buen negocio, será el mejor sitio para la estancia de los estudiantes por las razones indicadas anteriormente.

A más de lo señalado, los estudiantes deberán cumplir con ciertas reglas, tales como: sujetarse a un horario de salida y entrada, respetando las normas establecidas que respondan a la confianza, que los padres de los estudiantes requieren al brindar el apoyo a sus hijos en calidad de estudiantes de educación superior, lo cual significa, enfrentarse a un profundo cambio de vida.

1.4. Análisis Crítico

Después de haber identificado el problema de investigación; esto es; el inexistente sistema de hospedaje para estudiantes universitarios en la parroquia Sucre, ciudad de Loja, cantón Loja, se puede aludir que una de las principales causas que generan dicho problema, se debe al escaso conocimiento de

elaboración de proyectos de inversión de parte de los potenciales inversionistas, debido a que la mayoría de ellos desconocen o no tienen formación académica sobre el análisis de mercado para el hospedaje de estudiantes; lo cual, les impide arriesgarse a invertir en esa clase de negocios, dejando de lado la oportunidad de negocio para un potencial emprendimiento.

Otra de las causas que genera el problema de investigación, se debe al alto número de estudiantes universitarios que no son de la zona, los mismos que son atendidos adecuadamente y tienen que rentar habitaciones en casas de familias cercanas a la universidad, porque la oferta de residencias universitarias es limitada y sus condiciones no son nada idóneas para el máximo desempeño de los estudiantes que residen en las mismas.

Esta situación, de los estudiantes tiene como efecto el retorno a sus lugares de origen, sin concluir los estudios universitarios y/o el cambio de ciudad para realizar dichos estudios es así que la generación de este tipo de servicios permitirá una mayor inclusión de los estudiantes a carreras de tercer nivel en los cantones aledaños y de distintas partes del país ya que brindando un servicio eficiente y optimo generará mayor interés a distintas personas del país ya que el número de estudiantes que pretenden ingresar a cursar carreras de tercer nivel cada vez más aumenta.

Finalmente, los servicios residenciales inadecuados para los estudiantes como: baño compartido, así como el no disponer de cocina, área social, internet, limpieza de la habitación, entre otros, es otra de las causas que generan el problema, situación que da lugar a un bajo rendimiento académico, debido a que al no contar con herramientas necesarias para su respectivo desarrollo y convivencia cotidiana, a la postre repercute en sus estudios.

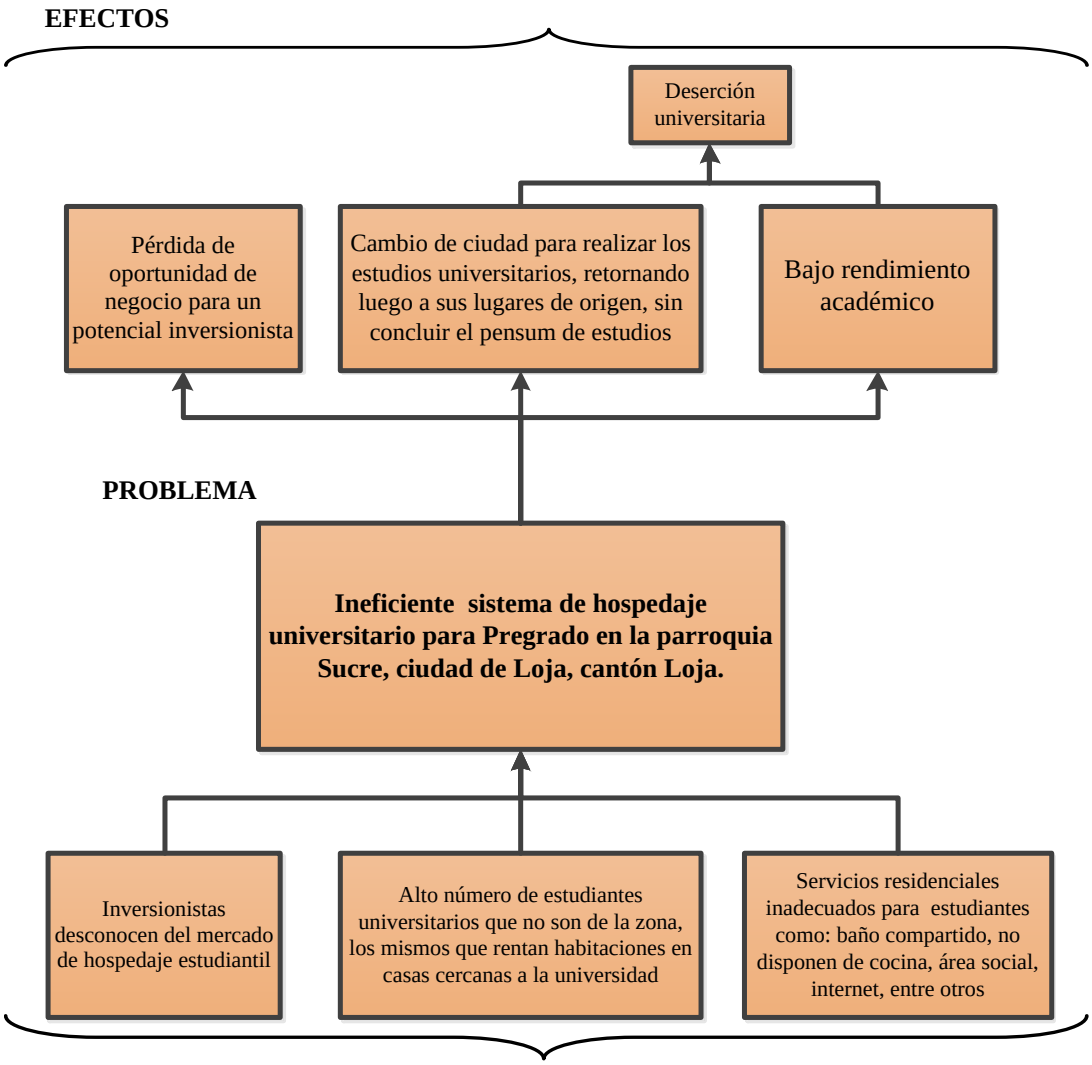
En consecuencia, el inexistente sistema de hospedaje para estudiantes universitarios en la parroquia Sucre, ciudad de Loja, cantón Loja, es una oportunidad de negocio, que mitiga la alta deserción universitaria y aún más brindar un servicio capaz y a montos módicos generando siempre la ganancia

esperada es muy eficiente para pretender la impulsión de un negocio de estas características.

Mucho más después de una seria investigación y estudio técnico al constatar las situaciones y los servicios ya existentes de hospedaje estudiantil nos impulsa a generar un mejor estándar de comodidades y servicios para nuestros potenciales clientes y con esto generar una mejor estabilidad estudiantil de las personas que residan en nuestro complejo para así lograr un mejor desenvolvimiento y desarrollo de los mismos dentro de sus aulas como fuera de ellas ya que un buen descanso brinda como consecuencia un mejor desempeño.

1.4.1. Árbol de problemas

Gráfico 1.1 Árbol de problemas



Fuente: La investigación
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

1.5. Prognosis

"HOME SWEET HOME", es un proyecto que será creado para satisfacer las necesidades de los estudiantes universitarios que provienen de las provincias aledañas. El proyecto no sólo brindará el servicio de hospedaje, sino también alimentación lavandería y limpieza de la habitación para que los residentes se sientan a gusto en la residencia familiar estudiantil y, puedan cumplir con las perspectivas y obtener su título profesional.

Las instalaciones ofrecerán cómodas habitaciones simples y dobles con baños privados, con atención personalizada por personal calificado, con relación laboral estable.

El restaurante y lavandería, a más de dar el servicio a los estudiantes residentes, estará abierto para todo público que requiera de estos servicios.

Así la Residencia "HOME SWEET HOME", tendrá las mismas reglas que suelen tener los hogares tradicionales: por ejemplo, se determinará un horario de entrada, horario para las comidas, de limpieza de cuartos, se estimulará a los residentes a cumplir con sus obligaciones académicas, para que culminen con éxito sus estudios, compromiso que adquiriríamos con sus padres y con la misión de la residencia.

Lo cual significa no sólo ofrecer un buen servicio de alojamiento y alimentación, también formar en valores como una sola familia, entre el propietario, empleados y residentes.

Se dará atención a la alimentación balanceada, factor al cual daremos importancia fundamental, por experiencia será apoyar el rendimiento de los estudiantes; esto es con alto grado nutricional, evitando gastos adicionales por la compra de comida chatarra. De no llevarse a cabo este proyecto, muchos estudiantes quedarán sin un lugar estable donde alojarse, mientras duré su

período estudiantil; además, se perderá una gran oportunidad de negocio y labor social.

1.6. Formulación del problema

Demanda insatisfecha por el ineficiente sistema de hospedaje universitario para pregrado en la parroquia Sucre, ciudad de Loja, cantón de Loja.

1.7. Preguntas básicas

¿Existe hospedaje familiar para estudiantes universitarios que les ofrezcan servicios de alojamiento, en la parroquia Sucre, que se encuentre cercana a la Universidad Nacional de Loja?

¿En cuánto a la demanda y oferta del servicio de hospedaje, cómo se encuentra la situación actual de residencias familiares universitarias en la parroquia Sucre?

¿Cuáles son las necesidades demandadas por los estudiantes universitarios que buscan hospedaje?

¿Qué características: administrativas, técnicas, normas legales y de construcción deberá tener y cumplir la residencia familiar universitaria para alcanzar su objetivo?

¿De qué forma se puede asegurar que el estudio sea factible financieramente, en consideración con la inversión?

¿Dentro de las residencias estudiantiles ya existentes en la parroquia Sucre del cantón Loja que tipo y clase de servicio se está brindando?

¿Con que facilidad acceden los estudiantes a servicios como: lavandería, internet o alimentación dentro de las residencias ya existentes?

1.8. Delimitación del Problema

1.8.1. Delimitación del contenido

Campo : Estudio de Factibilidad.
Área : Proyecto de Inversión.
Aspecto : Administrativo-Financiero

1.8.2. Delimitación espacial

La presente investigación se desarrollará en la parroquia Sucre del cantón Loja perteneciente a la provincia de Loja en el año 2012 - 2013.

1.8.3. Delimitación temporal

El estudio se llevará a cabo durante el año 2013, tiempo en el que se pretende concluir el desarrollo del proyecto y dar una solución al problema planteado.

1.9. Justificación

El presente proyecto investigativo, será de gran interés para todos los estudiantes universitarios que proceden de otras ciudades del país, para solucionar el problema detectado. Por lo que, se espera que la parroquia Sucre responda positivamente al proyecto, y así los estudiantes se puedan desenvolver en un ambiente familiar que facilite su desarrollo académico. Los beneficiarios serán los estudiantes universitarios, especialmente de la Universidad Nacional de Loja, la Casa Residencial Universitaria se ubicará a tan solo dos cuadras de dichos predios universitarios, y sobre todo serán beneficiarios los familiares de los estudiantes, porque podrán contar con un lugar en donde sus hijo/as y/o familiares podrán estar más seguros. Otro de los beneficiaros sin duda serán los inversionistas porque es una oportunidad de negocio, en la que se pude crecer y

expandirse a otras ciudades del país. Además, los resultados de la presente investigación serán de ayuda para la investigadora, porque con los resultados obtenidos se podrá tomar la decisión de invertir o no, así podrá llegar a tener su propia empresa, y esto permitirá el crecimiento de la convivencia estudiantil en la parroquia Sucre del cantón Loja, mejorando los factores endógenos emitidos en la localidad.

1.10. Objetivos

1.10.1. Objetivo general

- Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una Casa Residencial Universitaria en la parroquia Sucre del cantón Loja, provincia de Loja.

1.10. 2. Objetivo específico

- Realizar un estudio de mercado que determine la demanda potencial insatisfecha del servicio de una Residencial Estudiantil universitaria en la parroquia Sucre del cantón Loja, provincia de Loja.

- Determinar el estudio técnico y organizacional, a través del diseño de programaciones, contenidos y enfoques de actividades que ofrecerá esta Residencia Estudiantil universitaria.

- Elaborar el estudio económico-financiero del proyecto, y determinar los indicadores para tomar las decisiones finales.

1.11. Aspectos Metodológicos

Para el desarrollo del presente proyecto es necesario ayudarnos de una aplicación informática denominado Excel, el mismo que servirá para realizar los análisis estadísticos y de gestión de información que es capaz de trabajar con datos procedentes de distintos formatos, generado, desde sencillos gráficos de distribuciones y estadísticos descriptivos. Además hemos empleado procesadores de texto como Word.

1.11.1 Método

Para el desarrollo del presente proyectos se empleará la investigación cuantitativa porque recoge y analiza datos sobre variables y estudia las propiedades y fenómenos cuantitativos. Además se utilizará el método exploratorio y descriptivo.

- **Método Exploratorio–**Mediante este método se determina algunos atributos de la población objeto de la investigación, con la cual se evaluará el proyecto.

- **Método Descriptivo.-**Se conocerán las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, objeto de la investigación.

1.11.2 Técnica

Las técnicas que se utilizará en este proceso de investigación será la observación directa, la entrevista y las encuestas.

- Por medio de la observación directa se puede establecer un gran número de anotaciones que permitirán comparar y contrastar la experiencia y apreciación personal con el deber ser, en diferentes tópicos directamente relacionados con el entorno de la población en estudio.

- Se empleará la entrevista a los padres de familia de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja con el fin de determinar si las instalaciones donde sus hijos habitan se encuentran en óptimas condiciones para su comodidad.

- Las encuestas se dirigirán a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

CAPÍTULO II

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Casa Residencial

Una residencia universitaria es un centro que proporciona alojamiento a los estudiantes universitarios. Frecuentemente el centro se encuentra integrado en una institución universitaria, pero también existen residencias independientes de las universidades.

En general, suelen ofrecer una serie de servicios demandados por los estudiantes universitarios, desde el alojamiento y la manutención hasta lavandería y biblioteca, pasando por cine, conciertos, excursiones o deportes.

Es un segundo hogar donde un estudiante puede vivir con otros universitarios de diferentes procedencias y culturas. Algunos estudiarán la misma carrera, pero convivirán con muchos otros que estudian materias muy distintas. Existen una variedad de residencias universitarias nacionales e internacionalmente que tienen una amplia experiencia, a continuación algunas de ellas en el cuadro.

2.1.1. Clases de servicios

En las casas residenciales para los estudiantes, estas pueden tener varios servicios para ofrecer tales como:

2.1.1.1. Servicio de alojamiento

Servicio de alojamiento para estudiantes universitarios, a cambio del pago de una cantidad mensual se ofrece el alojamiento de habitaciones debidamente

equipadas, dotadas al menos de una cama, ofrecida como el principal servicio a turistas, viajeros y huéspedes, residentes.

2.1.1.2. Servicio de alimentación

Algunas casa residenciales puede dar como servicio adicional sus huéspedes el servicio de la alimentación que en algunas de las casas deciden incluir en el pago mensual por el servicio de alojamiento mientras que otras simplemente lo ofrecen para quienes deseen quedan a libertar del huésped.

2.1.1.3. Servicio de lavado

Igual que el caso anterior muchas casas residenciales ofrecen este servicio como un extra para sus huésped, pero queda exclusivamente a libertar de cada uno de ellos el aceptar el servicio o no.

2.1.1.4. Servicio de limpieza de las habitaciones

Por lo general este servicio siempre se encuentra dentro de los valores cancelados por el servicio de alojamiento, pero existen algunas casas residenciales que no lo ofrecen y dan la libertad para que el huésped pueda adquirirlo o no.

2.1.1.5. Servicio de Internet

Para aquellos huéspedes que necesita utilizar la tecnología en casa, pero como la mayoría de servicios extra queda a disposición de la persona el contratar o no el servicio que la casa residencial ofrece.

2.2. Estudio de Factibilidad

"…Un estudio de factibilidad podrá pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, de exigencia de emprendedores e inversores sobre ellos mismos y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de la investigación necesaria a cumplir, para lograr información seria y creíble sobre el proyecto de inversión. Así pues, responsabilidad y profesionalismo, conjugados en compromiso con la calidad, es el primer gran ingrediente requerido para hacer un estudio de factibilidad altamente confiable…" (Ramírez y Cajigas, 2004, p. 44).

Estoy de acuerdo con el criterio expuesto, ya que este tipo de estudio permitirá conocer que probabilidad de éxito tendría la realización del mismo para poder destinar los recursos necesarios en la elaboración a profundidad por conocer más sobre el proyecto.

Cabe recalcar que todo proyecto de inversión debe al menos considerar los siguientes estudios:

- Estudio de mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Económico-Financiero
- Estudio Administrativo - Legal

2.2.1. Estudio De Mercado

El estudio de mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.

El estudio de mercado utiliza una serie de técnicas útiles para obtener información acerca del medio que rodea a la empresa, que le permita pronosticar

las tendencias futuras de su comportamiento. Para el presente proyecto utilizaremos como metodología la Investigación de Mercados, determinando:

- Investigación de Mercado
- La Oferta.
- La Demanda, y
- El desarrollo de la Estrategia Empresarial

2.2.1.1. Investigación De Mercados

"La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades y evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing. En el caso de las organizaciones públicas, la investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno, a fin de tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social. Por lo tanto, puede afirmarse que la investigación de mercados es una herramienta muy poderoso pera la toma de decisiones, que ayuda a disminuir el riesgo que corren las instituciones en general." (Benassini, 2001, p. 4)

A criterio personal es de mucha importancia realizar una correcta investigación de mercado, debido que en base a este se puede tomar la mejor decisión para mitigar el riesgo sobre la decisión tomada.

2.2.1.2. La Oferta

Definición: la oferta es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por un conjunto de individuos de la sociedad. La oferta se presenta de dos formas:

1. Individual.
2. Colectiva o total.

"…La oferta individual de un producto cualquiera es la tabla de las cantidades del mismo que su poseedor estaría dispuesto a vender a cada uno de los precios diversos. Ley fundamental de la oferta: la cantidad que de una mercancía se ofrece en venta, tiende a variar en razón directa del precio, mientras no se modifiquen las condiciones objetivas y subjetivas en que actúen los oferentes…"

Avila y Lugo, 2004), p. 162.

Elementos que determinan la oferta:

a) Costo de producción.
b) Nivel tecnológico,
c) Precio del bien.

2.2.1.3. La Demanda

"Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado" (García, 2007, p. 90)

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio, además de la demanda actual, los pronósticos de consumo históricos que se puedan estimar y que también las herramientas cualitativas y cuantitativas que aporten con nuevos datos proyectados a corto, mediano y largo plazo.En el estudio de mercado es indispensable conocer la demanda, ya que se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precio.

El nivel de ingreso de los consumidores, el patrón de gasto de los mismos, la tasa de crecimiento de la población, el comportamiento de los precios tanto de

los bienes sustitutos, preferencias de los consumidores, son factores que determinan la posibilidad de crear un negocio fortalecido.

2.2.1.4. El Desarrollo Estrategia Empresarial

La estrategia empresarial es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que esta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia. Para poder determinar el desarrollo de la estrategia empresarial correcta, se debe considerar varios aspectos importantes, los cuales pueden ser:

2.2.1.4.1. El producto o Servicio

"El producto es todo lo que se puede ofrecer en un mercado para atraer la atención del público y lograr su adquisición o consumo; comprende objetos físicos, servicios, personalidades, lugares, organizaciones e ideas" (Kotler, 2003, pg. 65)

Estoy de acuerdo a la afirmación ya que cuando se necesita satisfacer una necesidad adquirimos productos y estos pueden ser tangibles como intangibles.

"Un producto es algo que se considera capaz de satisfacer una necesidad o un deseo, Un producto puede ser un objeto, un servicio, una actividad, una persona, un lugar, una organización o una idea, Si el término producto parece poco natural a veces, podemos sustituirlo por el de recurso, oferta o satis factor" (Kotler, 1985, pág. 38)

Yo opino que es la definición acertada ya que realmente un producto lo que hace es satisfacer la necesidad que se tiene.

2.2.1.4.2. El precio

"El precio es un regulador básico del sistema económico puesto que colabora en el reparto de los recursos, De él derivan los salarios de los trabajadores, las

rentas, los ingresos y, por tanto, los beneficios empresariales, El precio es, asimismo, un regulador de la demanda, dado que influye directamente en el nivel de la misma y determina el nivel de actividad, En este sentido, la elasticidad de la demanda respecto al precio es un dato esencial"(Alegre y Galve, 2000, p. 180).

A criterio personal, el precio realmente es el regulador básico de la economía, cuando se adquirir cualquier bien uno de los factores para la adquisición es su precio entre mayor precio, se puede decir, el producto tiene mayor calidad.

2.2.1.4.3. Distribución

La plaza se refiere a los canales de distribución, logística asociada, cobertura de mercado y niveles de servicio al consumidor.

La distribución es parte vital en el funcionamiento de una empresa. Se puede producir el mejor artículo en su género al mejor precio, pero si no se tiene los medios para hacerlo llegar al consumidor en forma eficiente, esa empresa irá a la quiebra.

2.2.1.4.4. Promoción

"…La promoción es ante todo una herramienta de comunicación, es decir, un instrumento para transmitir el mensaje y la imagen de la empresa. Toda organización ejerce un control directo sobre sus comunicaciones y determina la forma de gestionar su imagen así como el contenido de su mensaje. Ni que decir tiene que otras variables del programa de marketing pueden también reflejar la imagen de una empresa, v en el contexto cultural, la figura del crítico sirve también para enviar mensajes a la audiencia potencial…" (Colbert, et al Cuadrado, Natel, 2003, p. 190).

2.2.1.4.5. Segmento del mercado

Los consumidores individuales tienen necesidades diferentes de las organizaciones, Pero además, y según sus actitudes y sus intereses, los particulares muestran preferencias distintas en los medios de comunicación a los que se exponen, en los productos y las marcas que consumen y en las actividades que realizan en su tiempo de ocio, entre otros muchos aspectos. A su vez, las empresas y otras instituciones también tienen necesidades diferentes dependiendo de la actividad a la que se dedican o de sus características como organización.

"A pesar de estas diferencias, a menudo pueden identificarse grupos de consumidores, que denominamos segmentos, con algún elemento en común. Los responsables de marketing se encargan de identificar y comprender las características y los comportamientos de estos grupos por medio del proceso de segmentación de mercados y utilizan este conocimiento para decidir a qué segmento o segmentos se del dirigir la empresa. De esta manera, la segmentación facilita la selección del mercado objetivo" (Rodríguez, 2006, p. 110)

2.2.2. Estudio Técnico

El estudio técnico es aquel que provee de información para cuantificar el monto de las inversiones, los costos operativos y demás recursos que se van a tomar en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o el servicio.

Al igual que en el estudio de mercado, para la realización de este estudio y para la recolección de la información necesaria, se precisará de fuentes primarias y secundarias con herramientas como entrevistas a expertos, métodos comparativos y matrices de evaluación de factores.

2.2.2.1. Localización

El estudio de localización del proyecto debe definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que logre la mayor tasa de

rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

El estudio y análisis de la localización de los proyectos es útil y determinante para el éxito o fracaso del proyecto, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros.

2.2.2.2. Clases y elementos del Estudio Técnico

2.2.2.2.1. Macro localización

Permite delimitar el número de soluciones posibles, determinando la región óptima. Aquí se mencionarán las diferentes ventajas de cada uno de los posibles lugares donde se ubicará el proyecto como cercanía del mercado, competencia, espacio físico adecuado, aun así el negocio ya proponga un lugar específico. La definición de la zona, región, provincia o área geográfica en la que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales.

2.2.2.2.2. Micro localización

Determinará la localización definitiva del proyecto, tomando como base la macro localización se describe en forma exacta y detallada donde se desarrollará y además del porqué de la elección del mismo, brindándonos más información: estadística, social y cultural del punto exacto para un mejor desempeño e impulsión de nuestro proyecto y el porqué de la importancia del mismo dentro de este sitio.

2.2.2.2.3. Factores Determinantes de la Localización

La localización consiste en la ubicación del proyecto, pero existen factores que al final pueden influir en la decisión final:

- La política tributaria del gobierno
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- La existencia de infraestructura urbana (agua, alcantarillado, luz y teléfono)
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- Disposiciones municipales
- Mano de obra disponible
- Costo del transporte
- Existencia de universidades, institutos, colegios
- Etc.

2.2.2.2.4. Tamaño del proyecto

La importancia de definir el tamaño de la empresa radica principalmente en la ubicación geográfica cerca de la universidad y la demanda de los estudiantes (El mercado) que consideren este servicio con el mejor y ajustado a la economía de su familia, estos factores primarios permitirá implantar una estructura con expectativas de crecimiento.

2.2.2.2.5. Ingeniería del proyecto

El control administrativo, el personal de cocina y limpieza que serán seleccionados técnicamente para ofrecer un servicio detención familiar a los estudiantes , tratando que se sientan como en su propia casa, el diseño de la distribución física, áreas externas e internas, permitirán obtener un grupo de personas que desarrollen un potencialidades de ser humano conviviendo en una residencia universitaria.

2.2.2.2.6. Diseño del proyecto

El diseño del proyecto es el proceso de elaboración de la propuesta de trabajo de acuerdo a pautas y procedimientos sistemáticos, un buen diseño debe identificar a los beneficiarios y actores claves: establecer un diagnóstico de la situación problema: definir estrategias posibles para enfrentarla y la justificación de la

estrategia asumida; objetivos del proyecto (generales y específicos); resultados o productos esperados y actividades y recursos mínimos necesarios. Al mismo tiempo, la propuesta o diseño debe contemplar la definición de indicadores para realizar el seguimiento y verificación de los resultados que se obtienen, y establecer los factores externos que garantizan su factibilidad y éxito.

2.2.2.2.7. Planos del proyecto

Expresan de una forma gráfica las transformaciones que se pretenden realizar en el proyecto, deben expresar la arquitectura e ingeniería del proyecto, a la que se ha llegado como consecuencia del proceso de diseño; deben contener información suficiente como para poder ejecutar el proyecto sólo con ellos.

2.2.2.2.8. Estructura del proyecto

Dentro del proceso de definición de la estructura de trabajo, el primer paso es la definición de los objetivos del proyecto en términos de los productos que deberán ser generados. Por ejemplo, un proyecto de desarrollo de sistemas tiene como objetivo generar: especificaciones de diseño detallado, programas, casos de prueba, instructivos para el usuario, etc. Cada producto, como por ejemplo un «Modelo de Datos», se compone de diversos elementos: diagrama de entidad-relación, definición de las entidades y definición de los atributos. Así pues, para definirla estructura de trabajo de un determinado proyecto es necesario, como primer paso, definir los productos y elementos que constituyen su objetivo.

"…Al realizar la definición es importante recordar que un proyecto puede incluir varias fases, por lo que en él se combinan productos de naturaleza diversa; como puede ser el caso de un proyecto que tenga como propósito producir el diseño general de un sistema y, además, producir el diseño detallado de su primera versión…" (Fábregas, 2005, p. 57)

- **Costos.-** El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien.

- **Inversiones.-** La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.

2.2.3 Estudio Económico-Financiero

2.2.3.1. Estudio y Evaluación financiero

"…El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios de mercado y técnico, que permitirá 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 expresado por el balance general del proyecto..." (Meneses, 2005, p. 78)

"El estudio financiero evalúa el potencial económico de un proyecto analizando el monto de los recursos económicos necesarios para su realización, facilitando de esta manera la toma de decisiones referente a las actividades de la inversión" (Gary, 2006, p. 88)

El evaluar la factibilidad de un proyecto tiene una gran importancia ya que brinda información veraz y necesaria sobre las inversiones del mismo, para así determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes de financiamiento, la rentabilidad de los recursos utilizados y la evaluación.

2.2.3.2. Inversión inicial y financiamiento

2.2.3.2.1. Inversión inicial

"La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo" (Baca 2001, pg. 78)

- Activos tangible.- comprende los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos, herramientas y otros.

- Activos intangibles.- comprende el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales, nombres comerciales, asistencia técnica, estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la empresa, etc.

- Capital de Trabajo.- está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa. Sirve para comprar materia prima, pagar mano de obra, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad de dinero para los gastos diarios de la empresa.

2.2.3.2.2. Financiamiento

"El Financiamiento es el abastecimiento y uso eficiente del dinero, línea de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de la empresa" (Erosa, 1998, pág. 192)

Aquí se determinará de donde van a provenir los recursos necesarios para la puesta en marcha del presente proyecto. Se deben analizar todas las fuentes de financiamiento posibles como aportes de capital o el requerimiento de recursos vía préstamo, para así elegir la que ofrezca mayores beneficios para la empresa.

2.2.3.2.3. Proyección de Ingresos del Proyecto

Consiste en establecer los ingresos por ventas que tendrá el proyecto durante un período de tiempo (mensualmente, trimestralmente, semestralmente o anualmente).

2.2.3.2.3. Proyección de Egresos del Proyecto

Consiste en pronosticar los egresos que tendrá el proyecto en un determinado período. Los rubros que intervienen en la proyección de egresos son:

- **Costos de Producción.-** costo de las materias primas, costo de los insumos, costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año), costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, o de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa, costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción.

- **Gastos de Administración.-** se debe incluir el valor que proyecta los gastos en concepto de salarios administrativos, servicios básicos de oficinas y compra de materiales y otros de oficina.

- **Gastos de Ventas.-** se debe ingresar las estimaciones de gastos por empaque, transporte y distribución de sus productos al mercado donde venderá.

- **Gastos Financieros:** se refiere a la cuota anual de amortización a intereses por el financiamiento del dinero a invertir.

2.2.3.3. Estados Financieros Proyectados

2.2.3.3.1. Flujos de efectivo

"…El estado de flujos de efectivo está incluido en los dos financieros básicos que deben preparar las empresas. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar las entradas y salidas de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales" (Douglas, 2000, p. 65)

2.2.3.3.2. Estados financieros

Además de proyectar el flujo de efectivo de una empresa a través del tiempo, a menudo resulta útil preparar un balance general y un estado de resultados proyectados. Los estados proporcionan información de los activos y pasivos, así como de las proyecciones de las partidas del estado de resultados. Este estado comprende una proyección de resultados para un período determinado en el futuro. Para elaborarlo se realizan estimaciones de las ventas, compras, sueldos de producción, gastos de ventas generales y de administración.

2.2.3.4. Evaluación Financiera del Proyecto

2.2.3.4.1. Valor Actual Neto (VAN)

"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 flujos de caja 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. En este caso la tasa de descuento que se utilizará es la TMAR (tasa mínima atractiva de retorno) que está compuesto por el valor de la inflación, la TIO (tasa interna de oportunidad) y el premio al riesgo que es el verdadero crecimiento del dinero o real del

patrimonio, es decir, a mayor riesgo se espera mayor ganancia" (Friend y Zehle, 2008, pg. 70)

2.2.3.4.2. Tasa Interna de Retorno

Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto –expresada por la TIR– supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

2.2.3.4.3. Período de Recuperación de la Inversión

Permite conocer en qué tiempo se va a recuperar la inversión. Es un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo, pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Cuando más rápido sea el periodo de recuperación, menor será el riesgo y se obtendrá mayor liquidez. El período de recuperación de un proyecto indica el número de años necesarios para recobrar la inversión inicial en efectivo. Es la razón de la inversión inicial fija dividida entre los ingresos anuales de efectivo durante el período de recuperación.

2.2.3.4.4. Relación Beneficio / Costo (IR)

La relación beneficio / costo, es la relación entre los ingresos presentes netos delos flujos de efectivo y los egresos presentes netos. El índice se expresa así:

$$\text{Relación Beneficio / Costo:} \quad \frac{\blacktriangleleft ingresos(\ presente)}{\blacktriangleleft egresos(\ presente)}$$

Si la relación es: > 1 se considera al proyecto "atractivo"

2.2.3.4.5. Análisis de Sensibilidad

Todo proyecto, independientemente de su magnitud, se ve envuelto en una seriede riesgos independientes o ajenos al funcionamiento de la empresa que inciden directamente a los costos o ingresos de la misma. Por esta razón en el análisis de sensibilidad se estudian los posibles casos que puedan poner en riesgo la operatividad del proyecto.

"El análisis de sensibilidad muestra los efectos que sobre la TIR tendría un cambio en el valor de una o más variables de costo o ingreso que inciden en el proyecto y, a la vez, indicar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios detales variables en el mercado" (Friend y Zehle, 2008, pg. 74)

2.2.4. Estudio Administrativo y Legal

Los aspectos legales para el proyecto, estarán apegados apegado al cumplimiento de las normas legales vigentes, del contribuyente del control tributario, municipalidad de los organismos de salud, protección ambiental y seguridad esto es muy importante ya que permite el libre funcionamiento de la nueva empresa sin incurrir en violaciones que pudieran traer sanciones que perjudiquen al proyecto en cuestión.

2.2.4.1. Organización

Organización es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social.

2.2.4.2. Estructura

La organización implica el establecimiento del marco fundamental en el que habrá el grupo social, ya que establece la disposición y la correlación de las funciones, jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos.

2.2.4.3. Sistematización

Las actividades y recursos de la empresa, deben de coordinarse racionalmente para facilitar el trabajo y la eficiencia. Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades. En la organización surge la necesidad de agrupar, dividir y asignar funciones a fin de promover la especialización.

2.2.4.4. Jerárquica

La organización, como estructura, origina la necesidad de establecer niveles de autoridad y responsabilidad dentro de la empresa. Simplificación de funciones. Uno de los objetivos básicos de la organización es establecer los métodos más sencillos para realizar el trabajo de la mejor manera posible.

2.2.4.5. SRI

Servicio de Rentas Internas (SRI) es un organismo autónomo del Estado de Ecuador, cuya función principal es el cobro de los impuestos, a partir de una base de datos de contribuyentes. Fue creado sobre la base de la antigua Dirección General de Rentas y su director actual es el economista Carlos Marx Carrasco.

2.2.4.6. Sociedad de hecho

Según el código civil menciona:

Art. 1957.- Sociedad o compañía es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan. La sociedad forma una persona jurídica, distinta de los socios individualmente considerados.

Art. 1961.- Si se formare de hecho una sociedad que no pueda subsistir legalmente, ni como sociedad, ni como donación, ni como contrato alguno, cada

socio tendrá la facultad de pedir que se liquiden las operaciones anteriores y de sacar sus aportes. Esta disposición no se aplicará a las sociedades que son nulas por lo ilícito dela causa u objeto, respecto de las cuales se estará a lo dispuesto por el Código Penal.

Una Sociedades de hecho debe seguir los siguientes pasos:

- Se constituyen con dos o más personas.
- El acto de constitución se realiza mediante escritura pública.
- No cumple con los requisitos para constitución establecidos en la ley de compañías.
- Paga impuestos al SRI.
- No está sometido al control de la superintendencia.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Como se mencionó el estudio de mercado es una de las herramientas más utilizada para obtener la información e inquietudes de los posibles clientes, este estudio permite conocer las principales características de los posibles usuarios y cuáles serán las mejores alternativas para poder captar la atención de ellos. El estudio de Mercado emplea una serie de técnicas útiles para obtener información acerca del medio que rodea la empresa, nos permite pronosticar las tendencias futuras de su comportamiento.

- Investigación de mercado.
- Análisis de la demanda.
- Análisis de la oferta.
- Elaboración de la estrategia comercial.

La finalidad de la investigación de mercado es la de proporcionar información para la toma de decisiones sobre el curso de acción que deberá seguir el presente proyecto. Además permitirá conocer y analizar las necesidades insatisfechas de los clientes.

3.1. Objetivo del Estudio de Mercado

3.1.1 Objetivo General

- Determinar la existencia de un mercado potencial que demande el servicio de alojamiento con las comodidades que requiere un estudiante.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar la oferta y la demanda para la implantación de una casa residencial universitaria con el fin de satisfacer las necesidades, preferencias y requerimientos de los clientes potenciales.

- Realizar una análisis de la oferta y la demanda para cuantificar la demanda insatisfecha que argumente la creación de la Casa Residencial "Home Sweet Home"

- Establecer precios competitivos.

- Determinar a través del estudio de mercado la mejor estrategia de comercialización de los servicios de "Home Sweet Home"

3.2. Metodología Empleado

En esta investigación se identificará las características del problema que se trabajará en el ámbito de estudio, a fin de controlar y dar una respuesta factible y cuantitativa que permita saber si la Creación de una Casa Residencia Universitaria de la Parroquia Sucre, Cantón Loja, Provincia de Loja, dará o no, los resultados que se pretende o se espera.

Para la presente investigación se realizará la metodología documental – bibliográfica y además de la investigación de campo respectiva.

3.2.1. Documental – bibliográfica

Se verificará las consultas de documentos, libros, textos y publicaciones en internet, de diversos autores, esto contribuirá a respaldar a las variables independiente y dependiente del modelo o de distintos procesos a ser utilizados para las necesidades especificadas en esta investigación.

3.2.2. Investigación de campo

Se ejecutará la investigación en el lugar de los hechos, es decir, en la Parroquia Sucre perteneciente al Cantón Loja, Provincia de Loja, siempre cerca al establecimiento elegido para un mejor uso de la información, ya que es el lugar del problema, con el único propósito de observar los acontecimientos y obtener la investigación de acuerdo a los objetivos planteados para el estudio pertinente.

3.3 Fuentes de Información

Las fuentes de información consisten en todos aquellos datos que son útiles y necesarios para el proceso de investigación; para el presente proyecto se empleó:

3.3.1. Información primaria

Es aquella que nos permite obtener información con el propósito de aprovechar la experiencia de personas o empresas del mercado objetivo.

La información de tipo primaria ser realizará mediante el contacto directo con los diferentes estudiantes de las universidades, a quienes se les aplicará una encuesta.

3.3.1.1. Entrevista no estructurada

Al inicio del proyecto se realizó entrevistas no estructuras a los padres de familia de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja, con el objetivo de obtener información acerca de los servicios que prestan actualmente los lugares donde residen sus hijos.

3.3.1.2. La Observación Directa

Para esta investigación se utilizará la técnica de observación directa ya que gracias a esta nos permitirá constatar de forma personal la problemática, y así direccionar mejor las necesidades de este grupo estudiantil y la viabilidad del proyecto en este sector brindando así mejores resultados al finalizar el mismo.

3.3.1.3. Investigación por Encuesta

Se manejará la técnica de la encuesta para recolectar información, registrándola adecuadamente para su respectiva tabulación e interpretación. El instrumento utilizado para la observación será el Cuestionario. **(Ver anexo 1)**

3.3.2. Información secundaria

Son aquellas que nos proveen de datos de otro tipo de organizaciones, para este caso se obtuvo información de:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Departamento estadístico de la Universidad Nacional de Loja.
- Internet.

Para la investigación los datos secundarios, serán los registros de los estudiantes que se encuentren matriculados en las universidades, permitiendo conocer datos relevantes para la realización del presente trabajo.

3.4. Demanda

En lo referente a la demanda se puede mencionar que, la demanda es la cantidad de bienes y servicios que las personas deseen adquirir a diferentes precios que el mercado ofrece tanto para una persona de forma individual (consumidor) o para el conjunto de personas que necesiten el bien o servicio (demanda total).

Establecer la cantidad de personas que necesiten el bien o servicio hace que las empresas puedan brindar estos servicios, pero también otras empresas observan las oportunidades de ingresar a satisfacer estas necesidades ya que las empresas actuales que lo ofrecen no han alcanzado el total de la demanda.

3.4.1. Análisis de la Demanda

Las universidades cada año ofrecen una cantidad limitada de cupos en sus diferentes facultades, por lo que los aspirantes deberán cumplir con todos los requisitos para poder ingresar en la universidad.

Esta es una situación generalizada en todas las universidades, en el caso particular de la Universidad Nacional de Loja no es la excepción; durante los últimos años ha tenido un crecimiento tanto en la infraestructura como en la población estudiantil, población que se compone principalmente por alumnos de la ciudad, pero que también está conformada por alumnos que vienen desde sectores cercanos e incluso desde otras provincias.

A continuación se presenta la información recabada durante la investigación:

Tabla 3.1 Total de Alumnos (UNL)

AÑOS	NUMERO DE ESTUDIANTES
2002	8537
2003	8902
2004	9268
2005	9634
2006	10000
2007	10366
2008	10732
2009	11097
2010	11463
2011	11829
2012	12195

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Como se puede observar la Universidad Nacional de Loja ha tenido un incremento estudiantil desde el año 2002 – 2012. Siendo la población actual de 12195 estudiantes matriculados que representan el 100%, y en base a las encuestas realizadas el 67.31% necesita alquilar una vivienda, el 2.87% de la población es necesaria para que las 35 habitaciones y los servicios que se ofrecen por parte de HOME SWEET HOME sean ocupados y cumplan con las proyecciones plasmadas en este presente estudio de factibilidad. Esto permite observar una oportunidad de ofrecer servicios de alojamientos para los alumnos que viene desde otros sectores, para ellos se preocupen exclusivamente de sus estudios y puedan asistir a todas las jornadas de clases, brindando confianza para los clientes como para sus familiares permitiéndoles fijarse en nuestro servicio.

3.4.2 Perfil del Cliente

Poder ofrecer alternativas a los diferentes clientes es una de los objetivos que la realización del proyecto contempla, para el caso, darles opciones a los estudiantes tantos los que vienen desde otras provincias, como aquellos que viven dentro de la misma ciudad pero que se encuentren lejos del establecimiento educativo, ofreciendo las comodidades adecuadas para ellos.

Muchos estudiantes optan por quedarse en su lugar natal, pero en vista de que no ofrecen todas las carreras, siguieron saliendo de sus residencias hacia las universidades que ofrecían las carreras que ellos deseaban seguir en el futuro.

3.4.3. Determinación del Universo o Población

El tamaño del universo se refiere al valor económico existente en el mercado, la población tomada en cuenta para la realización de la investigación es la universidad Nacional de Loja.

Tabla 3.2. Población y rango
Universidad Nacional de Loja

Rango	2011-2012	**Fuente:**
Población	12195	http://www.unl.edu.ec/estadisticas/estestudiantes.html

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

3.4.3.1 Unidades de Muestreo

Las unidades de muestreo para el presente estudio de mercado se determinaron mediante la formulación de las siguientes preguntas:

- ¿A quién se encuesta?
- ¿Cuántas personas se encuestarán?

Contestando a las preguntas planteadas deducimos que para la realización del proyecto aplicaremos un solo tipo de encuesta debido a que nuestro mercado objetivo sería la Universidad Nacional de Loja.

En cuanto al número de encuestas a aplicar se dedujo mediante fórmula aplicada a la información proporcionada por parte del departamento estadístico de la Universidad Nacional de Loja.

3.4.3.2 Alcance

El alcance del proyecto, es la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una casa Residencial Universitaria, estará dirigida hacia el mercado de la Universidad Nacional de Loja, para esto se elaboraron encuestas las mismas que fueron realizadas dentro de la institución.

3.4.3.3 Tiempo de Estudio

Las encuestas fueron realizadas del 7 al 9 de noviembre del año 2012.

3.4.3.4 Cálculos de la Muestra

El muestreo es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

Para la presente investigación se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2(N1)(P)(q)}{e^2(N-1) + (Z^2(P)(q)}$$

En donde:

n = Número de elementos de la muestra
N = Número de elementos de la población o universo
q = Probabilidad de fracaso.
P= Probabilidad de fracaso
Z= Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido.
e = Margen de error permitido (determinado por el responsable del estudio).

Y también se estableció una pregunta base para determinar la probabilidad de éxito o fracaso en las instalaciones de la universidad.

¿Le interesaría vivir en una Casa Residencial?

SI NO

Realizado a 10 estudiantes en la universidad Nacional de Loja, los resultados fueron:

Tabla 3.3 Disposición para adquirir el servicio de alojamiento

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	
SI	NO

7	3
(P)= 70%	(q) = 30%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Aplicando la fórmula en la universidad los resultados serían:

Universidad Nacional de Loja $n = \frac{Z^2(N1)(P)(q)}{e^2(N-1)+(Z^2(P)(q)}$

Datos:

z= 1.645

n= 12195

p= 0.70

q= 0.30

e= 0.06

$$n1 = \frac{(1.645)^2(12195)(0.70)(0.30)}{(0.06)^2(12195-1)+((1.645)^2(0.70)(0.30)}$$

$$n1 = \frac{6929.99472375}{44.46666525}$$

n=156

3.4.4 Diseño de la Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación dedicada a obtener información a través de un sistema de preguntas estructurado en formularios impresos, que en el informante responde por sí mismo, sin la participación del entrevistador.

3.4.5 Tabulación y Análisis de las Preguntas de la Encuesta

Determinado el número correspondiente de las personas que se debería encuestar (156), se realizaron los respectivos cuestionarios y se obtuvieron los siguientes resultados, encuesta realizada en las instalaciones de la Universidad Nacional de Loja donde va puntualmente direccionado nuestro servicio.

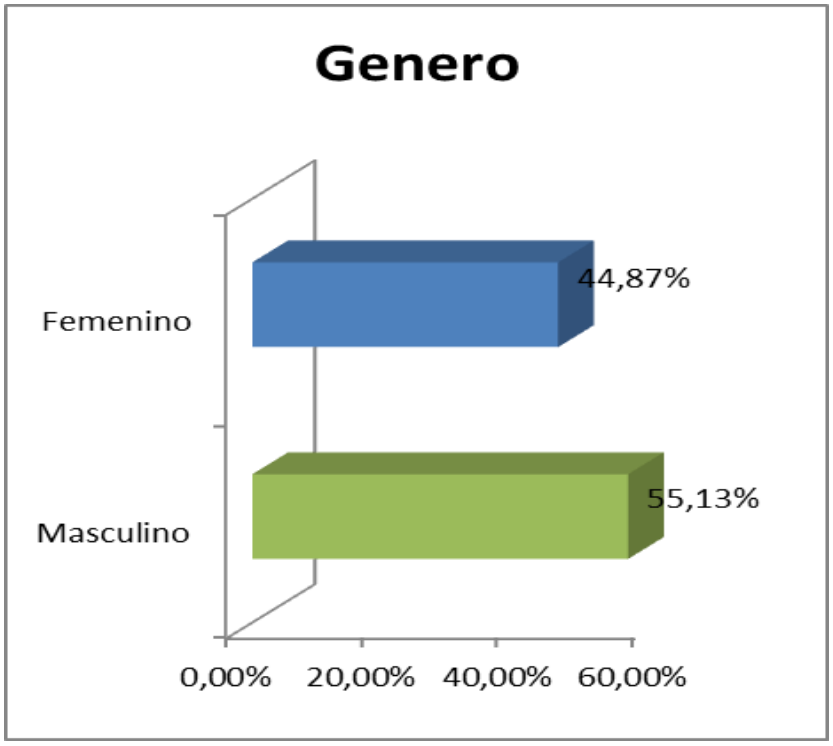
- **El género de los encuestados:**

Tabla 3.4 Disposición para adquirir el servicio de alojamiento

Masculino	86	55,13%
Femenino	70	44,87%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.1 Género de Encuestados



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los resultaron fueron que el 44.87% fueron femeninas y el 55.13% fueron masculino.

Análisis: De todos los encuestas la mayor población que representa el 55.13% pertenecen al género masculino, esto se podría explicar por la mayor libertad

brindada por las familias ecuatorianas para con las personas del género masculino.

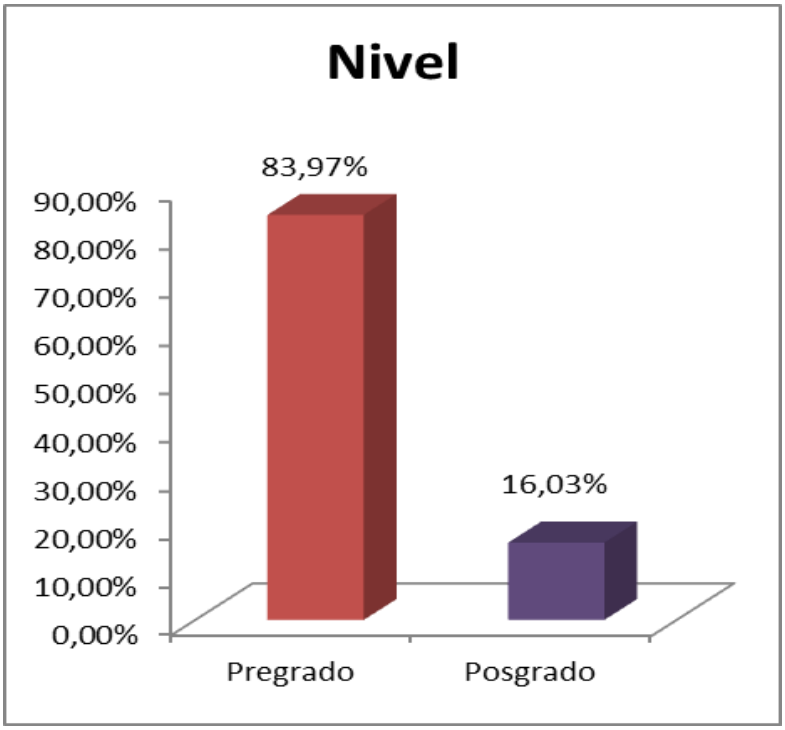
- **En cuanto al nivel de educación, los resultados fueron:**

Tabla 3.5 Número de estudiantes de grado y posgrado

Pregrado	131	83,97%
Posgrado	25	16,03%
	156	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 2.2 Nivel de educación



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los encuestados respondieron en un 16.03% que pertenecen al nivel de posgrado, mientras que el 83.97% eran de los niveles de pregrado.

Análisis: De todos los encuestados con un total de 83.97% son estudiantes que pertenecen al ciclo de Pregrado de la universidad, dado esto ya que los estudiantes que se encuentran en proceso de obtención de su título requieren

mayor acercamiento a la universidad son ellos los potenciales clientes del servicio.

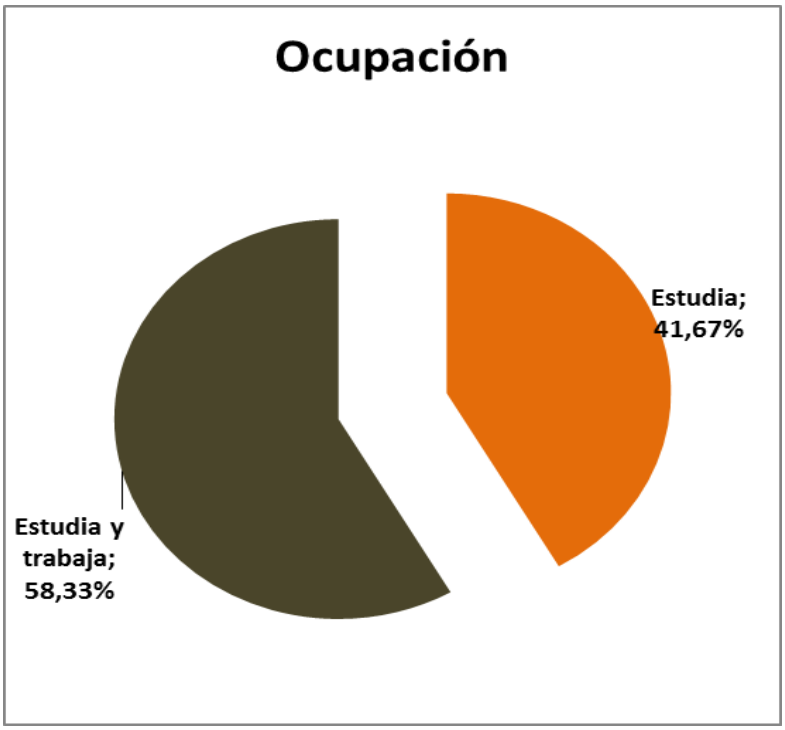
Ocupación de los encuestados y los resultados fueron:

Tabla 3.6 Ocupación de los estudiantes

Estudia	65	41,67%
Estudia y trabaja	91	58,33%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.3 Ocupación



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los resultados en cuanto a sus ocupaciones mencionaron en un 22.44% que solo se dedican al estudio, mientras que el 25.64% está trabajando, y finalmente el 51.92% se encuentran trabajando y estudiando a la mismo tiempo.

Análisis: Según los resultados obtenidos en las encuestas, el 51.92% de todos los encuestados se encuentran estudiando y a la vez trabajan, contando con recursos propios para sostener durante sus estudios.

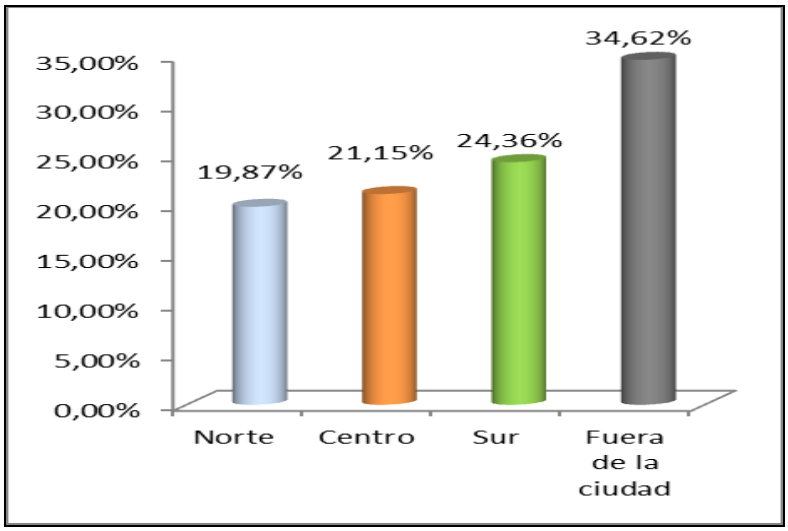
¿En qué sector de la ciudad vive actualmente?

Tabla 3.7 Sector donde vive actualmente

Norte	31	19,87%
Centro	33	21,15%
Sur	38	24,36%
Fuera de la ciudad	54	34,62%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.4 Sector de residencia actual



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los encuestados mencionaron, en un 19.87% que viven en el sector norte de la ciudad, mientras que el 21.15% se encuentra viviendo en el centro de la ciudad, el 24.36% está viviendo al sur de la ciudad y finalmente el 34.62% se encuentra fuera de la ciudad.

Análisis: Del total de encuestados, con el 34.62% se encuentra fuera de las ciudad, por lo que para ellos se les hace más difícil la movilización para llegar a recibir sus respectivas horas de estudios en la universidad siendo una opción muy eficiente la de ubicarse en una residencia cercana a la universidad.

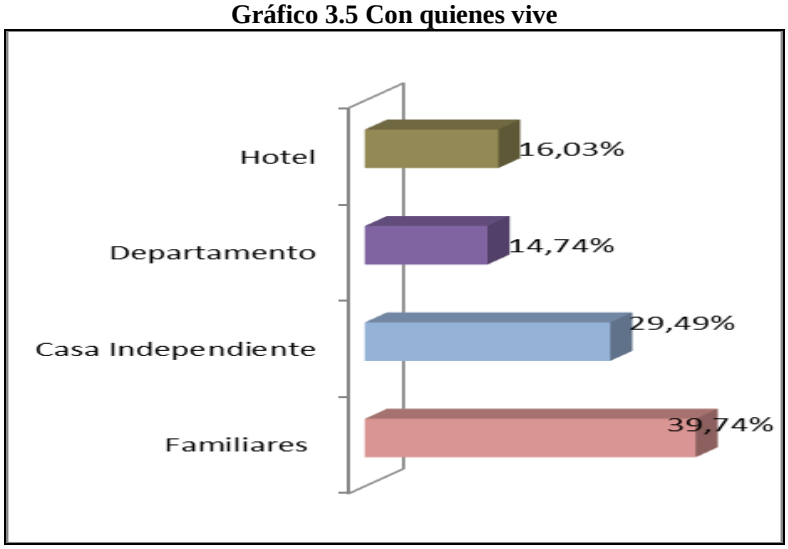
¿Usted vive con?

Tabla 3.8 Con quien vive

Familiares	62	39,74%
Casa Independiente	46	29,49%
Departamento	23	14,74%
Hotel	25	16,03%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.5 Con quienes vive



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los resultados fueron, el 14.74% de los encuestados vive en departamentos, el 16.03% se encuentra en hoteles, mientras que el 29.49% se encuentra viviendo en casa independiente, y finalmente el 39.74% vive con familiares.

Análisis: Según los encuestados, con el 39.74% se encuentran viviendo con familiares, sean estos padres o familiares cercanos, pero no siempre cerca del lugar de estudio mejorando así la opción de nuestro servicio.

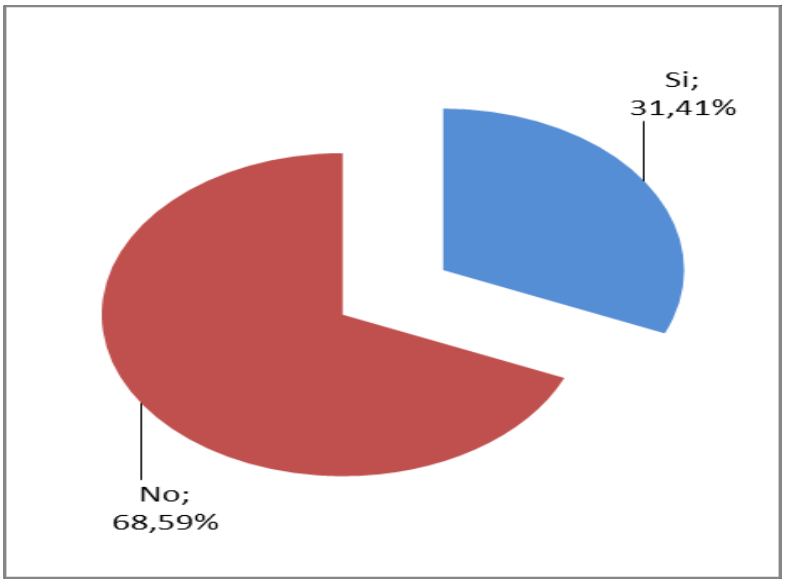
¿Conoce usted de una residencia universitaria en la ciudad de Loja?

Tabla 3.9: Conoce una residencia

Si	49	31,41%
No	107	68,59%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.6: Conocimiento de residencias



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los resultados fueron que el 31.41% de los encuestados SI conocen una residencia dentro de la ciudad, mientras que el 68.59% No conoce que exista una residencia dentro de la ciudad.

Análisis: En la culta realizada a los entrevistados, ello con el 68.59% mencionaron que no tiene conocimiento de ninguna residencia que se encuentre en la ciudad, para ello en nuestra implementación se pretende dar a conocer nuestro servicio mediante distintos modos de propaganda y así captar el mayor número de clientes potenciales.

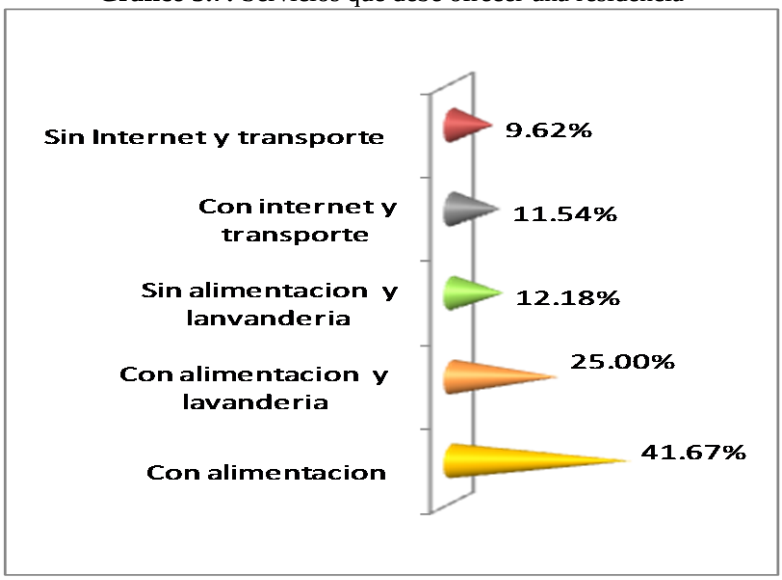
¿Para Usted los servicios de una residencia deberían ser?

Tabla 3.10: Servicios de una residencia

Con alimentacion	44	28,21%
Sin alimentacion	28	17,95%
Con alimentacion y lavanderia	32	20,51%
Sin alimentacion y lanvanderia	19	12,18%
Con internet y transporte	18	11,54%
Sin Internet y transporte	15	9,62%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.7: Servicios que debe ofrecer una residencia



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los encuestados mencionaron en un 9.62% que una residencia debe tener transporte, el 11.54% con internet y transporte, el 12.18% sin alimentación pero con lavandería, el 25% con alimentación y lavandería y finalmente el 41.67% con solo la alimentación.

Análisis: Para los encuestados una residencia, como servicio en un 41.67% deberá contar con la alimentación respectiva para los huéspedes beneficiando así la eficiencia del tiempo para los clientes pero siempre se deberán tomar en cuenta las distintas alternativas como potenciales servicios.

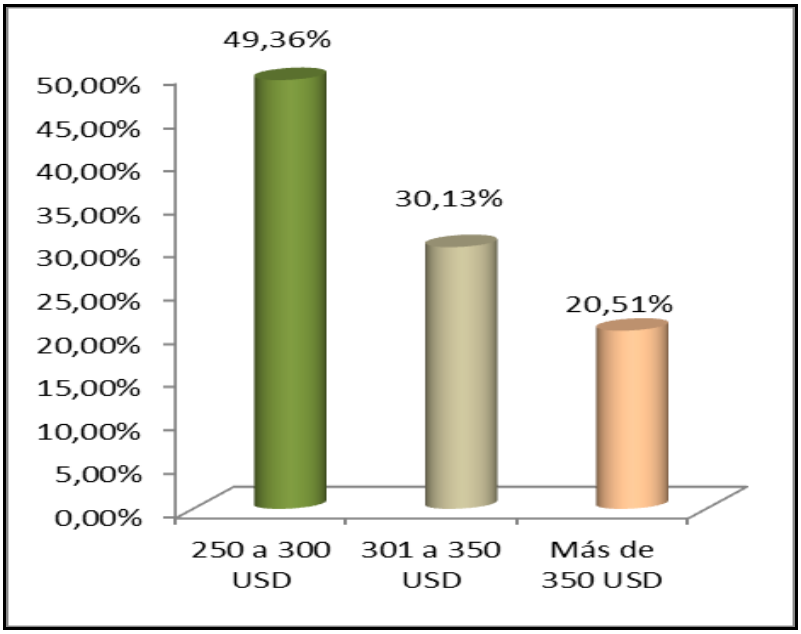
¿Para usted el precio por una residencia debería estar entre?

Tabla 3.11: Costo del servicio

250 a 300 USD	77	49,36%
301 a 350 USD	47	30,13%
Más de 350 USD	32	20,51%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.8: Costo del servicio



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Los encuestados indicaron que el costo debería ser, el 20.51 mayor a los 350 dólares, mientras que el 30.13% indicaron que el costo debiera ser de 301 hasta 350 dólares, y finalmente el 49.36% expresaron que el valor debiera está en el rango de 250 a 300 dólares americanos

Análisis: Para los encuestados el valor que debería cobrar una residencia con una mayor en sus respuestas el 49.36% indicaron que debe estar entre 250 y 300 dólares, este valor sugerido por los potenciales beneficiaros de nuestro servicio debe ser analizado rigurosamente dentro de nuestro presupuesto para así optimizar recursos y mejorar ganancias de acuerdo al servicio prestado.

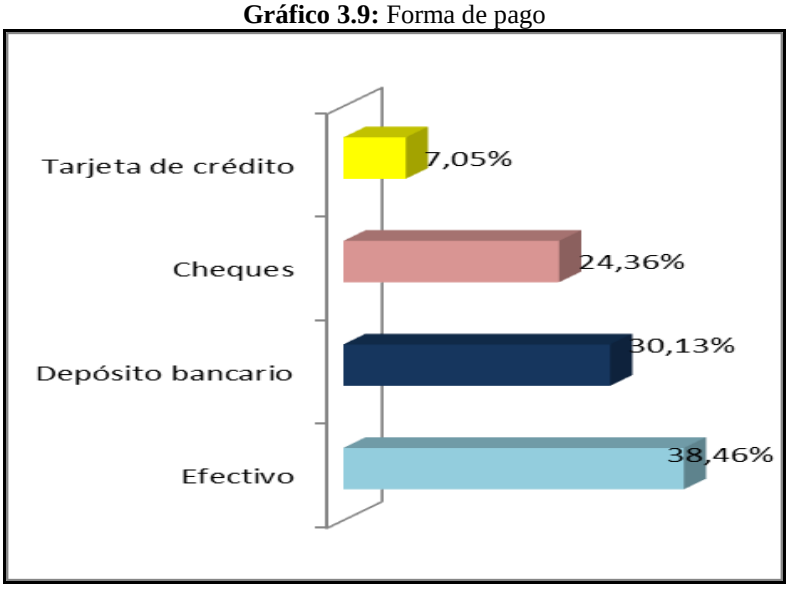
¿La forma de pago más conveniente para usted seria?

Tabla 3.12: Forma de pago

Efectivo	60	38,46%
Depósito bancario	47	30,13%
Cheques	38	24,36%
Tarjeta de crédito	11	7,05%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.9: Forma de pago



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Para los encuestados si debieran cancelar lo haría, el 7.05% mediante una tarjeta de crédito, el 24.36% mediantes cheques, el 30.13% mediante depósito bancario y finalmente el 38.46% cancelaria de forma efectiva

Análisis: Según los encuestas con un 38.46% mencionaron que la mejor forma de cancelar seria en efectivo puesto que la mayoría de personas a las que va dirigido el proyecto tienen capacidades de pago sin descartar las que reciben el apoyo familiar siendo otra importante opción la de los depósitos bancarios.

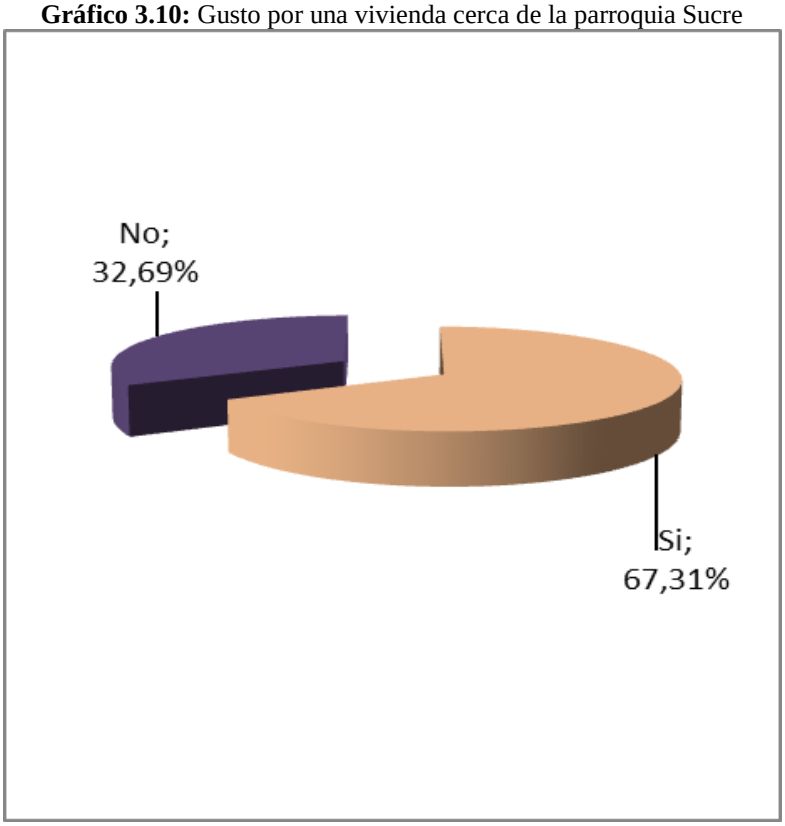
¿Le gustaría vivir en una Casa Residencia Universitaria, a las cercanías de la Universidad Estatal de Loja (Parroquia Sucre)?

Tabla 3.13: Gusto por la vivienda cerca de la parroquia Sucre

Si	105	67,31%
No	51	32,69%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.10: Gusto por una vivienda cerca de la parroquia Sucre



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

El 32.69% de los encuestados mencionaron que No le gustaría vivir en la parroquia, mientras que el 67.31% indicaron que si le gustaría vivir en la parroquia

Análisis: El 67.31% de todos los encuestados indicaron que si les gustaría vivir en la parroquia Sucre, siendo lógico el resultado puesto que es una distancia muy corta desde el lugar donde se implementara el proyecto hacia la universidad mejorando la utilización del tiempo de los estudiantes.

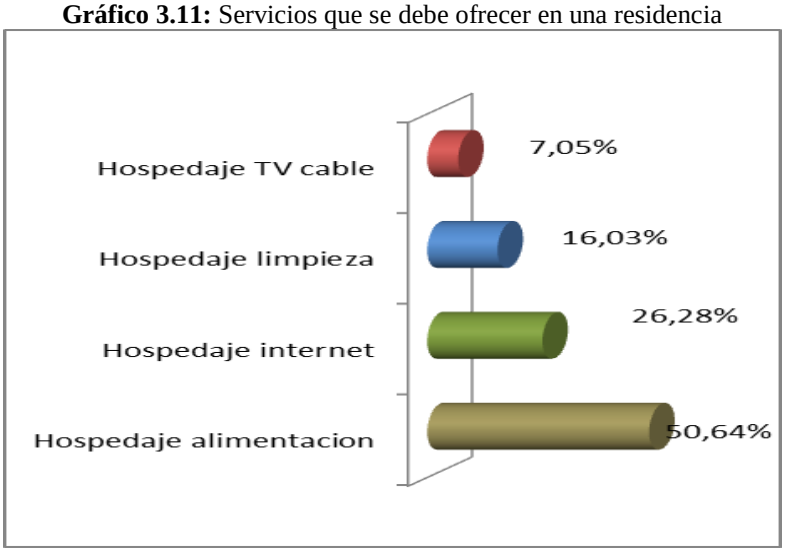
¿Qué tipo de servicios le gustaría que le ofrezca la Casa Residencia Universitaria?

Tabla 3.14: Servicios que debe ofrecer una residencia

Hospedaje alimentacion	79	50,64%
Hospedaje internet	41	26,28%
Hospedaje limpieza	25	16,03%
Hospedaje TV cable	11	7,05%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.11: Servicios que se debe ofrecer en una residencia



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Para los encuestas los servicios que debe reunir una residencia son, el 7.05% indicaron que hospedaje y TV cable, el 16.03% que el hospedaje y limpieza, mientras que el 26.28% mencionaron que el hospedaje más el Internet, y finalmente el 50.64% expresaron que debe ser el hospedaje y la alimentación

Análisis: Para los encuestados con el 50.64% mencionaron que dentro de la residencia se debe tener la alimentación con servicio más importante ya que es una de las mayores necesidades no cubiertas por distintas residencias alrededor.

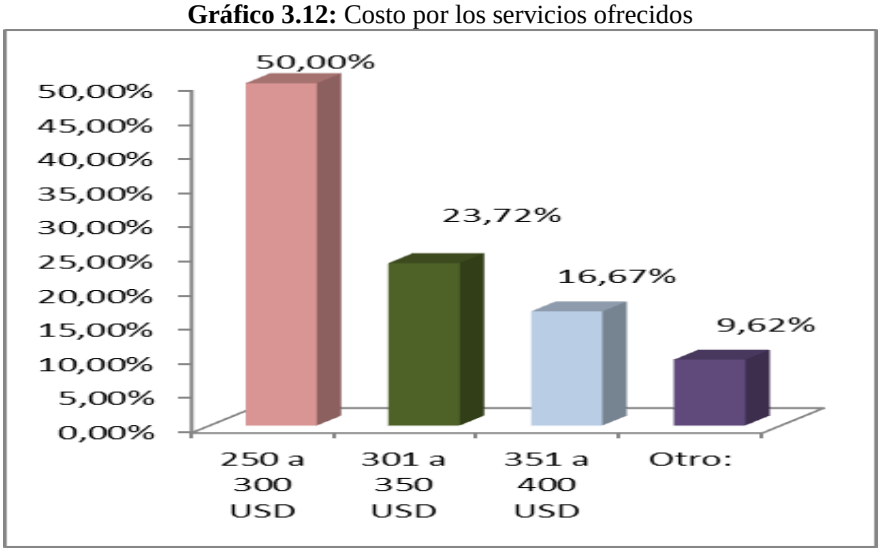
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios que Ud. escogió?

Tabla 3.15: Costo por los servicios ofrecidos

250 a 300 USD	78	50,00%
301 a 350 USD	37	23,72%
351 a 400 USD	26	16,67%
Otro:	15	9,62%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.12: Costo por los servicios ofrecidos



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

El costo que según los encuestados se debería pagar por los servicios brindados en una residencia serian, el 9.62% indicaron que sea mayor a 400 dólares, mientras que el 16.67% expresaron el rango de 351 hasta los 400 dólares, el 23.73% opino que los valores deberían está en el rango de 301 a 350 dólares y finalmente el 50% opto por la opción de que el valor debiera ser en un rango de 250 a 300 dólares americanos.

Análisis: Para los encuestados con el 50% mencionaron que por los servicios prestados estarían dispuestos a cancelar entre 250 y 300 dólares americanos por los servicios extras dentro del paquete contratado por cada uno de los clientes.

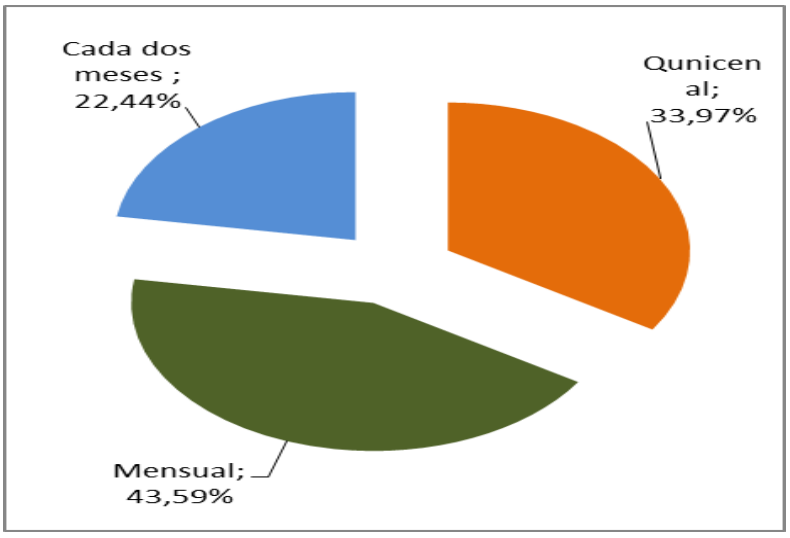
¿Con que frecuencia usted le gustaría pagar?

Tabla 3.16: Forma de cancelar el servicio

Qunicenal	53	33,97%
Mensual	68	43,59%
Cada dos meses	35	22,44%
TOTAL	**156**	**100,00%**

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.13: Forma de cancelar el servicio.



Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Dentro de las diferentes formas de cancelación, los encuestados mencionaron, el 22.44% que debe hacerse cada dos meses, mientras que el 33.97% indicaron que se debería cancelar cada quincena y el 43.59% expresaron que el pago debe ser de forma mensual.

Análisis: Según los encuestados la forma de pago de mayor aceptación con el 43.59% es realizarla de forma mensual siendo esta una de las más comunes en nuestro país del estudio.

3.4.6. Conclusiones del estudio de mercado

El 51,13% de los encuestados pertenece al género masculino por lo que hay tendencia a rentar las habitaciones a este género.

El 83,97% de los encuestados son estudiantes de pregrado convirtiéndose ellos en potenciales clientes ya que su tiempo de estudio es mucho más amplio que los estudiantes de posgrado.

El 34,62% de los encuestados viven en cantones y parroquias fuera de la ciudad de Loja, siendo esta la situación que obliga a buscar una residencia cerca del centro de estudios.
El 28,21% de los encuestados prefieren que la residencia brinde un servicio completo como es, con alimentación y lavandería, ya que esto ayuda a que los estudiantes se enfoquen más a sus responsabilidades académicas.

El 49,36% de los encuestados están de acuerdo con los precios establecidos, los mismos que fluctúan entre los $250 y $300, por un servicio completo.

3.4.7. Proyección de la demanda

3.4.7.1 Demanda Histórica

Para analizar el comportamiento histórico de la demanda fue necesario recurrir a los datos existentes en el departamento estadístico de la Universidad Nacional de Loja, donde se obtuvo datos desde el año 2002 hasta el año 2012.

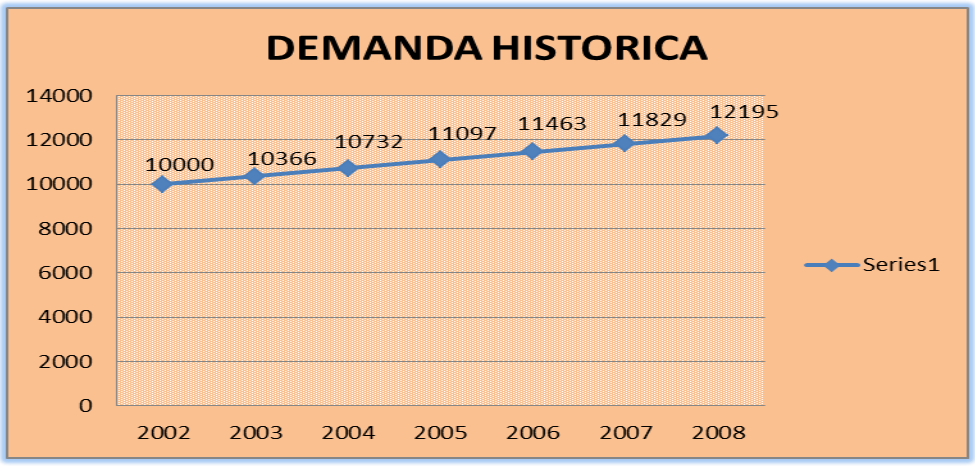
Tabla 3.17: Demanda Histórica

ANOS	NUMERO DE ESTUDIANTES
2002	8537
2003	8902
2004	9268
2005	9634
2006	10000
2007	10366

2008	10732
2009	11097
2010	11463
2011	11829
2012	12195

Fuente: Dpto. Estadístico de la UNL.
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.14: Demanda Histórica



Fuente: Dpto. Estadístico de la UNL.
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

3.4.7.2. Demanda Actual

La empresa "Home Sweet Home" tiene un mercado representativo conformado por los estudiantes universitarios (jóvenes entre 18 y 24 años de edad) lo que se videncia en la tabulación de las encuestas las mismas que señalan que el 70% de los encuestas les gustaría vivir en una residencia.

Tabla 3.18: Demanda actual

Años	Número de estudiantes (población)	70% les gustaría vivir en una residencia universitaria
2012	12195	85,37%

Fuente: Dpto. Estadístico de la UNL.
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

3.4.7.2. Demanda proyectada

Para la proyección de la demanda se tomó como base los datos históricos estadísticos de la UNE., para la proyección se utilizó la ecuación de la recta Y=a + bx, que se la obtuvo del análisis de los libros como el de investigación integral de mercado de Jany José Nicolás, segunda edición.

$$Y=a + bx$$

Despeje de a:

$$Y= a + bx$$

1. $\sum \quad \sum Y = an + b\sum x$

2. $\sum x = 0 \sum Y = an + b\sum x$

$$\sum Y = an$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

Despeje de b:

$$Y =a + bx$$

1. X $\qquad Yx = ax + bx^2$

2. $\sum \quad \sum Yx = a\sum x + b\sum x^2$

3. $\sum x = 0 \sum Yx = a\sum x + b\sum x^2$

$$\mathbf{b = \frac{\sum Yx}{\sum x^2}}$$

Tabla 3.19: Cálculos para determinar la demanda proyectada

Años	Número de estudiantes Y	x	xy	x2
2002	12145	-5	-60725	25
2003	12150	-4	-48600	16
2004	12155	-3	-36465	9
2005	12160	-2	-24320	4
2006	12165	-1	-12165	1
2007	12170	0	0	0
2008	12175	1	12175	1
2009	12180	2	24360	4
2010	12185	3	36555	9
2011	12190	4	48760	16
2012	12195	5	60975	25
	133870	0	550,00	110

Fuente: Dpto. Estadístico de la UNL.

Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Solución:

$$a = \frac{\sum y}{n} \qquad b = \frac{\sum Yx}{\sum x^2}$$

$$a = \frac{133870,00}{11} \qquad b = \frac{550,00}{110}$$

a = 12170 **a = 5**

Para los años 2012 al 2016, tenemos:

$Y_{años} = a + bx$

$Y_{2012} = a + bx = 12170 + 5\ (7) = 12205$

$Y_{2013} = a + bx = 12170 + 5\ (8) = 12210$

$Y_{2014} = a + bx = 12170 + 5\ (9) = 12215$

$Y_{2015} = a + bx = 12170 + 5\ (10) = 12220$

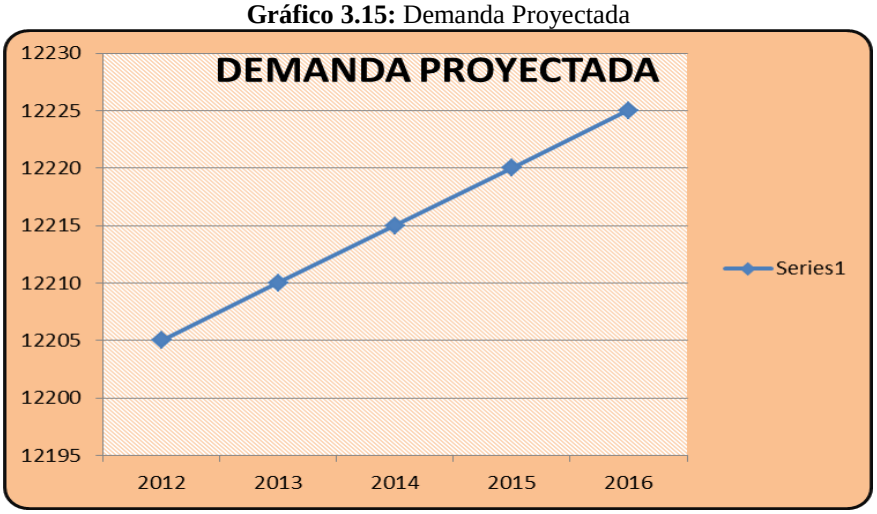
$Y_{2016} = a + bx = 12170 + 5\ (11) = 12225$

Tabla 3.20: Demanda proyectada

Años	Número de estudiantes
2012	12205
2013	12210
2014	12215
2015	12220
2016	12225

Fuente: Dpto. Estadístico de la UNL.
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.15: Demanda Proyectada



Fuente: Dpto. Estadístico de la UNL.
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Por medio de la fórmula de regresión lineal aplicada anteriormente se obtuvo la demanda proyectada y cuyo gráfico de muestra un crecimiento considerable de la misma en los próximos cinco años.

3.5 Análisis de la oferta

Existiendo una población estudiantil que busca las comodidades necesarias para quedarse en la ciudad y poder asistir a sus jornadas de clases, se comenzó a ofrecer estos servicios, aunque de manera informal, es decir, sin un lugar ni las comodidades requeridas por los estudiantes.

Para atender a este tipo de consumidores en la ciudad se presenta las siguientes alternativas; para los alumnos que tiene familiares en la ciudad, ellos solicitan vivir con sus familiares y en muchos de los casos son aceptados, mientras quienes no tienen algún familiar viviendo en la ciudad buscan alternativas de alojamiento.

Por lo antes mencionado, en la ciudad no se cuenta con una infraestructura para satisfacer a este tipo de consumidor, lo que sí existe es la adecuación de las viviendas que ya están construidas para poder ofrecer por lo menos el

alojamiento a los estudiantes sin adicionar servicios extras como los que nosotros proponemos para beneficio de nuestros clientes.

Durante la investigación se pudo confirmar esta situación, donde realmente no existe una infraestructura adecuada para poder brindar un servicio de calidad en cuanto al alojamiento y alimentación de los estudiantes, que les permita contar con este servicio y ellos solo se dediquen a sus responsabilidades estudiantiles.

Lo que se pudo obtener en las indagaciones realizadas fueron que existen diferentes precios en las viviendas que se adecuaron para ofrecer hospedaje a los estudiantes, y estos van, para el alojamiento desde los $ 100 hasta los $ 200 dólares, si el alojamiento incluye los servicios de alimentación y limpieza estos valores fluctúan entre los $ 250 y los $ 400 dólares, dependiendo del sector donde se localice, por ende los valores analizados en este estudio satisfacen las demandas de los potenciales clientes.

3.5.1. Competencia Directa:

Son aquellos negocios que brindan y proponen servicios similares a los nuestros, en consecuencia buscan a nuestros mismos clientes.

Debido a la competencia nosotros realizamos una Observación Directa de la competencia para así analizar y visualizar mejor los distintos servicios que ellos brindan y así poder compararlos con los propios, para realizar correctivos en nuestros servicios para brindar la mayor calidad posible e incrementar la demanda la de nuestra residencia en la Cuidad de Loja y beneficiar a los clientes como a los socios de nuestro proyecto.

3.5.2 Proyección de la Oferta

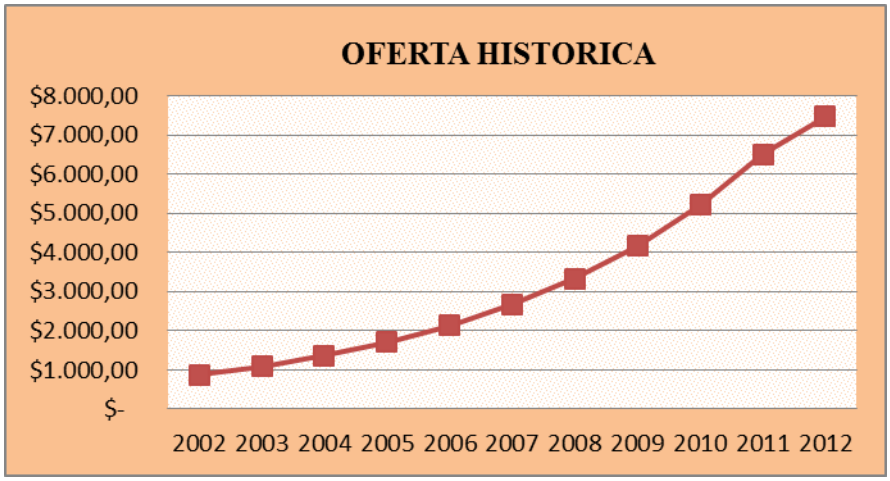
Para determinar la oferta proyectada hemos considerado las ventas históricas del Hotel Doña Blanquita por ser el único establecimiento que cumple con las normativas legales para su funcionamiento.

Tabla 3.21: Oferta Histórica

Años	Oferta (dolares)
2002	$ 874,00
2003	$ 1.093,00
2004	$ 1.366,00
2005	$ 1.707,00
2006	$ 2.134,00
2007	$ 2.667,00
2008	$ 3.334,00
2009	$ 4.168,00
2010	$ 5.209,00
2011	$ 6.512,00
2012	$ 7.472,00

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 3.16: Oferta histórica



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

3.5.2.1 Oferta Actual

En la actualidad la empresa más competitiva a la que nos enfrentamos y que ellos poseen son los siguientes:

Tabla 3.22: Oferta actual

Nombre de la Empresa	Producto o Servicio	Valor
Residencia Daña Blanquita	Solo alojamiento (Simple)	150
Residencia Daña Blanquita	Solo alojamiento (Doble)	180

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

3.5.3. Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha de los servicios que ofrece la casa residencial "Home Sweet Home" se restan a los datos de la demanda proyectada los datos de la oferta proyectada, de esta manera se concluye que de acuerdo al acelerado crecimiento poblacional en la provincia de Loja el proyecto en marcha puede acceder a cubrir las necesidades que tienen los estudiantes que conforman la Universidad Nacional de Loja.

Tabla 3: Oferta actual

	Demanda Actual			Oferta	Demanda
Año	Estudiantes	Precio Promedio	Demanda Dolares	Actua	Insatisfecha
2012	12195	$ 56,53	$ 689.383,35	70200	$ 619.183,35

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Myrian Elena Sánchez Ibarra

3.6. Estudio de comercialización

La comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa.

3.6.1. Mix Marketing

El Mix Marketing, son considerados como el conjunto de herramientas con que cuenta la empresa para llegar a cumplir con los objetivos que se ha planteado; el marketing mix está compuesto por las cuatro P, estas son: producto, precio, plaza, promoción o publicidad.

3.6.1.1. Producto

Un producto como principal misión es satisfacer las necesidades que tenga el consumidor, para esto los productos deben ser realmente innovadores o novedosos, pero también son consumidos porque no existen una variedad de ellos o para los cuales todavía no tienen sustitutos que se consideren satisfactorios.

El producto claramente definido en el presente proyecto, es el alojamiento para los estudiantes, que adicionalmente involucra la alimentación y limpieza de la habitación que decidiera alquilar.

Para la alimentación se creara las instalaciones adecuadas, por lo cual, este servicio estará abierto tanto para los residentes como para el público en general, permitiendo ofrecer una nueva alternativa a los consumidores.

Otro de los servicios que se considera para nuestra residencia será el acceso a internet, esto no solo para nuestros clientes residentes, sino para el público en general.

3.6.1.2. Precio:

El precio, es la cantidad de dinero aceptada que se paga por un producto o servicio, el cual contiene los atributos necesarios para satisfacer las necesidades de las personas, en el proyecto los servicios que se ofrecerán son:

- Servicio de alojamiento, incluido la alimentación y lavandería
- Servicio de Internet
- Servicio de Comedor

Con relación a los servicios que se ofrecerá se establecieron los precios, mediante la utilización de la investigación de campo y de las referencias de

negocios similares, para establecer un precio que se ajuste a las necesidades de los clientes.

Tabla 3.2: Precios de servicios

ITEMS	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIO
1	Servicio Habitación doble	Mensual	$ 350,00
2	Servicio Habitación simple	Mensual	$ 220,00
2	Servicio de Internet	Hora	$ 0,75
3	Servicio de Comedor	Almuerzo	$ 2,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

En el servicio de alojamiento se incluye los servicios de alimentación y lavandería, que son las características principales del producto que en base a las encuestas realizadas, fue de mayor aceptación entre los estudiantes.

3.6.1.3 Plaza (Canal de Distribución)

Se puede mencionar que la plaza o canales de distribución son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial.

Un canal de distribución, es considerado como el medio por el cual la empresa utiliza para hacer llegar sus productos o servicios a los diferentes consumidores, y poder satisfacer sus necesidades.

El servicio que se ofrecerá es alojamiento, a los estudiantes, por lo cual el medio para la información del servicio será de forma directa con los consumidores, por lo que se puede mencionar que, la entrega del servicio será de forma directa sin existir ningún intermediario realizando los propios contactos personales presentándoles el servicio fuera de su lugar de estudios.

Debido a que el servicio que se ofrece no contiene transformación o manipulación alguna, el canal de distribución será directo, es decir, desde la residencia hacia los estudiantes que requieran los servicios de las instalaciones.

3.6.1.4 Promoción

La promoción se lo puede definir como los incentivos directos para aumentar el volumen de las ventas, en el proyecto serán un mayor número de personas hasta cubrir todas las instalaciones preparadas para satisfacer las necesidades de los estudiantes no residentes en la ciudad de Loja.

En el proyecto se realizará mediante el uso de volantes al inicio de las actividades en las zonas cercanas a la universidad y en lo posible en la universidad mismo, el otro medio será colocar anuncios estratégicos en las instalaciones de donde se ofrecerá los servicios tales como alquiler de internet y de almuerzos.

- **Estrategia de publicidad radial.-** Esta estrategia permitirá identificar y dar a conocer los servicios que ofrece "Home Sweet Home" dando un lugar claro y apreciado en la mente de los clientes potenciales.

Tabla 3.25: Estrategia de publicidad radial

NOMBRE	PUBLICIDAD EN RADIO
Objetivos	• Posicionar en el mercado los servicios que ofrece Home Sweet Home.
Táctica	• Cuyas radiadas, las mismas que serán transmitidas por la radio de la localidad.
Responsable de ejecutar	• Área administrativa
Impacto	• Local
Grupo objetivo	• Estudiantes de la Universidad Nacional de Loja
Mecanismo de control	• Sondeo de opinión
Políticas	• El mensaje debe ser claro, conciso y claro de recordar, de manera que la información llegue a un mayor número de personas. • Transmitir las cuyas radiales durante seis meses.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

CAPITULO IV

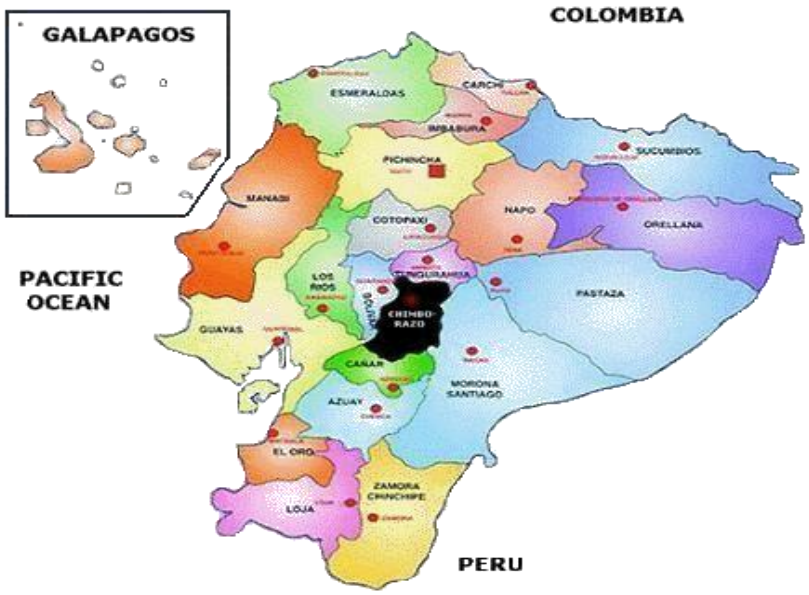
ESTUDIO TÉCNICO

Un estudio técnico se plantea mediante varias interrogantes tales como: donde estará ubicado el proyecto, cómo y con qué recursos se debe implementar, es decir, se debe detallar todo lo relacionado con el funcionamiento y con las operaciones o actividades necesarias que el proyecto requiera.

4.1. Localización del Proyecto

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y los gastos durante el periodo productivo del proyecto. Además debemos aclara que el terreno para el desarrollo del proyecto se encuentra en un lugar muy estratégico que cumple con el estudio de técnico.

Gráfico 4.1: Mapa del Ecuador



Fuente: http://www.google.es
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.2. Macro Localización

La macro localización es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio.

Para la localización del proyecto se estableció las siguientes características:

Tabla 4.1: Desglose macro

DESGLOSE MACRO	CARACTERÍSTICAS
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Loja

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 4.2: Mapa de macro localización



Fuente: http://www.google.es
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.3. Micro Localización

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

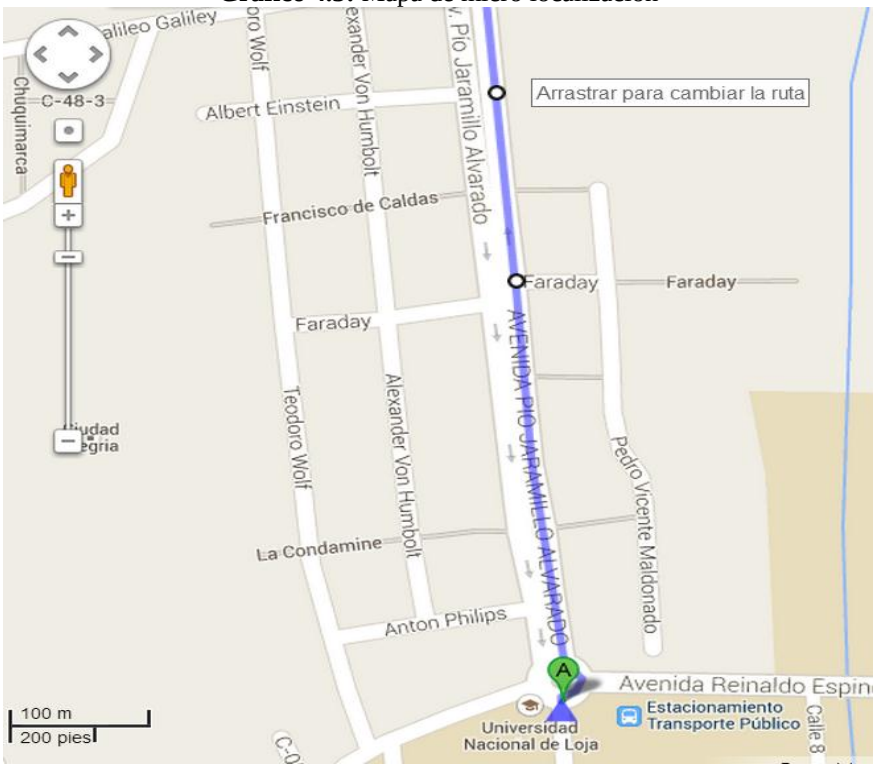
La dirección exacta de la residencia será:

Tabla 4.2: Desglose micro

DESGLOSE MICRO	CARACTERÍSTICAS
Cantón	Loja
Parroquia	Sucre
Barrio	La Argelia
Calle	Juan Pío X

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 4.3: Mapa de micro localización



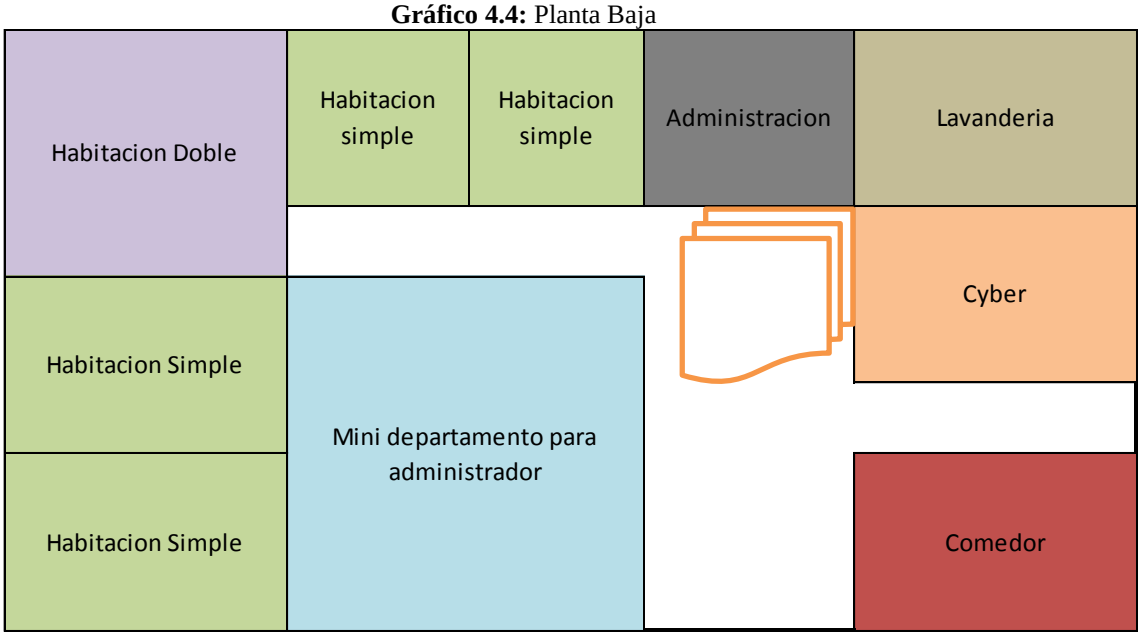
Fuente: http://www.google.es
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.4. Tamaño de la Infraestructura

La casa residencial contara con tres plantas, en la planta baja se encontrara los servicios a ofrecer, tanto para el público en general como para los residentes, la recepción e ingreso, mientras que en la primera planta se encontrara las habitaciones tanto sencillas como dobles para el alojamiento de los estudiantes y finalmente en la tercer plata estarán disponibles más habitaciones.

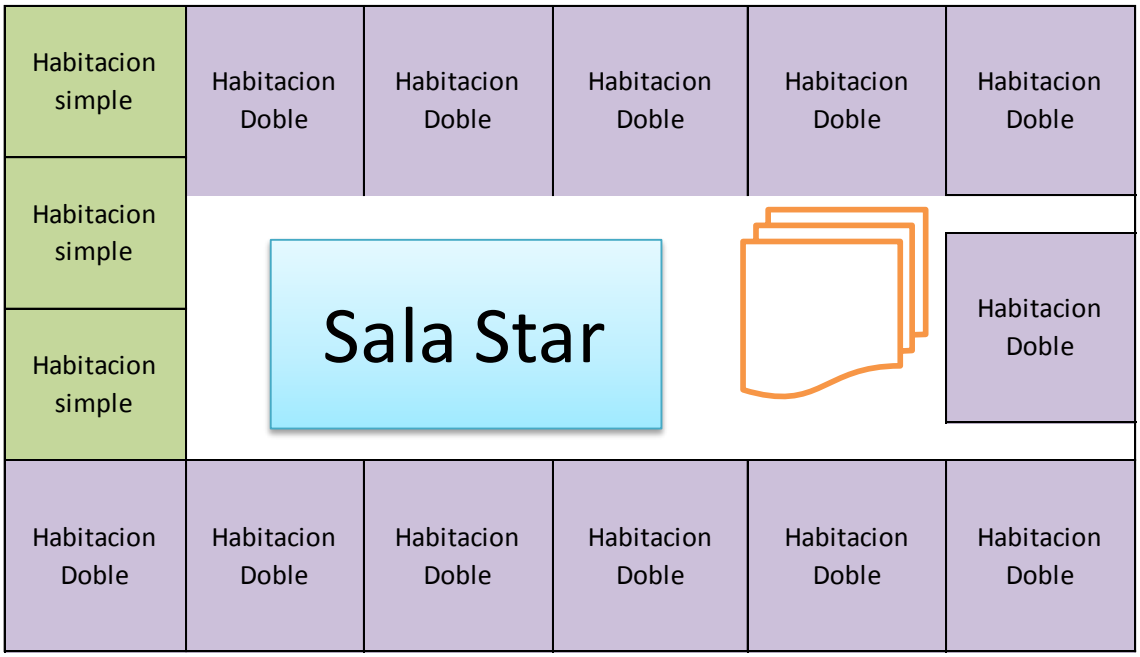
A continuación se presenta la distribución de las instalaciones:

Gráfico 4.4: Planta Baja



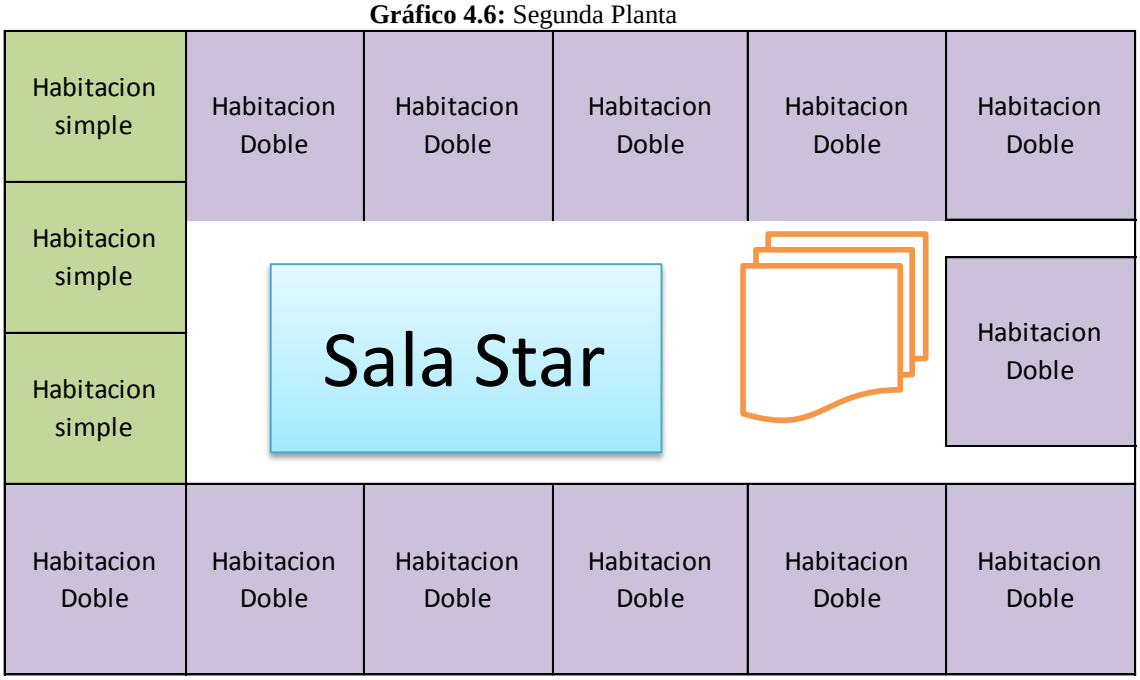
Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 4.5: Primera Planta



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Gráfico 4.6: Segunda Planta



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.4.1. EL área de recepción

El área de la recepción se ubicara en la parte central de la planta baja, con el objetivo de brindar las comodidades a los visitantes y a los residentes con la finalidad de poder observar alguna situación que se presente en el local además de brindar la ayuda necesaria a los huéspedes para generar la mayor satisfacción a nuestros clientes contando también por la cercanía a demás servicios como el Cyber, el Comedor y la Lavandería.

4.4.2. EL área de la cocina

Para el área se dispondrá de los implementos necesarios, que permitan la elaboración de los alimentos tanto para los huéspedes como para el público en general y estará comunicado con el área de restaurant para hacer llegar en forma oportuna los alimentos a los diferentes clientes de la manera más oportuna y eficiente posible.

Tabla 4.3: Detalle del área de cocina

DETALLE DEL ÁREA DE COCINA
Cocina industrial
Congelador industrial y platería
Refrigerador industrial
Estación para comida caliente
Procesador de alimentos
Plancha
Lavadora industrial de platos

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.4.3. El área del comedor

Para esta área se contara con las mesas y sillas necesarias que permitan brindar una atención personaliza a los huéspedes y demás visitantes, que busquen degustar los alimentos que se preparan en las instalaciones siendo esto factible de contratar en los distintos planes de hospedaje brindados.

Tabla 4.4: Área del comedor

DETALLE	CANTIDAD
Mesas	22
Sillas	70
Vajilla	120
Cubiertos	120
Manteleria	44

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.4.4 El área de Internet

Las instalaciones para ofrecer el servicio de Internet, se ubicara en la parte inferior, es decir en la planta baja, para la comodidad de los estudiantes y clientes que estén en búsqueda de este servicio, cercano a la entrada para facilidad de tiempo para los usuarios.

Tabla 4.5: Área de internet

Detalle	Cantidad
Computadores	20
Escritorios	20
Sillas	20
Impresoras Canon	2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.4.5 El área de las habitaciones

Las habitaciones se encontraran en la planta baja detrás de la recepción y en la primera, segunda y tercera planta para que los estudiantes puedan llegar a descansar de las jornadas de estudio y así también realizar un control leve sobre los mismos también como objetivo el que se preparen de la mejor forma para continuar al día siguiente.

Tabla 4.6: Área de las habitaciones

Detalle	Cantidad
Sillas	60
Camas de 1 1/2 plaza más velador	60
Escritorio	60
Colchón	60

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.4.6. Recursos Materiales

Los primeros recursos materiales necesarios serán para la construcción de las edificaciones hablando técnicamente el espacio usado en cada una de las divisiones de la residencia especificado en metros cuadrados tratando de maximizar la eficiencia de cada uno de los espacios generados, los mismas que permitirán ofrecer los servicios a cada uno de los clientes y poder satisfacer sus necesidades.

Se presenta a continuación el detalle de las construcciones necesarias:

Tabla 4.7: Recursos materiales

EDIFICIO	CANT.
Construcción Cocina y salón para restaurante	1
Construcción Oficina administración	1
Construcción Habitaciones individuales	10
Construcción Habitaciones compartidas	25
Construcción mini departamento para administrador	1
Construcción cuarto de máquinas	1
Construcción de una sala de computadoras con internet	1

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.5. Recursos Humanos

Para ofrecer los servicios de alojamiento, el servicio de Internet y de comedor será necesario contar con personal calificado que permita satisfacer las necesidades de cada uno de los visitantes. Los mismos que serán responsables por un correcto manejo de los recursos que se pondrán a su disposición, de presentar los reportes correspondiente y solicitar los materiales que se utilizaran en cada una de las áreas.

Tabla 4.8: Recuros humanos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Administrador	1
Atención Cyber	2
Mucama	1
Cocinero	1
Mesero	1

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

4.6. Recursos Financieros

Debido al monto de las inversiones será necesario contar con diversas fuentes de recursos financieros, una de las alternativas es a través de los propios recursos, y para completar el total de la inversión se establecerá mediante un crédito buscando a la mejor alternativa en el mercado.

Para lo cual se indago en las diferentes instituciones financieras sobre tasas en préstamos y se optó por la Corporación Financiera nacional CFN, con una tasa de interés del 10.50% para un periodo de 5 años cancelando de forma mensual.

4.7. Costo y Gastos

Una vez finalizada la construcciones se deberá realizar las decoraciones y equipamientos necesarios tanto para el área de comedor, el del Internet y de las habitaciones.

Tabla 4.9: Costos y Gastos

CALCULO DE COSTOS Y GASTOS

COSTOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL PROYECTO
Mantenimiento de Instalaciones	1.000,00	1.023,00	1.046,53	1.070,60		4.140,13
Sueldos y Salarios	57.601,68	58.926,52	60.988,95	63.059,58	64.509,95	305.086,67
Papelería	886,80	917,84	938,95	960,54	982,64	4.686,77
Internet	960,00	982,08	1.016,45	1.039,83	1.063,75	5.062,11
Depreciación de Local	260,35	2.487,10	2.487,10	2.487,10	2.487,10	10.208,75
Depreciación de Instalaciones	9.720,00	1.854,00	1.854,00	1.854,00	1.854,00	17.136,00
Depreciación Maquinaria y equipo	135,00	1.318,50	1.318,50	1.318,50	1.318,50	5.409,00
Provisiones Varias						
TOTALES	**70.563,83**	**67.509,04**	**69.650,48**	**71.790,15**	**72.215,93**	**351.729,42**

GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Suministros de oficina	552,26	564,96	577,96	591,25	604,85	2.891,28
Suministros de aseo	3.000,00	3.069,00	3.139,59	3.211,80	3.285,67	15.706,05
Inventarios	5.481,00	5.607,06	5.607,06	5.867,95	6.002,92	28.566,00
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono)	2.544,00	2.602,51	2.691,83	2.753,74	2.848,28	13.440,36
Costos de Constitución	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	850,00
Depreciación de Muebles y Enseres	2.709,00	2.709,00	2.709,00	2.709,00	1.318,50	12.154,50
Depreciación de Equipos de Oficina	203,52	203,52	103,04	103,04	1.318,50	1.931,62
Depreciación Equipo de Computo	793,34	1.905,03	1.905,03		0,00	4.603,40
TOTALES	**15.453,12**	**16.831,09**	**16.903,51**	**15.406,78**	**15.548,71**	**80.143,21**

GASTOS DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Publicidad y Promoción	1.500,00	1.552,50	1.588,21	1.643,79	1.681,60	7.966,10
Provisiones Varias "rESTAURANTE"	1.550,00	1.585,65	1.622,12	1.659,43	1.717,51	8.134,71
TOTALES	**3.050,00**	**3.138,15**	**3.210,33**	**3.303,22**	**3.399,11**	**16.100,81**

GASTOS FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Intereses financiamiento	23.590,00	19.306,90	14.551,79	9.272,65	3.411,73	70.133,07
TOTALES	**23.590,00**	**19.306,90**	**14.551,79**	**9.272,65**	**3.411,73**	**70.133,07**

TOTAL COSTOS Y GASTOS	**112.656,94**	**106.785,18**	**104.316,10**	**99.772,81**	**94.575,48**	**518.106,51**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Por las diferentes actividades y tareas es necesario varios materiales o suministros los principales se considera en el cuadro con sus respectivos costos mensuales y costos anuales. Al igual que en el área de Cyber, son necesarios varios implementos, también lo es para la sección de cocina y comedor, los mismos que se encuentra con sus respectivas cantidades, precios unitarios y el valor anual. Brindar un servicio de calidad requerirá de personal idóneo, por lo tanto se contratará el recurso humano necesario con sus respectivos beneficios sociales, los costos mensuales así como los costos anuales.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como propósito evaluar el potencial económico financiero del proyecto, es decir, analizar las inversiones iniciales necesarias, los costos y gastos en los que incurrirá la empresa, y las expectativas de ganancia así como también los periodos de recuperación de la inversión.

A través de la aplicación del estudio económico y financiero "Home Sweet Home" pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, así como estimar los niveles de ingresos y gastos requeridos; definitivamente el estudio financiero es importante para tomar las decisiones de invertir o no en el proyecto de la construcción de una casa residencial universitaria que brinde todos los servicios y pueda satisfacer las necesidades de los estudiantes, es decir, es una confirmación de que la empresa no solo tiene el mercado y es operativamente factible, sino que es sostenible y rentable.

5.1. Presupuesto

"En el presente proyecto los presupuestos son considerados como cuantificaciones monetarias de las operaciones a futuro, teniendo como marco de referencia las premisas establecidas en el estudio de mercado, en el estudio técnico, tiene el propósito de mostrar una visión objetiva de los movimientos de ingresos y egresos que se generan al realizar la ejecución, puesta en marcha y operación del proyecto.

5.1.1. Presupuesto de inversión

Este presupuesto está integrado por un conjunto de actividades totales del proyecto que es necesario efectuar para conformar la infraestructura física

(maquinaria, terreno, edificios, instalaciones, etc.) e intangibles que son impuestos que deben ser pagados para la puesta en marcha del proyecto.

5.1.1.1. Activos fijos

Los activos fijos son todas las inversiones de bienes permanentes o de derecho exclusivo que la empresa utiliza sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas. Los activos fijos para el presente proyecto son:

Tabla 5.1: Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
TERRENO		52.360,00
Terreno 476 metros cuadrados	52.360,00	
EDIFICIO		108.000,00
Construcción e instalación	108.000,00	
MAQUINARIA MATERIALES Y EQUIPO		19.850,00
Cocina industrial	380,00	
Congelador industrial y plateria	6.500,00	
Refrigerador industrial	1.250,00	
Estación para comida caliente	1.400,00	
Procesador de alimentos	420,00	
Plancha	1.200,00	
Lavadora industrial de platos	2.300,00	
Lavadora industrial	3.600,00	
Secadora industrial	2.800,00	
MUEBLES Y ENCERES		30.100,00
Camas de 1 1/2 plaza más velador	13.300,00	
Escritorio	8.400,00	
Colchón	8.400,00	
EQUIPO DE COMPUTO		**8.530,00**
Computadores	8.400,00	
Impresoras Lexmark	130,00	
EQUIPO DE OFICINA		1.288,00
Teléfono fax - Panasonic	152,00	
Teléfono fijo para cabina oficina Panasonic	136,00	
Estaciones de Trabajo	1.000,00	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		220.128,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.1.1.2. Activos Intangibles

Se consideran activos intangibles a todas las inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Suelen ser inversiones intangibles susceptibles de amortización.

Tabla 5.2: Activos Intangibles

COSTOS DE CONSTRUCCIÓN		
Estudios de Investigación	$ 300,00	300,00
Gastos Legales de Constitución	$ 210,00	210,00
Permisos de Medio Ambiente	$ 45,00	45,00
Gastos de Promoción	$ 180,00	180,00
Imprevistos	$ 60,00	60,00
Permiso de Suelo	$ 20,00	20,00
Permiso Cuerpo de Bomberos	$ 15,00	15,00
Patente Municipal	$ 20,00	$ 20,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		**$ 850,00**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.1.1.3. 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; así como reservas de dinero en bancos cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Tabla 5.3: Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
Inventario	$ 5.481,00
Sueldos	$ 57.601,68
Servicios Básicos(Agua, luz, Fono)	$ 2.544,00
Suministros y materiales	$ 3.552,26
Mantenimiento e instalaciones	$ 2.846,80
Publicidad	$ 1.500,00
TOTAL	**$ 73.525,74**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.1.1.4. Cronograma de Inversiones

El cronograma de inversiones se elabora para identificar el periodo en que se ejecuta parte o toda la inversión, de tal forma que los recursos no queden inmovilizados innecesariamente en los periodos previstos.

Tabla 5.4 Cronograma de Inversiones

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	VALOR UN.	VALOR TOTAL
	TERRENO				
Items	**Detalle**	**Unidad**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Costo Total**
	Terrenos				
1	Terreno	metros	476	110,00	52.360,00
	EDIFICIO CONSTRUCCIÓN				
Items	**Detalle**	**Unidad**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Costo Total**
	Edificio				
1	Construcción Cocina y salón para restaurante	m2	1	2.500,00	2.500,00
2	Construcción Oficina administración	m2	1	2.500,00	2.500,00
3	Construcción Habitaciones individuales	m2	10	3.000,00	30.000,00
4	Construcción Habitaciones compartidas	m2	25	2.500,00	62.500,00
5	Construcción minidepartamento para administrado	m2	1	3.000,00	3.000,00
6	Construcción cuarto de máquinas	m2	1	3.000,00	3.000,00
7	Construcción de una sala de computadoras con int	m2	1	4.500,00	4.500,00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
Items	**Detalle**	**Unidad**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Costo Total**
	Maquinaria y Equipo				
	Equipos de cocina, salón para restaurante				
1	Cocina industrial	unidades	1	380,00	380,00
2	Congelador industrial y platería	unidades	1	6.500,00	6.500,00
3	Refrigerador industrial	unidades	1	1.250,00	1.250,00
4	Estación para comida caliente	unidades	1	1.400,00	1.400,00
5	Procesador de alimentos	unidades	2	210,00	420,00
6	Plancha	unidades	1	1.200,00	1.200,00
7	Lavadora industrial de platos	unidades	1	2.300,00	2.300,00
	Maquinaria (cuarto de maquinas)				
8	Lavadora industrial	unidades	1	3.600,00	3.600,00
9	Secadora industrial	unidades	1	2.800,00	2.800,00
	MUEBLES Y ENSERES				
Items	**Detalle**	**Unidad**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Costo Total**
3	Camas de 1 1/2 plaza más velador	unidades	70	190,00	13.300,00
4	Escritorio	juego	70	120,00	8.400,00
5	Colchón	unidades	70	120,00	8.400,00
	EQUIPO DE COMPUTACION				
Items	**Detalle**	**Unidad**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Costo Total**
1	Computadores	unidades	20	420,00	8.400,00
2	Impresoras Lexmark	unidades	2	65,00	130,00
	EQUIPOS DE OFICINA				
Items	**Detalle**	**Unidad**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Costo Total**
	Equipos de oficina Administrativa				
1	Teléfono fax - Panasonic	unidades	1	152,00	152,00
2	Teléfono fijo para cabina oficina Panasonic	unidades	4	34,00	136,00
3	Estaciones de Trabajo	unidades	4	250,00	1.000,00
	COSTOS DE CONSTITUCIÓN				
Items	**Detalle**	**Unidad**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Costo Total**
1	Estudios de Investigación	unidades	1	$ 300,00	300,00
1	Gastos Legales de Constitución	unidades	1	$ 210,00	210,00
1	Permisos de Medio Ambiente	unidades	1	$ 45,00	45,00
1	Gastos de Promoción	unidades	1	$ 180,00	180,00
1	Imprevistos	unidades	1	$ 60,00	60,00
1	Permiso de Suelo	unidades	1	$ 20,00	20,00
1	Permiso Cuerpo de Bomberos	unidades	1	$ 15,00	15,00
1	Patente Municipal	unidades	1	$ 20,00	$ 20,00
	CAPITAL DE TRABAJO				
1	Inventario	anual	1	$ 5.481,00	$ 5.481,00
1	Sueldos	anual	1	$ 57.601,68	$ 57.601,68
1	Servicios Básicos(Agua, luz, Fono)	anual	1	$ 2.544,00	$ 2.544,00
1	Suministros y materiales	anual	1	$ 3.552,26	$ 3.552,26
1	Mantenimiento e instalaciones	anual	1	$ 2.846,80	$ 2.846,80
1	Publicidad	anual	1	$ 1.500,00	$ 1.500,00
	TOTAL				**$ 294.503,74**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.2. Ingresos

La residencia estudiantil, poseerá ingresos por el servicio de alojamiento pero además por el servicio de cyber y por alimentación, estos ingresos se establecen en los siguientes cuadros de forma mensual y anual.

Tabla 5.5: Ingresos de servicios

Detalle	Cant	Días Laborables/Hora	Precio Unitario	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
Alquiler de computadoras por horas	7	176	0,75	924,00	11.088,00
Venta de Almuerzos en el día	30	22	2,00	1.320,00	15.840,00
					$26.928,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Tabla 5.6: Ingresos de servicios

Detalle	Cantidad Disponibles	A OCUPAR	MES	Precio Unitario	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
Servicio habitación simple	10	10	1	220,00	2.200,00	26.400,00
Servicio habitación doble	25	25	1	350,00	8.750,00	105.000,00
						$ 131.400,00
TOTAL INGRESOS:		**$ 158.328,00**				

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Se observa el detalle de los ingresos de acuerdo a los servicios, con sus respectivos ingresos mensuales y sus respectivos ingresos anuales.

5.3. Proyección de ingresos

La presente tabla nos indica las proyecciones de ingresos que se manejarán cada año.

Tabla 5.7: Ingresos de servicios

PRODUCTOS	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5	TOTAL PROYECTO
Hospedaje	131.400,00	134.921,52	138.537,42	142.250,22	146.062,53	149.977,00
Cyber	26.928,00	27.690,06	28.473,69	29.279,50	30.108,11	30.960,17
TOTALES	**158.328,00**	**162.611,58**	**167.011,11**	**171.529,72**	**176.170,63**	**180.937,17**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.4. Presupuesto de producción

En este presupuesto se incluyen todos los costos necesarios, para el desenvolvimiento operativo de la residencia. Está caracterizado por los presupuestos de:

5.4.1. Mano de obra

Se refiere a sueldos, salarios, aportes del personal administrativo y de servicio.

Tabla 5.8: Mano de obra del personal de servicios

ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
				SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,35%	TOTAL	
1	Por Contratar	SERVICIOS	EO001	318,00	0,00	318,00	0,00	29,73	29,73	288,27
2	Por Contratar	SERVICIOS	EO002	318,00	0,00	318,00	0,00	29,73	29,73	288,27
3	Por Contratar	MUCAMA	EO003	318,00	1,00	318,00	1,00	29,73	30,73	287,27
4	Por Contratar	COSINERO	EO004	600,00	0,00	600,00	0,00	56,10	56,10	543,90
5	Por Contratar	SALONERO	E0005	318,00	0,00	318,00	0,00	29,73	29,73	288,27
	TOTALES			**1.872,00**	**1,00**	**1.554,00**	**1,00**	**145,30**	**146,30**	**1.407,70**

PATRONAL 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	FONDO RESERVA	VACAC.	TOTAL	COSTO MO
35,46	1,59	1,59	26,50	26,50	26,50	13,25	449,39	737,65
35,46	1,59	1,59	26,50	26,50	26,50	13,25	449,39	737,65
35,46	1,59	1,59	26,50	26,50	26,50	13,25	449,39	737,65
66,90	3,00	3,00	50,00	26,50	50,00	25,00	543,40	830,67
35,46	3,00	3,00	50,00	26,50	50,00	25,00	792,96	1.336,86
208,73	**10,77**	**10,77**	**179,50**	**132,50**	**179,50**	**89,75**	**1.785,74**	**4.380,49**

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =	**4.380,49**
COSTO ANUAL MANO DE OBRA =	**52.565,83**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Tabla 5.9: Mano de obra del personal de servicios

ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
				SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,35%	TOTAL	
1	Elena Sanchez	Gerente Administrativo}	NE001	318,00	0,00	318,00	0,00	29,73	29,73	288,27
	TOTALES			**318,00**	**0,00**	**318,00**	**0,00**	**29,73**	**29,73**	**288,27**

PATRONAL 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	FONDO RESERVA	VACAC.	TOTAL	COSTO GA
35,46	1,59	1,59	26,50	26,50	26,50	13,25	131,39	419,65
35,46	**1,59**	**1,59**	**26,50**	**26,50**	**26,50**	**13,25**	**131,39**	**419,65**

COSTO MENSUAL SUELDOS ADM =	**419,65**
COSTO ANUAL SUELDOS ADM =	**5.035,85**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.5. Depreciaciones

La depreciación de activos fijos refleja la pérdida del valor de las maquinarias, equipos, herramientas, como consecuencia de la utilización de los mismos.

En el Ecuador se emplea el método de depreciación en línea recta, a través del cual se calcula la depreciación anual dividiendo al costo inicial de cada activo fijo para el número de años de vida útil, con estos datos se obtiene la depreciación acumulada y el valor en libros, que viene dado por la diferencia entre el costo inicial del activo fijo menos la depreciación acumulada.

Por lo general el valor en libros es empleado con fines meramente contables, debido a que en la práctica existen activos fijos, que a pesar de estar depreciados, pueden venderse en el mercado de bienes usados, adquiriendo una fuente adicional de ingresos para el proyecto.

Tabla 5.10: Tabla de depreciaciones de activos fijos

CONCEPTO	1	2	3	4	5
LOCAL	$ 260,35	$ 260,35	$ 260,35	$ 260,35	$ 260,35
INSTALACIONES Y REMODELACION	$ 9.720,00	$ 9.720,00	$ 9.720,00	$ 9.720,00	$ 9.720,00
EQUIPO DE OFICINA	$ 203,52	$ 203,52	$ 203,52	$ 203,52	$ 203,52
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 135,00	$ 135,00	$ 135,00	$ 135,00	$ 135,00
MUEBLES Y ENSERES	$ 2.709,00	$ 2.709,00	$ 2.709,00	$ 2.709,00	$ 2.709,00
EQUIPO DE COMPUTO	$ 793,34	$ 793,34	$ 793,34		$ 0,00
TOTAL DEPRECIACIONES	$ 13.821,21	$ 13.821,21	$ 13.821,21	$ 13.027,87	$ 13.027,87

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Tabla 5.11: Tabla de depreciaciones por años

TOTAL DEPRECIACIONES	VALOR / BIEN	DEPRECIABLES A:	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	VALOR EN LIBROS
$ 1.301,74	$ 5.481,00	20 AÑOS (LOCAL)	$ 274,05	20	$ 4.179,26
$ 48.600,00	$ 108.000,00	10 AÑOS (INSTALACIONES Y	$ 10.800,00	10	$ 59.400,00
$ 1.017,60	$ 2.544,00	10 AÑOS (EQUIPOS DE OFICINA)	$ 508,80	10	$ 1.526,40
$ 675,00	$ 1.500,00	5 AÑOS (VEHICULOS)	$ 150,00	10	$ 825,00
$ 13.545,00	$ 30.100,00	10 AÑOS (MUEBELS Y ENSERES)	$ 3.010,00	10	$ 16.555,00
$ 2.380,01	$ 3.552,26	3 AÑOS (EQUIPO DE COMPUTO)	$ 1.172,25	3	$ 1.172,25
$ 67.519,35	$ 151.177,26		$ 15.915,10		$ 83.657,91

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.6. Presupuestos de costos y gastos

Tabla 5.12: Presupuestos de costos y gastos

DESCRIPCION	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
COSTO DE COMPRAS	**67.347,04**	**1.886,80**	**69.233,84**	**65.133,60**	**1.940,84**	**67.074,44**	**67.050,09**	**1.985,48**	**69.035,57**	**67.116,43**	**2.031,14**	**69.147,57**	**68.465,26**	**2.077,86**	**70.543,12**
Mantenimiento de Instalaciones		1.000,00	1.000,00		1.023,00	1.023,00		1.046,53	1.046,53		1.070,60	1.070,60		1.095,22	1.095,22
Sueldos y Salarios	52.565,83		52.565,83	53.774,85		53.774,85	55.656,97		55.656,97	57.604,96		57.604,96	58.929,87		58.929,87
Papelería		886,80	886,80		917,84	917,84		938,95	938,95		960,54	960,54		982,64	982,64
Internet	960,00		960,00	982,08	0,00	982,08	1.016,45	0,00	1.016,45	1.039,83	0,00	1.039,83	1.063,75	0,00	1.063,75
Depreciación de Local	260,35		260,35	2.487,10		2.487,10	2.487,10		2.487,10	2.487,10		2.487,10	2.487,10		2.487,10
Depreciación de Instalaciones	9.720,00		9.720,00	1.854,00		1.854,00	1.854,00		1.854,00	1.854,00		1.854,00	1.854,00		1.854,00
Depreciación de Equipo de Oficina	203,52		203,52	103,04		103,04	103,04		103,04	103,04		103,04	103,04		103,04
Depreciación Maquinaria y equipo	135,00		135,00	1.318,50		1.318,50	1.318,50		1.318,50	1.318,50		1.318,50	1.318,50		1.318,50
Depreciación Muebles y Enseres	2.709,00		2.709,00	2.709,00		2.709,00	2.709,00		2.709,00	2.709,00		2.709,00	2.709,00		2.709,00
Depreciación Equipo de computo	793,34		793,34	1.905,03		1.905,03	1.905,03		1.905,03						
COSTOS ADMINISTRATIVOS	**7.605,85**	**9.509,52**	**17.115,37**	**7.776,87**	**9.728,24**	**17.505,11**	**8.043,11**	**9.951,99**	**17.995,10**	**8.224,19**	**10.180,89**	**18.405,08**	**8.440,64**	**10.415,05**	**18.855,68**
Sueldos y Salarios (Gerente)	5.035,85		5.035,85	5.151,67		5.151,67	5.331,98		5.331,98	5.454,62		5.454,62	5.580,07		5.580,07
Suministros de oficina		552,26	552,26		564,96	564,96		577,96	577,96		591,25	591,25		604,85	604,85
Suministros de aseo		3.000,00	3.000,00		3.069,00	3.069,00		3.139,59	3.139,59		3.211,80	3.211,80		3.285,67	3.285,67
Inventarios		5.481,00	5.481,00		5.607,06	5.607,06		5.736,03	5.736,03		5.867,95	5.867,95		6.002,92	6.002,92
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono)	2.400,00	144,00	2.544,00	2.455,20	147,31	2.602,51	2.541,13	150,70	2.691,83	2.599,58	154,17	2.753,74	2.690,56	157,71	2.848,28
Costos de Constitución	170,00		170,00	170,00		170,00	170,00		170,00	170,00		170,00	170,00		170,00
Provisiones Varias		332,26	332,26		339,90	339,90		347,72	347,72		355,72	355,72		363,90	363,90
COSTOS DE VENTAS	**1.500,00**	**1.550,00**	**3.050,00**	**1.552,50**	**1.585,65**	**3.138,15**	**1.588,21**	**1.622,12**	**3.210,33**	**1.643,79**	**1.659,43**	**3.303,22**	**1.681,60**	**1.717,51**	**3.399,11**
Publicidad y Promoción	1.500,00		1.500,00	1.552,50		1.552,50	1.588,21		1.588,21	1.643,79		1.643,79	1.681,60		1.681,60
Provisiones Varias "Restaurante"		1.550,00	1.550,00		1.585,65	1.585,65		1.622,12	1.622,12		1.659,43	1.659,43		1.717,51	1.717,51
COSTOS FINANCIEROS	**23.590,00**	**0,00**	**23.590,00**	**19.306,90**	**0,00**	**19.306,90**	**14.551,79**	**0,00**	**14.551,79**	**9.272,65**	**0,00**	**9.272,65**	**3.411,73**	**0,00**	**3.411,73**
Intereses financiamiento	23.590,00		23.590,00	19.306,90		19.306,90	14.551,79		14.551,79	9.272,65		9.272,65	3.411,73		3.411,73
TOTALES	**100.042,88**	**12.946,32**	**112.989,20**	**93.769,87**	**13.254,73**	**107.024,60**	**91.233,20**	**13.559,59**	**104.792,79**	**86.257,07**	**13.871,46**	**100.128,53**	**81.999,23**	**14.210,42**	**96.209,65**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.7. Financiamiento

Al igual que elaboramos un plan en lo que tenemos que invertir es necesario buscar fuentes para financiar dicha inversión. Por lo tanto el capital inicial para poner en marcha nuestro negocio tiene dos fuentes de financiamiento, la inversión de los socios y un préstamo bancario.

El aporte inicial de los socios es de $ 52360,00, reflejados en el terreno en donde se construirá la residencia "Home Sweet Home".

Tabla 5.13: Financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)	TOTAL (%)
Recursos Propios		52.360,00	17,78
Terreno		52.360,00	0,00
Bienes			0,00
Recursos de terceros		242.143,74	82,22
Préstamo privado			0,00
Préstamo Bancario		242.143,74	0,00
TOTAL		**294.503,74**	**100,00**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

La diferencia de la inversión será financiada a través de Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 10,5% anual, con un tiempo de duración de cinco años.

5.8. Tabla de amortización

Tabla 5.14: Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION

MONTO A FINANCIAR	$ 242.143,74
TASA ANUAL	10,50%
TASA MENSUAL	0,88%
TIEMPO A FINANCIAR	5
N/PERIODOS	60

CALCULO DE CUOTA PAGO	$ -5.204,61
INTERES	$ -2.118,76
CAPITAL	$ -3.085,86

Nº	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	CAP.+INT.	SALDO FINAL	INT.ANUAL	CAP.ANUAL
0						$ 242.143,74		
1	$ 242.143,74	$ 5.204,61	$ 2.118,76	$ 3.085,86	$ 5.204,61	$ 239.057,88		
2	$ 239.057,88	$ 5.204,61	$ 2.091,76	$ 3.112,86	$ 5.204,61	$ 235.945,03		
3	$ 235.945,03	$ 5.204,61	$ 2.064,52	$ 3.140,09	$ 5.204,61	$ 232.804,93		
4	$ 232.804,93	$ 5.204,61	$ 2.037,04	$ 3.167,57	$ 5.204,61	$ 229.637,36		
5	$ 229.637,36	$ 5.204,61	$ 2.009,33	$ 3.195,29	$ 5.204,61	$ 226.442,08		
6	$ 226.442,08	$ 5.204,61	$ 1.981,37	$ 3.223,25	$ 5.204,61	$ 223.218,83		
7	$ 223.218,83	$ 5.204,61	$ 1.953,16	$ 3.251,45	$ 5.204,61	$ 219.967,38		
8	$ 219.967,38	$ 5.204,61	$ 1.924,71	$ 3.279,90	$ 5.204,61	$ 216.687,48		
9	$ 216.687,48	$ 5.204,61	$ 1.896,02	$ 3.308,60	$ 5.204,61	$ 213.378,89		
10	$ 213.378,89	$ 5.204,61	$ 1.867,07	$ 3.337,55	$ 5.204,61	$ 210.041,34		
11	$ 210.041,34	$ 5.204,61	$ 1.837,86	$ 3.366,75	$ 5.204,61	$ 206.674,59		
12	$ 206.674,59	$ 5.204,61	$ 1.808,40	$ 3.396,21	$ 5.204,61	$ 203.278,37	$ 23.590,00	$ 38.865,37
13	$ 203.278,37	$ 5.204,61	$ 1.778,69	$ 3.425,93	$ 5.204,61	$ 199.852,45		
14	$ 199.852,45	$ 5.204,61	$ 1.748,71	$ 3.455,90	$ 5.204,61	$ 196.396,54		
15	$ 196.396,54	$ 5.204,61	$ 1.718,47	$ 3.486,14	$ 5.204,61	$ 192.910,40		
16	$ 192.910,40	$ 5.204,61	$ 1.687,97	$ 3.516,65	$ 5.204,61	$ 189.393,75		
17	$ 189.393,75	$ 5.204,61	$ 1.657,20	$ 3.547,42	$ 5.204,61	$ 185.846,33		
18	$ 185.846,33	$ 5.204,61	$ 1.626,16	$ 3.578,46	$ 5.204,61	$ 182.267,88		
19	$ 182.267,88	$ 5.204,61	$ 1.594,84	$ 3.609,77	$ 5.204,61	$ 178.658,11		
20	$ 178.658,11	$ 5.204,61	$ 1.563,26	$ 3.641,35	$ 5.204,61	$ 175.016,75		
21	$ 175.016,75	$ 5.204,61	$ 1.531,40	$ 3.673,22	$ 5.204,61	$ 171.343,53		
22	$ 171.343,53	$ 5.204,61	$ 1.499,26	$ 3.705,36	$ 5.204,61	$ 167.638,18		
23	$ 167.638,18	$ 5.204,61	$ 1.466,83	$ 3.737,78	$ 5.204,61	$ 163.900,40		
24	$ 163.900,40	$ 5.204,61	$ 1.434,13	$ 3.770,48	$ 5.204,61	$ 160.129,91	$ 19.306,90	$ 43.148,46
25	$ 160.129,91	$ 5.204,61	$ 1.401,14	$ 3.803,48	$ 5.204,61	$ 156.326,44		
26	$ 156.326,44	$ 5.204,61	$ 1.367,86	$ 3.836,76	$ 5.204,61	$ 152.489,68		
27	$ 152.489,68	$ 5.204,61	$ 1.334,28	$ 3.870,33	$ 5.204,61	$ 148.619,35		
28	$ 148.619,35	$ 5.204,61	$ 1.300,42	$ 3.904,19	$ 5.204,61	$ 144.715,16		
29	$ 144.715,16	$ 5.204,61	$ 1.266,26	$ 3.938,36	$ 5.204,61	$ 140.776,80		
30	$ 140.776,80	$ 5.204,61	$ 1.231,80	$ 3.972,82	$ 5.204,61	$ 136.803,98		
31	$ 136.803,98	$ 5.204,61	$ 1.197,03	$ 4.007,58	$ 5.204,61	$ 132.796,40		
32	$ 132.796,40	$ 5.204,61	$ 1.161,97	$ 4.042,64	$ 5.204,61	$ 128.753,76		
33	$ 128.753,76	$ 5.204,61	$ 1.126,60	$ 4.078,02	$ 5.204,61	$ 124.675,74		
34	$ 124.675,74	$ 5.204,61	$ 1.090,91	$ 4.113,70	$ 5.204,61	$ 120.562,04		
35	$ 120.562,04	$ 5.204,61	$ 1.054,92	$ 4.149,70	$ 5.204,61	$ 116.412,35		
36	$ 116.412,35	$ 5.204,61	$ 1.018,61	$ 4.186,01	$ 5.204,61	$ 112.226,34	$ 14.551,79	$ 47.903,57
37	$ 112.226,34	$ 5.204,61	$ 981,98	$ 4.222,63	$ 5.204,61	$ 108.003,71		
38	$ 108.003,71	$ 5.204,61	$ 945,03	$ 4.259,58	$ 5.204,61	$ 103.744,13		
39	$ 103.744,13	$ 5.204,61	$ 907,76	$ 4.296,85	$ 5.204,61	$ 99.447,27		
40	$ 99.447,27	$ 5.204,61	$ 870,16	$ 4.334,45	$ 5.204,61	$ 95.112,82		
41	$ 95.112,82	$ 5.204,61	$ 832,24	$ 4.372,38	$ 5.204,61	$ 90.740,45		
42	$ 90.740,45	$ 5.204,61	$ 793,98	$ 4.410,63	$ 5.204,61	$ 86.329,81		
43	$ 86.329,81	$ 5.204,61	$ 755,39	$ 4.449,23	$ 5.204,61	$ 81.880,59		
44	$ 81.880,59	$ 5.204,61	$ 716,46	$ 4.488,16	$ 5.204,61	$ 77.392,43		
45	$ 77.392,43	$ 5.204,61	$ 677,18	$ 4.527,43	$ 5.204,61	$ 72.865,00		
46	$ 72.865,00	$ 5.204,61	$ 637,57	$ 4.567,04	$ 5.204,61	$ 68.297,95		
47	$ 68.297,95	$ 5.204,61	$ 597,61	$ 4.607,01	$ 5.204,61	$ 63.690,95		
48	$ 63.690,95	$ 5.204,61	$ 557,30	$ 4.647,32	$ 5.204,61	$ 59.043,63	$ 9.272,65	$ 53.182,71
49	$ 59.043,63	$ 5.204,61	$ 516,63	$ 4.687,98	$ 5.204,61	$ 54.355,65		
50	$ 54.355,65	$ 5.204,61	$ 475,61	$ 4.729,00	$ 5.204,61	$ 49.626,65		
51	$ 49.626,65	$ 5.204,61	$ 434,23	$ 4.770,38	$ 5.204,61	$ 44.856,27		
52	$ 44.856,27	$ 5.204,61	$ 392,49	$ 4.812,12	$ 5.204,61	$ 40.044,14		
53	$ 40.044,14	$ 5.204,61	$ 350,39	$ 4.854,23	$ 5.204,61	$ 35.189,92		
54	$ 35.189,92	$ 5.204,61	$ 307,91	$ 4.896,70	$ 5.204,61	$ 30.293,22		
55	$ 30.293,22	$ 5.204,61	$ 265,07	$ 4.939,55	$ 5.204,61	$ 25.353,67		
56	$ 25.353,67	$ 5.204,61	$ 221,84	$ 4.982,77	$ 5.204,61	$ 20.370,90		
57	$ 20.370,90	$ 5.204,61	$ 178,25	$ 5.026,37	$ 5.204,61	$ 15.344,53		
58	$ 15.344,53	$ 5.204,61	$ 134,26	$ 5.070,35	$ 5.204,61	$ 10.274,18		
59	$ 10.274,18	$ 5.204,61	$ 89,90	$ 5.114,71	$ 5.204,61	$ 5.159,47		
60	$ 5.159,47	$ 5.204,61	$ 45,15	$ 5.159,47	$ 5.204,61	$ 0,00	$ 3.411,73	$ 59.043,63
							70.133,07	242.143,74

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

El sistema aplicado por la CFN para los respectivos pagos es el sistema de dividendos iguales, es decir; cada mes se cancela el mismo valor.

5.9. Estados Financieros

5.9.1. Estado de pérdidas y ganancias

Para determinar la utilidad neta se parte de la elaboración del estado de resultados el que trata de reflejar en forma general el beneficio real del proyecto, el procedimiento es; restar a los ingresos todos los costos e impuestos que se deben cancelar.

Tabla 5.15: Estado de pérdidas y ganancias

	DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	$ 158.328,00	$ 162.611,58	$ 167.011,11	$ 171.529,72	$ 176.170,63
(-)	Costo de Ventas	$ 70.563,83	$ 67.509,04	$ 69.650,48	$ 71.790,15	$ 72.215,93
(=)	**UTILIDAD BRUTA EN VENTAS**	**$ 87.764,17**	**$ 95.102,55**	**$ 97.360,63**	**$ 99.739,57**	**$ 103.954,70**
(-)	Gastos de venta	$ 3.050,00	$ 3.138,15	$ 3.210,33	$ 3.303,22	$ 3.399,11
(=)	**UTILIDAD NETA EN VENTAS**	**$ 84.714,17**	**$ 91.964,40**	**$ 94.150,30**	**$ 96.436,34**	**$ 100.555,59**
(-)	Gastos Administrativos	$ 15.453,12	$ 16.831,09	$ 16.903,51	$ 15.406,78	$ 15.548,71
(=)	**UTILIDAD OPERACIONAL**	**$ 69.261,05**	**$ 75.133,31**	**$ 77.246,79**	**$ 81.029,56**	**$ 85.006,88**
(-)	Gastos Financieros	$ 23.590,00	$ 19.306,90	$ 14.551,79	$ 9.272,65	$ 3.411,73
(+)	Otros Ingresos	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
(-)	Otros Egresos	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
(=)	**UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES**	**$ 45.671,06**	**$ 55.826,41**	**$ 62.695,00**	**$ 71.756,91**	**$ 81.595,15**
(-)	15% Participación trabajadores	$ 6.850,66	$ 8.373,96	$ 9.404,25	$ 10.763,54	$ 12.239,27
(=)	**UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS**	**$ 38.820,40**	**$ 47.452,45**	**$ 53.290,75**	**$ 60.993,37**	**$ 69.355,88**
(-)	Impuesto a la renta	$ 10.703,90	$ 8.545,89	$ 7.086,31	$ 5.160,66	$ 3.070,03
(=)	**UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS**	$ 28.116,50	$ 38.906,56	$ 46.204,44	$ 55.832,71	$ 66.285,85
(-)	Reserva legal	$ 2.811,65	$ 3.890,66	$ 4.620,44	$ 5.583,27	$ 6.628,58
(=)	**UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO**	**$ 25.304,85**	**$ 35.015,90**	**$ 41.584,00**	**$ 50.249,44**	**$ 59.657,26**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.9.2. Balance general

Tabla 5.16: Balance General

RESIDENCIA UNIVERSITARIA "HOME SWEET HOME"								
BALANCE GENERAL								
AÑO 1								
ACTIVOS:					**PASIVOS:**			
ACTIVO CORRIENTE			50.903,72		**PASIVOS CORRIENTE**			
DISPONIBLE:					**CUENTAS POR PAGAR:**			
CAJA	2.500,00				**PROVEEDORES NACIONALES**			694,64
Bancos	11.257,12				Varios	694,64		
Cuentas por Cobrar	31.665,60							
Inventario de suministros y Materiales	5.481,00							
					OTRAS CUENTAS POR PAGAR			-
					Varios			1.003,33
EXIGIBLE								
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES:			-6.333,12					
(-)Provision ctas. Incobrables	-6.333,12				**PASIVO NO CORRIENTE**			203.278,37
					Banco CFN	203.278,37		
					PATRIMONIO			
ACTIVO NO CORRIENTE					**CAPITAL SOCIAL**			35.781,68
FIJO					Capital	7.665,18		
Equipo de Oficina y Comp.	2.544,00		97.057,42		Reserva	2.811,65		
(-) Dep. Equipo Oficina	-203,52				Utilidad del periodo	25.304,85		
Equipo de Computo	3.552,26							
(-) Dep. Equipo de computo	-793,34				**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**		**US$**	**240.758,02**
Maquinaria y equipo	1.500,00							
(-) Dep. Maquinaria y equipo	-135,00							
Muebles y Enseres	30.100,00							
(-) Dep. Muebles y Ernseres	-2.709,00							
Laboratorio	10.842,02							
TERRENO	52.360,00							
DIFERIDO			98.280,00					
Adecuación Local	108.000,00							
(-) Amortización Acum. Adec. Local	-9.720,00							
Intangible			850,00					
Marcas y Patente	850,00							
TOTAL ACTIVOS		**US$**	**240.758,02**					

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.9.3. Flujo de caja

El principal objetivo de la elaboración del estado de flujo de efectivo es identificar las causas eventuales por las cuales hay disminuciones o incrementos de efectivos durante el horizonte de planeación del proyecto.

Tabla 5.17: Flujo de caja

	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES	$ 294.503,74	$ 158.328,00	$ 162.611,58	$ 167.011,11	$ 171.529,72	$ 176.170,63
	Recursos propios	$ 52.360,00					
	Recursos ajenos	$ 242.143,74					
	Ingresos por ventas		$ 158.328,00	$ 162.611,58	$ 167.011,11	$ 171.529,72	$ 176.170,63
B.	EGRESOS OPERACIONALES	$ 0,00	$ 89.066,95	$ 87.478,28	$ 89.764,32	$ 90.500,16	$ 91.163,75
	Costos directos		$ 70.563,83	$ 67.509,04	$ 69.650,48	$ 71.790,15	$ 72.215,93
	Mano de obra directa						
	Mano de obra indirecta						
	Gastos de ventas		$ 3.050,00	$ 3.138,15	$ 3.210,33	$ 3.303,22	$ 3.399,11
	Gastos de administración		$ 15.453,12	$ 16.831,09	$ 16.903,51	$ 15.406,78	$ 15.548,71
	Costos indirectos de fabricación						
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	$ 294.503,74	$ 69.261,05	$ 75.133,31	$ 77.246,79	$ 81.029,56	$ 85.006,88
D.	INGRESOS INVERSIÓN	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
	Créditos a contratarse a corto plazo						
	Créditos a contratarse a largo plazo						
	Aportes de capital						
	Aportes para futura capitalización						
	Recuperación de inversiones temporales						
	Recuperacuón de otros activos						
	Otros ingresos						
E.	EGRESOS FINANCIEROS	$ 0,00	$ 23.590,00	$ 19.306,90	$ 14.551,79	$ 9.272,65	$ 3.411,73
	Pago de intereses		$ 23.590,00	$ 19.306,90	$ 14.551,79	$ 9.272,65	$ 3.411,73
	Pago de créditos a corto plazo						
	Pago de crétitos a largo plazo						
	Pago de participación de utilidades						
	Pago de impuestos						
	Reparto de impuestos						
	Reparto de dividendos						
	Adquisición de inversiones temporales						
	Adquisición de activos fijos						
	Otros egresos						
F.	FLUJO INVERSIÓN (D - E)	$ 0,00	$ 23.590,00	$ 19.306,90	$ 14.551,79	$ 9.272,65	$ 3.411,73
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	$ 294.503,74	$ 45.671,06	$ 55.826,41	$ 62.695,00	$ 71.756,91	$ 81.595,15
H.	**SALDO INICIAL DE CAJA**	**$ 0,00**	**($ 294.503,74)**	**($ 248.832,68)**	**($ 193.006,27)**	**($ 130.311,27)**	**($ 58.554,36)**
I.	**SALDO FINAL DE CAJA (G + H)**	**($ 294.503,74)**	**($ 248.832,68)**	**($ 193.006,27)**	**($ 130.311,27)**	**($ 58.554,36)**	**$ 23.040,79**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.10. Indicadores y Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad o no de un proyecto y si este es conveniente para el inversionista.

5.10.1 Determinación de la tasa de descuento

La tasa de descuento es una tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros del proyecto, constituye además la tasa mínima aceptable de evaluación TMAR de un proyecto. Esta tasa constituye una de las variables que más influyen en los resultados de evaluación de un proyecto.

5.10.1.1 TMAR del proyecto

Tabla 5.18: TMAR del proyecto

TMAR DEL PROYECTO
TMAR= TASA BONOS DEL ESTADO + TASA DE RIESGO
TASA BONOS DEL ESTADO = 5.26%
TASA DE RIESGO = 6.27%
TMAR DEL PROYECTO = 11,53%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.10.1.2 TMAR de inversionista

Antes de invertir, una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) o como también se lo conoce como tasa de oportunidad. La TMAR mixta se calcula como un promedio ponderado de todos los aportadores de capital de la empresa.

Tabla 5.19: TMAR de Inversionistas

TMAR	VALOR	STRUCTUR	COSTO	ONDERACIO
Capital Propio	$ 52.360,00	17,78	0,0703	1,25%
Capital financiado	$ 242.143,74	82,22	0,125	10,28%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	$ 294.503,74	100,00	0,1953	**11,53%**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

La TMAR de Home SweetHome es del 11,53 %

5.10.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Son técnicas de evaluación mediante las cuales se analizan si un proyecto es conveniente o no al inversionista.

5.10.2.1 Valor actual neto

Se entiende por VAN (Valor Actual Neto) a la diferencia entre el valor actual de los ingresos esperados en una inversión y el valor actual de los egresos que la misma ocasiona.

Para determinar esta tasa es necesario definir el costo de capital, entendiéndose como tal a la tasa promedio ponderado del costo de capital de cada una de las fuentes de financiamiento de la inversión total requerida, sea de una o fondos propios. Para calcular el VAN aplicamos la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

En donde:

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n Es el número de periodos considerado. El tipo de interés es k.

Para agilitar los cálculos se aplicaron las fórmulas en donde se obtuvo:

Tabla 5.20: Valor actual neto

F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0	23.590	19.307	14.552	9.273	3.412
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	294.504	45.671	55.826	62.695	71.757	81.595
H.	**SALDO INICIAL DE CAJA**	**0**	**-294.504**	**-248.833**	**-193.006**	**-130.311**	**-58.554**
I.	**SALDO FINAL DE CAJA (G + H)**	**-294.504**	**-248.833**	**-193.006**	**-130.311**	**-58.554**	**23.041**
	FLUJO ACUMULADO	-294.504	45.671	55.826	62.695	71.757	81.595
	INVERSION PROPIA	52.360,00					
	MESES DEL AÑO	12					

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Van del proyecto	=	$ 28.217,73
TIR	=	13%
Beneficio / Costo	=	$1.14

Interpretación:

El VAN (Valor actual Neto) es $ 28.217,73, significa que una vez cubiertos el egreso inicial, los costos financieros del proyecto quedan como remanente $ 28.217,73, la aceptación debe referirse a la consideración que hagamos de un conjunto de circunstancias que rodean al proyecto, pero en principio el mismo parecería aceptable ya que es mayor a cero por lo tanto nuestro proyecto de factibilidad para la creación de una Casa Residencial Universitaria en la Parroquia sucre del Cantón Loja, Provincia de Loja es factible.

5.10.2.2 Tasa interna del retorno

TIR (Tasa Interna del Retorno), es la tasa que iguala a la suma de los ingresos actuales, con la suma de egresos actualizados (igualando el egreso inicial). También se puede decir que es la tasa de interés del VAN del proyecto sea igual a 0. Esta tasa es un criterio de rentabilidad y no de ingresos monetario neto como lo es el VAN.

TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

En donde:

F_t Es el flujo de caja en el periodo T

n El número de periodos

I Valor de la inversión inicial.

Aplicando los datos en Excel se obtuvo que el TIRes igual al 13%. Entonces

TIR: 13%

VAN: **$ 28.217,73**

La inversión es atractiva cuando el TIR del proyecto es mayor que la TMAR en el presente proyecto la TIR salió el 13% que es mayor a 11.22%, esto nos indica que es más conveniente invertir que depositar en una institución financiera.

En definitiva el VAN y el TIR muestra que el proyecto es económico y financieramente factible.

5.10.2.3 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación nos permite saber el tiempo real en que alcanzamos la inversión inicial, esto se da cuando los flujos actualizados superan dicha inversión.

$$PRI = a + \left(\frac{b - c}{d}\right)$$

Dónde:

a=Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b= Es inversión inicial.

c= Es igual a flujo efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d= Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = a + \left(\frac{b - c}{d}\right)$$

Para disminuir los cálculos

5.10.2.4 Relación Beneficio / Costo

En el análisis del Beneficio costo se suman los flujos generados por el proyecto para luego dividirlos para inversión realizada, de esta forma estamos manifestando el rendimiento de valores actuales que el proyecto genera por unidad monetaria invertido.

RBC= 1,14

Interpretación: 1,14> 1, esta relación al superar la unidad, nos indica que los beneficios son mayores que los costos en otras palabras los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificados (egresos) y en consecuencia, el proyecto generará riqueza a los socios del proyecto y por ende si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social.

Tabla 5.21: Valor actual neto

RESUMEN DE LA EVALUACIÓN		
Valor actual neto puro	$ 28.217,73	El proyecto es viable, se acepta
Tasa interna de retorno	13%	La TIR del proyecto si es adecuada
Costo beneficio	1.14	1: Se acepta el proyecto

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

5.11. Análisis del punto equilibrio

El punto de equilibrio es el resultado de la combinación de los costos fijos y variables, sus respectivos ingresos en un periodo determinado; mediante este procedimiento calculamos el punto en el cual los ingresos totales por ventas sean iguales a los costos totales.

Para el cálculo del punto de equilibrio se tomó en cuenta los siguientes escenarios:

a. Se consideró el precio de ventas unitario estimado.
b. El costo variable unitario está determinado por el promedio de los costos variables unitarios, es decir, mano de obra directa, compra de materiales e insumos, etc.

c. Los costos fijos corresponden a los gastos de administración y ventas así como también a los costos indirectos, en los que debe incurrir la empresa independientemente de si hay o no ventas.

Para poder determinar el punto de equilibrio de la empresa, se ha considerado los dos escenarios presentados anteriormente. Esta información permitió definir las cantidades de juguetes que se deben vender para que la empresa no tenga ni perdidas ni ganancias.

Tabla 5.22: Valor actual neto

Costos fijos		100.042,88
Costos variables		12.946,32
Costos totales		112.989,20
Ingresos totales		158.328,00
Número unidades		2.796,00
Precio unitario de venta		56,63

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de Servicio	67.347,04	1.886,80	69.233,84
Gastos de Administración	7.605,85	9.509,52	17.115,37
Gastos de Ventas	1.500,00	1.550,00	3.050,00
Gastos Financieros	23.590,00	0,00	23.590,00
SUMAN	**100.042,88**	**12.946,32**	**112.989,20**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

$$\textbf{Punto de equilibro } \$ = \frac{\textbf{Costos fijos}}{1 - \frac{\textbf{Costo variable}}{\textbf{Ingresos de venta}}}$$

Punto de Equilibrio $ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))		
P.E. $ =	100.042,88	0,918231
P.E. $ =	**108.951,76**	**USD en ventas al año**
	9.079,31	USD en ventas mensuales

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Tabla 23: Punto de equilibro

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)			
P.E. u =	100.042,88	52,00	
P.E. u =	**1.924**	**unidades vendidas al año**	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Interpretación: El resultado obtenido se interpreta como los ingresos necesarios para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad, la empresa pierde y por arriba de $106847,12 al año u $8903,93 mensuales son utilidades para la empresa.

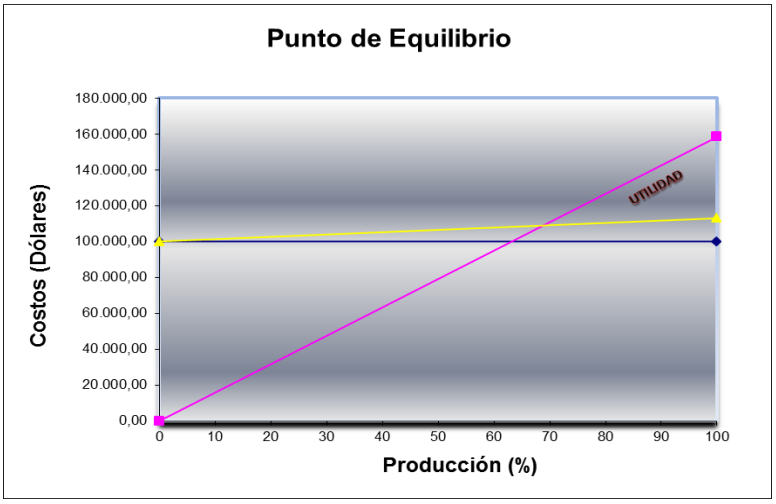
Tabla 5.23: Punto de equilibro en unidades

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio $ * 100 / Ingresos Totales			
% P.E. =	108.951,76 * 100 /	158.328,00	
% P.E. =	**68,81%**		

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Interpretación.- Para que la empresa esté en un punto en donde no existan pérdidas ni ganancias se deberán rentar y prestar los servicios de internet, restauran y hospedaje $ **108.951,76** anuales que representa el 68,81% de los ingresos al año.

Gráfico 5.1: Punto de equilibrio



Producción	Costo fijo		Costo variable
0	100.042,88	0,00	100.042,88
100	100.042,88	158.328,00	112.989,20
		Ingreso total	**Costo total**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Interpretación.- El porcentaje que resulta con los datos manejados indica que las ventas totales, el 67,48% es empleado para el pago de los costos fijos y variables y el 32,52% restante, es la utilidad neta que obtiene la empresa.

5.12 Indicadores Financieros

Índices estadísticos que muestran la evolución de las principales magnitudes de las empresas financieras, comerciales e industriales a través del tiempo. Dentro de los más importantes se pueden citar los siguientes:

CAPITULO VI

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. Resumen de la Empresa

Debido a las dificultades que se les presenta a los estudiantes que viene de otras ciudades o de otros sectores, ya sea por el tiempo de traslado o las distancias y desean estar cerca de la universidad, aparece la necesidad de espacios adecuados donde ellos puedan dejar sus pertenencias e incluso estar por el periodo que dure la carrera que desean seguir y a la vez cumplir con todas sus obligaciones estudiantes de una forma segura y eficiente cerca de su lugar de estudio brindando las comodidades necesarias y los instrumentos requeridos para realizar las actividades estudiantiles.

Es por esta razón que nace el proyecto de creación de una residencia estudiantil, que brinde las comodidades y servicios que buscan los estudiantes en la ciudad, cubriendo la necesidad no solo estudiantil sino que además se pretende ofrecer varios servicios de la residencia al público en general.

Los lugares que se encuentran cubriendo parte de dicha demanda para los estudiantes no cubren las expectativas de los mismo, debido a que estos espacios no fueron diseñados para este tipo de servicio, por dicha razón es necesario la implementación de una residencia estudiantil que ofrezca a los posibles huéspedes las comodidades necesarias y llene las expectativas de nuestros clientes potenciales.

Además de ser un medio de apoyo estudiantil, se busca que varios de los servicios que se proyectan pueda hacer uso el público en general contribuyendo al crecimiento del sector y de los alrededores ya que esto será una forma de inclusión de los propios

estudiantes con su entorno así como de la población aledaña a la residencia mejorando la relación entre ellos.

6.2. Nombre de la Microempresa

Luego de un sinnúmero de ideas para establecer el nombres de la empresa hemos considerado conveniente llamarlo “HOME SWEET HOME” que en español significa “Hogar Dulce Hogar”.

6.3 Logotipo de la Empresa

El logotipo que identificara con facilidad a la empresa HOME SWEET HOME es la siguiente:

Gráfico 6.1: Logotipo de “Home Sweet Home”



6.4 Lema de la empresa

El lema que maneja la Empresa HOME SWEET HOME es: **“Te haremos sentir como en casa”**

6.5. Rozón Social

HOME SWEET HOME se dedica a la prestación de servicios los mismos que son: alojamiento, alimentación, lavado de ropa, un cyber.

6.6 Conformación Jurídica

Sociedad de Hecho

El siguiente paso para su conformación será establecer el tipo de compañía, para el presenta estudio se designó como una compañía de hecho, según el código civil menciona:

Art. 1957.- Sociedad o compañía es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan. La sociedad forma una persona jurídica, distinta de los socios individualmente considerados.

Art. 1961.- Si se formare de hecho una sociedad que no pueda subsistir legalmente, ni como sociedad, ni como donación, ni como contrato alguno, cada socio tendrá la facultad de pedir que se liquiden las operaciones anteriores y de sacar sus aportes. Esta disposición no se aplicará a las sociedades que son nulas por lo ilícito de la causa u objeto, respecto de las cuales se estará a lo dispuesto por el Código Penal.

Los principales paso que serán necesarios para la conformación son:

- Se constituyen con dos o más personas
- El acto de constitución se realiza mediante escritura pública
- Paga impuestos al SRI
- No está sometido al control de la superintendencia.

6.7. Tipo de empresa

HOME SWEET HOME es una microempresa que se dedica a brindar servicios de calidad.

6.8. Rama de actividad a que se dedica: Industria de Servicios.

6.8.1. Sub rama: Prestación de servicios de alojamiento alimentación e internet.

6.9. Misión

La Misión es la descripción del propósito general de la organización, la Misión es lo que es la organización.

La Misión de la empresa será:

"Somos una empresa vanguardista orientada en todo momento a lograr que nuestros servicios proporcionados sean lo más eficientes y cubran todas las necesidades de los clientes, ya que ellos se merecen un servicio de calidad para así lograr el mejor desempeño de sus obligaciones académicas"

6.10 Visión

La visión es una imagen del futuro deseado que se pretende conseguir a través del esfuerzo y las acciones correspondientes.

La visión de la empresa será:

"Ser una empresa reconocida, distinguida, renombrada y demandante como la mejor casa residencia universitaria,enfocada a brindar las comodidades y servicios necesarios a todos los huéspedes gracias albuenprestigio y distinción adquirida por nuestros servicios de gran calidad siempre en contacto con el cliente, logrando asíuna mejora continua"

6.11. Políticas de la Empresa

- Lograr un posicionamiento de la Microempresa en el mercado con los mejores servicios que una casa residencial universitaria pueda brindar.

- Dar servicios de excelente calidad y precio.

- Lograr la estabilidad emocional del estudiante con el fin de mejorar su calidad académica.

6.12. Valores

Innovación: HOME SWEET HOME se anticipa a las necesidades de sus clientes y a las acciones que toma la competencia, así como también está atento a los cambios que realiza el mercado respondiendo a ellos de manera ágil y segura.
Colaboradores: Garantiza que su personalreciba la capacitación y medios adecuados, para que sean competentes y cumplan con sus responsabilidades.

Calidad: Contamos con productos y servicios que brindan total confianza a nuestro clientes.

Respeto: Escuchamos y valoramos las opiniones de los demás principalmente de nuestros clientes y colaboradores; entendemos que lo que somos es tan importante como lo que hacemos.

Transparencia: "HOME SWEET HOME" sabe que su crecimiento es sostenible solamente si está establecido en la coherencia con los valores que expresa y en el desarrollo continuo de una conducta íntegra.

Humildad: Mantenemos una conducta de sencillez frente a nuestros logros porque sabemos que son el fruto del trabajo, dedicación y esfuerzo de quienes hacemos HOME SWEET HOME.

Responsabilidad: Cumplimos cabalmente las actividades encomendadas.

6.13 Objetivos

6.13.1. Objetivo General

Crear en la Provincia de Loja, Cantón Loja una Microempresa dedicada a brindar servicios de calidad, que conlleven a satisfacer las necesidades de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

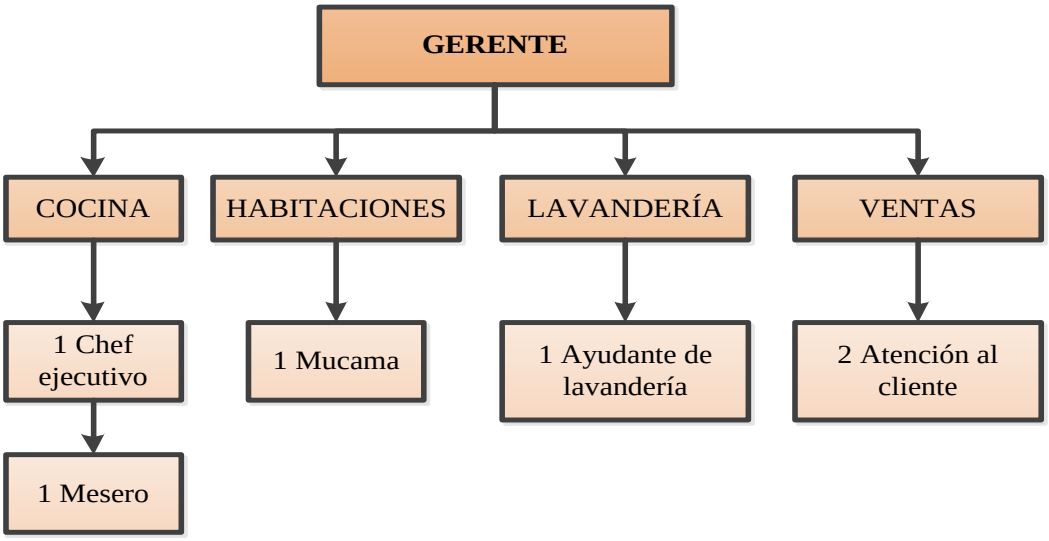
6.13.2. Objetivo Específicos

- Determinar el grado de factibilidad del proyecto.
- Obtener beneficios económicos a cambio de brindar servicios de calidad.
- Lograr posicionamiento en el mercado provincial de Loja.
- Mejorar la calidad de nuestros servicios.
- Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes.
- Incentivar y motivar a nuestro Talento Humano.

6.14 Estructura Organizacional

La empresa al inicio de sus operaciones estará conformada, por el Gerente.
A continuación se presenta el organigrama de la empresa y posteriormente la definición y explicación de cada una de las funciones que tendrá cada uno de los miembros de la organización.

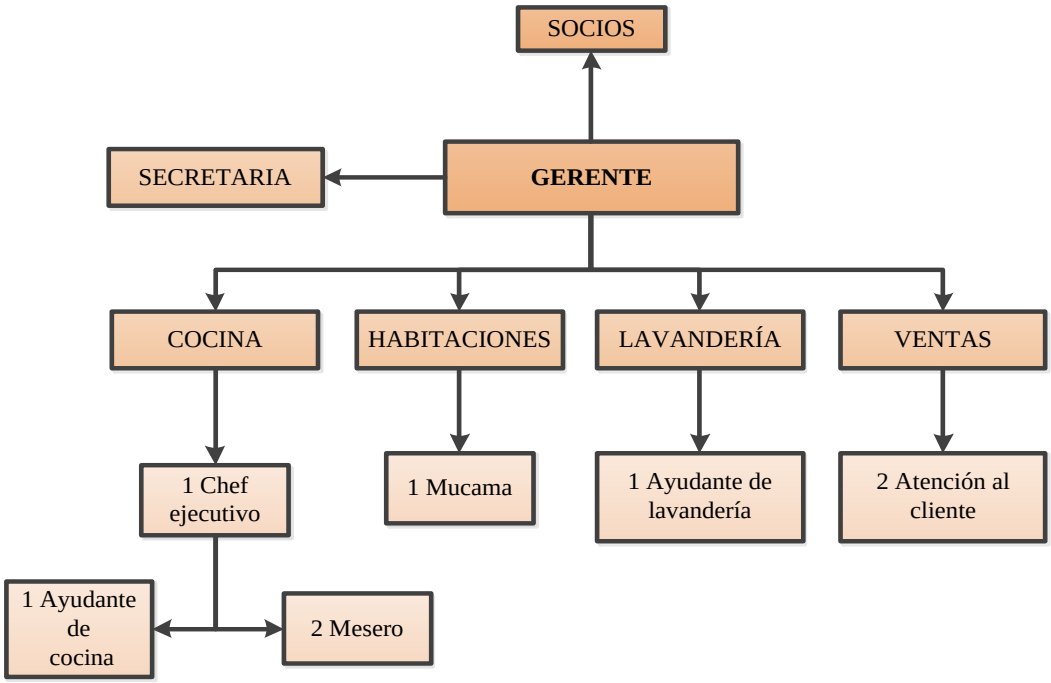
Gráfico 6.2: Organigrama



Fuente: Estudio Organizacional
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Después de seis meses de actividades se planificará incrementar el personal ya que no es lógico que una microempresa que recién está incursionando gaste demasiados recursos en mano de obra, así que se propone para el siguiente semestre la posterior estructura orgánica.

Gráfico 6.3: Organigrama



Fuente: Estudio Organizacional
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

6.16. Funciones del personal

6.16.1. Accionistas o Dueños

Para que el proyecto se lleve a la realidad, se establecieron los socios de la misma, quienes vigilaran las actividades que se realicen en las instalaciones y resolverán las dificultades que se pudieran presentar.

Los socios que conforma la empresa serán 6 personas, los mismos que estarán en la obligación de:

- Realizar reunión periódica, para conocer las actividades de la empresa.
- Designar al presidente de la organización.
- Resolver por mayoría las dificultades que se presente.
- Decidir cómo serán las reparticiones de los dividendos.
- Promulgar reglamentos para un mejor control.

6.16.2. El Administrador – Gerente

El gerente general, está a cargo de la administración, el control y la operación de la microempresa. Las funciones específicas de este cargo son:

- Representar legalmente la microempresa.
- Tomar decisiones.
- Fijar las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a parámetros fijados por “Home Sweet Home”
- Coordinar las tareas de los empleados.
- Responsabilizarse por ingresos y egresos.
- Contratación de personal para las diferentes tareas.
- Responsable por compra de implementos necesarios.

6.16.3. Secretaria

La secretaria realizará las siguientes funciones:

- Recepcionar, clasificar, registrar, distribuir y actualizar la documentación de la gerencia general.

- Atender y efectuar llamadas telefónicas así como mantener actualizada la agenda de la gerencia general.

- Redactar documentos varios de acuerdo a las instrucciones de su inmediato superior.

- Llevar el manejo y efectuar la rendición de fondos de caja chica de gerencia general.

- Estará encargada del pago de los impuestos.

6.16.3. Mucama

Encargada de vigilar ciertas normas y orden dentro de las habitaciones cada vez que sea requerida y son:

- Vigilar el ornato de los pasillos y áreas comunes.
- Realizar el aseo en habitaciones siempre que sea requerida.
- Mantener siempre limpio los materiales de las habitaciones.

6.16.5. Chef Ejecutivo

Sus principales funciones son:

- Realizar un menú detallado para cada uno de los meses del año.
- Encargarse de las compras para la preparación de la alimentación.
- Verificar que los menús seas balanceados.

- Revisar la limpieza de la cocina en todo momento.
- Disponibilidad de tiempo para las tres comidas en el día.

6.16.6. Ayudante de Cocina

Sus actividades son:

- Ayudar en todo momento al Chef.
- Acompañarlo a realizar las compras.
- Realizar el Aseo de la cocina.
- Facilitar la labor del Chef.

6.16.7. Ayudante de Lavandería

Sus principales servicios son:

- Verificar el buen estado de las lavadoras y bienes inmuebles de estaárea.
- Ayudar a los clientes que desea realizar esto solos.
- Como servicio alternativo se realiza el lavado.
- Reconocer y no permitir la pérdida de prendas dentro del establecimiento.

6.16.8. Ventas

Para esta área se encontrará las personas que ofrecen los servicios al público en general, siendo la atención del cyber y la venta de alimentos, las responsabilidades son:

- Brindar de la forma más amable posible la atención necesaria a los usuarios
- Informa a los usuarios de los precios y variaciones de los mismos
- Proporcionar información clara sobre los otros servicios que brida Home Sweet Home.

6.17. Estudio Legal

Para que la empresa pueda realizar sus actividades con normalidad y cumpliendo con las leyes y normas que regulan a las diferentes compañías en el país será necesario la obtención del RUC, como primer requisito.

RUC: Denominado como registro único de contribuyen, el cual es proporcionado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) a los ciudadanos que realizan cualquier actividad económica.

6.18 Reglamento de la Residencia Home Sweet Home

De acuerdo con nuestra misión "prestar un servicio público de educación superior", para lo que debe proveerse de normas de desarrollo de los estatutos que regulen las distintas facetas del quehacer universitario. Por ello procede plantear un reglamento de residencia universitaria como marco para regular la convivencia en los distintos centros residenciales universitarios.

Título Preliminar.

Art. 1. Dada la condición de estudiantes que no son oriundos del sector en nuestra Comunidad Autónoma se constituyen las Residencias Universitarias como un serviciodestinado a dar alojamiento preferentemente a los estudiantes de nuestra comunidad que tienen su domicilio familiar alejado del Centro Universitario y, en segundo lugar, a los estudiantes de pre y post-grado de otras comunidades o países, profesores e investigadores en programas de intercambio.

Art. 2. En el Servicio de la Residencia Universitaria esta incluidos todos los servicios adicionales.

Art. 3. Se consideran residentes a todas aquellas personas admitidas en la residencia. La condición de residente sólo se adquirirá cuando el interesado haya cumplido y superado todos los trámites y pagos necesarios para su admisión y se

confirmará mediante la firma del documento pertinente. La aceptación de la condición de residente conllevará la asunción de las obligaciones consiguientes y el conocimiento de la normativa aplicable y del presente.

Reglamento

TITULO PRIMERO. De los derechos y deberes de los residentes.

Capítulo 1.1. Derechos de los residentes.

Art. 4. Se reconocen como derechos de los residentes:

a) El derecho a la intimidad.
b) El derecho a la libertad plena de entrada y salida de la residencia cumpliendo los controles de seguridad establecidos.
c) El derecho a participar y disfrutar de todos los servicios y actividades ofrecidos por la residencia, en las condiciones fijadas por las normas correspondientes.
d) El derecho a ser informado de los acuerdos llevados a cabo por los órganos de gestión.

Capítulo 1.2. Deberes de los residentes.

Art. 5. Son deberes de todos los residentes:

a) Cumplir el presente Reglamento y las normas de Régimen Interno de la residencia como marco de convivencia y respeto a las libertades y, en su caso, asumir las responsabilidades de cualquier tipo (administrativas, civiles, penales, etc.) que conllevase el incumplimiento de la normativa vigente.

b) Respetar los derechos de los demás residentes y del personal vinculado a la Residencia.

c) Respetar los procedimientos de gestión y funcionamiento establecidos en este Reglamento.

d) Respetar las instalaciones, mobiliario y material de la residencia, y las pertenencias de los residentes y del personal de la misma según las normas establecidas en los correspondientes centros y en este Reglamento.

e) Mantener en condiciones de habitabilidad las habitaciones, locales e instalaciones de la residencia, haciéndose responsables del material que tengan a su disposición.

f) Residir habitualmente durante el curso en la plaza que le fuese concedida.

g) Respetar el silencio nocturno, tanto dentro de la residencia como en las inmediaciones de la misma.

TITULO SEGUNDO. Del gobierno y la gestión.

Capítulo 2.1. Disposiciones generales.

Art. 6. La residencia. Tiene una gestión administrativa única.

Art.7. La Residencia. Funcionará con el siguiente cargo unipersonal:

Administrador.

Art. 8. Son funciones del Administrador:

1. Coordinar el trabajo del Personal de Administración y Servicios asignado a la residencia.

2. Cuidar de la conservación de los edificios, instalaciones y material de la residencia, así como tomar las medidas oportunas para su mantenimiento o

mejora, y velar para que haya en los edificios unas condiciones higiénicas sanitarias adecuadas.

3. Todas aquellas derivadas de la gestión económico-administrativa de la residencia que no estén encomendadas a otros órganos en este Reglamento o en la normativa vigente.

TITULO TERCERO. De la Admisión.

Art. 9. Los criterios de admisión valorarán las condiciones económicas, académicas y de lejanía del centro de estudio, respecto del domicilio familiar.

Art. 10. Como regla general el número máximo de años que un estudiante podrá permanecer en el S.R.U. será igual al de años de su carrera más dos años en caso de Carreras Técnicas y uno más en el resto de estudios.

Art.11. En el caso de que la admisión del alumno no tenga lugar en el primer año de carrera, el período comprenderá únicamente los años que le resten para completar sus estudios.

TITULO CUARTO. Disposiciones adicionales.

Art. 12. Cualquier modificación de este Reglamento solo podrá ser acordada por la Junta de Socios.

TITULO QUINTO. Disposiciones finales.

Art. 24. El presente reglamento entrará en vigor al día siguiente de la sesión de Junta de Socios en el que sea aprobado.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- El estudio de viabilidad comercial, identificó varias oportunidades que se pueden implementar y que resultan de gran beneficio económico para la ejecución del proyecto.

- Mediante los estudios realizados y la constatación del incremento de estudiantes que se interesan en la Universidad Nacional de Loja la implantación de una residencia estudiantil es lo más idóneo por la gran demanda de la misma.

- Se estima que para poner en marcha el proyecto de la creación Home Sweet Home se requiere de una inversión aproximada de $ 220.978,00 de los cuales el 23.70% corresponde a recursos propios ($ 52360,00) y el 76,30% son recursos obtenidos de terceros ($168618,00) por un préstamo bancario de la CFN.

- Se presentó cual debiera ser la estructura organizacional y como debe ser conformada la empresa, lo que permite un mayor ventaja, pero a la vez una correcta conformación para el respectivo control en organismos reguladores.

- Establecer la empresa Home Sweet Home contribuirá con la economía del país, incrementando la población económicamente activa a través de la creación de plazas de trabajo.

- Las estrategias de mercado juegan un papel muy importante para aumentar la demanda del servicio de hospedaje por parte de los estudiantes.

- Finalmente con el uso de toda la información recabada se realizó el correspondiente análisis financiero de la propuesta, a través de los indicadores más reconocidos para una evaluación, como son el VAN y el TIR, obteniendo resultados positivos de realizarse el proyecto.

7.2. RECOMENDACIONES

- El estudio de viabilidad comercial identificó varias oportunidades de las cuales solo se mencionaron las principales que serán utilizadas en el proyecto, pero se recomienda que se detotal importancia a cada una de ellas para obtener las mejores ventajas.

- Todos los materiales y recursos necesarios, fueron establecidos durante el periodo de estudio, se recomienda que si el proyecto tarda en su realización, la actualización de los respectivos costos y gastos necesarios deberán ser reevaluados.

- La viabilidad legal fue considerada de acuerdo a las actividades principales que se desarrollarán, pero cualquier cambio en las leyes puede requerir de otro tipo de conformación, por lo que se recomienda verificar cualquier cambio en este ámbito de la ley.

- Todos los cálculos para la evaluación financiera se establecieron con una TMAR, en donde se consideran dos puntos importantes, la inflación y el riesgo país, si se desea considerar un nuevo punto se recomienda la actualización de los cálculos.

- Es de vital importancia que Home Sweet Home conserve estándares de calidad que le permitan responder a las necesidades de los estudiantes y garantice su éxito competitivo.
- Se recomienda la puesta en marcha del proyecto ya que por medio de la investigación de mercado se determinó la existencia de demanda insatisfecha además en los resultados obtenidos en el estudio financiero determinaron que el proyecto es rentable.

BIBLIOGRAFÍA

Arnold Hax y Nicolás Majluf. Gestión de empresa con una visión estratégica. Ediciones Domen, Santiago de Chile, 1993.

A. Aranda, Manual de presupuestos de Programas Orientado a Universidades y Organizaciones Seccionales. Tesis de Economista; Loja 1985.

Idalberto Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración. Editorial McGraw Hill, 5ta. Edición, Santafé de Bogotá, 1999.

Álvaro Burgos, La gestión estratégica, una luz en tiempos de crisis. En Revista Gestión, DINEDICIONES, Enero 2010, No. 187. Quito, 2010: 34 – 36.

Norma E. Eyzaguirre, Metodología integrada para la Planificación Estratégica. Ministerio de Educación, Módulo de Planificación Estratégica, Secretaría de Planificación Estratégica, Lima, 2006

Sarah Gardner, Planificación estratégica. Resumen de notas, Forum Cultural Mundial, Rio de Janeiro 2006.

Claudia Franco De La Peña, "Características que distinguen a las organizaciones innovadoras", Una mirada en América Latina, Ed. Economundo, Año 2. No 18. Cuenca, 2010: 64 - 73

Ramírez y Cajigas, Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica, Ed. Univ. Nacional de Colombia, Colombia, 2004, p. 44.

Marcela Benassini, "Introducción a la investigación de mercados", Un enfoque para América Latina, Ed. Pearson Educación, 2001, p. 4.

Kotler Philip, Dirección de mercadotecnia, 2da Edición, México, 1985, Editorial Rino, pág. 38.

Luis Alegre y Carmen Galve Górriz, Fundamentos de economía de la empresa, Perspectiva funcional, Editorial Ariel, 2000, p. 180.

François Colbert, Manuel Cuadrado y Jacques Natel, Marketing de Las Artes y la Cultura, Editorial Ariel, 2003, p. 190.

Imma Rodríguez Ardura, Principios y estrategias de marketing, Editorial UOC, 2006, p. 110.

Juan Llorens Fábregas, Gerencia de proyectos de tecnología de información Ed. El Nacional, 2005, p. 57.

LINKOGRAFÍA

Gladys Dapozo, Planificación estratégica. Marco conceptual. Search, 4 de marzo de 2011 Disponible en:

Enciclopedia Financiera, Conferencias para líderes www.wobi.com/Liderazgo Search 8 octubre, 2012, http://www.enciclopediafinanciera.com/indicadores-financieros.htm

Written by Equipo Signe 360, Mix de marketing las 4 Ps y las 4 Cs, Search, 15 noviembre, 2012, http://signe360.com/blog/marketing-mix-las-4-ps-y-las-4-cs/

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

Escuela de Administración de Empresas

Encuesta: Dirigida a estudiantes universitarios de la Provincia de Loja que no viven con sus padres, año 2012.

Objetivo: Determinar la factibilidad de crear una residencia universitaria en la Parroquia Sucre del Cantón Loja, Provincia de Loja.

Residencia Universitaria.- Lugar de alojamiento para estudiantes, equipada con servicios de: alimentación, internet, área social y de estudios, entre otros.

Indicaciones: Elsiguiente cuestionario es con fines académicos, y la información que genere este será de carácter confidencial.Por favor contestelas preguntas que siguen a continuación, de la manera más honesta posible.

A.- INFORMACIÓN GENERAL.

Género:	Masculino ___	Femenino ___
Ocupación:	Estudia ____	Trabaja y estudia ____
Nivel:	Pregrado ____	Posgrado____

B.- LUGAR DE RESIDENCIA ACTUAL (Estudiantes que no viven con sus padres, por motivos de estudio)

1. ¿En qué sector de la ciudad vive actualmente?

Norte	
Centro	
Sur	
Fuera de la Ciudad	

2. ¿Usted vive con?

Familiares	
Casa Independiente	
Departamento	
Hotel	

3. ¿Conoce usted de una residencia universitaria en la ciudad de Loja?

SI	
NO	

4. ¿Para Usted los servicios de una residencias deberían ser:

Con alimentación	
Con alimentación y lavandería	
Sin alimentación y lavandería	
Con internet y transporte	
Sin Internet y transporte	

5. ¿Para usted el precio por una residencia debería estar entre?

250 a 300 USD	
301 a 350 USD	
Más de 350 USD	

6. ¿La forma de pago más conveniente para usted seria?

Efectivo	
Depósito bancario	
Cheques	
Tarjeta de crédito	

7. ¿Le gustaría vivir en una Casa Residencia Universitaria, a las cercanías de la Universidad Estatal de Loja (Parroquia Sucre)

Si	
No	

8. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que le ofrezca la Casa Residencia Universitaria?

Hospedaje alimentación	
Hospedaje internet	
Hospedaje limpieza	
Hospedaje TV cable	

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios que Ud. escogió?

250 a 300 USD	
301 a 350 USD	
351 a 400 USD	

Otro:	

10. ¿Con que frecuencia usted le gustaría pagar:

Quincenal	
Mensual	
Cada dos meses	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Imágenes

Fotografías Ilustrativas diferentes etapas.

Imagen 1: Encuesta, Escuela Admr. Empresas



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 2: Encuesta, Escuela Admr. Empresas



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 3: Encuesta, Escuela Banca. Finanzas



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 4: Encuesta, Escuela Educación Básica



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 5: Terreno destinado al Proyecto



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 6: Vista completa Terreno



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 7: Encuesta, estudiantes Economía



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 8: Recolección encuesta



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 9: Brindando Ayuda a encuestados



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 10: Encuesta exteriores U.N.L.



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 11: Competencia (solo alojamiento)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 12: Competencia (solo alojamiento, sin Baño)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 13: Competencia (área común)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 14: Competencia (Baño compartido)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 15: Competencia (más servicios)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 16: Competencia (en Frente UNL)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 17: Competencia (Ingreso)



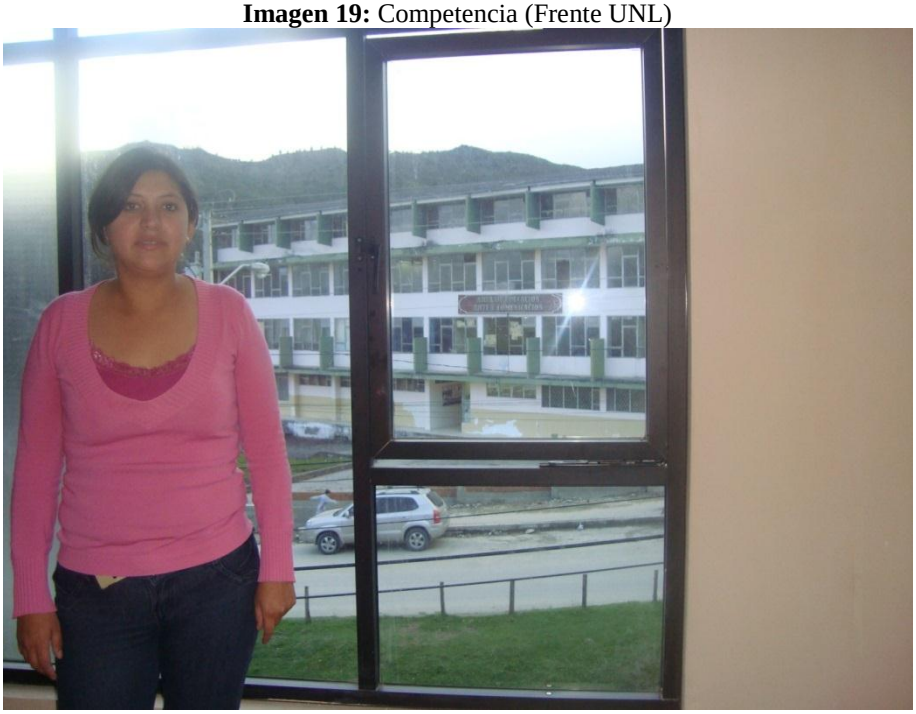
Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 18: Competencia (Baño privado)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 19: Competencia (Frente UNL)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra

Imagen 20: Administración Central (Frente UNL)



Fuente: Estudio de Campo
Elaborado por: Myrian Elena Sánchez Ibarra