PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PLAN DE FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

YAJAIRA CATALINA HUEBLA ERAZO

DIRECTORA: XIMENA VILLAMAR ESPÍN, MGTR.

QUITO, JULIO 2015

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ximena Villamar, Mgtr.

INFORMANTES:

Leonardo Ávila, Mgtr.

Ing. José Torres

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres Rosario y Germán por enseñarme que con trabajo, esfuerzo y persistencia se logran las metas esperadas, a mi hermano Germán por su comprensión, colaboración y compañía, a mi novio Paúl, quien a pesar de estar lejos con su amor, paciencia y apoyo me ayudo a sobrellevar y disfrutar los malos y buenos momentos a lo largo de mi carrera, a mi Directora Ximena Villamar, Mgtr. por su cooperación y tolerancia en el desarrollo de este trabajo, a todos mis profesores por los conocimientos brindados.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO, 3

1.1 FACTORES SOCIALES, 3
1.1.1 Distribución de la población, 4
1.1.2 Calidad de vida y grado de formación, 6
1.1.3 Seguridad ciudadana, 8
1.1.4 Conductas de consumo, 10
1.1.5 Cambios en la familia, 12
1.1.6 Valores sociales, 16
1.2 FACTORES ECONÓMICOS, 20
1.3 FACTORES AMBIENTALES, 24

2. ESTUDIO DE MERCADO, 29

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO, 29
2.1.1 Segmentación del mercado, 29
2.1.2 Tamaño del universo, 30
2.1.3 Tamaño de la muestra, 31
2.1.4 Elaboración de las encuestas, 33
2.1.5 Análisis de los resultados del estudio de mercado, 33
2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA, 43
2.2.1 Definición de Demanda, 43
2.2.2 Factores que afectan la demanda, 43
2.2.3 Demanda actual del servicio, 44
2.2.4 Demanda potencial, 44
2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA, 45
2.3.1 Definición de Oferta, 45
2.3.2 Factores que afectan la oferta, 49
2.3.2.1 Proyección de la oferta, 50
2.4 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA, 50
2.4.1 Análisis de la demanda insatisfecha captada por el estudio, 50
2.5 ANÁLISIS DE PRECIOS, 51
2.5.1 Fijación del precio, 52
2.6 ESTRATEGIAS DE MARKETING, 53
2.6.1 Estrategia de precio, 53
2.6.2 Estrategia de promoción, 54
2.6.2.1 El logotipo, 54
2.6.2.2 El Slogan, 56

2.6.2.3 Campaña publicitaria, 56
2.6.2.4 Estrategia de producto, 57

3. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA, 58

3.1 INVERSIÓN INICIAL, 58
3.2 PROYECCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS, 62
3.3 DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA, 63
3.4 ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD FINANCIERA, 64
3.4.1 VAN, 64
3.4.2 TIR, 64

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 65

4.1 CONCLUSIONES, 65
4.2 RECOMENDACIONES, 66

BIBLIOGRAFÍA, 68

ANEXOS, 70

ANEXO 1, 71
ANEXO 2, 97
ANEXO 3, 104

RESUMEN EJECUTIVO

Durante los últimos años la sociedad ha sufrido grandes cambios, por lo que ahora los jóvenes de provincias buscan una mejor preparación profesional, por esta razón ellos deciden viajar a la Capital del País para tener la oportunidad de estudiar en una de las Universidades de mayor prestigio y de esta manera obtener mejores oportunidades en la vida laboral.

Estos jóvenes que deciden viajar a Quito tienen la necesidad de un lugar seguro y cómodo para alojarse, la idea de la creación del proyecto de K&P RESIDENCIAL nace precisamente de esta exigencia de la sociedad; el plan consiste en ofrecer a los jóvenes universitarios un sitio donde vivir el cual ofrezca servicios adicionales como: alimentación, lavandería, limpieza e internet inalámbrico.

El capítulo primero trata de un análisis del entorno actual que rodea al proyecto, esto se lo hace ya que es de suma importancia saber en qué ambiente se desarrollará la residencia; se consideran varios factores como el social, dentro del cual se estudia: la distribución demográfica, el nivel y la calidad de vida, la seguridad ciudadana, entre otros. Después se examinan los factores económicos, dentro de los cuales se analizará el ingreso y el uso que les da la familia a ellos; y el factor ambiental, ya que es necesario conocer el impacto que este proyecto ocasione al medio ambiente.

En el segundo capítulo, se hace un estudio general de la población estudiantil de la Universidad Católica del Ecuador para determinar las características del mercado meta de K&P RESIDENCIAL. Adicionalmente se calculó la muestra de la población a la cual se aplicará la encuesta, que permitirá obtener la información requerida para este estudio.

En el tercer capítulo se analiza la factibilidad financiera del proyecto, donde se fija el costo de la inversión inicial que será necesaria para poner en marcha este proyecto; a través del análisis de los indicadores VAN y TIR, los cuales serán de gran ayuda para la toma de decisiones por parte de los inversionistas, es aquí donde se determinará si el proyecto es rentable y por lo tanto si resulta conveniente desarrollarlo.

Finalmente, el capítulo 4 contiene las conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos en este estudio.

INTRODUCCIÓN

La globalización es un fenómeno mundial que impulsa a la sociedad a buscar superarse cada día, para lo cual es necesario estar preparados en varios campos para tener las capacidades requeridas en la sociedad cambiante de la actualidad.

La principal herramienta con la que cuenta el ser humano para desarrollarse en el campo profesional, es el conocimiento que le ayuda a entender y comprender, que actualmente la competencia laboral cada vez es más imprescindible.

Es justamente cuando muchos factores se hacen necesarios para la consecución de una las metas que tienen los jóvenes y adultos que es la educación continua; algunas veces el factor económico presenta una barrera para conseguirla, pero en la mayoría de los casos el deseo de superación impulsa a los seres humanos a buscar la manera de salir adelante y alcanzar sus grandes anhelos.

Los jóvenes al sentir que este deseo crece, así como sus expectativas, aprovechan el esfuerzo de sus padres por darles un mejor futuro, y buscan oportunidades para empezar su preparación profesional en las mejores universidades del Ecuador; por lo que, los jóvenes de provincias deciden dejar su tierra natal para estudiar en la capital, surgiendo de este modo la necesidad de encontrar un lugar cómodo, con buen ambiente y seguro para vivir mientras cursan sus estudios superiores.

Es por esta necesidad que en este proyecto se analizará la factibilidad de la creación de una residencia universitaria en el sector norte de la ciudad de Quito, la cual tendrá la finalidad de brindar a los estudiantes universitarios que provienen de otras provincias un lugar seguro que ofrezca todos los servicios requeridos para que los jóvenes se sientan cómodos, seguros y tranquilos en su vivienda.

La ubicación de la residencia tiene varias ventajas como: la cercanía a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Institución educativa a la que está dirigido principalmente el proyecto; la zona norte es uno de los sectores más seguros del norte de Quito y está cerca de una de las arterias principales del norte que es la Av. 6 de diciembre.

Adicionalmente, los servicios complementarios que ofrecerá la residencia crearan un sentimiento de familiaridad en los estudiantes, se brindará el servicio de restaurante con comida saludable, lavandería, sala de visitas, sala de estudios y el servicio de internet inalámbrico en todas las instalaciones.

Este proyecto está enfocado en conocer y satisfacer las necesidades de los estudiantes de ciudades distintas para así poder entregar un servicio de alta calidad.

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Para iniciar con el estudio de factibilidad del proyecto de creación de una residencia universitaria en el sector norte de la ciudad de Quito, se debe tener en cuenta que, como en todos los proyectos, existen factores que influyen de manera positiva o negativa para el desarrollo del mismo; por lo que para este se han tomado en cuenta los agentes sociales, económicos y ambientales por considerarlos de mayor importancia.

1.1 FACTORES SOCIALES

Para este estudio se debe partir de que Quito, por ser una de las principales ciudades del país, tiene agentes sociales que influyen en su desarrollo. Recorriendo la ciudad se aprecia que se han venido superando los inconvenientes como por ejemplo: el acceso a la educación, niveles de vida muy básicos, entre otros. Actualmente la inclusión es creciente y hay mucha reivindicación, la superación, el nivel de educación, la creciente inmigración de jóvenes en busca de mejores oportunidades.

A través de ellos es posible analizar la evolución y tendencias que pueden afectar al futuro del proyecto, además de diagnosticar cuales de estas propensiones son amenazas y cuales son consideradas como oportunidades, y a partir de esto decidir las acciones más adecuadas para aprovechar las oportunidades y crear estrategias que minimicen las amenazas. Los elementos a analizar son los siguientes:

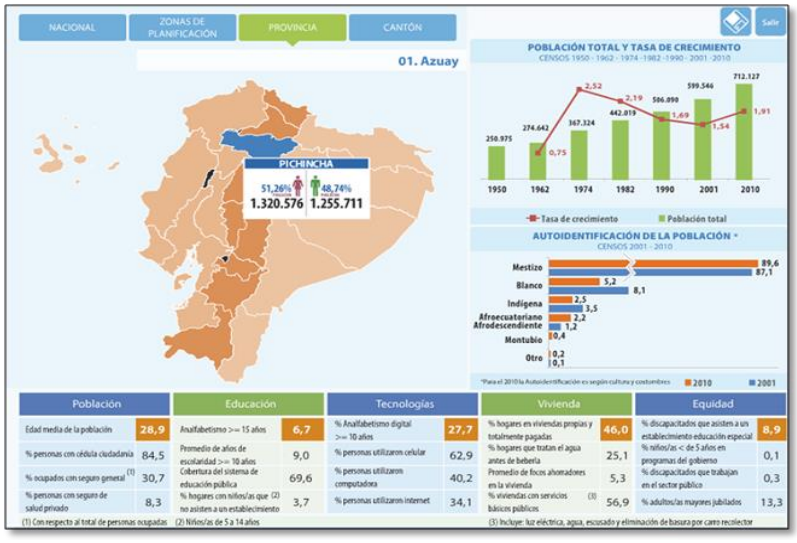
1.1.1 Distribución de la población

El Ecuador tiene una extensión territorial de 256,370 kilómetros cuadrados y una población de 14.483,499 (Ecuador en China, 2013), de este total la provincia de Pichincha tiene 13,465 kilómetros cuadrados con 2.576,287 habitantes; de los cuales 1.320,576 son mujeres y 1.255,711 son hombres (Ecuador en China, 2010), y específicamente la ciudad de Quito tiene 2.239,199 de habitantes de los cuales 1.088,811 son hombres y 1.150,380 son mujeres; representado en un 65% de jóvenes hombres y mujeres (Ecuador en China, 2010), la densidad poblacional es de 5563 hab/km^2**.**

La ciudad de Quito ha tenido un incremento del 12% en lo que se refiere al ingreso de personas de otras provincias, de estas el 50% se quedan a vivir en la capital y en su mayoría son jóvenes estudiantes.

Figura N° 1

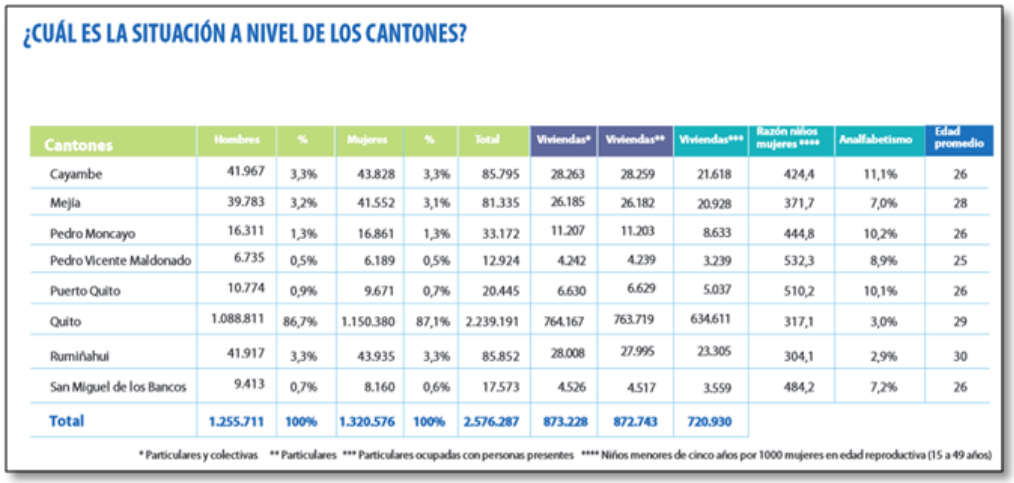
Población total de Pichincha



Fuente: Ecuador en Cifras, s.f.
Elaborado por: INEC

Figura N° 2

Población de los cantones



¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LOS CANTONES?

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres ****	Analfabetismo	Edad promedio
Cayambe	41.967	3,3%	43.828	3,3%	85.795	28.263	28.259	21.618	424,4	11,1%	26
Mejía	39.783	3,2%	41.552	3,1%	81.335	26.185	26.182	20.928	371,7	7,0%	28
Pedro Moncayo	16.311	1,3%	16.861	1,3%	33.172	11.207	11.203	8.633	444,8	10,2%	26
Pedro Vicente Maldonado	6.735	0,5%	6.189	0,5%	12.924	4.242	4.239	3.239	532,3	8,9%	25
Puerto Quito	10.774	0,9%	9.671	0,7%	20.445	6.630	6.629	5.037	510,2	10,1%	26
Quito	1.088.811	86,7%	1.150.380	87,1%	2.239.191	764.167	763.719	634.611	317,1	3,0%	29
Rumiñahui	41.917	3,3%	43.935	3,3%	85.852	28.008	27.995	23.305	304,1	2,9%	30
San Miguel de los Bancos	9.413	0,7%	8.160	0,6%	17.573	4.526	4.517	3.559	484,2	7,2%	26
Total	**1.255.711**	**100%**	**1.320.576**	**100%**	**2.576.287**	**873.228**	**872.743**	**720.930**			

* Particulares y colectivas ** Particulares *** Particulares ocupadas con personas presentes **** Niños menores de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)

Fuente: Ecuador en Cifras, s.f.
Elaborado por: INEC

Luego del análisis anteriormente realizado se puede corroborar lo que dice Ecuador Inmediato en el artículo del 14 de septiembre del 2011, el cual fue publicado después del último censo poblacional que realizo el INEC en el país, "Población quiteña en su mayoría es joven, así lo revela el Censo de Población y Vivienda. 2´239.199 habitan en el Distrito Metropolitano de Quito, según los datos entregados por el último Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en noviembre pasado. La cifra demuestra un aumento del 21,7% de habitantes en relación con el 2001 que era aproximadamente de 1'800.000 personas. Además, se destacó que la población quiteña en la actualidad lo constituyen, en un 65%, los jóvenes." (Ecuador Inmediato, 2011).

Teniendo en cuenta de manera puntal los datos de la ciudad de Quito se observa que la distribución geográfica es el factor de mayor influencia para el proyecto porque a través de esta se determinaran las campañas de marketing y la localización de la residencia.

1.1.2 Calidad de vida y grado de formación

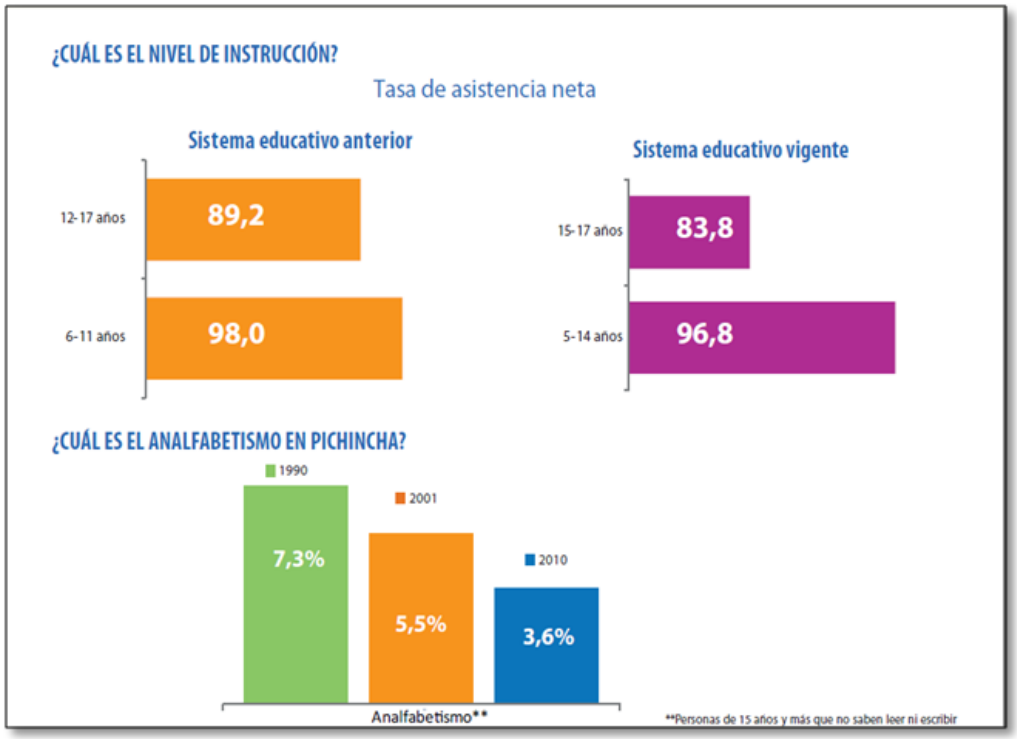
En la capital del Ecuador, el factor de calidad de vida se mide a partir del índice de mortalidad infantil, el cual indica que de 1000 nacidos 20 mueren (Salud de Altura, s.f.), sin embargo la esperanza de vida es de 73 años (Explored, s.f.).

En lo referente al grado de formación el informativo Noticias en línea afirma que "Galápagos y Pichincha son las provincias con menos analfabetismo con 1,3% y 3,5% respectivamente, mientras que Bolívar es la provincia que registró la mayor tasa de analfabetismo con 13,9%. Así también se demostró la reducción de la brecha educacional entre hombres y las mujeres. Mientras en 1990 la mujer tenía una tasa de analfabetismo del 13,8% y el hombre una de 9,5%, en el 2010 la mujer tiene una tasa de 7,7% y el hombre de 5,8%. El promedio de años de escolaridad subió, al pasar de 6,61 años en el 2001 a 9,04 años en el 2010. Siendo de 10,1 años en el área urbana y 7,7 en la rural. Pero con igual años de escolaridad entre hombres y mujeres con 9 años.

Pichincha es la provincia con más años de escolaridad llegando a 10,6 años, mientras Cañar la que menos tiene con 7,7 años." (Noticias en Linea, 2011)

Figura N° 3

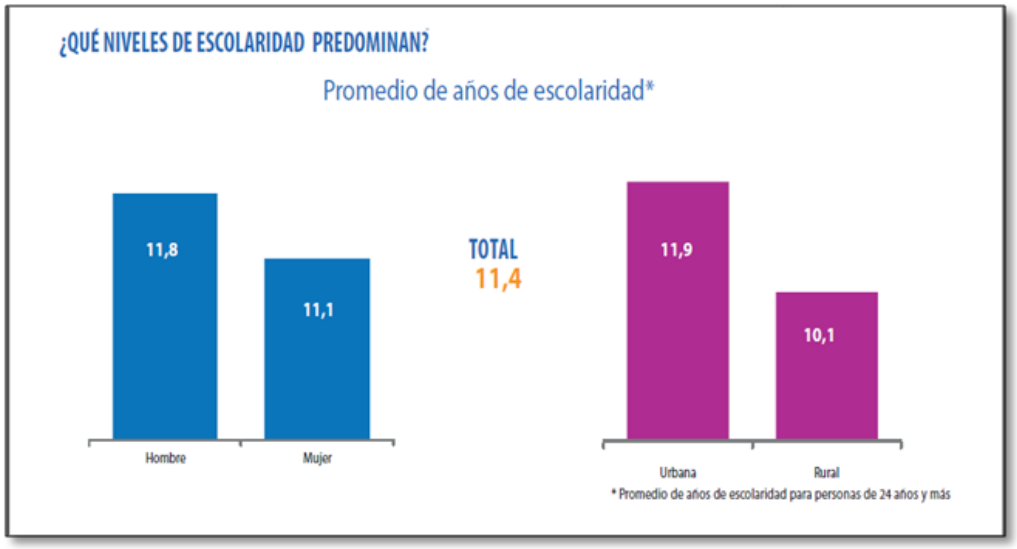
Nivel educativo de Pichincha



Fuente: Ecuador en Cifras, s.f./
Elaborado por: INEC

Figura N° 4

Nivel de escolaridad



Fuente: Ecuador en Cifras, s.f./
Elaborado por: INEC

Con este factor se puede ver que el mejoramiento de la calidad de vida, unido al incremento de formación de los padres de los estudiantes y de los jóvenes, conlleva que los comportamientos de consumo cambien drásticamente ya que hoy en día los usuarios no solo exigen cantidad sino también calidad y calidez del servicio; fundamentalmente cuando se trata del gasto de arrendamiento de residencias universitarias porque tanto a los padres como a los estudiantes no les interesa que haya varias en el sector sino que las que existen brinden un excelente servicio y seguridad tanto en lo referente a la infraestructura como a los servicios complementarios.

Además de esto los jóvenes, que son los usuarios finales del servicio ofertado, al tener un mayor nivel de información, tienen un mayor criterio de selección y esto hace que el proyecto tenga un mayor grado de exigencia porque las conductas de consumo así lo piden para poder subsistir en la industria en la que se desenvuelve el mismo.

1.1.3 Seguridad ciudadana

Este es un factor que realmente es de preocupación, no solo de los padres de los estudiantes sino también de toda la sociedad que rodea a los jóvenes por esta razón una de las prioridades del proyecto es ofrecer seguridad para el cliente y sus artículos personales.

El Ministro del Interior José Serrano en el informe del 4 de abril del 2014 señala que: *"*El Ministerio del Interior y la Policía Nacional despliegan de forma permanente estrategias de seguridad en el Distrito Metropolitano de

Quito (DMQ) Patrullaje preventivo e intensivo control operativo en sectores residenciales, turísticos, de diversión u otros, han permitido disminuir el índice de asaltos y robos en la capital ecuatoriana, para tranquilidad de habitantes y visitantes" (Ministerio del Interior, 2014), por lo que los índices delictivos, entre los que se destacan: robo a personas, robos a domicilios, robos a locales comerciales, robos y asaltos a automotores; han reducido en un 12%, 27%, 24% y 21% respectivamente. (Ministerio del Interior, 2014).

En Pichincha, donde habitan cerca de tres millones de personas, el Estado invirtió 72,7 millones de dólares en materia de seguridad ciudadana.

Un total de 163 botones de seguridad están activos en diversos puntos de la ciudad. "Esta UPC aportará a la seguridad de las familias de Quito y todo el cantón", expresó Felipe Fiallo, delegado del ministerio, tras hacer un recorrido interno y explicar al público el uso tecnológico de herramientas de esta unidad policial. (Andes, s.f.).

Tabla N° 1

Índices delincuenciales

INDICADOR	ENE-ABR 13	ENE-ABR 14	Incremento/ decremento
HOMICIDIOS/ASESINATOS	10	9	-10%
ROBO A PERSONAS	140	132	-6%
ROBO DOMICILIOS	188	191	2%
ROBO A LOCAL COMERCIAL	50	47	-6%
ROBO A CARROS	100	63	-37%
ROBO DE MOTOS	14	9	-36%
ROBO ACCESORIOS DE VEHICULOS	108	97	-10%
TOTAL	610	548	-10%

Fuente: Ecuador en Cifras
Elaborado por: Ministerio del Interior

Este elemento es uno de los que más influyen en el proyecto porque los padres de los jóvenes estarán más tranquilos de la seguridad de sus hijos en la ciudad de Quito ya que, como lo demuestran las estadísticas oficiales del Ministerio del Interior, se ha convertido en una urbe impertérrita para vivir, además de esto los jóvenes que decidan elegir este proyecto de residencia universitaria contaran con resguardo privado de la instalación las 24 horas del día con las cámaras que provee el Municipio de Quito en los lugares de mayor concurrencia, adicionalmente el proyecto contará con guardias privados y un sistema de ingreso codificado para cada apartamento.

Con esto se busca hacer el proyecto más atractivo para los clientes y usuarios del servicio que se oferta en la propuesta porque, además de la calidad y calidez del servicio se brinda seguridad para los estudiantes y de esta manera también hacer que este sea más interesante para los inversionistas que decidan invertir en él.

1.1.4 Conductas de consumo

La razón más importante por la cual se estudia el comportamiento del consumidor, es la función central que desempeña en la vida, porque la gran parte del tiempo los jóvenes lo pasan comprando o realizando otras actividades afines; también dedican tiempo a pensar en los productos y servicios, a hablar con los amigos acerca de ellos y a ver o escuchar anuncios relacionados con ellos, además, los bienes que adquieren y la forma en que los utilizan inciden profundamente en como viven en su vida diaria. En muchos casos bastarían

estas observaciones para justificar el estudio del tema; sin embargo para este proyecto se trata de entender el estudio del tema por otras razones debido al comportamiento que estos tienen y que influyen en la toma de decisiones. (Marketing y Mercadeo, s.f.)

El estudio del comportamiento del consumidor joven plantea múltiples dificultades como por ejemplo:

- Los consumidores jóvenes no suelen ser plenamente conscientes de por qué compran un producto o utilizan un servicio.

- Los jóvenes no dicen la verdad.

- Con frecuencia intentan comunicar mucho más de lo que realmente saben de un producto o servicio.

- Los consumidores, especialmente los jóvenes son extremadamente complejos.

- Las emociones internas impulsan frecuentemente hacia reacciones no meditadas, impulsivas, irreflexivas e incluso incoherentes.

Además de estos elementos antes mencionados se debe analizar también que la subcultura juvenil no solo gasta mucho dinero propio, sino que hacen gastar a sus familiares también, que conlleva a una mayor influencia en las decisiones de consumo familiares.

Por lo tanto cuando se diseñan mensajes para el mercado de jóvenes se debe tener en cuenta las siguientes pautas:

- No se debe hacer de menos o aislar a los jóvenes.
- Ser sinceros en lo que se ofrece al joven.
- Hay que reconocer a los jóvenes el mérito de estar motivados por valores racionales.
- Presentar una campaña así como un servicio lo más personalizado posible.

Por lo tanto, sabiendo que son múltiples los factores que influyen en la conducta de consumo de los jóvenes a los que está dirigido el proyecto, se puede ver que es un segmento sumamente complicado ya que ellos adquieren un producto o usan un servicio por impulso y sus decisiones de utilizarlo por largo periodo de tiempo no son permanentes, por lo que para que la residencia sea de uso continuo hay que incentivar a que los usuarios del servicio ofertado mantengan sus juicios por un plazo extendido.

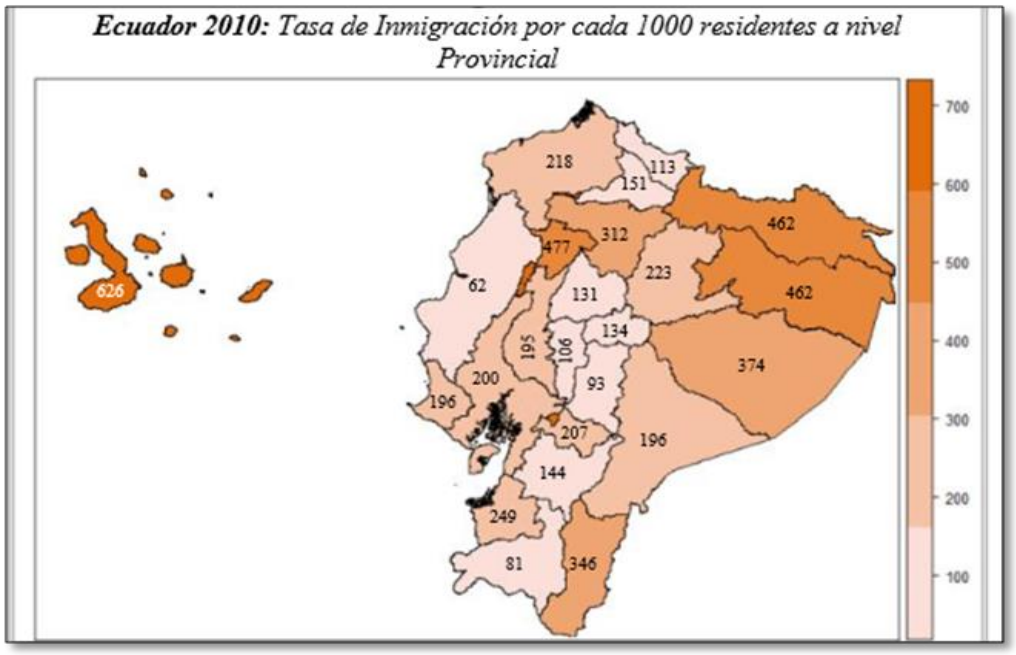
1.1.5 Cambios en la familia

Desde hace varios años el fenómeno migratorio está generando cambios significativos en las familias del Ecuador. Según afirma el INEC, en el censo

realizado en el 2010, que la Migración interna es el fenómeno demográfico derivado del cambio de residencia habitual de las personas al interior de los límites internacionales del país. De esta manera, cada provincia recibe a nuevos residentes (inmigrantes), los cuales a su vez son emigrantes respecto a la provincia de origen. Estos eventos son instrumentados y registrados en los censos mediante la pregunta referida al lugar de residencia anterior cinco años antes de la fecha censal.

Figura N° 5

Tasa de Inmigración a nivel provincial



Fuente: Ecuador en Cifras, s.f.
Elaborado por: INEC

Como se puede apreciar en el mapa que las provincias con tasas más altas de inmigración interna son Galápagos, Santo Domingo, Sucumbíos y Orellana; cabe mencionar que Pichincha a pesar de ser la provincia que mayor cantidad de población inmigrante tiene no presenta la tasa más alta de inmigración, debido a la cantidad de población que en ella reside, igual situación presenta

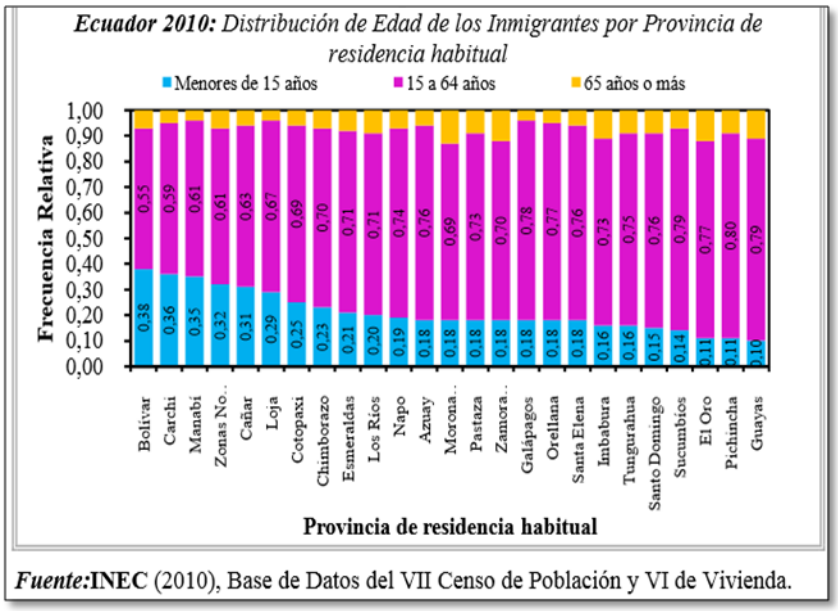
Guayas, en donde hay 200 inmigrantes internos por cada 1000 ecuatorianos que habitualmente residen en dicha provincia.

Las provincias con tasas de inmigración interna más bajas son Manabí, Loja, Chimborazo donde por cada 1000 residentes 62, 81 y 93 son inmigrantes internos respectivamente. Ademad, se puede concluir que la mayoría de las provincias del oriente presentan tasas altas de inmigración interna, mientras que las provincias de la Sierra presentan tasas inferiores a 210 inmigrantes por cada 1000 residentes a excepción de Santo Domingo y Pichincha. (DSPACE, s.f.)

En cuanto a la inmigración por edades el INEC presenta la siguiente información:

Figura N° 6

Distribución de edad de los Inmigrantes por provincia de residencia habitual



Fuente: Ecuador en Cifras, s.f.
Elaborado por: INEC

En esta figura que presenta la distribución de edad de los inmigrantes por provincia de residencia habitual, en donde se tiene que la mayor ponderación de la población inmigrante tiene edades comprendidas entre los 15 y 65 años, es decir son parte de la población económicamente activa; además, tenemos que la proporción de menores de 15 años es mayor que la proporción de adultos mayores para cada una de las provincias. En provincias como Bolívar, Carchi, Manabí o en las Zonas no Delimitadas se tiene que alrededor del 30% son inmigrantes menores de 15 años, aproximadamente el 60% tienen edades comprendidas entre los 15 y 65 años; y, un poco menos del 10% son personas con 65 años y más; mientras que, en Guayas del total de inmigrantes el 10% son menores de 15 años, el 79% son personas en edades económicamente activa y el 11% son adultos mayores; por otra parte, Pichincha presenta un escenario similar al de Guayas debido a que el total de emigrantes el 11% son menores de 15 años, el 80% tienen entre 15 y 65 años y el 9% son mayores de 65 años. (DSPACE, s.f.)

Los movimientos migratorios dentro del Ecuador tienen varias repercusiones de carácter social y familiar, estas pueden ser positivas o negativas, una de las derivaciones sociales positivas es que en los pueblos pequeños se alivia el problema de la sobrepoblación, se logra una mayor homogeneidad cultural o política, la disminución de la presión sobre los recursos; la inversión de las remesas de dinero que envían los emigrantes; la disminución del desempleo; el aumento de la productividad, entre otros.

Por otro lado en el ámbito familiar estas situaciones provocan múltiples problemas en las familias como por ejemplo: el envejecimiento de la población

porque quienes salen de la provincia son jóvenes en edad de tener hijos, un decaimiento del rendimiento escolar y de la escolaridad en general, la salida de la gente joven genera una disminución de los ingresos que los jóvenes pueden generar en su provincia, entre otros.

Además si la familia es la primera célula de consumo se debe dedicar una especial atención a este factor, ya que su evolución puede alterar de forma significativa los hábitos y tendencias de consumo porque cuando una persona migra de una provincia a otra muchas de sus costumbres deben ser cambiadas para poderse adaptar al medio en el que se desenvolverá a lo largo de su vida estudiantil.

1.1.6 Valores sociales

La sociedad permanece en una continua evolución, y ésta conlleva modificaciones constantes en los valores sociales.

La generación a la que está dirigida el proyecto es la que se considera la "Generación Y" o los también llamados "Millennials" que son jóvenes comprendidos entre los 18 y 30 años de edad.

Esta generación es de una personalidad crítica y de avanzada de la generación o Millennials por su preponderancia en la cultura y desarrollo del inicio del tercer milenio. (KONZEPPT, s.f.)

La Generación “Y” ha vivido en tiempos de gran desarrollo tecnológico, económico y social. Generalmente vivieron en casa en donde vieron a sus padres trabajar fuertemente para darles todos las comodidades, beneficios y oportunidades que los 80´s ofrecían al mundo, así son en general jóvenes que crecieron escuchando que podían lograr todo lo que querían en la vida, que fueron muy consentidos por sus padres y que crecieron con la filosofía (inculcada sin querer por los padres) de disfrutar la vida al máximo y de hacer a ellos mismos su principal prioridad en la vida.

Forman parte de su vida desde el nacimiento televisiones a color, TV de paga, contestadores automáticos; para los más grandes de esta generación los teléfonos celulares, los mensajes SMS, las computadoras personales, las consolas de videojuegos llegaron a sus manos cuando eran pre adolescentes, para los más jóvenes, la tecnología estaba a su alcance desde muy temprana edad.

Lo anterior es muy importante, ya que se trata de uno de los aspectos que mayormente los diferencia de las otras generaciones: la tecnología y los gadgets se han vuelto imprescindibles para su existencia: caminan oyendo música al mismo tiempo que tweetean y comparten fotos que van tomando en el camino. Son lo que se llama multitaskers, son capaces de realizar varias actividades a la vez, que en su mundo (no en el de otras generaciones) se complementan.

En investigaciones realizadas en Estados Unidos se han descrito algunas características de este grupo generacional que hoy en día forma el presente y futuro de las sociedades, empresas y las economías:

- Poseen pensamiento estratégico: toman decisiones pensando en el largo plazo y con un énfasis muy fuerte en valorar lo que sus decisiones o acciones afectan o influyen en la comunidad, por lo que se encuentran involucrados e interesados en asuntos de ecología, reciclaje, sustentabilidad, etc.

- Son grupos prácticos que se preocupan de sus acciones y de las consecuencias de estos sobre la comunidad. Buscan ser relevantes y apoyar causas en las que creen, razón por la cual los jóvenes de esta generación resultan excelentes para el trabajo en equipo.

- En el ámbito laboral no resultan empleados que se queden mucho tiempo en las empresas, esta generación parece estar en una constante búsqueda de desafíos, de disfrute y del apoyo a la comunidad. No existe en ellos la sensación de "deslealtad" por cambiar de trabajo de forma regular, para los Millennials un CV con cambios laborales frecuentes solo indica que está buscando "su" lugar y se congratulan de no quedarse "estancados" en un empleo que no les satisface o que no va con el estilo de vida que creen merecer y buscan obtener.

- Son grandes comunicadores, solo que emplean medios de comunicación distintos a otras generaciones, la Generación Y dependen de la tecnología

para compartir información, siendo los preferidos los métodos que son instantáneos (texting, redes sociales, mensajes instantáneos, etc.) en donde sus mensajes tienen la posibilidad de llegar a un número indefinido de lectores, lo que los empodera y les imprime responsabilidad.

- Les gusta trabajar fuerte y con objetivos, sin embargo, es muy importante para ellos que las compañías en las que trabajen sirvan a la comunidad y tengan valores e ideologías que vayan con su visión de vida. La Generación defiende su tiempo y por lo tanto se sienten más cómodos en ambientes laborales flexibles y que les permiten elegir sus formas y tiempos de trabajo.

- A diferencia de sus abuelos (Generación Tradicionalista, los nacidos antes de 1946) que entendían el respeto a partir de la experiencia y edad o de sus padres (Generación Baby Boomers) que entendían el respeto a partir de pagar por su lugar en el mundo así como de la experiencia, la Generación "Y" considera que todos deben ser respetados y tener una opinión que sea escuchada independientemente de la edad o la experiencia.

- Las mujeres de esta generación se perciben a sí mismas iguales a los hombres y por lo tanto esperan ser tratadas con equidad y muy importante, parecen identificarse con el pensamiento de que "estar enojado con el pasado no te lleva a ningún lado" por lo que aunque no

son feministas activistas, sí exigen y esperan un trato no diferenciado por género.

- Son una generación que parece entenderse y llevarse bien con sus padres, eso y las crisis económicas han hecho que en muchos casos los jóvenes abandonen el hogar paterno más tarde que antes (en sociedades como la Americana en donde en general los hijos a los 18 salen del hogar para ir a estudiar y no vuelven) y que busquen independencia a menor edad.

La Generación "Y" y ahora la "Z" (nativos digitales) resultan un gran reto para padres y empleadores ya que debemos aprender nuevas formas de comunicación, interacción y manejo de estos jóvenes que hoy son ya el principio de la mayor fuerza laboral en muchos países.

1.2 FACTORES ECONÓMICOS

Los factores económicos son de interés para todo proyecto porque el análisis de estos permite conocer cuánto dinero poseen las personas para gastarlo y de esta manera garantizar el crecimiento del mismo.

En esta propuesta de residencia universitaria se han tomado en cuenta los índices económicos de: inflación, PIB gastos de vivienda y alimentación.

Para comenzar con el análisis de los agentes entes mencionados, es necesario conocer que es la inflación y cuál será su repercusión en el proyecto.

La inflación es definida como la tasa que origina que aumenten los precios; lo anteriormente mencionado indica que existen tantas medidas de la inflación como índices de precios; sin embargo para controlar la inflación existen varias medidas, las cuales se obtienen a partir del índice de precios al consumo y a partir del deflactor del producto interno bruto, que son los dos índices de precios más usuales (EUMED, s.f.). Un tema fundamental al hablar de la inflación es el poder adquisitivo de los salarios, este se define como la cantidad de mercancías que se pueden adquirir con ellos, o usando una definición más técnica, el poder adquisitivo de los salarios se define como el valor real de los salarios, por otro lado si la inflación aumenta los salarios y el poder adquisitivo del dinero tienden a bajar significativamente. (Aula de Economía, s.f.)

Tabla N° 2

Evolución de la Inflación

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %

Fuente: BCE, s.f.
Elaborado por: BCE

Después de analizar lo previamente citado se puede ver que la inflación genera una amplia influencia en la economía de varias formas ya que altos índices inflacionarios reducen el poder adquisitivo del dinero, aumenta los costos administrativos, hace más complicada la toma de decisiones gerenciales, perjudica el flujo de inversiones productivas en el país, afecta a la balanza de pagos y altera el orientador del mercado, esto no solo afecta a la economía sino que también tiene un fuerte impacto sobre la actividad empresarial.

En el año pasado, según el Banco Central del Ecuador, la inflación anual de diciembre 2013 a diciembre 2014 en el Ecuador fue de 3.67% (BCE, 2014), mientras que entre los años 2012 y 2013 fue de 4.16%, lo que significa que el país está en una mejora continua de su economía y esto indica que existe mayor igualdad económica.

Otro factor que se considera relevante para este proyecto es el PIB de los ciudadanos ecuatorianos, el PIB se define como el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado (Club Planeta, s.f.), adicionalmente es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. El PIB es el que indica si las empresas son o no competitivas en la industria en que se desarrollan.

El PIB del Ecuador se prevé que crezca entre 4.5% y 5% (CEPAL, s.f.), lo que según los índices de años anteriores indica que el Ecuador ha tenido un crecimiento sostenido en su economía, además que las exportaciones de petróleo aumentaron el 0,8% y el incremento de las exportaciones primarias fue gracias al aumento de las

exportaciones de pecado y camarón. Las importaciones de bienes y servicios en el primer trimestre de año 2014 han decrecido en un 2.1% con respecto al año anterior, excluyendo las compras al exterior de combustibles y sus derivados, los cuales aumentaron en un 9.4%; esta caída de la importaciones fue generalizada para todas las categorías de bienes que ingresaron al país, por ejemplo la entrada de bienes de consumo cayeron en 5.2%, las materias primas en 7.7% y los bienes de capital decrecieron en un 3.7%, todos estos descensos género que el cierre de la balanza comercial tenga un superávit de $438 millones para el año 2014.

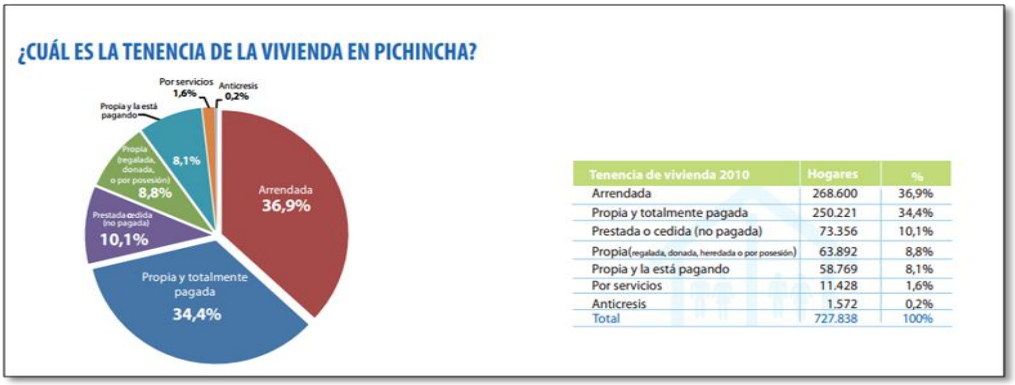
El PIB no tiene una influencia directa con las actividades de la empresa porque es un indicador económico que engloba toda la macroeconomía del Ecuador, pero en este están contenidos los ingresos que generan las industrias del país.

Según el director de Investigación de la firma Ingenieros Consultores Asociados Mauricio Orbe sobre las tendencias mensuales del consumidor dice que el primer rubro de gasto es alimentos y bebidas no alcohólicas para consumo en casa. "De los $1.050 millones del gasto general, aproximadamente $300 millones se gastan en alimentación.

Otro rubro importante es el alquiler de vivienda y el pago de los servicios básicos (agua, luz). Mientras que el sector de ingresos altos no gasta en alquiler, porque posee vivienda propia, el sector de ingresos bajo destina un buen porcentaje para este rubro (ICA, s.f.)

Figura N° 7

Tendencia de vivienda en Pichincha



Tenencia de vivienda 2010	Hogares	%
Arrendada	268.600	36,9%
Propia y totalmente pagada	250.221	34,4%
Prestada o cedida (no pagada)	73.356	10,1%
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	63.892	8,8%
Propia y la está pagando	58.769	8,1%
Por servicios	11.428	1,6%
Anticresis	1.572	0,2%
Total	727.838	100%

Fuente: Ecuador en Cifras, s.f.
Elaborado por: INEC

Todos los elementos anteriormente analizados son parte del componente económico que influye en el proyecto de la creación de una residencia universitaria porque resulta de gran importancia conocer más a fondo el nivel de ingresos que tienen las personas que viven en la capital ya que de esta manera se comprende cual es el destino de la mayoría de los ingresos de las personas.

La ventaja con la que cuenta este proyecto es que, como lo muestran las estadísticas, los ecuatorianos destinan más del 25% de sus ingresos en invertir para educación, vivienda y alimentación para sus hijos por lo que será más sencillo que este proyecto sea aceptado por los clientes y usuarios.

1.3 FACTORES AMBIENTALES

Para el análisis de los factores ambientales se debe partir de que hoy en día el planeta en general está sufriendo muchos cambios ambientales que obligan seriamente a considerar estos factores ambientales en la planeación de estrategias empresariales.

La contaminación ambiental está afectando seriamente al país, se sabe que la contaminación ambiental es un elemento que siempre estará presente y por lo tanto no se podrá eliminar, pero se puede controlar, con la educación y que la sociedad así como las empresas hagan conciencia de este problema.

En Ecuador como en otros países en vías de desarrollo, es un problema la mala elaboración de planes para construcciones y para el uso del suelo en general, el crecimiento demográfico es otro problema que no podemos descartar para eso es necesario crear mejores planes integrales para que el proyecto tenga un pleno desarrollo.

Para plasmar este proyecto, de residencia universitaria en la ciudad de Quito, en la realidad, es necesario conocer que para su construcción no se usaran materiales peligrosos para la naturaleza ya que para el armado de las paredes y techos se utilizara unas planchas de yeso con calidad USG, el cual no contiene ningún componente nocivo para la salud de sus ocupantes, adicionalmente a esto estas placas son resistentes al fuego, su instalación es rápida, resiste a agrietamientos y deformaciones por lo que también representa un ahorro en recursos económicos para la empresa.

Figura N° 8

Planchas de yeso



Fuente: Google.com/placas+sheetrockUSG
Elaborado por: Sheetrock

Figura N° 9

Planchas de yeso instaladas



Fuente: Google.com/placas+sheetrockUSG
Elaborado por: Sheetrock

Para la unión de estas placas se utilizara cemento orgánico, el mismo que tiene gran poder de adherencia pero no representa riesgos ambientales.

Figura N° 10

Cemento orgánico



Fuente: Cemento Chimborazo
Elaborado por: Cemento Chimborazo

Para la decoración de los apartamentos se usara pintura libre de plomo, la cual no es peligrosa para la salud de quien la use ni para el medio ambiente.

Figura N° 11

Pintura sin plomo color azul



Fuente:.Google.com/pintura+sin+plomo

Figura N° 12

Pintura sin plomo, varios colores



Fuente: Google.com/pintura+sin+plomo

Adicionalmente a esto, todos los residuos que la construcción y adecuaciones genere serán reciclados para crear las decoraciones de la residencia.

Por lo que será necesario que en este proyecto se elabore un manual de manejo responsable de residuos y desechos para de esta manera garantizar que el medio ambiente no sufra más daños y también ofrecer a los clientes una residencia de altos estándares de calidad, además de mantener en todos los procesos responsabilidad social para el desarrollo sostenible y sustentable, el cual es un agente determinante para que este tenga éxito.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado se refiere a la búsqueda de información, la cual se obtiene de una muestra representativa de individuos que conforman el universo, esta muestra será a quienes estará dirigido el servicio que se ofrece en este proyecto.

El presente proyecto ofrecerá, a los estudiantes que provienen de las distintas provincias del Ecuador, el servicio de vivienda en una residencia creada para alojar a jóvenes estudiantes universitarios; la cual contará con servicios complementarios como: internet inalámbrico en todas las habitaciones, TV Cable, lavandería, restaurante, entre otros.

2.1.1 Segmentación del mercado

La segmentación de mercados consiste en la división en grupos internamente homogéneos y heterogéneos respecto a los demás grupos.

Para encontrar la estrategia de marketing más efectiva y adecuada para el proyecto, se debe seleccionar un criterio de segmentación, por lo que es necesario analizar las necesidades y comportamiento de cada uno de los segmentos y detectar las oportunidades del mercado. (Marketing y Consumo, s.f.)

A través de la segmentación de mercados se define con mayor precisión el grupo de personas al cual se va a dirigir el proyecto para satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias.

En este estudio es necesario segmentar el mercado para que de esta manera se obtenga información sobre la ubicación de la residencia, costos de los servicios, tipo de publicidad y promoción que se debe utilizar, entre otros.

Para identificar a los clientes potenciales del servicio ofertado se debe también hacer una segmentación demográfica tomando en cuenta la edad, genero, clase social, etc.

Para este proyecto la segmentación de acuerdo al género no será necesaria ya que este será ofrecido tanto para hombres como para mujeres.

La segmentación por la edad se centrará en jóvenes hombres y mujeres estudiantes universitarios entre los 17 y 26 años de edad.

El segmento de mercado al que está enfocado el proyecto se describe de la siguiente manera: estudiantes universitarios, hombres y mujeres, de 17 a 26 años de edad, de clase media, media alta y alta, procedentes de provincias.

2.1.2 Tamaño del universo

El universo es aquel en el cual se toman en cuenta todos los elementos que lo conforman.

En este caso, especifico el universo está conformado por todos los estudiantes de la Universidad Católica del Ecuador, los cuales, según la información obtenida de la Dirección General de Estudiantes, son 141 estudiantes antiguos matriculados en los cursos abiertos de idiomas y 101 nuevos registrados en los mismos cursos; los estudiantes de postgrados son 976 antiguos y 169 nuevos, mientras que los de pregrado fueron 8.335 alumnos antiguos y 637 nuevos, quienes conforman un total de 9.452 jóvenes estudiantes antiguos y 907 nuevos, por lo que la comunidad estudiantil asciende a 10.359 educandos en la universidad. (DGE, 2014) Como se puede ver en el Anexo 1.

De este total, los estudiantes que provienen de provincias son 1.267, lo cual significa que los estudiantes de provincias son el 12% del total de estudiantes matriculados (DGI, 2014), tal como se explica en el Anexo 2.

Para este proyecto el universo a considerar para el estudio de mercado serán los 1.267 estudiantes, ya que son ellos los que provienen de las diferentes provincias del Ecuador.

2.1.3 Tamaño de la muestra

En este estudio, como se conoce el número de elementos que conforman la población, se puede hablar de una POBLACION FINITA, por lo que para obtener el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente formula estadística:

$$n= \frac{N*Z^2_{\alpha}\, p*q}{d^2*(N-1)+Z^2_{\alpha}*p*q}$$

Dónde:

N= Total de la población

Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p= proporción esperada (en este caso 5%= 0.05)

q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

d= precisión (en la investigación se usa un 5%)

Entonces:

$$n= \frac{1267*(1,96)^2*(0,05*0,95)}{(0,05)^2*(1267-1)+(1,96)^2*(0,05*0,95)}$$

$$n= \frac{231,197092}{3,347476}$$

$$n= 69,066094$$

En esta investigación se ha establecido un nivel de confianza z de 1.96 que corresponde a un 95% del nivel de confianza. También se definió la proporción de la población que suministra información valedera para este estudio es del 90%, por lo tanto un 10% de la población estimada no proporciona datos relevantes para la realización del proyecto, además se toma en cuenta un nivel de error del 5%, lo que demuestra que esta investigación tiene alto grado de certeza estadística.

Después de realizar el cálculo de la fórmula para la obtención de la muestra de una población finita se tuvo como resultado que la encuesta se debe aplicar a

69 personas, la cual será realizada a los estudiantes que provienen de las diferentes provincias del país.

2.1.4 Elaboración de las encuestas

Para este estudio se realizará un cuestionario, el cual permitirá obtener información relacionada con las actitudes, intereses, opiniones y comportamiento de los jóvenes universitarios.

En esta parte de la investigación es donde se hace indispensable la colaboración de los individuos, los cuales al tener claras las preguntas, puedan contestar de una manera rápida e inmediata el sondeo que se está realizando.

Una parte clave para obtener respuestas que sirvan para el proyecto serán las preguntas claras, la amabilidad y cordialidad del encuestador, porque de esta manera el encuestado tendrá mayor confianza en expresar sus opiniones acerca del proyecto.

El formato de la encuesta aplicada se encuentra en el Anexo 3

2.1.5 Análisis de los resultados del estudio de mercado

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada para el estudio de mercado:

Tabla No. 3

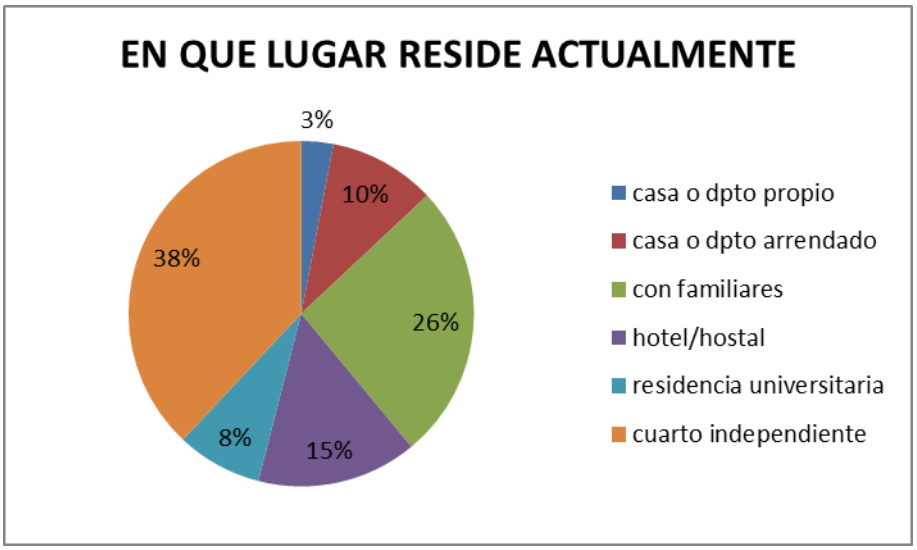
Pregunta 1

casa o dpto propio	3%
casa o dpto arrendado	10%
con familiares	26%
hotel/hostal	15%
residencia universitaria	8%
cuarto independiente	38%
TOTAL	**100%**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura No. 13

Pregunta 1



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

En la tabla N° 3 y figura N° 13 se aprecia que el 38% de los encuestados vive en un cuarto independiente, el 26% con familiares, y el 15% en una hostal/hotel, lo que evidencia que existiría un potencial de estudiantes que podrían estar interesados en vivir en una residencia.

Tabla No. 4

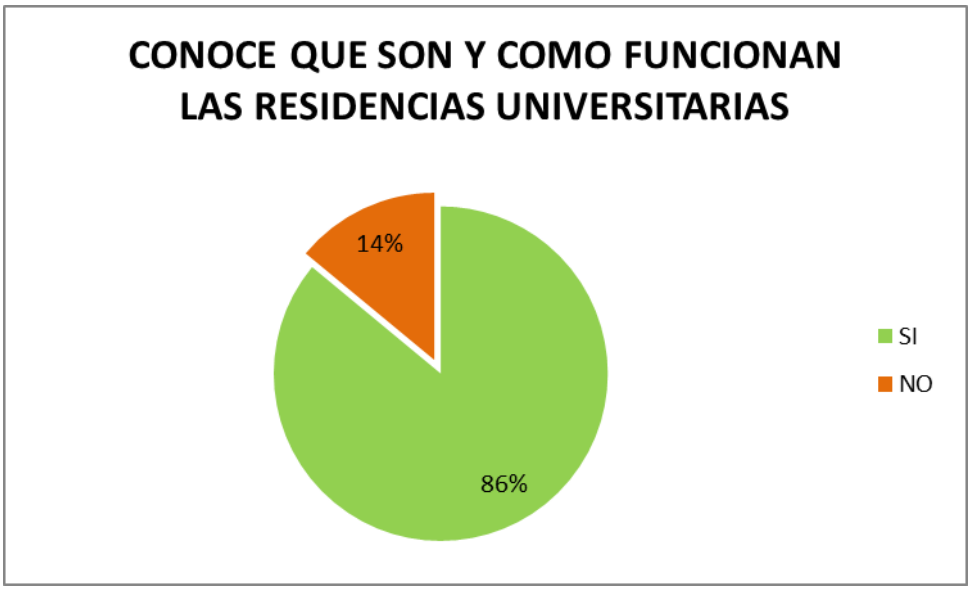
Pregunta 2

SI	86%
NO	14%
TOTAL	**100%**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura No. 14

Pregunta 2



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

De esta pregunta podemos ver en la tabla N° 4 y la figura N° 14, que el 86% de los encuestados conoce sobre las residencias universitarias, lo cual es muy beneficioso para el proyecto.

Tabla No. 5

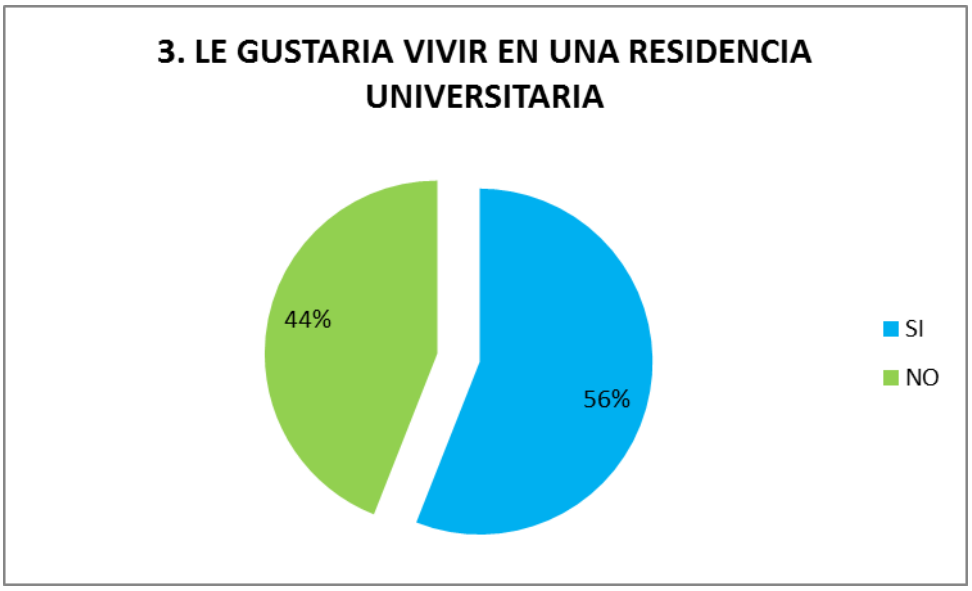
Pregunta 3

SI	56%
NO	44%
TOTAL	**100%**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura No. 15

Pregunta 3



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Como se puede apreciar en la tabla N° 5 y figura N° 15, al 56% de los jóvenes encuestados le gustaría vivir en una residencia universitaria ya que, como ellos pudieron manifestar durante la misma, dicen que les gustaría compartir un espacio con gente de similares edades e intereses.

Tabla No. 6

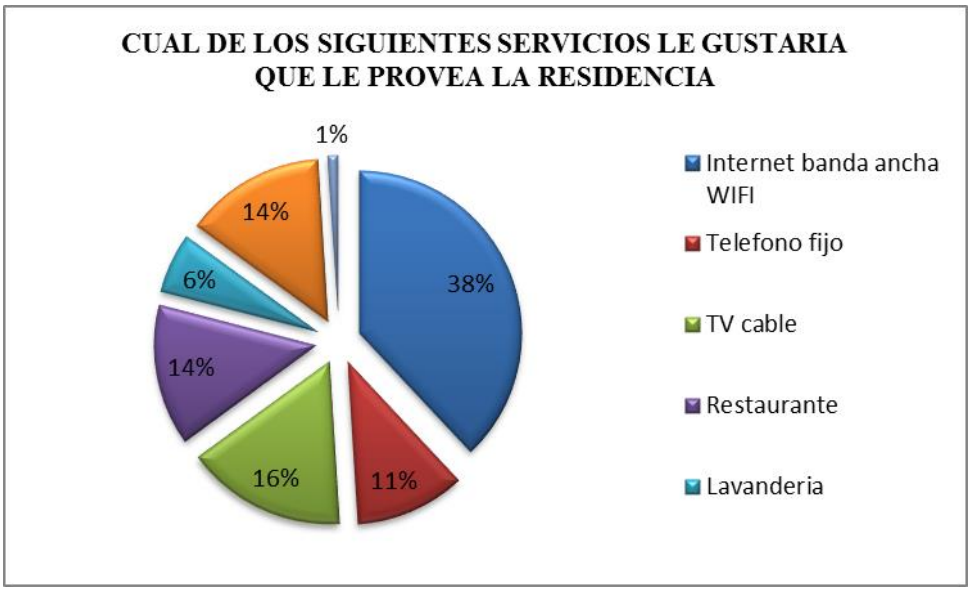
Pregunta 4

	NO me gustaria	Me es indiferente	SI me gustaria	
Internet banda ancha WIFI	0%	2%	36%	38%
Telefono fijo	0%	1%	10%	11%
TV cable	0%	1%	15%	16%
Restaurante	2%	5%	7%	14%
Lavanderia	0%	4%	2%	6%
Limpieza	10%	2%	2%	14%
Otros	1%	0%	0%	1%
TOTAL	**100%**			**100%**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura No. 16

Pregunta 4



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

En la pregunta 4, de la que se obtuvo la tabla 6 y figura 16, esta interrogante hace referencia a los servicios que serán ofrecidos a los universitarios, de los cuales el 38% manifestó que les gustaría que la residencia les provea internet de banda ancha y además de conexión WIFI, porque de esta manera ellos se ahorrarían el dinero que gastan en el alquiler de este servicio en los locales de

los alrededores, el 14% manifestó que le gustaría que los servicios de limpieza y restaurante sea ofrecido en la residencia, por lo que se puede ver que será necesaria la adquisición de equipos de lavandería y además de enseres para el correcto funcionamiento del servicio de restaurante.

Tabla No. 7

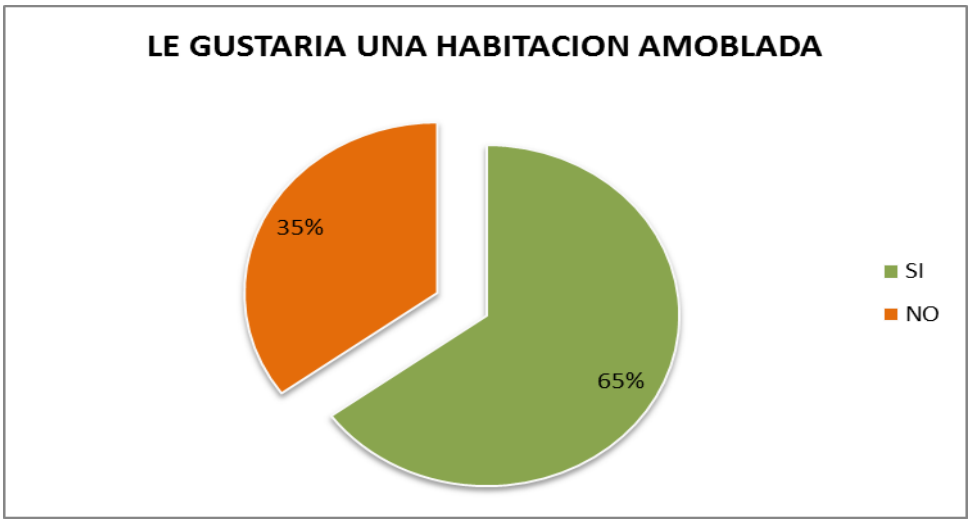
Pregunta 5

SI	65%
NO	35%
TOTAL	**100%**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura No. 17

Pregunta 5



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

De los resultados mostrados en la tabla N° 7 y la figura N° 17, se puede observar que al 65% de los jóvenes universitarios encuestados les gustaría una habitación amoblada, porque dicen que no tendrían que movilizar sus muebles cuando ellos vienen a la capital a cursar sus estudios, mientras que para el 35%

restante no es de su agrado rentar una habitación amoblada, por que manifestaron que el mobiliario podría estar en mal estado por lo que ellos prefieren adquirir los suyos nuevos.

Tabla No. 8

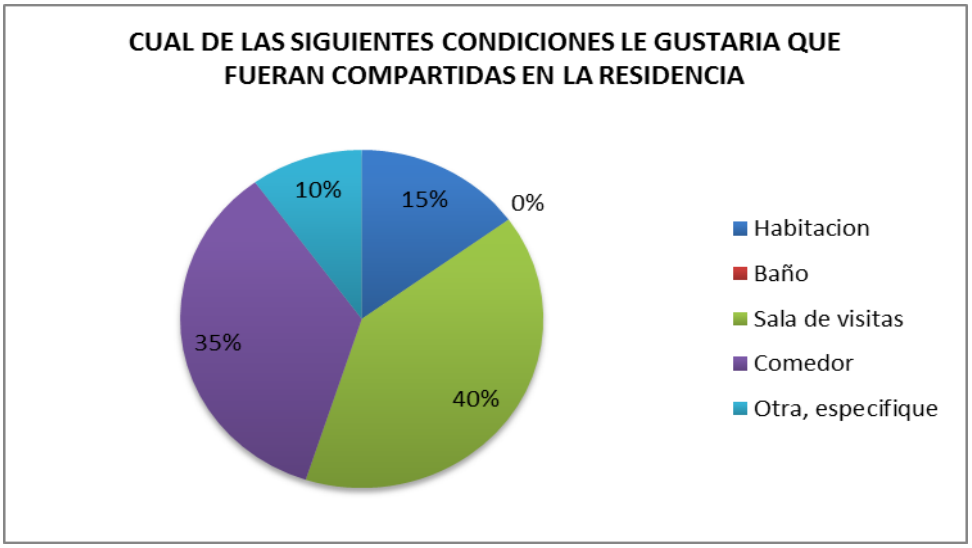
Pregunta 6

Habitacion	15%
Baño	0%
Sala de visitas	40%
Comedor	35%
Otra, especifique	10%
TOTAL	**100%**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura No. 18

Pregunta 6



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Como está representado en la tabla N° 8 y figura N° 18, para el 40% de los jóvenes encuestados el área que les parece a los jóvenes más conveniente que sea compartida es la sala de visitas, ya que de esta manera sus familiares pueden también conocer a las demás personas que conviven con sus hijos,

seguido por el 35% que considera que el comedor también puede ser un área compartida porque así ellos podrán socializar con sus compañeros de departamento, de esta pregunta es importante también mencionar que a ninguno de los estudiantes le gustaría compartir el cuarto de baño porque consideran que no sería muy higiénico.

Tabla No. 9

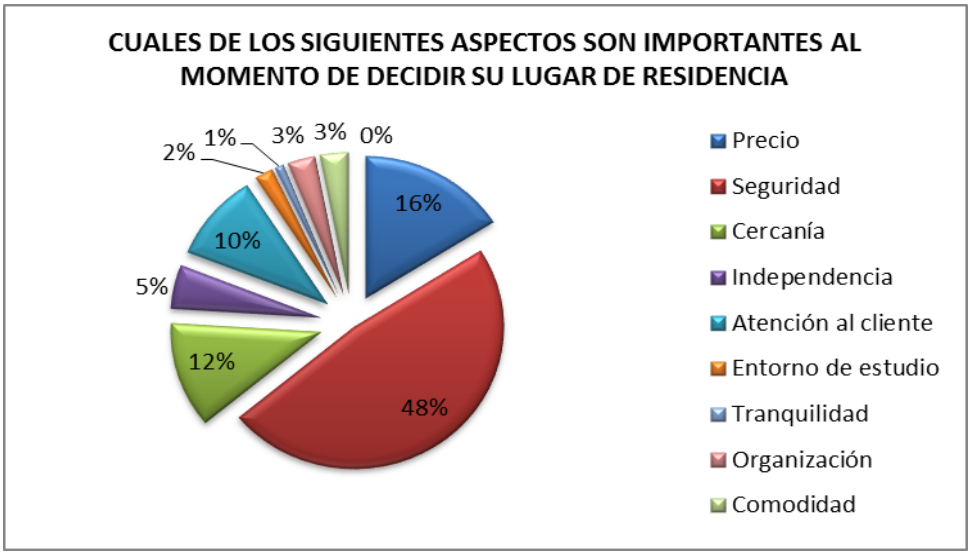
Pregunta 7

	Muy importan	Importante	co importan	Irrelevante	
Precio	0%	16%	0%	0%	16%
Seguridad	48%	0%	0%	0%	48%
Cercanía	12%	0%	0%	0%	12%
Independencia	0%	0%	0%	5%	5%
Atención al cliente	0%	10%	0%	0%	10%
Entorno de estudio	0%	2%	0%	0%	2%
Tranquilidad	0%	1%	0%	0%	1%
Organización	0%	3%	0%	0%	3%
Comodidad	3%	0%	0%	0%	3%
Otro	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	**100%**				

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura N° 19

Pregunta 7



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

En la tabla N° 9 y la figura N° 19 se puede ver que el 48% de los encuestados considera la seguridad como un aspecto muy importante al momento de decidir su lugar de vivienda, a este aspecto lo consideran aún más relevante que el precio que tiene un 16% y la cercanía que tiene un 12%.

Tabla No. 10

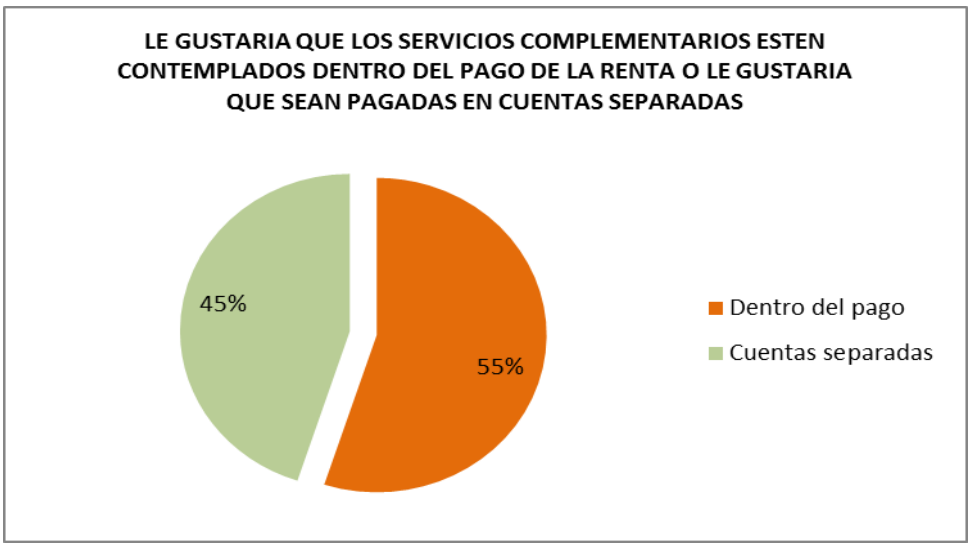
Pregunta 8

Dentro del pago	55%
Cuentas separadas	45%
TOTAL	**100%**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura N° 20

Pregunta 8



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Se puede ver en la tabla N° 10 y figura N° 20, que al 55% de los estudiantes les gustaría que todos los servicios complementarios estén dentro del pago mensual de la renta porque lo consideran más conveniente económicamente.

Tabla No. 11

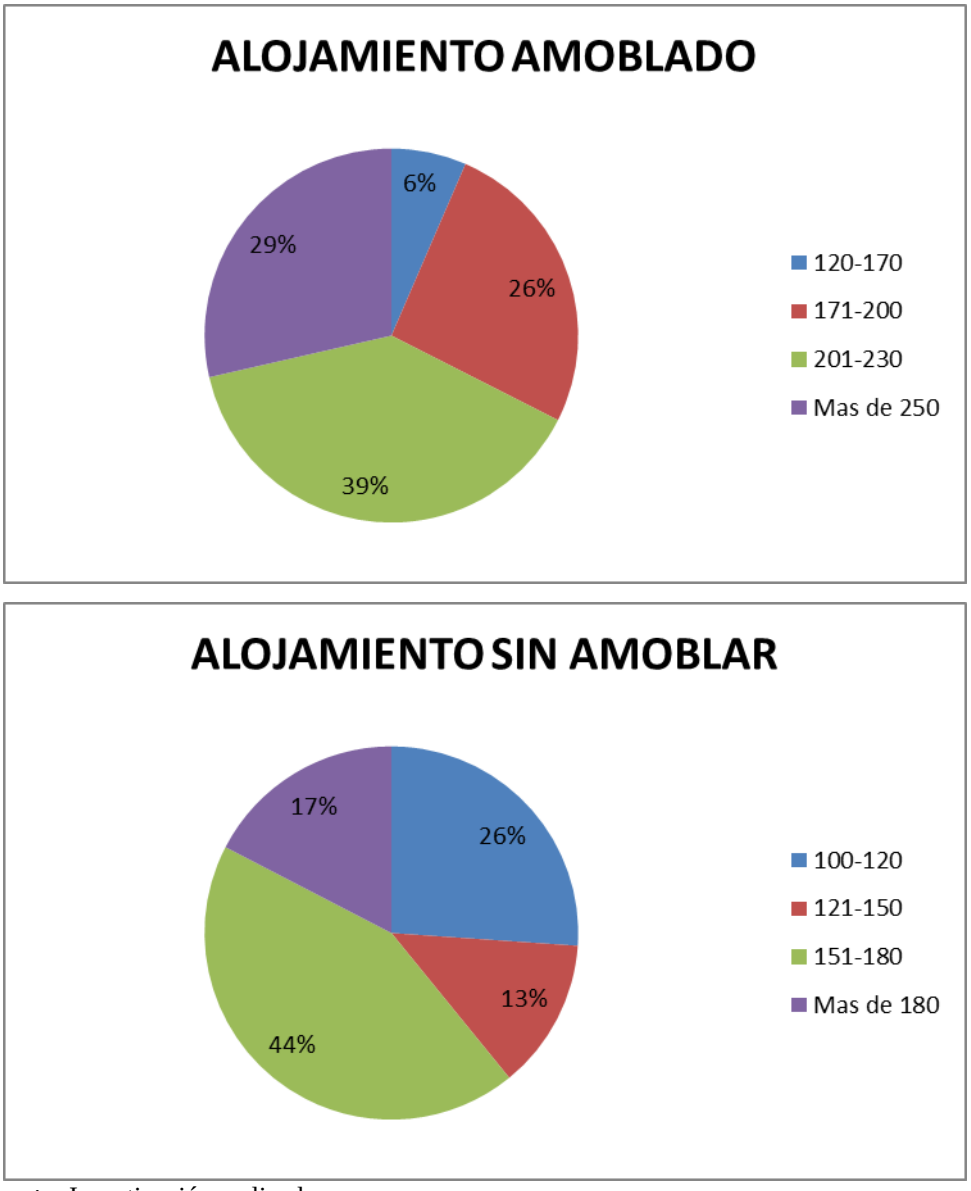
Pregunta 9

Alojamiento amoblado	**120-170**	**171-200**	**201-230**	**Mas de 250**
	5%	20%	30%	22%
Alojamiento sin amoblar	**100-120**	**121-150**	**151-180**	**Mas de 180**
	6%	3%	10%	4%
TOTAL	**100%**			

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Figura N° 21

Pregunta 9



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

En la tabla N° 11 y la figura N° 21, se obtiene que el 39% de los estudiantes estaría dispuesto a pagar desde $201 hasta $230 en un alojamiento amoblado, mientras que en un alojamiento sin amoblar pagarían hasta $180, el 29% podría pagar más de $250 por una habitación amoblada y el 17% pagaría más de $180 en una habitación sin amoblar.

2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1 Definición de Demanda

La demanda se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (Conocimientos, s.f.).

La cuantificación de la demanda es muy compleja cuando no se cuenta con datos estadísticos precisos sobre los gustos y preferencias de los potenciales clientes del servicio de residencia universitaria.

2.2.2 Factores que afectan la demanda

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

- El precio relativo del servicio ya que un cambio de precio causa un cambio a lo largo de la demanda.

- Los precios de los servicios que se ofrecen dependerá de que si pueden ser sustitutos o complementarios.
- El ingreso si es normal, superior o inferior.
- Las preferencias de los clientes.
- La población o el número de los consumidores.
- Las expectativas de los consumidores del servicio (DCSEA, s.f.)

2.2.3 Demanda actual del servicio

Se establece la demanda actual tomando en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada donde el 8% de los estudiantes viven en una residencia, entonces se aplica este porcentaje al total de estudiantes originarios de provincia que esta matriculados en la Universidad Católica del Ecuador de 1,267, estableciéndose entonces la demanda actual en 101 estudiantes.

2.2.4 Demanda potencial

En la encuesta realizada a la muestra del mercado meta al que quiere llegar el proyecto se obtuvo que el 86% conoce y le gustaría vivir en la residencia que se está ofreciendo en este plan, por lo que se podría establecer que habría una demanda potencial de 1.090 estudiantes, tomando como base los 1.267 estudiantes de provincia matriculados.

2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.1 Definición de Oferta

La oferta es definida como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a poner en el mercado a un determinado precio y en condiciones dadas en un periodo de tiempo establecido, es decir que la oferta es la cantidad de bienes y servicios disponibles para el consumo de los clientes.

Al analizar la oferta es necesario conocer las capacidades que tiene la competencia existente para de esta manera saber que estrategias se deben poner en práctica para poderla controlar y que el proyecto sea exitoso y duradero en el tiempo.

Para esto se debe hacer un análisis exhaustivo de la competencia, el cual permitirá a este proyecto permanecer en la industria por largo plazo.

Para conocer algunos de los aspectos relevantes de la competencia se tomaron en cuenta las residencias existentes en el sector norte de Quito; como son:

- **RESIDENCIA UNIVERSITARIA "DOMINICANA**"
  - **Ubicación:** Ladrón de Guevara E11-223 y España.
  - **Sector:** La Vicentina
  - **Servicios que presta:** Alojamiento semi-amoblado simple, doble o triple, comidas diarias.

- **Género:** Femenino
- **Precio:** Alojamiento simple $270 (alimentación incluida), alojamiento doble $210 (alimentación incluida), alojamiento triple $200 (alimentación incluida).
- **Estado de las instalaciones:** BUENA
- **Atención al cliente:** BUENA
- **Pago:** Efectivo

- **RESIDENCIA UNIVERSITARIA "LOS ILINIZAS"**
  - **Ubicación:** Av. Toledo 656 y Lérida
  - **Sector:** La Vicentina
  - **Servicios que presta:** Tres comidas diarias, alojamiento amoblado, lavandería, biblioteca, internet, capilla, limpieza.
  - **Género:** Masculino
  - **Precio:** $250 (alojamiento con servicios complementarios incluidos)
  - **Estado de las instalaciones:** BUENA
  - **Atención al cliente:** Al ser controlada por padres la atención es excelente.
  - **Pago:** Efectivo o cheque.

- **RESIDENCIA UNIVERSITARIA "LOS GIRASOLES"**
  - **Ubicación:** Solano 1088 y Jesús María Yépez
  - **Sector:** El Dorado

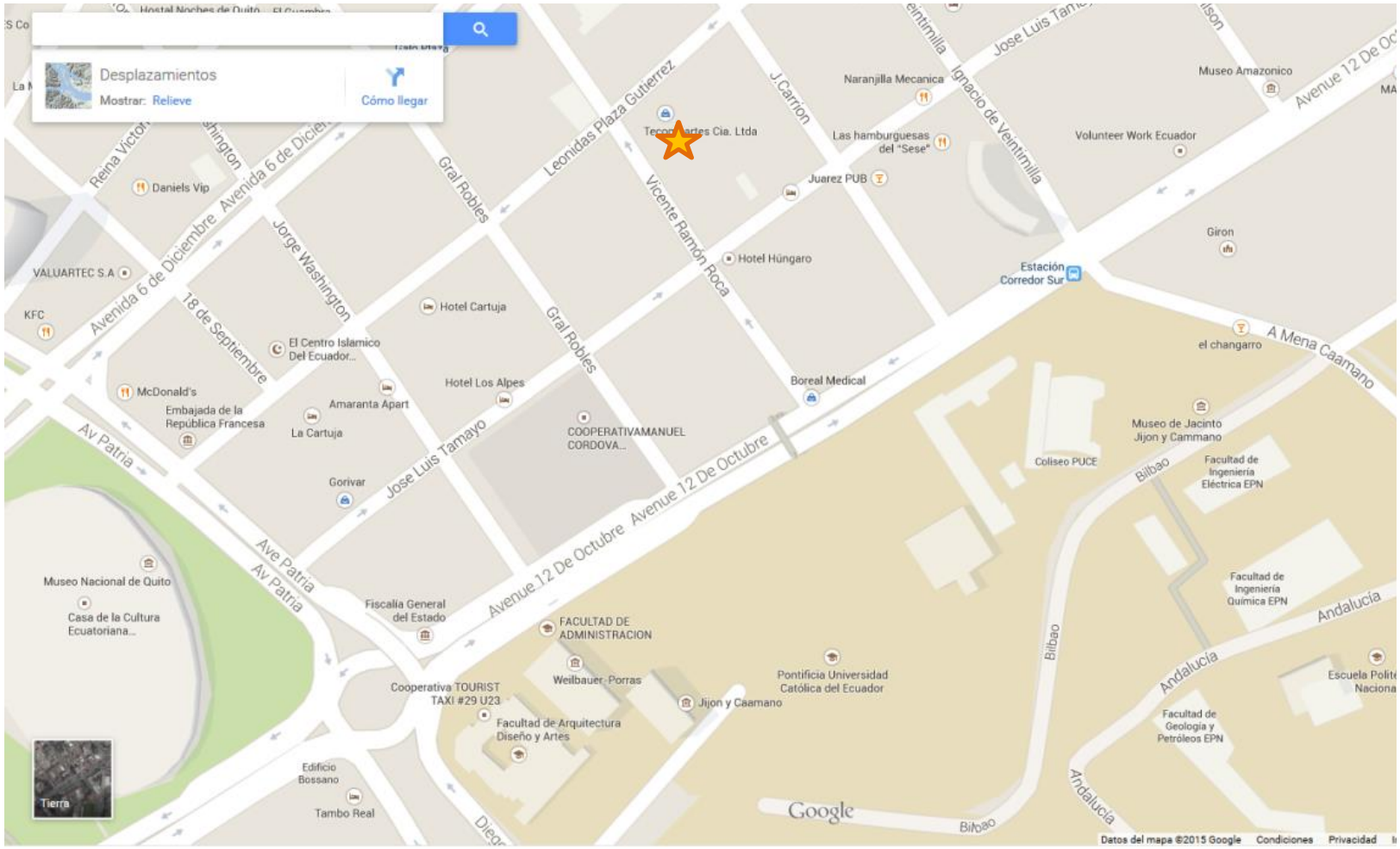
- **Servicios que presta:** Alojamiento con y sin amoblar, tres comidas diarias
- **Género:** Femenino
- **Precio:** Alojamiento amoblado $180 (alimentación incluida); alojamiento sin amoblar $160 (alimentación incluida)
- **Estado de las instalaciones:** BUENA
- **Atención al cliente:** BUENA
- **Pago:** Efectivo.

Luego de haber analizado a la competencia se puede observar, primeramente que, en el sector en el que va ubicarse el proyecto no existen muchas residencias por lo que no hay mucha competencia en este mercado; además solo la residencia "Los Ilinizas" ofrece servicios complementarios como son: internet, biblioteca y limpieza y esta solamente dirigida para los varones. En cuanto a la infraestructura se observó que, a pesar de que están en buen estado, no son muy amplias especialmente en los espacios sociales y de salas de visitas, en lo referente a la atención recibida en todas las residencias es buena, aunque siempre se puede mejorar.

Por todo lo mencionado anteriormente se considera que el sector mas propicio para la residencia serían las calles Vicente Ramón Roca E9 y Leónidas Plaza Gutiérrez como se puede apreciar en la figura N° 22.

Figura N° 22

Mapa de Geolocalización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Yajaira Huebla

2.3.2 Factores que afectan la oferta

Los factores que afectan a la oferta son:

- El propio precio del servicio, un cambio relativo del precio genera un cambio en la oferta a largo plazo.

- Los precios de los servicios que se ofrecen y que pueden ser sustitutos o complementarios.

- Los precios de los factores que inciden en el servicio ofertado.

- La tecnología.

- El número de competidores y su tamaño.

- Las expectativas de los precios futuros.

- Otros factores externos que afectan de manera directa a los oferentes.

- Oferta actual del servicio

- Como se puede ver en el análisis de la competencia anteriormente realizado, la oferta actual del servicio de residencias universitarias en el sector norte de la ciudad de Quito es escasa para la creciente demanda del mismo.

2.3.2.1 Proyección de la oferta

Se espera que la oferta y por lo tanto la competencia no presente mayor crecimiento, ya que desde hace varios años en el sector la oferta no ha incrementado.

2.4 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

2.4.1 Análisis de la demanda insatisfecha captada por el estudio

La demanda potencial como se mencionó anteriormente es de 1.090 estudiantes de provincia, se pretende captar el 4% de esta población, lo que se traducen en 44 estudiantes de provincia que están matriculados en la universidad Católica.

Se considera esta demanda como un porcentaje inicial, porque en un inicio la residencia estará construida de 4 pisos y un subsuelo habilitado para vivienda, en cada piso habrá dos departamentos, los cuales tendrán 4 cuartos y dependiendo de cada estudiante serán privados o compartidos, se debe considerar también que esta residencia ofrecerá varios servicios complementarios al de vivienda, por lo tanto se incurrirán en mayores costos de mantenimiento de los mismos.

Además como se dijo en el capítulo anterior, los materiales para la construcción, a pesar que son menos costosos que los normalmente utilizados, representaran un endeudamiento inicial bastante significativo.

Es por esto que solo se considera el 4% inicialmente, para el largo plazo se pronostica que este valor crecerá hasta lograr captar el 15%.

2.5 ANÁLISIS DE PRECIOS

Para realizar un correcto análisis de precios, en primer lugar se debe analizar las ventajas de las opciones que tienen los clientes potenciales de este proyecto.

En segundo lugar el precio que se fije para esta propuesta debe cubrir todos los costos en los que se incurrirá, además de fijar un margen de ganancia tanto para dueños como para accionistas y socios estratégicos.

A continuación en la tabla N° 12 se observan las ventajas que tendría el proyecto si se fijara un precio más alto, más bajo o igual al de la competencia; el mismo que servirá, de referencia para la fijación del precio, para la planificación de la estrategia de precio que se realizará en el punto referente a la comercialización. (El Emprendedor, 2014)

Tabla N° 12

Análisis de precios

PRECIO DE INTRODUCCIÓN	*VENTAJAS*	*DESVENTAJAS*
Alto respecto a la competencia	Se obtendrá un mayor margen de ganancia.	Bajo volumen de ventas.
	Se creará una sensación de estatus y prestigio.	
	Se recuperará en menos tiempo la inversión.	
Menor respecto a la competencia	Buen volumen de ventas.	Bajo margen de ganancia.
	Rápida penetración en el mercado.	
	Rápida acogida el servicio.	
Igual a la competencia	Fácil de manejar.	Genera mayor competencia.

Fuente: Contacto Pyme, s.f.
Elaborado por: Alquinga y Huebla

2.5.1 Fijación del precio

La fijación de un precio correcto es un punto muy importante porque este tendrá influencia en la percepción que tendrá el cliente final, es decir los estudiantes que vivan en la residencia sobre el servicio que recibirán.

Hay que tener presente que este proyecto está directamente orientado a generar satisfacción al cliente, porque como se pudo concluir en los resultados de las encuestas los estudiantes prefieren un servicio que ofrezca seguridad y calidad y no se enfocan mucho en el precio.

El precio de introducción definitivo del proyecto será fijado luego de realizar el análisis financiero del mismo, ya que dicho análisis determinará el precio al cual se llega a cubrir los costos de producción y demás gastos además de obtener un porcentaje de utilidad para la empresa; en esta parte del estudio de mercado se define un precio tentativo, el cual se obtuvo luego de examinar los resultados de las encuestas realizadas al segmento de mercado que está dirigido el producto, el análisis dio como resultado que el importe que están dispuestos a pagar los estudiantes de la Universidad Católica que provienen de provincia es de $200 y $280 en alojamiento sin moblar y amoblado respectivamente.

2.6 ESTRATEGIAS DE MARKETING

2.6.1 Estrategia de precio

La táctica de precio que se aplicará para este proyecto es la estrategia de penetración ambiciosa, se la considero porque se ingresara al mercado con un precio que está en el límite inferior de los precios de la competencia pero tendrá una fuerte promoción del proyecto para sí generar una ventaja competitiva frente a los competidores existentes actualmente.

2.6.2 Estrategia de promoción

2.6.2.1 El logotipo

Figura No. 23

Logotipo del proyecto



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Alquinga y Huebla

Los colores utilizados en la creación del logotipo se tomaron después de estudiar la Teoría del color y la influencia que tienen estos en la psicología de las personas.

Estos tienen un efecto triple en las personas; el primero es la impresión que tiene la persona cuando ve y percibe el color, el segundo es que cada color tiene capacidad de expresión porque cada uno tiene un significado y este provoca una emoción y una reacción posterior, y por ultimo cada color construye un símbolo que comunica una idea particular.

Como se puede ver en el logotipo del proyecto se utilizaron los colores: amarillo, anaranjado, gris además de la imagen de un león.

El color amarillo se lo usa porque es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo, es el color de la luz del sol. Este color, provoca alegría y buen humor, estimula la vista y ayuda a la inspiración creativa y a la actividad mental por lo que actúa sobre las personas como un mitigador de fatiga mental y física.

El anaranjado se usa en las letras que escriben el slogan del proyecto porque este color representa la alegría que tiene la juventud, además es un color cálido, el cual aumenta el optimismo, seguridad, confianza, equilibrio, también disminuye la fatiga. Este color será el ideal para el área de visitas y de estudio.

El color gris se usa para lograr un equilibrio y no influye en los otros colores, este color expresa elegancia, respeto y ayuda a enfatizar los valores intelectuales y espirituales.

La imagen del león es usada por que representa la calma, la quietud y la perseverancia, en el reino animal el león sabe cómo y cuándo utilizar el poder y la fuerza, por lo que esta imagen enseña los secretos del silencio, inspira a los estudiantes a esperar el momento propicio para actuar con las fortalezas internas para poder aprovechar la situación que se les presente.

2.6.2.2 El Slogan

El slogan que tendrá el proyecto será: *VIVE LO MEJOR DE LA U*

Se decidió así porque la residencia ofrecerá un servicio con calidez y de una forma bastante familiar para los estudiantes, quienes lleguen a sentirse a gusto con su vivienda y disfruten una de las mejores etapas de su vida estudiantil en un domicilio que ofrece todo lo que ellos necesitan, para de esta manera lograr fidelidad a largo plazo.

2.6.2.3 Campaña publicitaria

La campaña publicitaria será realizada principalmente por medio de las redes sociales como Facebook y Twitter, porque estas son las más usadas por los jóvenes.

De esta manera se hará conocer el proyecto a los estudiantes y estos influirán en las decisiones de vivienda al momento de llegar a la ciudad de Quito.

Además se diseñaran flyers, y tarjetas para ser repartidas entre los estudiantes de la universidad.

2.6.2.4 Estrategia de producto

En este proyecto se ofrece un servicio de alta calidad y diferenciado del ofrecido por la competencia.

La estrategia es la de DIFERENCIACIÓN, la cual consiste en: prestar una atención personalizada y rápida a los clientes, innovar los servicios complementarios como son: internet y WIFI, lavandería, restaurante y limpieza actualmente ofertados por la competencia y en iniciar en el mercado con un precio más bajo que los competidores, esto ayudará a generar una ventaja competitiva, aunque poseerla no necesariamente implica que el proyecto sea el mejor solo es que se tiene algo que los estudiantes consciente o inconscientemente identifiquen como diferente y mejor, razón por la cual estén motivados a preferir esta propuesta y no la de la competencia, por lo tanto esta será la principal arma de K&P RESIDENCIAL contra la competencia.

3. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

3.1 INVERSIÓN INICIAL

Como se puede ver en la tabla N° 13 la inversión que se realizara para el desarrollo de este proyecto, es invertir en activos fijos como son: muebles y enseres, equipo y maquinaria, equipo de computación, y también en activos diferidos como los gastos de constitución, infraestructura y vajilla para el servicio de restaurante, lo que indica que la inversión será de $457.045,00.

Tabla No. 13

Plan de Inversión

K&P RESIDENCIAL			
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS			
Cantidad	**Detalle**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
36	Cama	$ 500,00	$ 18.000,00
36	Armario	$ 200,00	$ 7.200,00
36	Escritorios	$ 150,00	$ 5.400,00
36	Sillas giratorias	$ 65,00	$ 2.340,00
36	Mesas de noche	$ 40,00	$ 1.440,00
6	Computadores	$ 750,00	$ 4.500,00
3	Libreros	$ 150,00	$ 450,00
2	Jgos de muebles	$ 500,00	$ 1.000,00
3	Lavadoras	$ 600,00	$ 1.800,00
3	Secadoras	$ 600,00	$ 1.800,00
4	Muebles de cocina	$ 60,00	$ 240,00
1	Cocina industrial	$ 800,00	$ 800,00
2	Jgos de ollas industriales	$ 150,00	$ 300,00
6	Vajillas	$ 40,00	$ 240,00
5	Jgos de vasos	$ 15,00	$ 75,00
2	Jgos de cubiertos	$ 150,00	$ 300,00
2	Jgos de utensillos de cocina	$ 10,00	$ 20,00
2	Jgos de cuchillos	$ 12,00	$ 24,00
6	Jarras de jugo	$ 4,00	$ 24,00
6	Jgos de tazas para café	$ 12,00	$ 72,00
1	TV plasma 46´	$ 1.500,00	$ 1.500,00
1	Telefono central	$ 50,00	$ 50,00
5	Extensiones telefonicas	$ 25,00	$ 125,00
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS		**$ 6.383,00**	**$ 47.700,00**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

Tabla No. 14

Inversión construcción infraestructura

INVERSIÓN CONSTRUCCIÓN INFRAESTRUCTURA			
Detalle	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Terreno	1	$ 1.600.000,00	$ 1.600.000,00
Cemento	250	$ 75,00	$ 18.750,00
Arena	10	$ 60,00	$ 600,00
Piedras pequeñas	10	$ 60,00	$ 600,00
Mezcladora	1	$ 500,00	$ 500,00
Mano de obra	7	$ 40.000,00	$ 40.000,00
Varillas	100	$ 150,00	$ 15.000,00
Alambre Grueso	10	$ 6,00	$ 60,00
Placas de yeso	576	$ 215,00	$ 123.840,00
Plaster	288	$ 35,00	$ 10.080,00
Pintura	10	$ 150,00	$ 1.500,00
Cables de luz	100	$ 20,00	$ 2.000,00
Boquillas	50	$ 0,50	$ 25,00
Puertas	75	$ 150,00	$ 11.250,00
Ventanas	36	$ 45,00	$ 1.620,00
Inodoros	36	$ 100,00	$ 3.600,00
Duchas	36	$ 35,00	$ 1.260,00
Calefón	5	$ 200,00	$ 1.000,00
Cilindros de gas	5	$ 70,00	$ 350,00
TOTAL INVERSION INFRAESTRUCTURA		**$ 1.641.871,50**	**$ 1.832.035,00**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

En la tabla N° 14 se aprecia que las fuentes de financiamiento provendrán en un 3% de fuentes propias, el 95% será por medio del aporte de un socio y el 2% será por medio de un préstamo bancario, del cual se presenta la tabla de amortización a continuación en la tabla 15:

Tabla No. 15

Amortización del préstamo

K&P RESIDENCIAL	
TABLA DE AMORTIZACION	
MONTO	$ 47.700,00
TASA MENSUAL	1,0%
PLAZO	36

PERIODOS	MONTO	CAPITAL	INTERES	CUOTA
0	$ 47.700,00			
1	$46.593	$1.107	$477	$1.584
2	$45.474	$1.118	$466	$1.584
3	$44.345	$1.130	$455	$1.584
4	$43.204	$1.141	$443	$1.584
5	$42.052	$1.152	$432	$1.584
6	$40.888	$1.164	$421	$1.584
7	$39.712	$1.175	$409	$1.584
8	$38.525	$1.187	$397	$1.584
9	$37.326	$1.199	$385	$1.584
10	$36.115	$1.211	$373	$1.584
11	$34.892	$1.223	$361	$1.584
12	$33.656	$1.235	$349	$1.584
13	$32.409	$1.248	$337	$1.584
14	$31.148	$1.260	$324	$1.584
15	$29.876	$1.273	$311	$1.584
16	$28.590	$1.286	$299	$1.584
17	$27.292	$1.298	$286	$1.584
18	$25.980	$1.311	$273	$1.584
19	$24.656	$1.325	$260	$1.584
20	$23.318	$1.338	$247	$1.584
21	$21.967	$1.351	$233	$1.584
22	$20.602	$1.365	$220	$1.584
23	$19.224	$1.378	$206	$1.584
24	$17.832	$1.392	$192	$1.584
25	$16.426	$1.406	$178	$1.584
26	$15.006	$1.420	$164	$1.584
27	$13.571	$1.434	$150	$1.584
28	$12.123	$1.449	$136	$1.584
29	$10.660	$1.463	$121	$1.584
30	$9.182	$1.478	$107	$1.584
31	$7.689	$1.493	$92	$1.584
32	$6.182	$1.507	$77	$1.584
33	$4.659	$1.523	$62	$1.584
34	$3.122	$1.538	$47	$1.584
35	$ 1.569	$1.553	$31	$1.584
36	$0	$1.569	$16	$1.584
		$47.700	$9.336	$57.036

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

3.2 PROYECCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS

Tabla N° 16

Balance General

K&P RESIDENCIAL
Balance General Inicial
Periodo: a diciembre 20X0

		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
ACTIVOS													
ACTIVOS CORRIENTES													
BANCOS		$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258
CTA X COBRAR CLIENTES		$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320	$ 4.320
INVERSIONES		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 6.512	$ 7.074	$ 7.637	$ 8.203	$ 8.770	$ 9.340
TOTAL CORRIENTE		$ 7.578	$ 7.578	$ 7.578	$ 7.578	$ 7.578	$ 7.578	$ 14.090	$ 14.652	$ 15.215	$ 15.781	$ 16.348	$ 16.917
ACTIVOS FIJOS													
COSTO HISTÓRICO													
DEPRECIACIÓN ACUMULADA													
TOTAL A.FIJO NETO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL ACTIVOS	**$ -**	**$ 7.578**	**$ 7.578**	**$ 7.578**	**$ 7.578**	**$ 7.578**	**$ 7.578**	**$ 14.090**	**$ 14.652**	**$ 15.215**	**$ 15.781**	**$ 16.348**	**$ 16.917**
PASIVOS													
OBLIGACION BANCARIA	$ 15.000	$ (2.962)	$ (3.537)	$ (4.118)	$ (4.706)	$ (5.301)	$ (5.903)	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
INTERES POR PAGAR	$ 250		$ (35)	$ (41)	$ (48)	$ (55)	$ (62)	$ (69)	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE	$ 15.250	$ (2.962)	$ (3.571)	$ (4.159)	$ (4.754)	$ (5.356)	$ (5.965)	$ (69)	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
PASIVO LARGO PLAZO	$ 47.700	$ 46.593	$ 45.474	$ 44.345	$ 43.204	$ 42.052	$ 40.888	$ 39.712	$ 38.525	$ 37.326	$ 36.115	$ 34.892	$ 33.656
TOTAL PASIVOS	**$ 62.950**	**$ 43.630**	**$ 41.903**	**$ 40.185**	**$ 38.450**	**$ 36.695**	**$ 34.923**	**$ 39.643**	**$ 38.525**	**$ 37.326**	**$ 36.115**	**$ 34.892**	**$ 33.656**
PATRIMONIO													
CAPITAL	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000	$ 450.000
RESULTADOS DEL EJERCICIO		$ 5.916	$ 5.984	$ 6.052	$ 6.121	$ 6.191	$ 6.261	$ 6.044	$ 6.171	$ 6.223	$ 6.276	$ 6.329	$ 6.383
TOTAL PATRIMONIO	**$ 450.000**	**$ 455.916**	**$ 455.984**	**$ 456.052**	**$ 456.121**	**$ 456.191**	**$ 456.261**	**$ 456.044**	**$ 456.171**	**$ 456.223**	**$ 456.276**	**$ 456.329**	**$ 456.383**
TOTAL PASIVOS + PATRIM	**$ 512.950**	**$ 499.547**	**$ 497.887**	**$ 496.237**	**$ 494.571**	**$ 492.886**	**$ 491.184**	**$ 495.687**	**$ 494.696**	**$ 493.549**	**$ 492.391**	**$ 491.221**	**$ 490.039**
CONTROL	$ (512.950)	$ (491.969)	$ (490.309)	$ (488.660)	$ (486.993)	$ (485.309)	$ (483.606)	$ (481.597)	$ (480.045)	$ (478.334)	$ (476.610)	$ (474.873)	$ (473.122)

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

3.3 DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA

Tabla N° 17

Flujo de Caja

K&P RESIDENCIAL
FLUJO DE CAJA PROYECTO
PERIODO: ENERO - DICIEMBRE 20X1

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
INGRESOS													
SERVICIOS DE ARRENDAMIENTO	$ 4.320	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 8.640	$ 99.360
EGRESOS	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	$ 6.516	
GASTOS DE LIMPIEZA	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 3.016	$ 36.195
GASTOS DE COCINA	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 1.669	$ 20.033
GASTOS DE ADMINISTRACION	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 1.830	$ 21.960
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS													
PAGO DE PARTICPAC TRAB													
PAGO DE IMPUESTOS													
PAGO DE DIVIDENDOS													
FLUJO NETO DE CAJA	$ (2.196)	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	$ 2.124	
SALDO INICIAL DE CAJA	$ 10.000	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	
FLUJO DE CAJA SIN FINANC	$ 7.804	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	$ 5.382	
INVERSION							$ 6.512	$ 7.074	$ 7.637	$ 8.203	$ 8.770	$ 9.340	
RECUPERACION DE CAPITAL								$ 6.512	$ 7.074	$ 7.637	$ 8.203	$ 8.770	
INTERES GANADO								$ 22	$ 24	$ 25	$ 27	$ 29	
CONTRATACION DE PRESTAMOS	$ (2.962)	$ (3.537)	$ (4.118)	$ (4.706)	$ (5.301)	$ (5.903)							
PAGO DE CAPITAL		$ (2.962)	$ (3.537)	$ (4.118)	$ (4.706)	$ (5.301)	$ (5.903)	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	
PAGO DE INTERES		$ (35)	$ (41)	$ (48)	$ (55)	$ (62)	$ (69)	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	
PAGO DE CAPITAL L/P	$ 1.107	$ 1.118	$ 1.130	$ 1.141	$ 1.152	$ 1.164	$ 1.175	$ 1.187	$ 1.199	$ 1.211	$ 1.223	$ 1.235	$ 14.044
PAGO DE INTERES L/P	$ 477	$ 466	$ 455	$ 443	$ 432	$ 421	$ 409	$ 397	$ 385	$ 373	$ 361	$ 349	$ 4.968
SALDO FINAL DE CAJA	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	$ 3.258	
CONTROL	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	

RESUMEN DE INTERES												
INTERES PAGADO L/P	$ 477	$ 466	$ 455	$ 443	$ 432	$ 421	$ 409	$ 397	$ 385	$ 373	$ 361	$ 349
INTERES PAGADO CORRIENTE	$ (35)	$ (41)	$ (48)	$ (55)	$ (62)	$ (69)	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL INTERES PAGADO	$ 442	$ 425	$ 407	$ 389	$ 370	$ 352	$ 409	$ 397	$ 385	$ 373	$ 361	$ 349
INTERES GANADO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 22	$ 24	$ 25	$ 27	$ 29
NETO	$ (442)	$ (425)	$ (407)	$ (389)	$ (370)	$ (352)	$ (409)	$ (375)	$ (362)	$ (348)	$ (334)	$ (320)

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

3.4 ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD FINANCIERA

3.4.1 VAN

El VAN del proyecto es 108.104, lo que explica que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida, por lo que el proyecto será aceptado por los inversionistas.

Tabla No. 18

Cálculo del VAN

Tasa de Descuento	0,175562						
VA	139723,431	16789,6255	23378,6716	28647,8612	31643,9731	39263,2992	139723,431
VAN	108104,001						

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

3.4.2 TIR

La tasa Interna de retorno del proyecto determina que los inversionistas tendrán un rendimiento de su inversión del 96%, lo que se traduce en que por cada $1 que inviertan tendrán 0.96 ctvs. de rendimiento.

Tabla No. 19

Cálculo del TIR

Tasa de Descuento	0,175562						
VA	139723,431	16789,6255	23378,6716	28647,8612	31643,9731	39263,2992	139723,431
VAN	108104,001						
TIR	0,9647053						

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Yajaira Huebla

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- Como está indicado en el estudio de mercado realizado, en el sector que se ubicará la residencia, existe una demanda insatisfecha de jóvenes estudiantes de Provincia que no cuentan con un lugar donde alojarse mientras cursan sus estudios superiores en la Capital.

- Al no existir amplia una oferta de residencias suficientes que ofrezcan estos servicios, esta se convierte en una gran oportunidad para ser aprovechada, ya que no representarían una amenaza de mercado sino más bien se presenta la oportunidad de planear estrategias efectivas para captar la demanda insatisfecha del sector.

- El creciente número de estudiantes de provincia que ingresan a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador hace que también crezca la demanda potencial para este tipo de residencias universitarias.

- Al ofrecer cercanía, familiaridad y seguridad se crea una ventaja tanto para el proyecto como para los usuarios del servicio que se oferta por que representa una disminución de costos de movilización y ahorro de tiempo.

- Como se requiere construir, comprar o alquilar unas instalaciones apropiadas para el funcionamiento de la Residencia universitaria se percibe una fuerte barrera como es el monto de la inversión inicial del proyecto.

- Al ofrecer servicios complementarios útiles como: internet inalámbrico, lavandería, restaurante, entre otros se genera una amplia ventaja competitiva frente a las residencias existentes en el sector.

- El proyecto cumple con todas las exigencias de los clientes al ofrecer un servicio de alta calidad.

4.2 RECOMENDACIONES

- Optimizar los costos para el funcionamiento de la Residencia universitaria, se requiere que la relación costo/beneficio sea rentable.

- Es necesario llevar un control de los proveedores de los insumos para la residencia, además analizar cuáles dan los plazos de pago y formas de financiamiento, que permitan un flujo de caja solvente.

- Financieramente el proyecto es viable de ejecución para el accionista, porque tiene alta rentabilidad ya que no implica mayores riesgos económicos.

- Mejorar los procesos, para de esta forma poder optimizar el tiempo de trabajo, que permitirá conseguir un mejor VAN de la propuesta para que así el proyecto genera mayores flujos de efectivo.

- Manejar una política de precios que esté acorde con la calidad de los servicios que se está ofreciendo en la residencia universitaria.

- Comenzar la etapa de comercialización tan pronto como sea posible para poder empezar a generar ingresos y así iniciar la etapa de recuperación de la inversión realizada por los accionistas.

BIBLIOGRAFÍA

1. ANDES. (s.f.). Obtenido de http://www.andes.info.ec/es/noticias/principal-provincia-ecuador-redujo-indices-delincuenciales-primeros-cuatro-meses-ano.html

2. AULA DE ECONOMIA. (s.f.). Obtenido de http://www.auladeeconomia.com/articulos11.htm

3. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - BCE. (s.f.). Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

4. BUENOS NEGOCIOS. (2010). Obtenido de http://www.buenosnegocios.com/notas/276-3-ejemplos-calculo-inversion-inicial

5. CEEIM. (2014). Obtenido de http://www.ceeim.es/plan_9_1.asp?area=&ta=&pub=

6. CEPAL. (s.f.). Obtenido de http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/cepal-pib-de-ecuador-crecera-5-en-2014.html

7. CLUB PLANETA. (s.f.). Obtenido de http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

8. CONOCIMIENTOS WEB. (s.f.). Obtenido de http://www.conocimientosweb.net/portal/article2620.html

9. DCSEA. (s.f.). Obtenido de http://www.dcsea.uqroo.mx/fwalla/MEAP-MESP/Propedeutico_2010/1A_Oferta_Demanda_2010_prop.pdf

10. DGE. (2014). *Resumen matriculados por tipo de estudios*. Quito, Ecuador: DGI.

11. DGI. (2014). *Estudiantes de provincia*. Quito, Ecuador: DGI.

12. DSPACE. (s.f.). Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24489/1/Estad%C3%ADsticas%20y%20distribuci%C3%B3n%20espacial%20de%20la%20migracion%20en%20el%20Ecuador_icm.pdf

13. ECUADOR EN CIFRAS. (2010). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf

14. ECUADOR EN CIFRAS. (2013). Obtenido de http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador/perfil-del-ecuador/demografia-y-sociedad-poblacion

15. ECUADOR INMEDIATO. (2011). Obtenido de http://www.ecuadorinmediato.com /index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=157806&umt=poblacif 3n_quitef1a_en_su_mayoreda_es_joven2c_ased_lo_revela_el_censo_de_poblacif 3n_y_vivienda

16. EUMED. (s.f.). Obtenido de http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/ salarios.html

17. EXPLORED. (s.f.). Obtenido de http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ expectativa-de-vida-de-los-ecuatorianos-es-de-73-anos-349620.html

18. ICA. (s.f.). Obtenido de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/ 1000241697/#.VNuqlKKg31U

19. INSTITUTO NACIONAL DEL EMPRENDEDOR. (2014). *Guías empresariales.* Obtenido de http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s= 10&g=2&sg=18

20. KONZEPPT. (s.f.). Obtenido de http://www.konzeppt.com/blog/la-generacion-y-o-millennials/

21. LIDERAZGO Y MERCADEO. (s.f.). Obtenido de http://www.liderazgoymercadeo .com/mercadeo_tema.asp?id=52

22. MARKETING Y CONSUMO. (s.f.). Obtenido de http://marketingyconsumo.com/ segmentacion-de-mercados.html

23. MINISTERIO DEL INTERIOR. (2014). . Obtenido de http://www.ministeriointerior.gob.ec/robos-a-la-baja-en-el-distrito-metropolitano-de-quito/

24. NOTICIAS EN LINEA. (2011). Obtenido de http://noticiasenlinea.com.ec/ actualidad/18895_ecuador-registra-una-tasa-de-analfabetismo-de-68-segun-el-inec.html

25. PROMONEGOCIOS. (s.f.). Obtenido de http://www.promonegocios.net/ mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm

26. SALUD DE ALTURA. (s.f.). Obtenido de http://www.saluddealtura.com/cifra /mortalidad-infantil-quito/

ANEXOS

ANEXO 1

POSTGRADO

Faultad	Carrera	2014-01			2014-01	2014-02			2014-02
		Ins.	Adm.	Mat.	% Mat	Ins.	Adm.	Mat.	% Mat
Escuela de Trabajo Social	Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario	1	1	1	100,00 %	133	62	50	80,65 %
	Subtotal:	**1**	**1**	**1**		**133**	**62**	**50**	
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables	Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	154	60	48	80,00 %	168	60	48	80,00 %
	Subtotal:	**154**	**60**	**48**		**168**	**60**	**48**	
Facultad de Ciencias de la Educación	Maestría en Ciencias de la Educación	68	47	31	65,96 %	38	25	19	76,00 %
	Subtotal:	**68**	**47**	**31**		**38**	**25**	**19**	
Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas					12	8	6	75,00 %
	Subtotal:					**12**	**8**	**6**	
Facultad de Ciencias Humanas	Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo					27	27	22	81,48 %
	Subtotal:					**27**	**27**	**22**	
Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura	Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana	7	7	2	28,57 %	10	8	6	75,00 %
	Subtotal:	**7**	**7**	**2**		**10**	**8**	**6**	
Facultad de Medicina	Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria	49	31	25	80,65 %				
	Especialización en Pediatría	258	39	35	89,74 %				
	Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud					43	23	18	78,26 %
	Subtotal:	**307**	**70**	**60**		**43**	**23**	**18**	
	TOTAL	**537**	**185**	**142**	**76,76 %**	**431**	**213**	**169**	**79,34 %**

Faultad	Carrera	2014-01			2014-01	2014-02			2014-02
		Ins.	Adm.	Mat.	% Mat	Ins.	Adm.	Mat.	% Mat
Escuela de Bioanálisis	Bioquímica Clínica	97	53	41	77,36 %				
	Microbiología	57	27	17	62,96 %				
	Subtotal:	**154**	**80**	**58**					
Escuela de Trabajo Social	Gestión Social	39	29	12	41,38 %				
	Subtotal:	**39**	**29**	**12**					
Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes	Arquitectura	318	101	61	60,40 %	128	109	52	47,71 %
	Artes Visuales	41	36	12	33,33 %	42	37	10	27,03 %
	Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	21	18	10	55,56 %	11	5	2	40,00 %
	Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	55	42	26	61,90 %	32	27	9	33,33 %
	Subtotal:	**435**	**197**	**109**		**213**	**178**	**73**	
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables	Administración de Empresas	240	194	113	58,25 %	142	114	48	42,11 %
	Contabilidad y Auditoría	86	58	40	68,97 %	51	41	18	43,90 %
	Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	1							
	Subtotal:	**327**	**252**	**153**		**193**	**155**	**66**	
Facultad de Ciencias de la Educación	Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica	7							
	Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	33	26	7	26,92 %				
	Ciencias de la Educación - Educación Básica	26	19	15	78,95 %	25	17	16	94,12 %
	Ciencias de la Educación - Educación Inicial	13	8	9	112,50 %	50	11	8	72,73 %
	Ciencias de la Educación - Educación Musical	28	25	20	80,00 %	25	18	15	83,33 %
	Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	13	13	13	100,00 %	8			
	Maestría en Ciencias de la Educación	1							
	Subtotal:	**121**	**91**	**64**		**108**	**46**	**39**	

Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	Ciencias Biológicas	72	59	41	69,49 %	1	1		
	Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	16	12	9	75,00 %				
	Subtotal:	**88**	**71**	**50**		**1**	**1**		
Facultad de Ciencias Filosóficas y Teológicas	Filosofía	42	40	18	45,00 %	22	17	7	41,18 %
	Teología	2	2			6	6	3	50,00 %
	Subtotal:	**44**	**42**	**18**		**28**	**23**	**10**	
Facultad de Ciencias Humanas	Antropología con mención en Antropología Sociocultural	19	17	8	47,06 %	1	1		
	Antropología con mención en Arqueología	16	13	6	46,15 %				
	Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	75	62	44	70,97 %	1			
	Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	49	45	23	51,11 %				
	Ecoturismo	48	38	23	60,53 %	1	1		
	Estudios Especializados			9				7	
	Gestión Hotelera	57	42	20	47,62 %	1	1	1	100,00 %
	Historia	9	8	5	62,50 %	11	10	5	50,00 %
	Historia del Arte	5	4	4	100,00 %	3	2	1	50,00 %
	Sociología con mención en Desarrollo	15	15	10	66,67 %				
	Sociología con mención en Política	28	22	10	45,45 %				
	Sociología con mención en Relaciones Internacionales	46	39	24	61,54 %	1	1	1	100,00 %
	Subtotal:	**367**	**305**	**186**		**19**	**16**	**15**	
Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura	Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	30	23	13	56,52 %				
	Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	27	20	13	65,00 %				
	Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	77	58	45	77,59 %				
	Estudiantes de Convenio	45	45	40	88,89 %	27	27	25	92,59 %
	Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	13	6	3	50,00 %				
	Lingüística Aplicada con mención en Traducción	37	25	16	64,00 %	1			
	Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	187	103	41	39,81 %				
	Subtotal:	**416**	**280**	**171**		**28**	**27**	**25**	

Facultad de Economía	Economía	169	132	61	46,21 %	64	54	33	61,11 %
	Subtotal:	**169**	**132**	**61**		**64**	**54**	**33**	
Facultad de Enfermería	Enfermería	112	49	37	75,51 %	56	35	17	48,57 %
	Nutrición Humana	59	29	19	65,52 %	57	37	27	72,97 %
	Terapia Física	129	28	22	78,57 %	102	33	23	69,70 %
	Subtotal:	**300**	**106**	**78**		**215**	**105**	**67**	
Facultad de Ingeniería	Ingeniería Civil	223	113	76	67,26 %	152	119	53	44,54 %
	Ingeniería de Sistemas y Computación	114	79	43	54,43 %	79	63	27	42,86 %
	Subtotal:	**337**	**192**	**119**		**231**	**182**	**80**	
Facultad de Jurisprudencia	Derecho	263	90	61	67,78 %	123	51	35	68,63 %
	Subtotal:	**263**	**90**	**61**		**123**	**51**	**35**	
Facultad de Medicina	Medicina	1056	128	85	66,41 %	627	131	92	70,23 %
	Subtotal:	**1056**	**128**	**85**		**627**	**131**	**92**	
Facultad de Psicología	Psicología Clínica	160	67	44	65,67 %	115	52	39	75,00 %
	Psicología Educativa	22	16	13	81,25 %	17	14	8	57,14 %
	Psicología Organizacional	111	66	50	75,76 %	86	59	44	74,58 %
	Subtotal:	**293**	**149**	**107**		**218**	**125**	**91**	

TOTAL	**4.409**	**2.144**	**1.332**	**62,13 %**	**2.068**	**1.094**	**626**	**57,22 %**

POSTGRADO

Faultad	Carrera	Género	2014-01			2014-01	2014-02			2014-02
			Ins.	Adm.	Mat.	% Mat	Ins.	Adm.	Mat.	% Mat
Escuela de Trabajo Social	Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario	FEMENINO					74	37	30	81,08 %
	Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario	MASCULINO	1	1	1	100,00 %	59	25	20	80,00 %
	Subtotal:		**1**	**1**	**1**	**100,00 %**	**133**	**62**	**50**	**80,65 %**
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables	Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	FEMENINO	83	32	23	71,88 %	82	32	26	81,25 %
	Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	MASCULINO	71	28	25	89,29 %	86	28	22	78,57 %
	Subtotal:		**154**	**60**	**48**	**80,00 %**	**168**	**60**	**48**	**80,00 %**
Facultad de Ciencias de la Educación	Maestría en Ciencias de la Educación	FEMENINO	44	32	20	62,50 %	21	15	11	73,33 %
	Maestría en Ciencias de la Educación	MASCULINO	24	15	11	73,33 %	17	10	8	80,00 %
	Subtotal:		**68**	**47**	**31**	**65,96 %**	**38**	**25**	**19**	**76,00 %**
Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas	FEMENINO					6	4	3	75,00 %
	Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas	MASCULINO					6	4	3	75,00 %
	Subtotal:						**12**	**8**	**6**	**75,00 %**
Facultad de Ciencias Humanas	Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo	FEMENINO					10	10	8	80,00 %
	Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo	MASCULINO					17	17	14	82,35 %
	Subtotal:						**27**	**27**	**22**	**81,48 %**
Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura	Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana	FEMENINO	4	4	2	50,00 %	8	6	4	66,67 %
	Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana	MASCULINO	3	3			2	2	2	100,00 %
	Subtotal:		**7**	**7**	**2**	**28,57 %**	**10**	**8**	**6**	**75,00 %**
Facultad de Medicina	Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria	FEMENINO	32	21	18	85,71 %				
	Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria	MASCULINO	17	10	7	70,00 %				
	Especialización en Pediatría	FEMENINO	188	28	25	89,29 %				
	Especialización en Pediatría	MASCULINO	70	11	10	90,91 %				
	Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud	FEMENINO					34	16	13	81,25 %
	Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud	MASCULINO					9	7	5	71,43 %
	Subtotal:		**307**	**70**	**60**	**85,71 %**	**43**	**23**	**18**	**78,26 %**
	Total:		**537**	**185**	**142**	**76,76 %**	**431**	**213**	**169**	**79,34 %**

PREGRADO

Faultad	Carrera	Género	2014-01			2014-01	2014-02			2014-02
			Ins.	Adm.	Mat.	% Mat	Ins.	Adm.	Mat.	% Mat
Escuela de Bioanálisis	Bioquímica Clínica	FEMENINO	73	38	32	84,21 %				
	Bioquímica Clínica	MASCULINO	24	15	9	60,00 %				
	Microbiología	FEMENINO	38	16	11	68,75 %				
	Microbiología	MASCULINO	19	11	6	54,55 %				
	Subtotal:		**154**	**80**	**58**	**72,50 %**				
Escuela de Trabajo Social	Gestión Social	FEMENINO	28	18	9	50,00 %				
	Gestión Social	MASCULINO	11	11	3	27,27 %				
	Subtotal:		**39**	**29**	**12**	**41,38 %**				
Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes	Arquitectura	FEMENINO	167	48	34	70,83 %	59	51	30	58,82 %
	Arquitectura	MASCULINO	151	53	27	50,94 %	69	58	22	37,93 %
	Artes Visuales	FEMENINO	29	26	10	38,46 %	13	12	5	41,67 %
	Artes Visuales	MASCULINO	12	10	2	20,00 %	29	25	5	20,00 %
	Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	FEMENINO	13	11	5	45,45 %	9	4	2	50,00 %
	Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	MASCULINO	8	7	5	71,43 %	2	1		
	Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	FEMENINO	29	24	18	75,00 %	16	15	7	46,67 %
	Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	MASCULINO	26	18	8	44,44 %	16	12	2	16,67 %
	Subtotal:		**435**	**197**	**109**	**55,33 %**	**213**	**178**	**73**	**41,01 %**
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables	Administración de Empresas	FEMENINO	120	95	54	56,84 %	83	69	30	43,48 %
	Administración de Empresas	MASCULINO	120	99	59	59,60 %	59	45	18	40,00 %
	Contabilidad y Auditoría	FEMENINO	55	35	24	68,57 %	31	24	8	33,33 %
	Contabilidad y Auditoría	MASCULINO	31	23	16	69,57 %	20	17	10	58,82 %
	Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	MASCULINO	1							
	Subtotal:		**327**	**252**	**153**	**60,71 %**	**193**	**155**	**66**	**42,58 %**
Facultad de Ciencias de la Educación	Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica	FEMENINO	3							
	Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica	MASCULINO	4							
	Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	FEMENINO	29	22	6	27,27 %				
	Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	MASCULINO	4	4	1	25,00 %				
	Ciencias de la Educación - Educación Básica	FEMENINO	19	14	11	78,57 %	19	13	13	100,00 %
	Ciencias de la Educación - Educación Básica	MASCULINO	7	5	4	80,00 %	6	4	3	75,00 %
	Ciencias de la Educación - Educación Inicial	FEMENINO	12	8	9	112,50 %	33	11	8	72,73 %
	Ciencias de la Educación - Educación Inicial	MASCULINO	1				17			
	Ciencias de la Educación - Educación Musical	FEMENINO	9	8	6	75,00 %	6	5	4	80,00 %
	Ciencias de la Educación - Educación Musical	MASCULINO	19	17	14	82,35 %	19	13	11	84,62 %
	Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	FEMENINO	10	10	10	100,00 %	2			
	Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	MASCULINO	3	3	3	100,00 %	6			
	Maestría en Ciencias de la Educación	MASCULINO	1							
	Subtotal:		**121**	**91**	**64**	**70,33 %**	**108**	**46**	**39**	**84,78 %**

Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	Ciencias Biológicas	FEMENINO	43	35	25	71,43 %				
	Ciencias Biológicas	MASCULINO	29	24	16	66,67 %	1	1		
	Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	FEMENINO	13	10	8	80,00 %				
	Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	MASCULINO	3	2	1	50,00 %				
	Subtotal:		**88**	**71**	**50**	**70,42 %**	**1**	**1**		
Facultad de Ciencias Filosóficas y Teológicas	Filosofía	FEMENINO	11	11	1	9,09 %	4	4		
	Filosofía	MASCULINO	31	29	17	58,62 %	18	13	7	53,85 %
	Teología	FEMENINO	2	2						
	Teología	MASCULINO					6	6	3	50,00 %
	Subtotal:		**44**	**42**	**18**	**42,86 %**	**28**	**23**	**10**	**43,48 %**
Facultad de Ciencias Humanas	Antropología con mención en Antropología Sociocultural	FEMENINO	11	9	5	55,56 %				
	Antropología con mención en Antropología Sociocultural	MASCULINO	8	8	3	37,50 %	1	1		
	Antropología con mención en Arqueología	FEMENINO	10	8	2	25,00 %				
	Antropología con mención en Arqueología	MASCULINO	6	5	4	80,00 %				
	Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	FEMENINO	41	35	24	68,57 %	1			
	Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	MASCULINO	34	27	20	74,07 %				
	Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	FEMENINO	27	27	10	37,04 %				
	Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	MASCULINO	22	18	13	72,22 %				
	Ecoturismo	FEMENINO	28	22	13	59,09 %				
	Ecoturismo	MASCULINO	20	16	10	62,50 %	1	1		
	Estudios Especializados	FEMENINO			7				7	
	Estudios Especializados	MASCULINO			2					
	Gestión Hotelera	FEMENINO	38	27	11	40,74 %	1	1	1	100,00 %
	Gestión Hotelera	MASCULINO	19	15	9	60,00 %				
	Historia	FEMENINO	3	3	2	66,67 %	8	7	2	28,57 %
	Historia	MASCULINO	6	5	3	60,00 %	3	3	3	100,00 %
	Historia del Arte	FEMENINO	2	2	2	100,00 %	1	1	1	100,00 %
	Historia del Arte	MASCULINO	3	2	2	100,00 %	2	1		
	Sociología con mención en Desarrollo	FEMENINO	9	9	5	55,56 %				
	Sociología con mención en Desarrollo	MASCULINO	6	6	5	83,33 %				
	Sociología con mención en Política	FEMENINO	16	12	6	50,00 %				
	Sociología con mención en Política	MASCULINO	12	10	4	40,00 %				
	Sociología con mención en Relaciones Internacionales	FEMENINO	35	30	18	60,00 %	1	1	1	100,00 %
	Sociología con mención en Relaciones Internacionales	MASCULINO	11	9	6	66,67 %				
	Subtotal:		**367**	**305**	**186**	**60,98 %**	**19**	**16**	**15**	**93,75 %**

Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura	Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	FEMENINO	27	20	12	60,00 %				
	Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	MASCULINO	3	3	1	33,33 %				
	Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	FEMENINO	13	10	6	60,00 %				
	Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	MASCULINO	14	10	7	70,00 %				
	Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	FEMENINO	49	36	26	72,22 %				
	Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	MASCULINO	28	22	19	86,36 %				
	Estudiantes de Convenio	FEMENINO	24	24	23	95,83 %	23	23	22	95,65 %
	Estudiantes de Convenio	MASCULINO	21	21	17	80,95 %	4	4	3	75,00 %
	Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	FEMENINO	11	5	3	60,00 %				
	Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	MASCULINO	2	1						
	Lingüística Aplicada con mención en Traducción	FEMENINO	27	20	12	60,00 %	1			
	Lingüística Aplicada con mención en Traducción	MASCULINO	10	5	4	80,00 %				
	Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	FEMENINO	137	77	30	38,96 %				
	Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	MASCULINO	50	26	11	42,31 %				
	Subtotal:		**416**	**280**	**171**	**61,07 %**	**28**	**27**	**25**	**92,59 %**
Facultad de Economía	Economía	FEMENINO	85	68	36	52,94 %	28	22	11	50,00 %
	Economía	MASCULINO	84	64	25	39,06 %	36	32	22	68,75 %
	Subtotal:		**169**	**132**	**61**	**46,21 %**	**64**	**54**	**33**	**61,11 %**
Facultad de Enfermería	Enfermería	FEMENINO	93	39	29	74,36 %	50	31	15	48,39 %
	Enfermería	MASCULINO	19	10	8	80,00 %	6	4	2	50,00 %
	Nutrición Humana	FEMENINO	55	26	17	65,38 %	52	35	26	74,29 %
	Nutrición Humana	MASCULINO	4	3	2	66,67 %	5	2	1	50,00 %
	Terapia Física	FEMENINO	84	19	14	73,68 %	73	26	19	73,08 %
	Terapia Física	MASCULINO	45	9	8	88,89 %	29	7	4	57,14 %
	Subtotal:		**300**	**106**	**78**	**73,58 %**	**215**	**105**	**67**	**63,81 %**
Facultad de Ingeniería	Ingeniería Civil	FEMENINO	62	33	25	75,76 %	30	21	10	47,62 %
	Ingeniería Civil	MASCULINO	161	80	51	63,75 %	122	98	43	43,88 %
	Ingeniería de Sistemas y Computación	FEMENINO	20	13	7	53,85 %	14	13	3	23,08 %
	Ingeniería de Sistemas y Computación	MASCULINO	94	66	36	54,55 %	65	50	24	48,00 %
	Subtotal:		**337**	**192**	**119**	**61,98 %**	**231**	**182**	**80**	**43,96 %**

Facultad de Jurisprudencia	Derecho	FEMENINO	167	56	39	69,64 %	70	27	18	66,67 %
	Derecho	MASCULINO	96	34	22	64,71 %	53	24	17	70,83 %
	Subtotal:		**263**	**90**	**61**	**67,78 %**	**123**	**51**	**35**	**68,63 %**
Facultad de Medicina	Medicina	FEMENINO	680	67	48	71,64 %	423	89	64	71,91 %
	Medicina	MASCULINO	376	61	37	60,66 %	204	42	28	66,67 %
	Subtotal:		**1056**	**128**	**85**	**66,41 %**	**627**	**131**	**92**	**70,23 %**
Facultad de Psicología	Psicología Clínica	FEMENINO	123	45	31	68,89 %	87	37	29	78,38 %
	Psicología Clínica	MASCULINO	37	22	13	59,09 %	28	15	10	66,67 %
	Psicología Educativa	FEMENINO	19	14	12	85,71 %	13	11	7	63,64 %
	Psicología Educativa	MASCULINO	3	2	1	50,00 %	4	3	1	33,33 %
	Psicología Organizacional	FEMENINO	89	52	39	75,00 %	68	49	36	73,47 %
	Psicología Organizacional	MASCULINO	22	14	11	78,57 %	18	10	8	80,00 %
	Subtotal:		**293**	**149**	**107**	**71,81 %**	**218**	**125**	**91**	**72,80 %**
	Total:		**4409**	**2144**	**1332**	**62,13 %**	**2068**	**1094**	**626**	**57,22 %**

POSTGRADO

Escuela de Trabajo Social

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario	1	133	**134**
TOTAL:	**1**	**133**	**134**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario	1	1	**100,00 %**	133	62	**46,62 %**
TOTAL:	**1**	**1**	**100,00 %**	**133**	**62**	**46,62 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario	1	1	**100,00 %**	62	50	**80,65 %**
TOTAL:	**1**	**1**	**100,00 %**	**133**	**50**	**46,62 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario			
Promedio:			

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario			
Promedio:			

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Gestión del Desarrollo Local Comunitario			
Promedio:			

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	154	168	**322**
TOTAL:	**154**	**168**	**322**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	154	60	**38,96 %**	168	60	**35,71 %**
TOTAL:	**154**	**60**	**38,96 %**	**168**	**60**	**35,71 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	60	48	**80,00 %**	60	48	**80,00 %**
TOTAL:	**154**	**48**	**38,96 %**	**168**	**48**	**35,71 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.			
Promedio:			

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.			
Promedio:			

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.			
Promedio:			

Facultad de Ciencias de la Educación

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Maestría en Ciencias de la Educación	68	38	**106**
TOTAL:	**68**	**38**	**106**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01	2014-02		2014-02
	Ins.	Adm.	% Adm.	Ins.	Adm.	% Adm.
Maestría en Ciencias de la Educación	68	47	**69,12 %**	38	25	**65,79 %**
TOTAL:	**68**	**47**	**69,12 %**	**38**	**25**	**65,79 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01	2014-02		2014-02
	Adm.	Matri.	% Adm.	Adm.	Matri.	% Adm.
Maestría en Ciencias de la Educación	47	31	**65,96 %**	25	19	**76,00 %**
TOTAL:	**68**	**31**	**69,12 %**	**38**	**19**	**65,79 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Ciencias de la Educación			
Promedio:			

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Ciencias de la Educación			
Promedio:			

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Ciencias de la Educación			
Promedio:			

Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-02	TOTAL
Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas	12	**12**
TOTAL:	**12**	**12**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-02		2014-02
	Ins.	Adm.	% Adm.
Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas	12	8	**66,67 %**
TOTAL:	**12**	**8**	**66,67 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas	8	6	**75,00 %**
TOTAL:	**12**	**6**	**66,67 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-02	Promedio
Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas		
Promedio:		

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-02	Promedio
Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas		
Promedio:		

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-02	Promedio
Maestría en Biología de las Enfermedades Infecciosas		
Promedio:		

Facultad de Ciencias Humanas

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	**2014-02**	**TOTAL**
Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo	27	**27**
TOTAL:	**27**	**27**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo	27	27	**100,00 %**
TOTAL:	**27**	**27**	**100,00 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo	27	22	**81,48 %**
TOTAL:	**27**	**22**	**100,00 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-02	Promedio
Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo		
Promedio:		

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-02	Promedio
Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo		
Promedio:		

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-02	Promedio
Maestria en Planificacion y Ordenamiento Territorial para el Desarrollo		
Promedio:		

Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana	7	10	**17**
TOTAL:	**7**	**10**	**17**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana	7	7	**100,00 %**	10	8	**80,00 %**
TOTAL:	**7**	**7**	**100,00 %**	**10**	**8**	**80,00 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana	7	2	**28,57 %**	8	6	**75,00 %**
TOTAL:	**7**	**2**	**100,00 %**	**10**	**6**	**80,00 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana			
Promedio:			

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana			
Promedio:			

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Maestría en Literatura Hispanoamericana y Ecuatoriana			
Promedio:			

Facultad de Medicina

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria	49		**49**
Especialización en Pediatría	258		**258**
Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud		43	**43**
TOTAL:	**307**	**43**	**350**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria	49	31	**63,27 %**			
Especialización en Pediatría	258	39	**15,12 %**			
Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud				43	23	**53,49 %**
TOTAL:	**307**	**70**	**22,80 %**	**43**	**23**	**53,49 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria	31	25	**80,65 %**			
Especialización en Pediatría	39	35	**89,74 %**			
Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud				23	18	**78,26 %**
TOTAL:	**307**	**60**	**22,80 %**	**43**	**18**	**53,49 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria			
Especialización en Pediatría			
Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud			
Promedio:			

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria			
Especialización en Pediatría			
Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud			
Promedio:			

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria			
Especialización en Pediatría			
Maestría en Salud Pública con Mención en Invest. de Serv. y Sist. de Salud			
Promedio:			

PREGRADO

Escuela de Bioanálisis

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	**2014-01**	**TOTAL**
Bioquímica Clínica	97	**97**
Microbiología	57	**57**
TOTAL:	**154**	**154**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**
Carrera	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Bioquímica Clínica	97	53	**54,64 %**
Microbiología	57	27	**47,37 %**
TOTAL:	**154**	**80**	**51,95 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**
Carrera	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Bioquímica Clínica	53	41	**77,36 %**
Microbiología	27	17	**62,96 %**
TOTAL:	**154**	**58**	**51,95 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	Promedio
Bioquímica Clínica	68,85	**68,85**
Microbiología	66,84	**66,84**
Promedio:	**67,85**	**67,85**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	Promedio
Bioquímica Clínica	21,73	**21,73**
Microbiología	48,80	**48,80**
Promedio:	**35,27**	**35,27**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	Promedio
Bioquímica Clínica	52,65	**52,65**
Microbiología	55,07	**55,07**
Promedio:	**53,86**	**53,86**

Escuela de Trabajo Social

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	TOTAL
Gestión Social	39	**39**
TOTAL:	**39**	**39**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01
	Ins.	Adm.	% Adm.
Gestión Social	39	29	**74,36 %**
TOTAL:	**39**	**29**	**74,36 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01
	Adm.	Matri.	% Adm.
Gestión Social	29	12	**41,38 %**
TOTAL:	**39**	**12**	**74,36 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	Promedio
Gestión Social	54,81	**54,81**
Promedio:	**54,81**	**54,81**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	Promedio
Gestión Social	39,77	**39,77**
Promedio:	**39,77**	**39,77**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	Promedio
Gestión Social	47,12	**47,12**
Promedio:	**47,12**	**47,12**

Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Arquitectura	318	128	**446**
Artes Visuales	41	42	**83**
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	21	11	**32**
Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	55	32	**87**
TOTAL:	**435**	**213**	**648**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01	2014-02		2014-02
	Ins.	Adm.	% Adm.	Ins.	Adm.	% Adm.
Arquitectura	318	101	**31,76 %**	128	109	**85,16 %**
Artes Visuales	41	36	**87,80 %**	42	37	**88,10 %**
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	21	18	**85,71 %**	11	5	**45,45 %**
Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	55	42	**76,36 %**	32	27	**84,38 %**
TOTAL:	**435**	**197**	**45,29 %**	**213**	**178**	**83,57 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01	2014-02		2014-02
	Adm.	Matri.	% Adm.	Adm.	Matri.	% Adm.
Arquitectura	101	61	**60,40 %**	109	52	**47,71 %**
Artes Visuales	36	12	**33,33 %**	37	10	**27,03 %**
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	18	10	**55,56 %**	5	2	**40,00 %**
Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	42	26	**61,90 %**	27	9	**33,33 %**
TOTAL:	**435**	**109**	**45,29 %**	**213**	**73**	**83,57 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Arquitectura	78,88	75,16	**77,02**
Artes Visuales	70,85	63,89	**67,37**
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	67,85	57,74	**62,80**
Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	69,85	71,06	**70,46**
Promedio:	**71,86**	**66,96**	**69,41**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Arquitectura	55,82	40,31	**48,07**
Artes Visuales	41,78	41,34	**41,56**
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	41,78	43,39	**42,59**
Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	41,78	42,36	**42,07**
Promedio:	**45,29**	**41,85**	**43,57**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Arquitectura	62,46	53,11	**57,78**
Artes Visuales	56,44	51,40	**53,92**
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	52,37	50,82	**51,60**
Diseño Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual	51,93	51,34	**51,64**
Promedio:	**55,80**	**51,67**	**53,73**

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Administración de Empresas	240	142	**382**
Contabilidad y Auditoría	86	51	**137**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	1		**1**
TOTAL:	**327**	**193**	**520**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01	2014-02		2014-02
	Ins.	Adm.	% Adm.	Ins.	Adm.	% Adm.
Administración de Empresas	240	194	**80,83 %**	142	114	**80,28 %**
Contabilidad y Auditoría	86	58	**67,44 %**	51	41	**80,39 %**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.	1					
TOTAL:	**327**	**252**	**77,06 %**	**193**	**155**	**80,31 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		2014-01	2014-02		2014-02
	Adm.	Matri.	% Adm.	Adm.	Matri.	% Adm.
Administración de Empresas	194	113	**58,25 %**	114	48	**42,11 %**
Contabilidad y Auditoría	58	40	**68,97 %**	41	18	**43,90 %**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.						
TOTAL:	**327**	**153**	**77,06 %**	**193**	**66**	**80,31 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Administración de Empresas	70,85	73,11	**71,98**
Contabilidad y Auditoría	70,85	71,06	**70,96**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.			
Promedio:	**70,85**	**72,09**	**71,47**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Administración de Empresas	40,78	40,31	**40,55**
Contabilidad y Auditoría	40,78	40,31	**40,55**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.			
Promedio:	**40,78**	**40,31**	**40,55**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Administración de Empresas	51,74	50,14	**50,94**
Contabilidad y Auditoría	52,10	51,28	**51,69**
Maestría en Admin. de Empr. con mención en Ger. de la Calidad y Product.			
Promedio:	**51,92**	**50,71**	**51,32**

Facultad de Ciencias de la Educación

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	**2014-01**	**2014-02**	**TOTAL**
Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica	7		**7**
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	33		**33**
Ciencias de la Educación - Educación Básica	26	25	**51**
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	13	50	**63**
Ciencias de la Educación - Educación Musical	28	25	**53**
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	13	8	**21**
Maestría en Ciencias de la Educación	1		**1**
TOTAL:	**121**	**108**	**229**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica	7					
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	33	26	**78,79 %**			
Ciencias de la Educación - Educación Básica	26	19	**73,08 %**	25	17	**68,00 %**
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	13	8	**61,54 %**	50	11	**22,00 %**
Ciencias de la Educación - Educación Musical	28	25	**89,29 %**	25	18	**72,00 %**
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	13	13	**100,00 %**	8		
Maestría en Ciencias de la Educación	1					
TOTAL:	**121**	**91**	**75,21 %**	**108**	**46**	**42,59 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica						
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	26	7	**26,92 %**			
Ciencias de la Educación - Educación Básica	19	15	**78,95 %**	17	16	**94,12 %**
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	8	9	**112,50 %**	11	8	**72,73 %**
Ciencias de la Educación - Educación Musical	25	20	**80,00 %**	18	15	**83,33 %**
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	13	13	**100,00 %**			
Maestría en Ciencias de la Educación						
TOTAL:	**121**	**64**	**75,21 %**	**108**	**39**	**42,59 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica			
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	61,83		**61,83**
Ciencias de la Educación - Educación Básica	61,79	71,02	**66,41**
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	64,69	65,52	**65,11**
Ciencias de la Educación - Educación Musical	73,40	67,35	**70,38**
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	61,79		**61,79**
Maestría en Ciencias de la Educación			
Promedio:	**64,70**	**67,96**	**65,92**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica			
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	41,78		**41,78**
Ciencias de la Educación - Educación Básica	40,50	41,66	**41,08**
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	40,50	43,49	**42,00**
Ciencias de la Educación - Educación Musical	42,43	44,41	**43,42**
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	44,37		**44,37**
Maestría en Ciencias de la Educación			
Promedio:	**41,92**	**43,19**	**42,39**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ciencias de la Educación con mención en Educación Básica			
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	48,49		**48,49**
Ciencias de la Educación - Educación Básica	51,09	52,27	**51,68**
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	49,21	52,40	**50,80**
Ciencias de la Educación - Educación Musical	54,13	54,56	**54,34**
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	55,38		**55,38**
Maestría en Ciencias de la Educación			
Promedio:	**51,66**	**53,07**	**52,19**

Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	**2014-01**	**2014-02**	**TOTAL**
Ciencias Biológicas	72	1	**73**
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	16		**16**
TOTAL:	**88**	**1**	**89**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Ciencias Biológicas	72	59	**81,94 %**	1	1	**100,00 %**
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	16	12	**75,00 %**			
TOTAL:	**88**	**71**	**80,68 %**	**1**	**1**	**100,00 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Ciencias Biológicas	59	41	**69,49 %**	1		
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	12	9	**75,00 %**			
TOTAL:	**88**	**50**	**80,68 %**	**1**		**100,00 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ciencias Biológicas	72,86		**72,86**
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	63,84		**63,84**
Promedio:	**68,35**		**68,35**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ciencias Biológicas	40,78		**40,78**
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	41,78		**41,78**
Promedio:	**41,28**		**41,28**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ciencias Biológicas	53,81		**53,81**
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	51,99		**51,99**
Promedio:	**52,90**		**52,90**

Facultad de Ciencias Filosóficas y Teológicas

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	**2014-01**	**2014-02**	**TOTAL**
Filosofía	42	22	**64**
Teología	2	6	**8**
TOTAL:	**44**	**28**	**72**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Filosofía	42	40	**95,24 %**	22	17	**77,27 %**
Teología	2	2	**100,00 %**	6	6	**100,00 %**
TOTAL:	**44**	**42**	**95,45 %**	**28**	**23**	**82,14 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Filosofía	40	18	**45,00 %**	17	7	**41,18 %**
Teología	2			6	3	**50,00 %**
TOTAL:	**44**	**18**	**95,45 %**	**28**	**10**	**82,14 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Filosofía	71,86	72,09	**71,98**
Teología			
Promedio:	**71,86**	**72,09**	**71,98**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Filosofía	41,78	40,31	**41,05**
Teología			
Promedio:	**41,78**	**40,31**	**41,05**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Filosofía	50,26	52,61	**51,44**
Teología			
Promedio:	**50,26**	**52,61**	**51,44**

Facultad de Ciencias Humanas

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	19	1	**20**
Antropología con mención en Arqueología	16		**16**
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	75	1	**76**
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	49		**49**
Ecoturismo	48	1	**49**
Estudios Especializados			
Gestión Hotelera	57	1	**58**
Historia	9	11	**20**
Historia del Arte	5	3	**8**
Sociología con mención en Desarrollo	15		**15**
Sociología con mención en Política	28		**28**
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	46	1	**47**
TOTAL:	**367**	**19**	**386**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	19	17	**89,47 %**	1	1	**100,00 %**
Antropología con mención en Arqueología	16	13	**81,25 %**			
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	75	62	**82,67 %**	1		
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	49	45	**91,84 %**			
Ecoturismo	48	38	**79,17 %**	1	1	**100,00 %**
Estudios Especializados						
Gestión Hotelera	57	42	**73,68 %**	1	1	**100,00 %**
Historia	9	8	**88,89 %**	11	10	**90,91 %**
Historia del Arte	5	4	**80,00 %**	3	2	**66,67 %**
Sociología con mención en Desarrollo	15	15	**100,00 %**			
Sociología con mención en Política	28	22	**78,57 %**			
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	46	39	**84,78 %**	1	1	**100,00 %**
TOTAL:	**367**	**305**	**83,11 %**	**19**	**16**	**84,21 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	17	8	**47,06 %**	1		
Antropología con mención en Arqueología	13	6	**46,15 %**			
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	62	44	**70,97 %**			
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	45	23	**51,11 %**			
Ecoturismo	38	23	**60,53 %**	1		
Estudios Especializados		9			7	
Gestión Hotelera	42	20	**47,62 %**	1	1	**100,00 %**
Historia	8	5	**62,50 %**	10	5	**50,00 %**
Historia del Arte	4	4	**100,00 %**	2	1	**50,00 %**
Sociología con mención en Desarrollo	15	10	**66,67 %**			
Sociología con mención en Política	22	10	**45,45 %**			
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	39	24	**61,54 %**	1	1	**100,00 %**
TOTAL:	**367**	**186**	**83,11 %**	**19**	**15**	**84,21 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	66,84		**66,84**
Antropología con mención en Arqueología	73,86		**73,86**
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	68,85		**68,85**
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	66,84		**66,84**
Ecoturismo	74,86		**74,86**
Estudios Especializados			
Gestión Hotelera	68,85		**68,85**
Historia	61,83	65,94	**63,89**
Historia del Arte	64,84	53,64	**59,24**
Sociología con mención en Desarrollo	68,85		**68,85**
Sociología con mención en Política	63,84		**63,84**
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	74,86		**74,86**
Promedio:	**68,57**	**59,79**	**67,22**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	41,78		**41,78**
Antropología con mención en Arqueología	42,78		**42,78**
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	46,79		**46,79**
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	26,74		**26,74**
Ecoturismo	39,77		**39,77**
Estudios Especializados			
Gestión Hotelera	39,77		**39,77**
Historia	41,78	40,31	**41,05**
Historia del Arte	50,80	42,36	**46,58**
Sociología con mención en Desarrollo	43,78		**43,78**
Sociología con mención en Política	39,77		**39,77**
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	39,77		**39,77**
Promedio:	**41,23**	**41,34**	**41,25**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	52,81		**52,81**
Antropología con mención en Arqueología	55,18		**55,18**
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	53,89		**53,89**
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	46,42		**46,42**
Ecoturismo	49,91		**49,91**
Estudios Especializados			
Gestión Hotelera	48,18		**48,18**
Historia	48,80	51,25	**50,02**
Historia del Arte	56,32	48,00	**52,16**
Sociología con mención en Desarrollo	55,36		**55,36**
Sociología con mención en Política	51,45		**51,45**
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	54,70		**54,70**
Promedio:	**52,09**	**49,62**	**51,71**

Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	30		**30**
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	27		**27**
Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	77		**77**
Estudiantes de Convenio	45	27	**72**
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	13		**13**
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	37	1	**38**
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	187		**187**
TOTAL:	**416**	**28**	**444**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	30	23	**76,67 %**			
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	27	20	**74,07 %**			
Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	77	58	**75,32 %**			
Estudiantes de Convenio	45	45	**100,00 %**	27	27	**100,00 %**
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	13	6	**46,15 %**			
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	37	25	**67,57 %**	1		
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	187	103	**55,08 %**			
TOTAL:	**416**	**280**	**67,31 %**	**28**	**27**	**96,43 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	23	13	**56,52 %**			
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	20	13	**65,00 %**			
Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	58	45	**77,59 %**			
Estudiantes de Convenio	45	40	**88,89 %**	27	25	**92,59 %**
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	6	3	**50,00 %**			
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	25	16	**64,00 %**			
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	103	41	**39,81 %**			
TOTAL:	**416**	**171**	**67,31 %**	**28**	**25**	**96,43 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	65,84		**65,84**
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	67,85		**67,85**
Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	71,86		**71,86**
Estudiantes de Convenio			
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	63,84		**63,84**
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	69,85		**69,85**
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	73,86		**73,86**
Promedio:	**68,85**		**68,85**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	43,78		**43,78**
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	43,78		**43,78**
Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	40,78		**40,78**
Estudiantes de Convenio			
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	41,78		**41,78**
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	41,78		**41,78**
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	43,78		**43,78**
Promedio:	**42,61**		**42,61**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	52,81		**52,81**
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	56,47		**56,47**
Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión	51,97		**51,97**
Estudiantes de Convenio			
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	50,97		**50,97**
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	54,21		**54,21**
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	55,36		**55,36**
Promedio:	**53,63**		**53,63**

Facultad de Economía

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Economía	169	64	**233**
TOTAL:	**169**	**64**	**233**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Economía	169	132	**78,11 %**	64	54	**84,38 %**
TOTAL:	**169**	**132**	**78,11 %**	**64**	**54**	**84,38 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Economía	132	61	**46,21 %**	54	33	**61,11 %**
TOTAL:	**169**	**61**	**78,11 %**	**64**	**33**	**84,38 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Economía	75,87	75,16	**75,52**
Promedio:	**75,87**	**75,16**	**75,52**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Economía	46,79	40,31	**43,55**
Promedio:	**46,79**	**40,31**	**43,55**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Economía	57,00	54,46	**55,73**
Promedio:	**57,00**	**54,46**	**55,73**

Facultad de Enfermería

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Enfermería	112	56	**168**
Nutrición Humana	59	57	**116**
Terapia Física	129	102	**231**
TOTAL:	**300**	**215**	**515**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Enfermería	112	49	**43,75 %**	56	35	**62,50 %**
Nutrición Humana	59	29	**49,15 %**	57	37	**64,91 %**
Terapia Física	129	28	**21,71 %**	102	33	**32,35 %**
TOTAL:	**300**	**106**	**35,33 %**	**215**	**105**	**48,84 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Enfermería	49	37	**75,51 %**	35	17	**48,57 %**
Nutrición Humana	29	19	**65,52 %**	37	27	**72,97 %**
Terapia Física	28	22	**78,57 %**	33	23	**69,70 %**
TOTAL:	**300**	**78**	**35,33 %**	**215**	**67**	**48,84 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Enfermería	63,84	60,81	**62,33**
Nutrición Humana	70,85	65,94	**68,40**
Terapia Física	64,84	66,96	**65,90**
Promedio:	**66,51**	**64,57**	**65,54**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Enfermería	39,77	40,31	**40,04**
Nutrición Humana	26,74	44,41	**35,58**
Terapia Física	50,80	51,59	**51,20**
Promedio:	**39,10**	**45,44**	**42,27**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Enfermería	47,39	48,09	**47,74**
Nutrición Humana	54,49	51,96	**53,22**
Terapia Física	56,89	56,74	**56,82**
Promedio:	**52,92**	**52,26**	**52,59**

Facultad de Ingeniería

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	**2014-01**	**2014-02**	**TOTAL**
Ingeniería Civil	223	152	**375**
Ingeniería de Sistemas y Computación	114	79	**193**
TOTAL:	**337**	**231**	**568**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Ingeniería Civil	223	113	**50,67 %**	152	119	**78,29 %**
Ingeniería de Sistemas y Computación	114	79	**69,30 %**	79	63	**79,75 %**
TOTAL:	**337**	**192**	**56,97 %**	**231**	**182**	**78,79 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Ingeniería Civil	113	76	**67,26 %**	119	53	**44,54 %**
Ingeniería de Sistemas y Computación	79	43	**54,43 %**	63	27	**42,86 %**
TOTAL:	**337**	**119**	**56,97 %**	**231**	**80**	**78,79 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ingeniería Civil	70,85	71,06	**70,96**
Ingeniería de Sistemas y Computación	77,87	70,04	**73,96**
Promedio:	**74,36**	**70,55**	**72,46**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ingeniería Civil	50,80	40,31	**45,56**
Ingeniería de Sistemas y Computación	23,73	40,31	**32,02**
Promedio:	**37,27**	**40,31**	**38,79**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Ingeniería Civil	58,44	53,01	**55,72**
Ingeniería de Sistemas y Computación	55,49	51,08	**53,29**
Promedio:	**56,97**	**52,05**	**54,51**

Facultad de Jurisprudencia

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Derecho	263	123	**386**
TOTAL:	**263**	**123**	**386**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Derecho	263	90	**34,22 %**	123	51	**41,46 %**
TOTAL:	**263**	**90**	**34,22 %**	**123**	**51**	**41,46 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Derecho	90	61	**67,78 %**	51	35	**68,63 %**
TOTAL:	**263**	**61**	**34,22 %**	**123**	**35**	**41,46 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Derecho	73,86	80,29	**77,08**
Promedio:	**73,86**	**80,29**	**77,08**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Derecho	52,81	50,56	**51,69**
Promedio:	**52,81**	**50,56**	**51,69**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Derecho	60,01	57,11	**58,56**
Promedio:	**60,01**	**57,11**	**58,56**

Facultad de Medicina

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	2014-01	2014-02	TOTAL
Medicina	1056	627	**1683**
TOTAL:	**1056**	**627**	**1683**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Medicina	1056	128	**12,12 %**	627	131	**20,89 %**
TOTAL:	**1056**	**128**	**12,12 %**	**627**	**131**	**20,89 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

Carrera	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Medicina	128	85	**66,41 %**	131	92	**70,23 %**
TOTAL:	**1056**	**85**	**12,12 %**	**627**	**92**	**20,89 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Medicina	78,88	77,21	**78,05**
Promedio:	**78,88**	**77,21**	**78,05**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Medicina	27,74	58,76	**43,25**
Promedio:	**27,74**	**58,76**	**43,25**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Medicina	67,20	66,23	**66,71**
Promedio:	**67,20**	**66,23**	**66,71**

Facultad de Psicología

Número de Inscritos por Carrera

Carrera	**2014-01**	**2014-02**	**TOTAL**
Psicología Clínica	160	115	**275**
Psicología Educativa	22	17	**39**
Psicología Organizacional	111	86	**197**
TOTAL:	**293**	**218**	**511**

Porcentaje de Estudiantes Admitidos en relación con el número de estudiantes inscritos que dieron el examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Ins.	Adm.	**% Adm.**	Ins.	Adm.	**% Adm.**
Psicología Clínica	160	67	**41,88 %**	115	52	**45,22 %**
Psicología Educativa	22	16	**72,73 %**	17	14	**82,35 %**
Psicología Organizacional	111	66	**59,46 %**	86	59	**68,60 %**
TOTAL:	**293**	**149**	**50,85 %**	**218**	**125**	**57,34 %**

Porcentaje de estudiantes matriculados en relación con el número de estudiantes admitidos que dieron examen de ingreso.

	2014-01		**2014-01**	2014-02		**2014-02**
Carrera	Adm.	Matri.	**% Adm.**	Adm.	Matri.	**% Adm.**
Psicología Clínica	67	44	**65,67 %**	52	39	**75,00 %**
Psicología Educativa	16	13	**81,25 %**	14	8	**57,14 %**
Psicología Organizacional	66	50	**75,76 %**	59	44	**74,58 %**
TOTAL:	**293**	**107**	**50,85 %**	**218**	**91**	**57,34 %**

Puntuación T máxima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Psicología Clínica	75,87	73,11	**74,49**
Psicología Educativa	67,85	60,81	**64,33**
Psicología Organizacional	66,84	66,96	**66,90**
Promedio:	**70,19**	**66,96**	**68,57**

Puntuación T mínima de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Psicología Clínica	51,80	50,56	**51,18**
Psicología Educativa	40,78	40,31	**40,55**
Psicología Organizacional	41,78	42,36	**42,07**
Promedio:	**44,79**	**44,41**	**44,60**

Promedio Puntuación T de admitidos en cada una de las Carrreras

Carrera	2014-01	2014-02	Promedio
Psicología Clínica	59,76	57,13	**58,44**
Psicología Educativa	51,40	49,46	**50,43**
Psicología Organizacional	51,20	50,89	**51,05**
Promedio:	**54,12**	**52,49**	**53,31**

ANEXO 2

NOMID3	NOMPRV	COUNT(DISTINCTEX.ALU_DNIALU)
Administración de Empresas	CHIMBORAZO	5
Administración de Empresas	COTOPAXI	6
Administración de Empresas	ORELLANA	1
Administración de Empresas	TUNGURAHUA	6
Administración de Empresas	IMBABURA	9
Administración de Empresas	SUCUMBIOS	2
Administración de Empresas	EL ORO	1
Administración de Empresas	NO REGISTRADA	16
Administración de Empresas	ESMERALDAS	4
Administración de Empresas	AZUAY	1
Administración de Empresas	BOLIVAR	1
Administración de Empresas	LOJA	1
Administración de Empresas	CARCHI	8
Administración de Empresas	GUAYAS	2
Administración de Empresas	MANABI	4
Administración de Empresas	LOS RIOS	1
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	CARCHI	2
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	TUNGURAHUA	1
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	CHIMBORAZO	1
Antropología con mención en Antropología Sociocultural	MORONA SANTIAGO	1
Antropología con mención en Arqueología	CHIMBORAZO	1
Arquitectura	GUAYAS	1
Arquitectura	MANABI	5
Arquitectura	MORONA SANTIAGO	1
Arquitectura	PASTAZA	3
Arquitectura	CHIMBORAZO	14
Arquitectura	BOLIVAR	2
Arquitectura	NO REGISTRADA	8
Arquitectura	GALAPAGOS	1
Arquitectura	LOJA	1
Arquitectura	AZUAY	1
Arquitectura	TUNGURAHUA	18
Arquitectura	COTOPAXI	9
Arquitectura	ESMERALDAS	1
Arquitectura	EL ORO	1
Arquitectura	IMBABURA	9
Artes Visuales	GUAYAS	1
Artes Visuales	PASTAZA	1
Artes Visuales	NO REGISTRADA	1
Artes Visuales	MORONA SANTIAGO	1
Bioquímica Clínica	MORONA SANTIAGO	1
Bioquímica Clínica	ESMERALDAS	2
Bioquímica Clínica	MANABI	3
Bioquímica Clínica	CHIMBORAZO	1
Bioquímica Clínica	IMBABURA	9
Bioquímica Clínica	TUNGURAHUA	4
Bioquímica Clínica	NO REGISTRADA	2
Bioquímica Clínica	COTOPAXI	5
Bioquímica Clínica	CARCHI	3
Ciencias Biológicas	NO REGISTRADA	6
Ciencias Biológicas	EL ORO	1
Ciencias Biológicas	CHIMBORAZO	1
Ciencias Biológicas	COTOPAXI	1
Ciencias Biológicas	TUNGURAHUA	1
Ciencias Biológicas	IMBABURA	3

Ciencias Biológicas	PASTAZA	1
Ciencias de la Educación - Educación Básica	NO REGISTRADA	9
Ciencias de la Educación - Educación Básica	CHIMBORAZO	1
Ciencias de la Educación - Educación Básica	NAPO	2
Ciencias de la Educación - Educación Básica	COTOPAXI	1
Ciencias de la Educación - Educación Básica	EL ORO	1
Ciencias de la Educación - Educación de Bachillerato	EL ORO	1
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	CHIMBORAZO	1
Ciencias de la Educación - Educación Inicial	NO REGISTRADA	1
Ciencias de la Educación - Educación Musical	AZUAY	1
Ciencias de la Educación - Educación Musical	EL ORO	1
Ciencias de la Educación - Educación Musical	CHIMBORAZO	8
Ciencias de la Educación - Educación Musical	ORELLANA	1
Ciencias de la Educación - Educación Musical	GUAYAS	1
Ciencias de la Educación - Educación Musical	CARCHI	1
Ciencias de la Educación - Educación Musical	LOJA	2
Ciencias de la Educación - Educación Musical	NO REGISTRADA	8
Ciencias de la Educación - Educación Musical	IMBABURA	15
Ciencias de la Educación - Educación Musical	TUNGURAHUA	2
Ciencias de la Educación - Educación Musical	COTOPAXI	8
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	LOJA	1
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	AZUAY	1
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	NO REGISTRADA	2
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	GUAYAS	2
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	MANABI	1
Ciencias de la Educación - Música, Lenguaje y Movimiento	TUNGURAHUA	1
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	NO REGISTRADA	1
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	SUCUMBIOS	1
Ciencias de la Educación con mención en Educación Inicial	IMBABURA	1
Ciencias de la Educación con mención en Teología	CHIMBORAZO	1
Ciencias de la Educación con mención en Teología	PASTAZA	2
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	IMBABURA	4
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	NO REGISTRADA	4
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	ESMERALDAS	3
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	MANABI	1
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	CARCHI	5
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	COTOPAXI	3
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	LOS RIOS	1
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	GUAYAS	3
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	GALAPAGOS	1
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	CHIMBORAZO	2
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	BOLIVAR	2
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	TUNGURAHUA	5
Ciencias Geográficas y Medio Ambiente	LOJA	1
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	ORELLANA	1
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	EL ORO	1
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	COTOPAXI	2
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	ESMERALDAS	2
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	MANABI	1
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	TUNGURAHUA	5
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	NAPO	1
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	GALAPAGOS	2
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	IMBABURA	3
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	CHIMBORAZO	1
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	NO REGISTRADA	3
Ciencias Geográficas y Planificación Territorial	CARCHI	4

Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	LOJA	1
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	ORELLANA	1
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	IMBABURA	1
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	COTOPAXI	1
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	TUNGURAHUA	1
Ciencias Químicas con mención en Química Analítica	NO REGISTRADA	2
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	TUNGURAHUA	1
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	ESMERALDAS	1
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	COTOPAXI	1
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	NO REGISTRADA	1
Comunicación con mención en Comunicación Organizacional	CHIMBORAZO	1
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	IMBABURA	2
Comunicación con mención en Comunicación y Literatura	NAPO	1
nicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Telev	CHIMBORAZO	2
nicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Telev	GUAYAS	1
nicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Telev	NO REGISTRADA	3
nicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Telev	COTOPAXI	3
nicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Telev	EL ORO	1
nicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Telev	TUNGURAHUA	1
Contabilidad y Auditoría	IMBABURA	6
Contabilidad y Auditoría	TUNGURAHUA	4
Contabilidad y Auditoría	ESMERALDAS	1
Contabilidad y Auditoría	ORELLANA	1
Contabilidad y Auditoría	NAPO	1
Contabilidad y Auditoría	NO REGISTRADA	8
Contabilidad y Auditoría	EL ORO	1
Contabilidad y Auditoría	LOJA	1
Contabilidad y Auditoría	CARCHI	8
Contabilidad y Auditoría	GUAYAS	3
Derecho	MORONA SANTIAGO	1
Derecho	ORELLANA	1
Derecho	CARCHI	6
Derecho	LOJA	4
Derecho	TUNGURAHUA	12
Derecho	IMBABURA	5
Derecho	NAPO	4
Derecho	COTOPAXI	5
Derecho	NO REGISTRADA	19
Derecho	CHIMBORAZO	9
Derecho	BOLIVAR	3
Derecho	MANABI	2
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	CARCHI	1
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	IMBABURA	1
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	COTOPAXI	4
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	GUAYAS	1
Diseño Profesional con mención en Diseño de Productos	NO REGISTRADA	1
io Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación V	NO REGISTRADA	3
io Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación V	TUNGURAHUA	2
io Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación V	GUAYAS	1
io Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación V	EL ORO	1
io Profesional con mención en Diseño Gráfico y Comunicación V	IMBABURA	2
Economía	NO REGISTRADA	9
Economía	PASTAZA	2
Economía	MANABI	1
Economía	CHIMBORAZO	7
Economía	EL ORO	4

Economía	ZAMORA CHINCHIPE	1
Economía	ORELLANA	1
Economía	SUCUMBIOS	3
Economía	BOLIVAR	1
Economía	CARCHI	5
Economía	NAPO	2
Economía	IMBABURA	9
Economía	LOJA	4
Economía	TUNGURAHUA	8
Economía	GALAPAGOS	1
Economía	LOS RIOS	2
Economía	GUAYAS	1
Economía	COTOPAXI	7
Ecoturismo	GALAPAGOS	2
Ecoturismo	CARCHI	2
Ecoturismo	PASTAZA	1
Ecoturismo	NO REGISTRADA	2
Ecoturismo	IMBABURA	4
Ecoturismo	COTOPAXI	2
Ecoturismo	TUNGURAHUA	2
Enfermería	CARCHI	1
Enfermería	ZAMORA CHINCHIPE	1
Enfermería	IMBABURA	1
Enfermería	GUAYAS	1
Enfermería	EL ORO	2
Enfermería	NAPO	1
Enfermería	LOJA	1
Enfermería	COTOPAXI	1
Enfermería	NO REGISTRADA	2
Filosofía	GUAYAS	4
Filosofía	AZUAY	2
Filosofía	ESMERALDAS	1
Filosofía	EL ORO	1
Filosofía	CARCHI	1
Filosofía	SUCUMBIOS	1
Filosofía	ZAMORA CHINCHIPE	1
Filosofía	MANABI	1
Filosofía	CHIMBORAZO	1
Filosofía	COTOPAXI	2
Filosofía	LOJA	1
Filosofía	BOLIVAR	2
Filosofía	NO REGISTRADA	8
Gestión Hotelera	NO REGISTRADA	4
Gestión Hotelera	MANABI	1
Gestión Hotelera	CARCHI	1
Gestión Hotelera	TUNGURAHUA	5
Gestión Hotelera	ESMERALDAS	1
Gestión Social	COTOPAXI	3
Gestión Social	CHIMBORAZO	3
Gestión Social	CARCHI	3
Gestión Social	PASTAZA	2
Gestión Social	EL ORO	1
Gestión Social	NO REGISTRADA	5
Historia	GUAYAS	1
Historia	LOJA	1
Historia del Arte	EL ORO	1

Historia del Arte	BOLIVAR	1
Historia del Arte	CHIMBORAZO	1
Ingeniería Civil	EL ORO	2
Ingeniería Civil	MORONA SANTIAGO	3
Ingeniería Civil	CARCHI	7
Ingeniería Civil	CHIMBORAZO	26
Ingeniería Civil	BOLIVAR	8
Ingeniería Civil	NO REGISTRADA	10
Ingeniería Civil	NAPO	5
Ingeniería Civil	SUCUMBIOS	1
Ingeniería Civil	TUNGURAHUA	14
Ingeniería Civil	MANABI	3
Ingeniería Civil	IMBABURA	27
Ingeniería Civil	CAÑAR	1
Ingeniería Civil	LOJA	6
Ingeniería Civil	ESMERALDAS	7
Ingeniería Civil	PASTAZA	7
Ingeniería Civil	ORELLANA	2
Ingeniería Civil	LOS RIOS	1
Ingeniería Civil	COTOPAXI	5
Ingeniería de Sistemas y Computación	ESMERALDAS	1
Ingeniería de Sistemas y Computación	EL ORO	1
Ingeniería de Sistemas y Computación	ORELLANA	1
Ingeniería de Sistemas y Computación	PASTAZA	1
Ingeniería de Sistemas y Computación	NO REGISTRADA	8
Ingeniería de Sistemas y Computación	CARCHI	2
Ingeniería de Sistemas y Computación	IMBABURA	3
Ingeniería de Sistemas y Computación	NAPO	1
Ingeniería de Sistemas y Computación	CHIMBORAZO	3
Ingeniería de Sistemas y Computación	COTOPAXI	3
Ingeniería de Sistemas y Computación	GALAPAGOS	1
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	MANABI	1
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	GUAYAS	1
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	NO REGISTRADA	1
Lingüística Aplicada con mención en Enseñanza de Lenguas	TUNGURAHUA	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	ESMERALDAS	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	COTOPAXI	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	NAPO	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	IMBABURA	2
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	LOJA	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	GALAPAGOS	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	MORONA SANTIAGO	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	TUNGURAHUA	1
Lingüística Aplicada con mención en Traducción	MANABI	1
Medicina	TUNGURAHUA	35
Medicina	LOJA	7
Medicina	BOLIVAR	5
Medicina	LOS RIOS	1
Medicina	EL ORO	1
Medicina	NO REGISTRADA	27
Medicina	MANABI	11
Medicina	IMBABURA	40
Medicina	CHIMBORAZO	27
Medicina	CARCHI	12
Medicina	CAÑAR	1
Medicina	AZUAY	1

Medicina	GALAPAGOS	1
Medicina	ORELLANA	2
Medicina	GUAYAS	2
Medicina	ESMERALDAS	12
Medicina	SUCUMBIOS	2
Medicina	NAPO	2
Medicina	PASTAZA	4
Medicina	MORONA SANTIAGO	1
Medicina	COTOPAXI	20
Microbiología	ESMERALDAS	1
Microbiología	NO REGISTRADA	2
Microbiología	LOJA	1
Microbiología	COTOPAXI	1
Microbiología	TUNGURAHUA	1
Microbiología	CARCHI	4
Microbiología	IMBABURA	1
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	PASTAZA	2
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	CHIMBORAZO	7
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	MANABI	1
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	IMBABURA	5
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	LOJA	6
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	TUNGURAHUA	3
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	ESMERALDAS	1
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	COTOPAXI	2
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	EL ORO	2
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	GALAPAGOS	1
Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales	NO REGISTRADA	8
Nutrición Humana	CARCHI	1
Nutrición Humana	IMBABURA	1
Nutrición Humana	MANABI	1
Nutrición Humana	NO REGISTRADA	3
Nutrición Humana	COTOPAXI	4
Nutrición Humana	ORELLANA	1
Nutrición Humana	ESMERALDAS	1
Nutrición Humana	NAPO	1
Nutrición Humana	CHIMBORAZO	1
Nutrición Humana	TUNGURAHUA	8
Psicología	PASTAZA	1
Psicología Clínica	CARCHI	8
Psicología Clínica	COTOPAXI	5
Psicología Clínica	NO REGISTRADA	6
Psicología Clínica	NAPO	1
Psicología Clínica	CHIMBORAZO	6
Psicología Clínica	MORONA SANTIAGO	1
Psicología Clínica	PASTAZA	1
Psicología Clínica	LOJA	1
Psicología Clínica	ESMERALDAS	1
Psicología Clínica	MANABI	2
Psicología Clínica	BOLIVAR	3
Psicología Clínica	IMBABURA	8
Psicología Educativa	IMBABURA	1
Psicología Educativa	CARCHI	1
Psicología Educativa	NO REGISTRADA	1
Psicología Educativa	SUCUMBIOS	1
Psicología Educativa	MANABI	2
Psicología Educativa	TUNGURAHUA	3

Psicología Organizacional	IMBABURA	6
Psicología Organizacional	COTOPAXI	6
Psicología Organizacional	BOLIVAR	4
Psicología Organizacional	TUNGURAHUA	1
Psicología Organizacional	CHIMBORAZO	5
Psicología Organizacional	GUAYAS	1
Psicología Organizacional	LOJA	2
Psicología Organizacional	ESMERALDAS	1
Psicología Organizacional	MANABI	1
Psicología Organizacional	CARCHI	1
Psicología Organizacional	NO REGISTRADA	12
Sociología con mención en Desarrollo	GUAYAS	1
Sociología con mención en Desarrollo	TUNGURAHUA	1
Sociología con mención en Desarrollo	CHIMBORAZO	1
Sociología con mención en Desarrollo	MANABI	1
Sociología con mención en Desarrollo	LOJA	1
Sociología con mención en Desarrollo	PASTAZA	1
Sociología con mención en Desarrollo	IMBABURA	1
Sociología con mención en Política	COTOPAXI	1
Sociología con mención en Política	NAPO	1
Sociología con mención en Política	EL ORO	1
Sociología con mención en Política	IMBABURA	1
Sociología con mención en Política	ORELLANA	1
Sociología con mención en Política	NO REGISTRADA	2
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	IMBABURA	6
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	ESMERALDAS	2
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	NO REGISTRADA	7
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	CHIMBORAZO	1
Sociología con mención en Relaciones Internacionales	LOJA	3
Teología	IMBABURA	3
Teología	TUNGURAHUA	3
Teología	NO REGISTRADA	3
Teología	MANABI	1
Teología	GUAYAS	1
Teología	ZAMORA CHINCHIPE	1
Teología	CAÑAR	2
Teología	ESMERALDAS	1
Terapia Física	LOJA	1
Terapia Física	ORELLANA	1
Terapia Física	BOLIVAR	1
Terapia Física	TUNGURAHUA	4
Terapia Física	NAPO	1
Terapia Física	NO REGISTRADA	7
Terapia Física	LOS RIOS	1
Terapia Física	COTOPAXI	3
Terapia Física	CARCHI	4
Terapia Física	GUAYAS	2
Terapia Física	PASTAZA	1
Terapia Física	CHIMBORAZO	2
TOTAL		**1267**

ANEXO 3

Formato de la encuesta

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca de los gustos y preferencias para la creación de una residencia universitaria en el sector norte de Quito.

Nivel: _____ Edad: _____

Ciudad de origen: _____

Provincia: _____

¿En qué lugar reside actualmente?

Casa o dpto propio	
Casa o dpto arrendado	
Con familiares	
Hotel/Hostal	
Residencia Universitaria	
Cuarto independiente	

¿Conoce que son y cómo funcionan las residencias universitarias?

SI	

NO	

*****Si su respuesta es Negativa, no conteste las próximas preguntas

¿Le gustaría vivir en una residencia universitaria?

SI	

NO	

¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría que le provea la residencia? Marque con una X.

	NO me gustaría	Me es indiferente	SI me gustaría
Internet banda ancha WIFI			
Telefono fijo			
TV cable			
Restaurante			
Lavandería			
Limpieza			
Otros			

¿Le gustaría una habitación amoblada?

SI	

NO	

¿Cuáles de las siguientes condiciones le gustaría que fueran compartidas en la residencia?

Habitación	
Baño	
Sala de visitas	
Comedor	
Otra, especifique	

¿Cuáles de los siguientes aspectos son importantes al momento de decidir su lugar de residencia? Califique según su importancia.

	Muy importante	**Importante**	**Poco importante**	**Irrevelante**
Precio				
Seguridad				
Cercanía				
Independencia				
Atención al cliente				
Entorno de estudio				
Tranquilidad				
Organización				
Comodidad				
Otro				

¿Le gustaría que los servicios complementarios estén contemplados dentro del pago de la renta o le gustaría que sean pagados en cuentas separadas?

Dentro del pago	

Cuentas separadas	

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la renta en una residencia universitaria?

Alojamiento amoblado	120-170	171-200	201-230	Mas de 250

Alojamiento sin amoblar	100-120	121-150	151-180	Mas de 180

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y COLABORACIÓN