



Pontificia Universidad Católica Del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
RESIDENCIAL DE ESTUDIANTES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Contable Financiera y Tributaria E.2

AUTORA: MUÑOZ GRANDA FABIANA ANGELICA

ASESOR: ING. CRISTIAN XAVIER CIFUENTES FIGUEROA

IBARRA, SEPTIEMBRE – 2018

Ibarra, 14 de Septiembre de 2018

Ing. Cristian Cifuentes Figueroa MBA.
ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

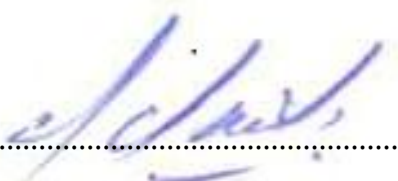
(f:).....

Ing. Cristian Cifuentes Figueroa MBA

C.C.: 100163164-5

PÁGINA DE APROBACION DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f:).....

Ing. Cristian Cifuentes Figueroa MBA

C.C: 100163164-5

(f:).....

Mgs. Norma Janet Montenegro Cázares

C.C.:.040074698-8

(f:).....

Mgs. Verónica Gisella Jaramillo Cruz

C.C: 100300147-4

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Fabiana Angelica Muñoz Granda, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 14 de septiembre de 2018

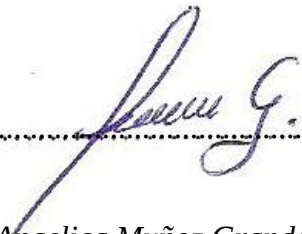
(f.)

Fabiana Angelica Muñoz Granda

C.C.: 060473379-0

AUTORIA

Yo, Fabiana Angelica Muñoz Granda, portadora de la cedula de ciudadanía No. 060473379-0, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferente fuentes de información realizando las citas correspondientes.

(f:).....

Fabiana Angelica Muñoz Granda

C.C. 060473379-0

RESUMEN

El proyecto plantea la Implementación de una Residencial de Estudiantes en la Ciudad de Riobamba, el plan de tesis está diseñado de la siguiente manera: como primer capítulo el marco teórico que es una investigación informativa y documental, el estudio de mercado se lo realizó a los estudiantes que aprobaron sus estudios superiores en las Universidades dentro de la Ciudad de Riobamba, la propuesta técnica y el estudio financiero.

El capítulo uno trata del marco teórico, en este se detalla los temas relacionados a un plan de negocios y a las necesidades que se tiene un estudiante al encontrarse fuera de casa, aspectos técnicos y financieros que se relacionan de forma directa con el tema propuesto, el capítulo fue desarrollado por medio de fuentes de información como libros, internet, tesis, entre otros.

El segundo capítulo es un estudio de mercado que se lo realizó con las técnicas de investigación necesarias como son las encuestas y entrevistas que nos brindaron datos veraces sobre la muestra planteada, las cuales se realizaron en la ciudad de Riobamba, y al final se logró determinar la oferta y demanda para el proyecto.

La propuesta detalla las personas que intervendrán en el proyecto, requisitos, normas, funciones detalladas en un manual de procedimientos, la localización donde se construirá la infraestructura, los requisitos de funcionamiento y proformas que se adquirió para la Residencia de estudiantes en la ciudad de Riobamba. En la propuesta también se tiene un plan de marketing para el conocimiento del proyecto.

El capítulo cuatro es la parte económica del proyecto, la inversión necesaria para poner en marcha, capital de trabajo, la forma de financiación, costos y gastos en los que se incurra, período de recuperación de inversión y la tasa interna de retorno del capital para demostrar la factibilidad del proyecto.

Se redactó conclusiones del servicio de residencia para que se pueda llevar a cabo el proyecto, y recomendaciones sobre el servicio y la implementación del mismo.

Palabras claves:

Plan de negocios,

Residencia,

Estudiantes.

ABSTRACT

The project proposes the Implementation of a Residential Student in the City of Riobamba, the thesis plan is designed as follows: as a first chapter the theoretical framework that is an informative and documentary research, the market study is done to the students who passed their higher education in the Universities within the City of Riobamba, the technical proposal and the financial study.

Chapter one deals with the theoretical framework, it details the issues related to a business plan and the needs of a student when they are away from home, technical and financial aspects that are directly related to the proposed topic, the The chapter was developed through information sources such as books, the internet, thesis, among others.

The second chapter is a market study carried out with the necessary research techniques such as surveys and interviews that provided us with accurate data about our proposed sample, which were conducted in the city of Riobamba, and in the end we were able to determine the supply and demand for the project.

The proposal details the people who will intervene in the projects, requirements, norms, detailed functions in a procedure manual, the location where the infrastructure will be built, the operating requirements and proformas that were acquired for the Student Residence in the city of Riobamba. . The proposal also has a marketing plan for project knowledge.

Chapter four is the economic part of the project, the investment necessary to start up, working capital, the form of financing, costs and expenses incurred, period of investment recovery and the internal rate of return of capital for demonstrate the feasibility of the project.

Residency service conclusions were drawn up so that the project can be carried out, and recommendations on the service and its implementation.

Keywords:

Business plan,
Residence,
Students.

DEDICATORIA

“Queda prohibido no sonreír a los problemas, no luchar por lo que quieres, abandonarlo todo por miedo, no convertir en realidad tus sueños.” Pablo Neruda

Para las personas más importantes en mi vida que siempre han estado apoyándome y ayudándome a ser mejor, este logro es de todos:

A mi madre, la que siempre me dijo que para todo hay solución menos para la muerte, la que nunca me dejó caer pese a mis errores, la que seco mis lágrimas cuando decidí partir y la que siempre tendrá sus brazos abiertos cuando lo necesite. TE AMO MAMÁ.

Al ser más pequeñito en mi vida, a la que me cambio por completo, por la que sonrío y me levanto a diario para ser mejor persona y conseguir lo mejor para ella, al ser que cada noche antes de dormir me dice TE AMO MAMÁ BEBE.

A mi Ángel que está en el cielo, sé que te vestirás de gala para acompañarme en este día, serás el más orgulloso, me acompañaras y cada noche me darás un fuerte abrazo en mis sueños. POR SIEMPRE EN MI MENTE Y EN MI CORAZÓN QUERIDO ABUELITO.

GRACIAS POR TODO, LES AMO.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento por siempre a Dios y la Virgen Santísima por el milagro de despertar cada día, por darme sabiduría y fortaleza en este largo caminar fuera de casa, por acompañarme siempre.

A la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA por brindarme los conocimientos que me servirán en mi vida laboral, a mis maestros que expusieron todos sus saberes para mi aprendizaje y que desde hoy en adelante no defraudare sus enseñanzas y siempre seré una buena profesional.

Gracias infinitas a mi querido asesor el Ingeniero Cristian Cifuentes por su tiempo y paciencia, para lograr terminar el proyecto.

A mis padres, de manera especial a mi madre quien me acompañado cada día en este largo caminar, gracias amiga y compañera de vida, sé que nos esperan días mejores. Papá gracias por los momentos que hemos pasado, por estar para mi hija y para mí.

A mi hija por ayudarme en este largo recorrido, por acompañarme a clases y por portarse bien, crece princesa mamá siempre estará ahí para ayudarte, protegerte y apoyarte.

A mi Mamita Teshita por enseñarme desde pequeña lo que escogí como carrera de vida.

A mi papi Geovanito, cuando lo necesite estuvo ahí, al que me dio su amor y cariño incondicional, sé que celebraremos este logro.

A mi tío querido Jorge Luis, gracias por todas tus ocurrencias.

A mis amigos, a mis hermanos, no llevamos la misma sangre, pero nos une un corazón muy fuerte, gracias por escucharme, apoyarme y corregirme, la distancia nunca fue ni será un obstáculo, gracias Gaby y Talin, seremos los mejores, siempre juntos.

A mi segunda familia quienes me abrieron las puertas de su casa, me brindaron su amor y apoyo incondicional, sé que contare con ustedes por siempre, gracias por tratarme como una hija Sra. Carmen y Sr. Iván, querida Mayra siempre cuentas conmigo. Gracias Cristian por acompañarme y ayudarme pese a todo.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACION DEL ASESOR.....	II
PÁGINA DE APROBACION DEL TRIBUNAL	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	IV
AUTORIA	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VIII
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO.....	XI
ÍNDICE.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XVII
ÍNDICE DE FIGURAS	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	3
MARCO TEÒRICO.....	3
1.1 PLAN DE NEGOCIOS	3
1.1.1 DEFINICIÓN	3
1.1.2 OBJETIVOS.....	3
1.1.3 CARACTERISTICAS	4
1.1.4 ESTRUCTURA.....	4
1.1.5 COMPONENTES.....	5
1.2 IMPLEMENTAR.....	6
1.2.1 DEFINICIÓN.....	6
1.3 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	7
1.4 IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA.....	7
1.5 RESIDENCIA UNIVERSITARIA	7
1.5.1 ORIGEN	7

1.5.2	DEFINICIÓN RESIDENCIA	8
1.5.3	CARACTERÍSTICAS DE UNA RESIDENCIA.....	8
1.5.4	BENEFICIOS	8
1.5.5	TIPOS DE RESIDENCIA	9
1.5.5.1	RESIDENCIAS DEL MISMO SEXO.....	9
1.5.5.2	RESIDENCIAS LIBRES DE QUÍMICOS Y SUSTANCIAS.....	10
1.5.5.3	RESIDENCIAS DE INTERÉS ESPECIAL O TEMÁTICA.....	10
1.6	CONTEXTUALIZACIÓN.....	10
1.6.1	CIUDAD DE RIOBAMBA	10
1.6.2	UNIVERSIDADES DE RIOBAMBA	11
1.6.3	OTRAS RESIDENCIAS	12
1.7	ESTUDIO DE MERCADO	12
1.7.1	DEFINICIÓN.....	12
1.7.2	CARACTERÍSTICAS ESTUDIO DE MERCADO	13
1.7.3	MARKETING MIX	13
1.7.3.1	DEFINICION	13
1.7.3.2	VARIABLES	14
1.7.3.2.1	PRODUCTO	14
1.7.3.2.2	PRECIO	14
1.7.3.2.3	PLAZA	15
1.7.3.2.4	PROMOCIÓN	15
1.7.4	OFERTA.....	17
1.7.5	DEMANDA.....	17
1.8	ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	17
1.8.1	DEFINICIÓN.....	17
1.8.2	CARACTERÍSTICAS	18
1.8.3	FACTORES AMBIENTALES	18
1.9	ESTUDIO ECONÓMICO	18
1.9.1	DEFINICIÓN.....	18
1.9.2	CARACTERÍSTICAS	19
1.10	ESTUDIO FINANCIERO	19
1.10.1	DEFINICIÓN.....	19
1.10.2	CARACTERÍSTICAS.....	19

CAPITULO II.....	20
2 ESTUDIO DE MERCADO	20
2.1 ANTECEDENTES.....	20
2.2 OBJETIVOS.....	21
2.2.1 OBJETIVO GENERAL	21
2.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
2.3 VARIABLES DIAGNOSTICAS	22
2.4 INDICADORES	22
2.5 MATRIZ RELACIÓN.....	24
2.6 ESTUDIO DE CAMPO	26
2.6.1 POBLACIÓN.....	26
2.6.1.1 OFERTA	26
2.6.1.2 DEMANDA.....	26
2.6.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	27
2.6.3 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.6.3.1 ENCUESTA.....	28
2.6.3.2 ENTREVISTA	28
2.7 TABULACIÓN Y RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN	28
2.7.1 ENCUESTAS A ESTUDIANTES MATRICULADOS EN LA UNIDAD DE ADMISIÓN Y NIVELACIÓN.	28
2.7.2 ENTREVISTAS A LOS DUEÑOS O ENCARGADOS DE LAS CASAS RENTERAS QUE OFRECEN UN SERVICIO SIMILAR.	40
2.7.2.1 ENTREVISTA A LA SEÑORA MARCELA CHÁVEZ.	40
2.7.2.2 ENTREVISTA AL SEÑOR NÉSTOR LLANGARI.....	41
2.7.2.3 ENTREVISTA A LA SEÑORA ROSA BASTIDAS.....	42
2.7.2.4 ENTREVISTA A LA SEÑORA LUCRECIA POMATOCA.....	43
2.7.2.5 ENTREVISTA AL SEÑOR CRISTOPHER VILLAREAL	44
2.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA	46
2.9 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	47
2.10 ANÁLISIS FODA	48
PROPUESTA.....	50
3.1 LOCALIZACIÓN.....	50
3.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN	50

3.1.2.	<i>MICRO LOCALIZACIÓN</i>	52
3.2.	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	53
3.2.1.	NOMBRE	53
3.2.2.	RAZÓN SOCIAL	53
3.2.3.	ESLOGAN	53
3.2.4.	LOGOTIPO	54
3.3	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	54
3.3.1	<i>MISIÓN</i>	54
3.3.2	<i>VISIÓN</i>	55
3.3.3	<i>VALORES CORPORATIVOS</i>	55
3.3.4	<i>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL</i>	56
3.4	PERFIL Y MANUAL DE FUNCIONES	57
3.5	FASES DE OPERACIÓN	65
3.6	MARKETING MIX	70
3.6.1	<i>PRODUCTO O SERVICIO</i>	72
3.6.2	<i>PRECIO</i>	73
3.6.2.1	COSTO PROMEDIO DEL SERVICIO	73
3.6.3	<i>PLAZA</i>	74
3.6.4	<i>PROMOCIÓN</i>	74
3.7	INFRAESTRUCTURA	75
3.7.1	<i>PLANOS RESIDENCIA DE ESTUDIANTES</i>	76
3.7.2	<i>FACHADA RESIDENCIA DE ESTUDIANTES</i>	78
3.7.3	<i>REQUERIMIENTOS</i>	79
3.7.3.1	ESPACIO FÍSICO	79
3.7.3.2	MANO DE OBRA	80
3.7.3.3	MUEBLES Y ENSERES	80
3.7.3.4	MATERIALES DE LIMPIEZA	80
3.7.3.5	REQUERIMIENTOS LEGALES	81
	ESTUDIO FINANCIERO	82
4.1	INVERSIONES	82
4.1.1	<i>INVERSION FIJA</i>	82
4.1.1.1	INVERSION FIJA AREA LAVANDERIA	82
4.1.2	<i>INVERSION DIFERIDA</i>	82

4.1.3	INVERSION ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	83
4.1.4	CONSTRUCCION Y EQUIPAMIENTO	83
4.1.5	INVERSION INICIAL	83
4.2	COSTOS	84
4.2.1	COSTOS FIJOS	84
4.2.2	COSTO VARIABLE.....	84
4.3	GASTOS	84
4.3.1	GASTOS FINANCIEROS	84
4.4	RECURSOS HUMANOS	85
4.5	DEPRECIACIÓN	85
4.6	BALANCE DE SITUACION INICIAL	86
4.7	ESTADO DE RESULTADOS.....	87
4.8	FLUJO DE CAJA.....	89
4.9	COSTO DE OPORTUNIDAD	91
4.10	TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL NETO	91
4.11	CONCLUSIONES	92
4.12	RECOMENDACIONES	93
	BIBLIOGRAFÍA	94
	ANEXO 1 PLAN DE NEGOCIOS.....	95
	ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA	112
	ANEXO 3 GUÍA DE ENTREVISTA.....	114
	ANEXO 4 PROFORMAS ADQUISICIÓN DE MATERIALES	115
	ANEXO 5 COTIZACIÓN	117
	ANEXO 6 PROYECCIÓN SALARIO BÁSICO UNIFICADO	118
	ANEXO 7 PROYECCIÓN SUELDOS ANUALES	118
	ANEXO 8 PRÉSTAMO (AMORTIZACIÓN)	118
	ANEXO 9 PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS A 5 AÑOS	121
	ANEXO 10 PROYECCIÓN ANUAL DE INFLACIÓN	123
	ANEXO 11 APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS (FOTOGRAFÍAS)	123

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 DIFERENTES ESTRUCTURAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.....	5
TABLA 2 MATRIZ DE RELACIÓN.....	24
TABLA 3 ¿DE QUÉ CIUDAD PROVIENE?	29
TABLA 4 ¿EN QUÉ UNIVERSIDAD ESTUDIA?	30
TABLA 5 INDIQUE QUE TIPO DE SEGURIDAD REQUERIRÍA QUE EXISTA EN NUESTRA RESIDENCIA.....	31
TABLA 6 ¿LE GUSTARÍA UNA HABITACIÓN AMOBLADA?	32
TABLA 7 ¿QUÉ VALOR PAGA ACTUALMENTE EN EL LUGAR QUE VIVE?	33
TABLA 8 ¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN OTRAS RESIDENCIAS ESTUDIANTILES?.....	34
TABLA 9 ¿DEBERÍA EXISTIR UNA PERSONA QUE SE ENCARGUE DEL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LA RESIDENCIA?.....	35
TABLA 10 ¿EL ADMINISTRADOR DEBERÍA VIVIR EN LA RESIDENCIA?	36
TABLA 11 ESTARÍA USTED DISPUESTO A CUMPLIR CON NORMAS ESTABLECIDAS EN LA RESIDENCIA COMO EL HORARIO DE ENTRADA, EL NO INGRESO DE PERSONAS AJENAS A LA MISMA, ENTRE OTRAS.	37
TABLA 12 LE GUSTARÍA VIVIR EN UNA RESIDENCIA.....	38
TABLA 13 DE QUÉ MANERA LE GUSTARÍA INFORMARSE SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFERTAMOS	39
TABLA 14 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER.....	46
TABLA 15 MATRIZ FODA	48
TABLA 16: CRUCES FODA	49
TABLA 17 COSTO VARIABLE TOTAL	73
TABLA 18 COSTO FIJO TOTAL	74
TABLA 19 COSTOS DE PUBLICIDAD	75
TABLA 20 PROCESO LEGAL.....	81

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: VARIABLES DEL MARKETING MIX.....	16
FIGURA 2 ¿DE QUÉ CIUDAD PROVIENE?	29
FIGURA 3 ¿EN QUÉ UNIVERSIDAD ESTUDIA?	30
FIGURA 4 INDIQUE QUE TIPO DE SEGURIDAD REQUERIRÍA QUE EXISTA EN NUESTRA RESIDENCIA	31
FIGURA 5 ¿LE GUSTARÍA UNA HABITACIÓN AMOBLADA?	32
FIGURA 6 ¿QUÉ VALOR PAGA ACTUALMENTE EN EL LUGAR QUE VIVE?	33
FIGURA 7 ¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN OTRAS RESIDENCIAS ESTUDIANTILES?.....	34
FIGURA 8 ¿DEBERÍA EXISTIR UNA PERSONA QUE SE ENCARGUE DEL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LA RESIDENCIA?.....	35
FIGURA 9 ¿EL ADMINISTRADOR DEBERÍA VIVIR EN LA RESIDENCIA?	36
FIGURA 10 ESTARÍA USTED DISPUESTO A CUMPLIR CON NORMAS ESTABLECIDAS EN LA RESIDENCIA COMO EL HORARIO DE ENTRADA, EL NO INGRESO DE PERSONAS AJENAS A LA MISMA, ENTRE OTRAS... ..	37
FIGURA 11 LE GUSTARÍA VIVIR EN UNA RESIDENCIA.....	38
FIGURA 12 DE QUÉ MANERA LE GUSTARÍA INFORMARSE SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFERTAMOS.....	39
FIGURA 13 MAPA CIUDAD DE RIOBAMBA	50

FIGURA 14 PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA	51
FIGURA 15 MAPA DEL LUGAR ASIGNADO	52
FIGURA 16: LOGOTIPO EMPRESARIAL	54
FIGURA 17 ORGANIGRAMA “COMO EN CASA”	56
FIGURA 18: ELEMENTOS MARKETING MIX	72
FIGURA 19: PLANOS RESIDENCIA DE ESTUDIANTES.....	72
FIGURA 20: FACHADA RESIDENCIA DE ESTUDIANTES.....	74
FIGURA 21: ESPACIO FISICO-.....	75

INTRODUCCIÓN

Las residencias universitarias han existido en diferentes países del mundo, en el Ecuador no es muy frecuente escuchar que exista un lugar específico para que los estudiantes puedan realizar sus actividades.

En la actualidad con las nuevas reformas de educación los estudiantes graduados de los diferentes colegios del país deben rendir una prueba que según su puntaje les otorga un cupo en las universidades públicas de todo el Ecuador. Esto ha conllevado a que exista mucha migración de personas de una ciudad a otra con el fin de llevar a cabo los estudios superiores y así obtener un título profesional.

Los estudiantes cuando deciden ir a otra ciudad no conocen nada de la misma, y se arriesgan a permanecer en lugares inapropiados y muchas de las veces no aptos para la convivencia humana, por ello desisten de estudiar, regresan a sus casas y buscan trabajar o ver la manera de subsistir.

Dadas las circunstancias y por experiencia propia nace la idea de crear un proyecto para la residencia de estudiantes en la ciudad de Riobamba, en un lugar seguro, cómodo, apto para la convivencia y sobre todo cubriendo todas las necesidades que los mismos tendrán. Buscando la inversión necesaria para dar inicio al negocio, determinando la rentabilidad a futuro que se tendrá y contribuyendo a la sociedad y formación de las personas que buscan día a día crear un nuevo futuro.

La investigación desarrollada se basó en la realidad de la Ciudad de Riobamba puesto que la misma ha sido designada por la Asamblea Nacional en el año 2011 como **“Ciudad Politécnica, Universitaria y Tecnológica del Ecuador”** ya que cuenta con varias universidades de renombre nacional y que acogen a miles de estudiantes de todas partes del país.

Los resultados después de la investigación realizada por medio de las encuestas nos ayudaron a determinar el lugar, el precio y las necesidades a cubrir, las políticas y procedimientos para un excelente funcionamiento, las personas a colaborar para el bienestar de los estudiantes que habitaran.

La investigación será de gran contribución a los padres de familia que apoyan a sus hijos a salir adelante y a los estudiantes que sobre todo dejan sus comodidades, familia, amistades, costumbres por un futuro mejor.

La investigación está dirigida a los estudiantes que ingresan a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), y que desean recibir un servicio bueno, cómodo y a la accesibilidad de todos.

CAPITULO I

MARCO TEÒRICO

1.1 PLAN DE NEGOCIOS

1.1.1 Definición

Para definir un Plan de Negocios según AJENJO, (2007) “Un plan de negocios es la información básica necesaria para planificar una nueva actividad empresarial, un nuevo producto o servicio”

Como menciona PRIETO SIERRA, (2014) “Un plan de negocio es la descripción escrita del futuro negocio, es responder que se va a emprender y como se va a lograr el éxito de la empresa”.

Un plan de negocios nos permite ver la viabilidad del proyecto futuro a invertir, los posibles riesgos que se pueden llegar a tener y darnos una idea de cómo afrontar el futuro. Por medio de un plan de negocios se puede dar cuenta las fuentes de financiamiento que necesitamos y cada paso que debemos dar para construir nuestra idea emprendedora.

1.1.2 OBJETIVOS

Existen muchos objetivos que se debe desarrollar en un plan de negocios, pero los principales a juicio de AJENJO, (2007) son:

- Aclarar ideas, plasmarlas y consolidarlas.

- Cuantificar costos e ingresos que se va a obtener para verificar la viabilidad del proyecto.
- Buscar fuentes de financiamiento.

También existen objetivos propios según el negocio que se vaya a desarrollar y por los cuales se va a lograr lo que se proponga que se los define a lo largo de la ejecución del proyecto.

1.1.3 CARACTERÍSTICAS

Desde el punto de vista de DURAN GARCIA, (2014) un plan de negocios debe:

- Definir las etapas para la medición de resultados.
- Establecer metas y resultados finales claros.
- Identificar oportunidades y definir programas.
- Tomar en cuenta a los ejecutivos y delegar responsables.
- Prever dificultades.

1.1.4 ESTRUCTURA

Dos grandes autores AJENJO, (2007) y VARGAS BELMONTE,(2013) nos presentan una estructura diversa de un plan de negocios para analizar y poner en práctica según las necesidades del nuevo proyecto.

Tabla 1 DIFERENTES ESTRUCTURAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS

AJENJO	BELMONTE
• Sumario ejecutivo.	• Introducción.
• Descripción del entorno y la competencia.	• Estudio de mercado.
• Descripción del producto o servicio.	• Plan comercial o de marketing.
• Estrategia de mercado.	• Plan de producción.
• Planes operativos y de gestión.	• Organización y recursos humanos.
• Estimaciones económicas y financieras.	• Plan económico y financiero.
• Estrategias de salida.	• Valoración final.
• Síntesis y conclusiones.	
• Apéndices.	

Fuente: Ajenjo (2007) y Belmonte (2013)

Elaborado por: Fabiana Muñoz

1.1.5 COMPONENTES

Un plan de negocios comprende varios aspectos de un proyecto y según DURON GARCIA, (2014) sus principales componentes son:

- **Análisis e investigación de mercados.** - recopilación y análisis de información, de la empresa y su mercado, dándonos información para la toma de decisiones en el campo del marketing.
- **Recursos humanos.** - funcionarios de la empresa, capital humano que brinda productividad.
- **Análisis FODA.** - herramienta de análisis aplicada a la empresa para la toma de decisiones en un tiempo determinado.

- **Estudios de la competencia.** - análisis de la competencia, cuántos son, quienes son y que ofrecen.
- **Factores críticos de éxito.** - son clave para el crecimiento de una empresa si están bien ejecutados, o llevan al fracaso de esta.
- **Plan de marketing.** - es la herramienta básica para que la empresa sea competitiva.
- **Tecnología de producción.** - Tecnologías que controlan los procesos industriales de la empresa.
- **Recursos e inversiones.** - forma de como solventar la empresa, sea capital propio o de terceros.
- **Factibilidad técnica, económica y financiera.** - evaluación del negocio para definir ponerlo en marcha, como cuidarlo y mantenerlo funcionando.

1.2 IMPLEMENTAR

1.2.1 DEFINICIÓN

Para definir lo que significa implementar argumentamos según REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2016) “Poner en funcionamiento o aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo”.

Implementar es ejecutar un plan para satisfacer necesidades de todas las personas que requieren un producto o servicio que servirá para satisfacer nuestras necesidades y las de los que nos rodean.

1.3 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Según FLOREZ URIBE, (2015) “La oportunidad debe coincidir con los gustos, deseos y necesidades del mercado. Es estar en el lugar y momento indicado para poderla aprovechar”.

De acuerdo con FLOREZ URIBE, (2015) una oportunidad de negocio se debe identificar y valorar ya que esta es la clave para que los proyectos tengan éxito.

Las oportunidades de negocio están en nuestro diario vivir, debemos analizarlas y desarrollar las ideas para el aprovechamiento de las mismas.

1.4 IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA

Según FLOREZ URIBE, (2015) “La idea sirve para satisfacer una necesidad mediante la creación de un bien o prestación de un servicio, aprovechando la carencia existente en un segmento del mercado”.

La idea del negocio debe surgir de la necesidad de los futuros clientes y así atraer al consumo de lo que vayamos a ofertar.

1.5 RESIDENCIA UNIVERSITARIA

1.5.1 ORIGEN

Según RESIDENCIA DE ESTUDIANTES, (2016) la primera residencia se fundó en 1910 en España, convirtiéndose en el primer centro cultural para desarrollar diferentes actividades de intercambio científico para complemento de las actividades que se desarrollan a diario en el ámbito de estudios.

Una residencia de estudiantes es indispensable para el desarrollo de las actividades que una persona necesita para poder desenvolverse de mejor manera cuando se inicia una etapa importante en la vida y así alcanzar todos los objetivos propuestos.

1.5.2 DEFINICIÓN RESIDENCIA

Como da a conocer DEFINICION ABC, (2016) una residencia es aquella que se aplica en las construcciones arquitectónicas para ser habitadas y las personas puedan residir en las mismas, siendo sinónimo de casa, vivienda, etc.

La residencia es el lugar físico donde la persona habita y convive con diferentes personas en las que puede compartir ideas, costumbres y así mismo aprender para afrontar el diario vivir.

1.5.3 CARACTERÍSTICAS DE UNA RESIDENCIA

- Comodidad
- Confort
- Espacios amplios
- Buena ubicación
- Lugar acogedor
- Libertad medida

1.5.4 BENEFICIOS

Los habitantes de la Residencia podrán tener comodidad y buena atención, brindándoles un lugar para que se sientan como en casa y de esta manera puedan desarrollar sus habilidades intelectuales en mejora de los propósitos a alcanzar durante su vida universitaria.

Se ofrece un lugar seguro, cómodo y estable en el que se desarrolle todas las actividades necesarias, pero con cautela y seguridad. Habitantes y padres satisfechos de la tranquilidad, del buen trato y la comodidad que se ofrece.

Estudiantes enfocados en sus propósitos por la serenidad en la que van a permanecer en lo largo de su vida universitaria.

1.5.5 TIPOS DE RESIDENCIA

En los diferentes países y en el nuestro mismo se ha dividido a las residencias de maneras particulares, para nuestro estudio hemos tomado en cuenta lo que manifiesta The College Board, (2016) Indica que existen diferentes tipos de Residencia para conveniencia de las partes involucradas.

- Residencias del mismo sexo.
- Residencias libres de químicos y sustancias.
- Residencias de interés especial o temático.

Es importante la clasificación, pero también se debe tomar en cuenta otros factores según el ambiente, lugar y personas con las que se desarrolle el proyecto siempre prefiriendo al cliente para su satisfacción plena.

1.5.5.1 RESIDENCIAS DEL MISMO SEXO

Residencias dedicadas a hombres y mujeres, pero sin involucrar a los dos en un mismo hábitat brinda seguridad a los padres que guardan apariencias y que desean lugares aún más seguros.

1.5.5.2 RESIDENCIAS LIBRES DE QUÍMICOS Y SUSTANCIAS

Residencias en las que está prohibida la tenencia y el uso de cualquier tipo de sustancia que afecte el bienestar de los que están habitando, generando malestar e irrespetando reglas expuestas en el momento del contrato.

1.5.5.3 RESIDENCIAS DE INTERÉS ESPECIAL O TEMÁTICA

Residencias dedicadas a atender a personas que les interesa temas específicos poniendo como ejemplo:

- ❖ Personas que gustan de la cocina.
- ❖ Personas practicantes de diferentes tipos de deporte.
- ❖ Personas dedicadas a estudios específicos como: matemáticas, literatura, etc.

1.6 CONTEXTUALIZACIÓN

1.6.1 CIUDAD DE RIOBAMBA

Riobamba “La Ciudad Bonita” capital de la provincia de Chimborazo está situada en el centro del país, por su división geográfica tiene 5 parroquias urbanas y 11 parroquias rurales que hacen de la misma una urbe grande que cuenta con grandes edificaciones, culturas y tradiciones que la hacen inigualable y a la ciudad que uno siempre quiere regresar.

Riobamba cuna de grandes nobles se ha convertido en “La Ciudad De Las Primicias” por contar con diferentes edificaciones y acontecimientos que la hicieron merecedora de este nombre, privilegiada a su alrededor con grandes colosos entre los más importantes “EL CHIMBORAZO” que se ha convertido en el más alto del mundo desde el centro de

la tierra según el Instituto Geográfico Militar Y El Instituto Francés de Investigación para El Desarrollo.

“La Sultana de los Andes” ofrece a propios y extraños una diversidad gastronómica, lugares turísticos, artesanías y pese al clima frío, el calor humano y el recibimiento que ofrecen los riobambeños hacen a la urbe importante en el momento de elegir conocer lugares.

1.6.2 UNIVERSIDADES DE RIOBAMBA

Según la Asamblea Nacional en el año 2011 se decretó a Riobamba como “**Ciudad Politécnica, Universitaria y Tecnológica del Ecuador**” ya que cuenta con varias universidades de renombre nacional.

Siendo significativas dos conocidas y acreditadas universidades del Ecuador como es la “Escuela Superior Politécnica De Chimborazo” (Espoch) Y La “Universidad Nacional De Chimborazo” (Unach).

Cada una cuenta con un amplio campus que ofrece a estudiantes de todo el país una amplia oferta académica, además espacios para desarrollar las actividades, materiales suficientes y toda la predisposición en brindar la ayuda que el estudiante necesita desde el primer momento que fueron aceptados hasta lograr la feliz culminación y con éxitos de su vida profesional ofertando grandes y valiosos profesionales para desempeñar de una forma correcta en el ámbito que hayan estudiado.

A estos centros de estudios llegan estudiantes de las cuatro regiones y por lo tanto es una ciudad diversa, de fácil acogida y predisposición de ayuda mutua.

1.6.3 OTRAS RESIDENCIAS

En la ciudad de Riobamba existen casas en venta o alquiler, departamentos o cuartos que se han adaptado en las casas familiares para que puedan ser utilizados ya que la demanda es grande.

En la urbe existe variedad de hoteles, hostales que pueden servir de primera acogida para los estudiantes o personas en general que se acerquen a empezar su vida universitaria en los centros de estudios.

1.7 ESTUDIO DE MERCADO

1.7.1 DEFINICIÓN

Como dice VARGAS BELMONTE, (2013) es un proceso que busca obtener información de las partes involucradas que intervienen en el mercado en el que se desarrolla o se va a desarrollar el proyecto, para su interpretación y tener conclusiones de relevancia al momento de la toma de decisiones.

ALCARAZ RODRIGUEZ , (2011) Da a conocer “El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos o servicios”.

La mejor manera de buscar llegar al cliente siendo específicos y claros en lo que se quiere, planificando cada una de las estrategias para alcanzar buenos resultados.

1.7.2 CARACTERÍSTICAS ESTUDIO DE MERCADO

CHAIN & CHAIN, (2008) Expresa que su principal característica es determinar la oferta, la demanda y los costos que se pueden prever a futuro.

De acuerdo con ALCARAZ RODRIGUEZ, (2011) su característica es conocer al cliente de forma directa que opina de un nuevo producto o servicio y con qué frecuencia lo podría usar para la buena toma de decisiones.

Se trata de comprender al mercado para luego satisfacer detallando todos sus aspectos sean estos cuantitativos o cualitativos.

1.7.3 MARKETING MIX

1.7.3.1 DEFINICIÓN

El marketing mix engloba lo referente al precio, producto, plaza y promoción de manera que los cuatro aspectos se combinen y den como resultado una formula especial y específica de cada producto para convertirse en competitivo dentro del mercado objetivo.

Teniendo en cuenta a KOTLER & ARMSTRONG, (2008) es un conjunto de herramientas que se utiliza para satisfacer las necesidades de todos los clientes y así poder crear una relación idónea para una mejor aceptación del producto o servicio que se está posicionando.

Se trata de una combinación única donde se involucra el producto, precio, plaza y promoción que se dan para llegar a un mercado meta y posicionarse establemente, influyendo en la demanda de lo que se oferta.

1.7.3.2 VARIABLES

1.7.3.2.1 PRODUCTO

Como plantean SILVA, GONZALEZ, MARTINEZ, OLIVEROS, & ESPARRAGOZA, (2015) “Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta”.

VARGAS BELMONTE,(2013) Argumenta que el producto es todo lo que un profesional o empresario oferta a sus clientes para la satisfacción plena de necesidades, refiriéndose no solo a lo físico

Como resultado conocemos que el producto son bienes o servicios que se ofertan para el gusto y bienestar de las personas.

1.7.3.2.2 PRECIO

KOTLER & ARMSTRONG, (2008) Considera “El precio es la cantidad de dinero que tendrán que pagar los clientes para obtener el producto”.

Empleando las palabras de VARGAS BELMONTE, (2013) la curva de demanda indica la cantidad demandada para cada precio. La cantidad demandada y el precio tienen una relación inversa.

Los precios se los debe ajustar a la competencia actual, si se tiene precios altos la demanda baja o viceversa. El precio que se dé a cada producto o servicio es de mucha influencia en los ingresos del negocio.

Con un buen precio nuestro producto o servicio penetra de manera más rápida en el mercado para lograr mantenerse.

1.7.3.2.3 PLAZA

En la opinión de SILVA, GONZALEZ, MARTINEZ, OLIVEROS, & ESPARRAGOZA, (2015) “La plaza incluye las actividades de la compañía que hacen que el producto este a la disposición de los consumidores meta”:

De acuerdo con KOTLER & ARMSTRONG, (2008) la plaza o lugar son todas las actividades que hace una empresa para que el producto sea accesible y este siempre disponible para sus clientes.

La plaza brinda la oportunidad de una mejor cobertura y localización de cada producto siempre brindado seguridad y confort a los clientes más exigentes.

1.7.3.2.4 PROMOCIÓN

Manifiestan KOTLER & ARMSTRONG, (2008) “La promoción hace referencia a las actividades que comunican las ventajas del producto y que persuaden a los clientes objetivo para que lo compren”.

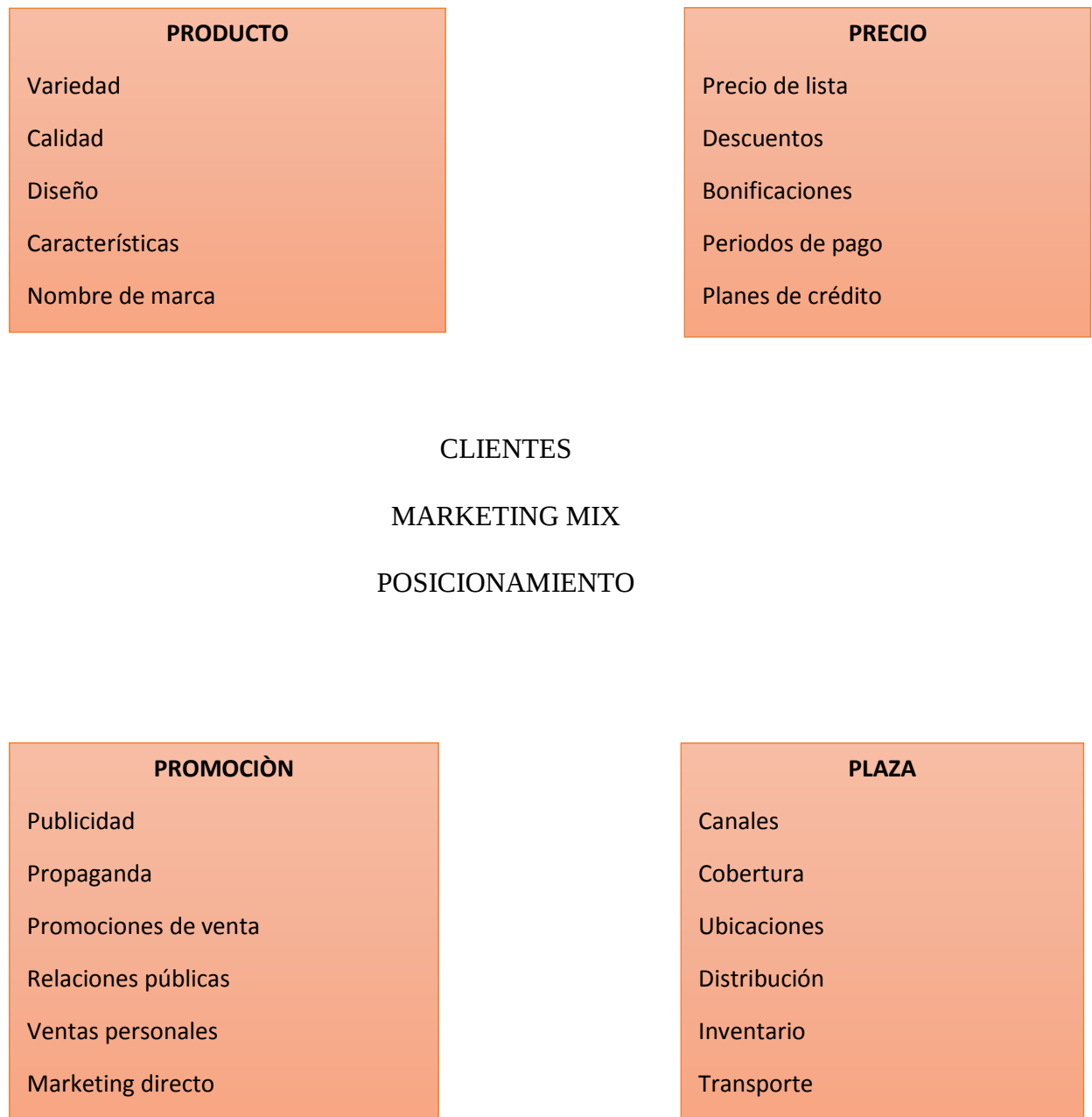
Con base en VARGAS BELMONTE, (2013) la promoción es todo tipo de publicidad que dé a conocer el producto, las ventas personales, promociones, las relaciones publicas, los convenios y sobre todo el merchandising.

La empresa debe destinar una cierta cantidad de dinero para poder dar a conocer su producto o servicio, logrando informar sobre el mismo y estimulando al producto para

que lo adquiera, se lo compre y se lo consuma para no perder el poder adquisitivo de las personas.

INTERACCIÓN DE LAS VARIABLES DEL MARKETING MIX

Figura 1: Variables del marketing mix



Fuente: VARGAS BELMONTE (2013)

Elaborado por: Fabiana Muñoz

1.7.4 OFERTA

De acuerdo con KOTLER & ARMSTRONG, (2008) “Una combinación de productos, servicios, información o experiencia ofrecida a un mercado para satisfacer una necesidad o deseo”.

Es todo lo que la gente ofrece y pone a la venta para compensar las necesidades y a bajos precios es mejor.

1.7.5 DEMANDA

Según KOTLER & ARMSTRONG, (2008) “deseos humanos respaldados por un poder adquisitivo”.

Es todo lo que las personas compran o adquieren.

1.8 ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO

1.8.1 DEFINICIÓN

URBINA, (2013) Expresa “Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”.

De acuerdo con CHAIN & CHAIN, (2008) un estudio técnico es el que realiza el análisis de la viabilidad del proyecto a ejecutarse y de esta manera se cuantifica la inversión y los costos de operación del área.

El estudio técnico busca aplicar métodos, procedimientos y tecnologías actuales para dar una solución óptima más rápida y eficiente, definiendo la opción de producción más eficiente para la debida optimización de recursos.

1.8.2 CARACTERÍSTICAS

Según CHAIN & CHAIN, (2008) dentro de las principales características tenemos:

- Definir la función de producción para ahorrar recursos.
- Brinda información de las necesidades de recursos para la ejecución del proyecto.
- Determina los requerimientos de equipos en el proyecto.

1.8.3 FACTORES AMBIENTALES

Como CHAIN & CHAIN, (2008) la aplicación de factores ambientales se basa en las normas ISO 14000 que en la actualidad se deben aplicar para la mejora continua de productos y servicios que se vayan a implementar.

1.9 ESTUDIO ECONÓMICO

1.9.1 DEFINICIÓN

Según CHAIN & CHAIN, (2008) el estudio económico es la última etapa de análisis para la ejecución del proyecto, donde con toda la información que le antecede se evalúa el proyecto y se busca su verdadera rentabilidad.

1.9.2 CARACTERÍSTICAS

Adquiere información de todas las etapas para prever datos futuros al momento de implementar el proyecto.

1.10 ESTUDIO FINANCIERO

1.10.1 DEFINICIÓN

De acuerdo con VARGAS BELMONTE, (2013) un estudio financiero presenta las posibilidades de financiación que sean necesarias para la ejecución del proyecto.

1.10.2 CARACTERÍSTICAS

Elige las mejores fuentes de financiamiento para obtener mayor rentabilidad y que así se logre ejecutar el proyecto.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANTECEDENTES

Riobamba como urbe de las primicias, se proyecta al futuro como una ciudad llena de privilegios, según el INEC (2010) cuenta con una población de 458.581 habitantes, de los cuales 50 000 personas cursan estudios superiores.

Riobamba alberga miles y miles de jóvenes ecuatorianos que, desde el centro del país, apuestan a la educación con pertenencia, calidad y reconocimiento social.

Los estudiantes al acabar su carrera buscan contribuir a la consolidación de un Ecuador productivo, positivo, competitivo, responsable y con profunda convicción de servicio, principios que distinguen a este cantón como Ciudad Politécnica Universitaria y Tecnológica del país.

La Universidad Politécnica de Chimborazo, fue ubicada por el CEAACES (2017) como la segunda mejor en la Categoría “A” y de sus 20 000 estudiantes, el 67% proviene de las diferentes provincias del Ecuador.

Su reconocimiento oficial ha traspasado las barreras patrias, llegando inclusive a ganar premios internacionales que permiten que cada año reciba a más estudiantes de todo el país.

Riobamba también es la sede de la Universidad Nacional de Chimborazo, ubicada entre las preferidas del país. Según la UNACH (2017) cuenta con 15 000 estudiantes que se educan en cuatro facultades y 32 carreras, cumpliendo los más altos estándares de calidad requeridos para este fin.

El Municipio de Riobamba en el año 2015 ha resuelto promulgar la ordenanza que declara a Riobamba como “Ciudad Politécnica, Universitaria y Tecnológica del Ecuador”.

La municipalidad de Riobamba manifiesta que cada vez están en mejores condiciones de recibir a turistas y estudiantes ecuatorianos, por lo que hoy se presta para ser un lugar de desarrollo educativo a nivel superior.

Todos los estudiantes de las diferentes regiones se merecen una educación y un ambiente que se preste para la mejora de cada persona y por ende la mejora del país.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio de mercado con el apoyo de técnicas de investigación para lograr determinar la necesidad existente en la Ciudad de Riobamba de implementar una residencia de estudiantes.

2.2.2 Objetivos específicos

- Analizar el servicio de residencia brindado a los estudiantes universitarios residentes en la ciudad de Riobamba.
- Identificar aspectos demográficos de la población universitaria residente en la Ciudad de Riobamba
- Determinar el tipo de estructura administrativa alcanzada por los centros proveedores de residencia para estudiantes universitarios de la Ciudad de Riobamba

- Identificar las estrategias de comercialización aplicadas por los centros proveedores de servicio de residencia para los estudiantes universitarios residentes en la Ciudad de Riobamba.

2.3 Variables diagnósticas

- Oferta
- Aspectos demográficos
- Estructura administrativa
- Comercialización

2.4 Indicadores

- Variable 1: Servicio de residencia

Indicadores:

Seguridad Habitacional y personal
Condiciones físicas de las Habitaciones
Costos de la Habitación
Competencia

- Variable 2: Aspectos demográficos

Indicadores:

Universidad en la que estudia
Lugar de Procedencia

- Variable 3: Estructura Administrativa

Indicadores:

Políticas y Normas de control Interno
Formas de Administración
Organización

- Variable 4: Comercialización

Indicadores:

Tipos y Características de los servicios de residencia

Precio del servicio de Residencia

Publicidad aplicada por los proveedores

Tipo de Clientes

2.5 Matriz Relación

Tabla 2 Matriz de relación

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACION	TECNICAS
Analizar el servicio de residencia brindado a los estudiantes universitarios residentes en la ciudad de Riobamba	Oferta	Seguridad habitacional y personal Condiciones físicas de las habitaciones Costos de la habitación Competencia	Estudiantes universitarios Estudiantes universitarios Estudiantes universitarios Comisaria de Inquilinato	Encuesta Encuesta Encuesta Entrevista
Identificar aspectos demográficos de la población universitaria residente en la Ciudad de Riobamba	Aspectos demográficos	Universidad en la que estudia Lugar de Procedencia	Estudiantes universitarios Estudiantes universitarios	Encuesta Encuesta
Determinar el tipo de estructura administrativa alcanzada por los centros proveedores de residencia para estudiantes universitarios de la Ciudad de Riobamba	Estructura administrativa	Políticas y Normas de control Interno Formas de Administración Organización	Propietarios de casas renteras Propietarios de casas renteras Propietarios de casas renteras	Entrevista Entrevista Entrevista

Identificar las estrategias de comercialización aplicadas por los centros proveedores de servicio de residencia para los estudiantes universitarios residentes en la Ciudad de Riobamba.	Comercialización	Tipos y Características de los servicios de residencia	Propietarios de casas renteras	Entrevista
		Precio del servicio de Residencia	Propietarios de casas renteras	Entrevista
		Publicidad aplicada por los proveedores	Propietarios de casas renteras	Entrevista
		Tipo de Clientes	Propietarios de casas renteras	Entrevista

Elaborado por: Fabiana Muñoz.

2.6 Estudio de Campo

2.6.1 Población

2.6.1.1 Oferta

En concordancia con la Comisaría de Inquilinato del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba en el año 2018, en la ciudad existen alrededor de 60 inmuebles inscritos para arrendamiento de personas en general, pero cerca de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo existen 15 inmuebles al cierre del mes de abril del año 2018. Las casas pertenecen a personas que no habitan en las mismas y que han diseñado algo que se acople al bienestar de los estudiantes de las diferentes Provincias.

Existen 5 casas que tienen un administrador que habita en la misma, que ofrecen un servicio similar al de una residencia, pero que no solo son habitadas por estudiantes, hay personas solas o recién casados, pero en poca cantidad, no sobrepasan los 3 por casa. El resto de los inmuebles sus dueños no viven en la ciudad. Por lo que se llega a considerar como población a las 5 casas renteras de alrededor de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que tienen Administrador.

2.6.1.2 Demanda

La demanda ha sido establecida en base al número de estudiantes que ingresan al curso de nivelación de la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo (ESPOCH) que ascienden a 4778 de los cuales el 60% son provenientes de otras Ciudades según la Unidad de Admisión y Nivelación (UAN) al cierre del mes de abril del año 2018 de la universidad antes mencionada.

Se elige solo a los estudiantes de esta Universidad por la cercanía del terreno donde se va a construir ya que no queda a más de 3 cuadras de esta, apartándose de las otras Universidades de nuestra ciudad con una distancia de 15 minutos en carro propio, 25 minutos en transporte público y una hora caminando.

2.6.2 Determinación de la Muestra

La muestra estará conformada por 2867 estudiantes que no pertenecen a la Ciudad de Riobamba a los que queremos brindar nuestro servicio de residencia.

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

Dónde:

N= Total de la Población

Z_a= nivel de confianza

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

e= error

$$n = \frac{2867 * 1,96^2 * 0,95 * 0,05}{0,05^2 * (2867 - 1) + 1,96^2 * 0,95 * 0,05}$$

n= 339 encuestas

2.6.3 Instrumentos de la investigación

2.6.3.1 Encuesta

La encuesta está dirigida a los estudiantes matriculados en la unidad de admisión y nivelación (UAN) de la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo (ESPOCH) dándonos una muestra de 339 encuestas, las cuales se realizan la segunda semana del mes de mayo del lunes 7 al viernes 11 del año 2018 sin ningún inconveniente.

2.6.3.2 Entrevista

La entrevista se realiza a 5 Administradores de las casas renteras que habitan en la ciudad y que llegan a brindar un servicio muy similar al que ofrecemos, las entrevistas se realizan con normalidad los viernes 11 y sábado 12 de mayo del año 2018, sin ninguna novedad coordinando las horas respectivamente.

2.7 Tabulación y resultados de la información

2.7.1 Encuestas a estudiantes matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación.

Luego de realizar las respectivas encuestas, procedo a la interpretación de los resultados obtenidos.

PREGUNTA 1

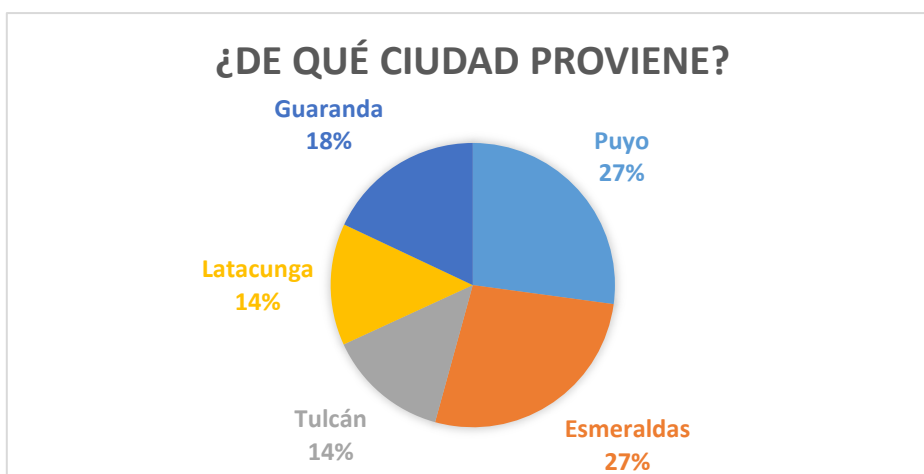
Tabla 3 ¿De qué ciudad proviene?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puyo	92	27%
Esmeraldas	92	27%
Tulcán	47	14%
Latacunga	47	14%
Guaranda	61	18%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 2 ¿De qué ciudad proviene?



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los estudiantes encuestados, se puede ver que más del 50% provienen de la Ciudad del Puyo y Esmeraldas esto lo ratifica el Vicerrector de la ESPOCH en su informe anual de actividades. En la Ciudad existe un Barrio denominado “Esmeraldeño” según Diario LA PRENSA. Guaranda es otra Ciudad que aparece en nuestra encuesta ya que por su cercanía tenemos a muchos estudiantes de esta urbe. Tulcán y Latacunga cierran nuestra encuesta con porcentajes bajos pero significativos que hacen que nuestra ciudad acoja a personas de las diferentes regiones.

PREGUNTA 2

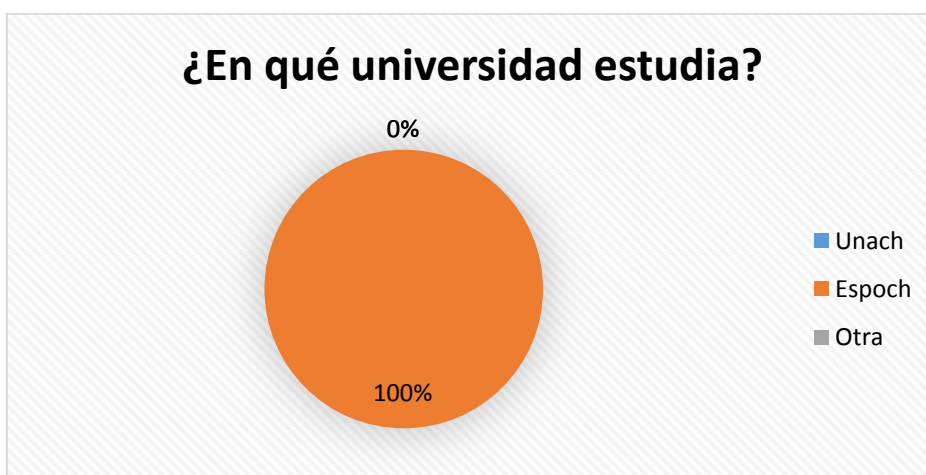
Tabla 4 ¿En qué universidad estudia?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Unach	0	0%
Espoch	339	100%
Otra	0	0%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 3 ¿En qué universidad estudia?



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los estudiantes son de la ESPOCH por la cercanía con la que se encuentra el servicio que se va a brindar, las demás han sido descartadas ya que queremos brindar los mejores servicios y al encontrarnos distantes no lo podemos hacer. La primera entrada a la Universidad está a no más de 450 metros.

PREGUNTA 3

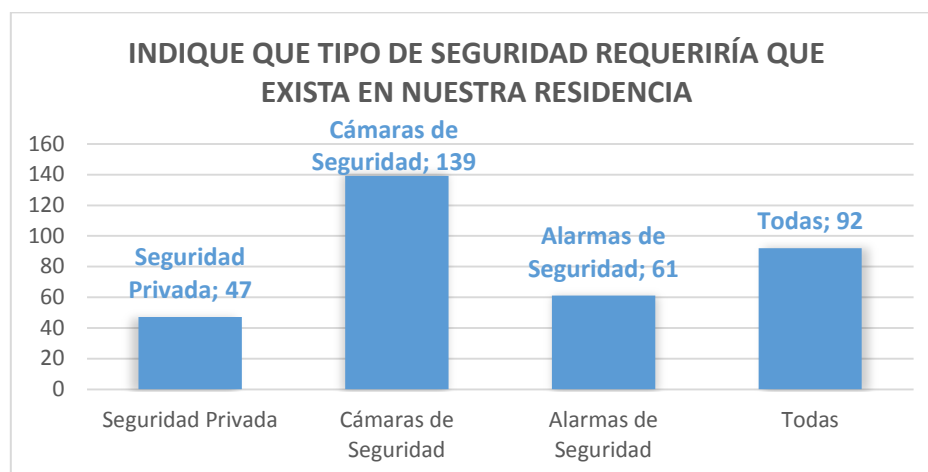
Tabla 5 Indique que tipo de seguridad requeriría que exista en nuestra residencia

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad Privada	47	14%
Cámaras de Seguridad	139	41%
Alarmas de Seguridad	61	18%
Todas	92	27
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 4 Indique que tipo de seguridad requeriría que exista en nuestra residencia



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De nuestros encuestados 139 estudiantes han manifestado que lo más seguro y lo que mejor vendría en nuestra residencia son las cámaras de seguridad que estarán en toda la residencia, pasillos, puertas principales. Logrando brindar un ambiente seguro en el cual realice sus actividades y puedan terminar su carrera. Se considera de manera muy mínima que personas privadas cuiden las pertenencias de nuestros futuros clientes.

PREGUNTA 4

Tabla 6 ¿Le gustaría una habitación amoblada?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	247	73%
No	92	27%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 5 ¿Le gustaría una habitación amoblada?



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La idea de amoblar la habitación es para que los futuros clientes vengan a un lugar ya establecido que no necesiten hacer gastos mayores en el traslado de sus pertenencias, se tiene la mejor aceptación ya que el 73% de los mismos está de acuerdo en tener un espacio ya cubierto. Haciéndoles más fácil la llegada a nuestra Ciudad.

PREGUNTA 5

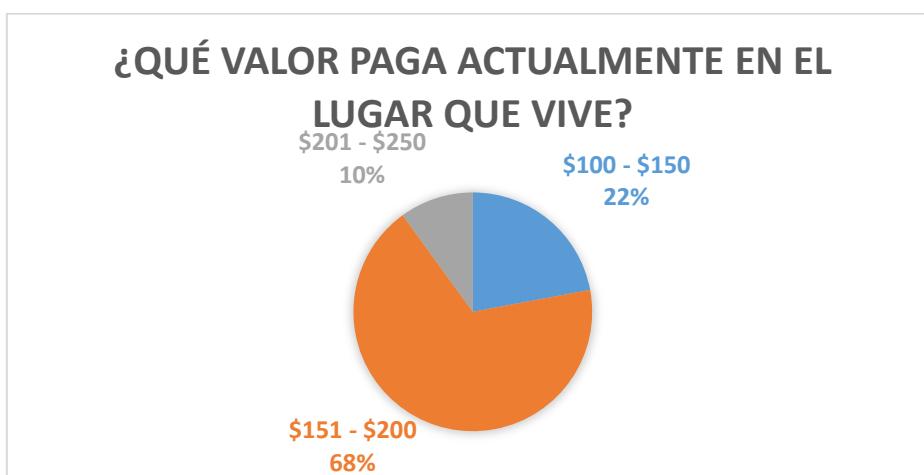
Tabla 7 ¿Qué valor paga actualmente en el lugar que vive?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$100 - \$150	75	22%
\$151 - \$200	231	68%
\$201 - \$250	34	10%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 6 ¿Qué valor paga actualmente en el lugar que vive?



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 68% de los estudiantes encuestados pagan un valor entre el rango de \$151 a \$200 estipulado en las encuestas, con habitaciones confortables pero no aptas para los mismos.

El 22% de estudiantes arriendan una pequeña habitación por la cual cancelan un valor en el rango de \$100 a \$150.

Apenas el 10% de estudiantes viven en un mini departamento que cuenta con todos los servicios por el cual cancelan un valor en el rango de \$201 a \$250.

PREGUNTA 6

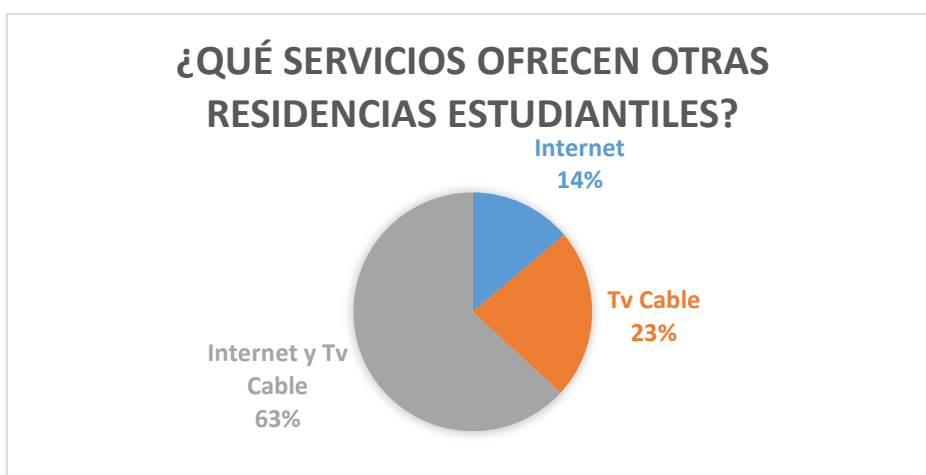
Tabla 8 ¿Qué servicios ofrecen otras residencias estudiantiles?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	47	14%
Tv Cable	78	23%
Internet y Tv Cable	214	63%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 7 ¿Qué servicios ofrecen otras residencias estudiantiles?



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los estudiantes encuestados no están de acuerdo con los servicios actuales que reciben en los lugares en que viven, ya que como lo demuestra los resultados apenas el 63% tiene Internet Y Tv Cable no más, esto no cubre todas las necesidades que llegan a tener y por eso les gustaría que exista un lugar específico para mejorar sus necesidades.

PREGUNTA 7

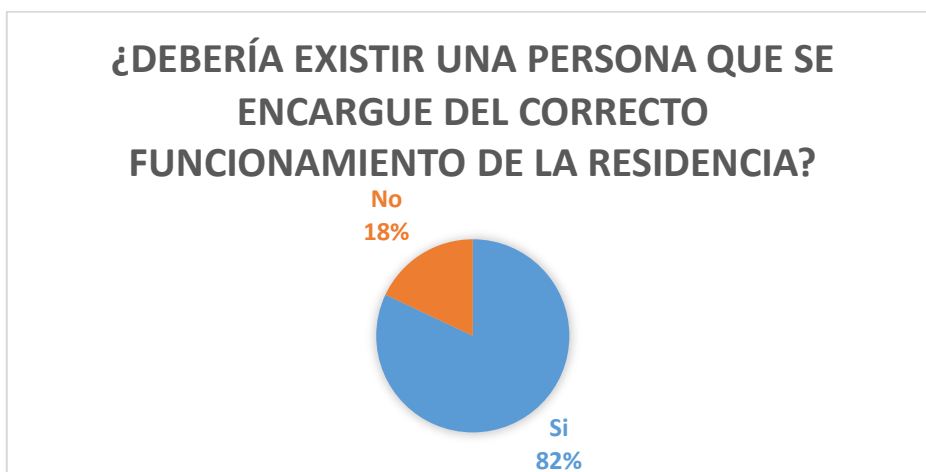
Tabla 9 ¿Debería existir una persona que se encargue del correcto funcionamiento de la Residencia?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	278	82%
No	61	18%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 8 ¿Debería existir una persona que se encargue del correcto funcionamiento de la Residencia?



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es necesario que dentro de una residencia exista una persona que administre, cuide y ayude a las personas que habitan en la misma, así lo demuestra los resultados con un 82% a favor de nuestra pregunta. Un administrador es quien de la mejor manera busca cubrir necesidades de personas a las cuales se debe. Cuidando sus pertenencias, resolviendo necesidades, inquietudes, que ayuden a llevar una mejor convivencia.

PREGUNTA 8

Tabla 10 ¿El administrador debería vivir en la residencia?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	231	68%
No	108	32%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 9 ¿El administrador debería vivir en la residencia?



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un administrador que habite en el mismo lugar de la residencia es muy recomendable ya que es el responsable del manejo y cuidado de los bienes y personas que habitan en el mismo con el fin de que se precautele el bienestar de los mismos. Los estudiantes encuestados están de acuerdo con un 68% de que esta persona habite ahí por cualquier inquietud y novedad.

PREGUNTA 9

Tabla 11 Estaría usted dispuesto a cumplir con normas establecidas en la residencia como el horario de entrada, el no ingreso de personas ajenas a la misma, entre otras.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	139	41%
No	200	59%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 10 Estaría usted dispuesto a cumplir con normas establecidas en la residencia como el horario de entrada, el no ingreso de personas ajenas a la misma, entre otras.



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación.

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los estudiantes encuestados no están de acuerdo con que se establezca horarios, ya que algunos tienen clases hasta la noche y luego de eso no acuden rápidamente a la casa y si lo hacen pueden estar acompañados para trabajos grupales o alguna actividad a realizar que sea de urgencia, pero están dispuestos a que sus actos no sean irrespetuosos con los demás.

PREGUNTA 10

Tabla 12 Le gustaría vivir en una residencia

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo de Hombres	0	0%
Solo de Mujeres	78	23%
Mixta	261	77%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 11 Le gustaría vivir en una residencia



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación.

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los estudiantes encuestados afirman que sería de gran ventaja vivir en una residencia Mixta ya que se necesita complementar y hacer amistad con personas de diferentes culturas y tradiciones, muy pocos estudiantes en su mayoría mujeres dijeron que les gustaría vivir en una residencia solo de mujeres ya que tienen otras costumbres, sus padres no les dejarán si existen hombres entre otros factores y su diario vivir solo lo han hecho así.

PREGUNTA 11

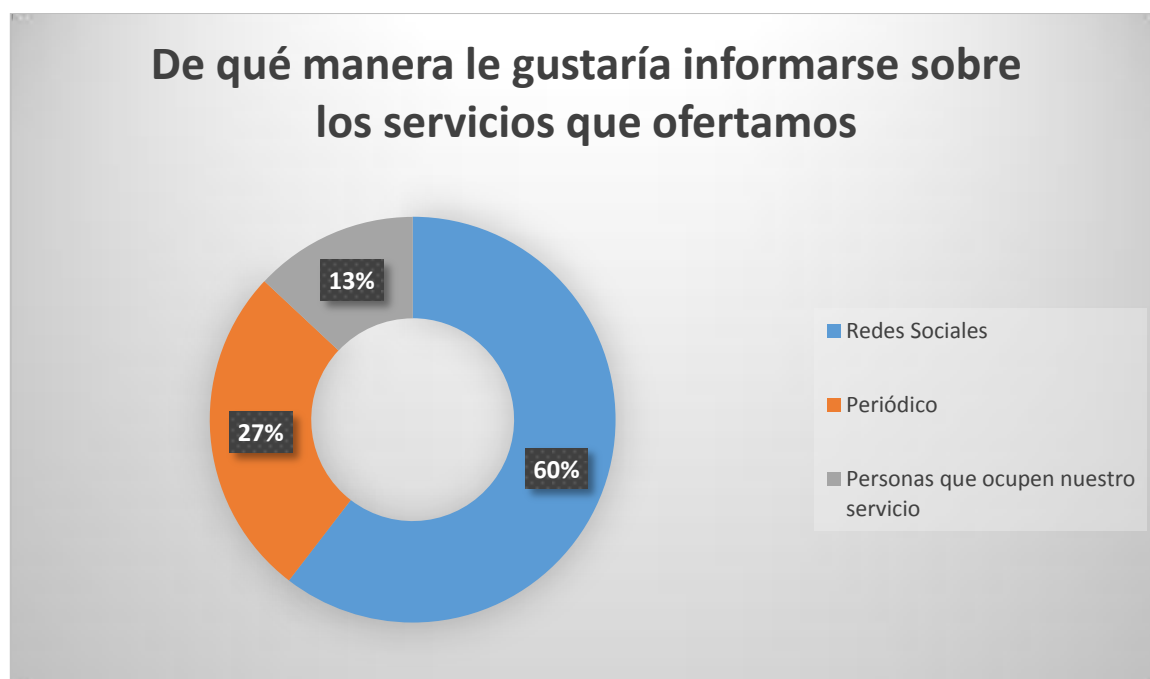
Tabla 13 De qué manera le gustaría informarse sobre los servicios que ofertamos

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	139	41%
Periódico	61	18%
Personas que ocupen nuestro servicio	139	41%
TOTAL	339	100%

Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Figura 12 De qué manera le gustaría informarse sobre los servicios que ofertamos



Fuente: Estudiantes Matriculados en la Unidad de Admisión y Nivelación.

Elaborado por: Fabiana Muñoz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los estudiantes nos han respondido que les gustaría informarse por medio de redes sociales que todos manejamos y de igual manera por las personas que viven ahí, de esa manera sabrán el servicio que ofrecemos, como es el trato y como tratamos de cumplir con las necesidades de las personas que vienen de otras Provincias a estudiar. Muy pocos nos contestaron que hagamos una publicidad en el periódico ya que no acostumbran a leer, pero a veces es necesario.

2.7.2 Entrevistas a los dueños o encargados de las casas renteras que ofrecen un servicio similar.

2.7.2.1 Entrevista a la Señora Marcela Chávez.

1.- ¿Hace cuánto tiempo brinda usted el servicio de renta de habitaciones para estudiantes?

Hace más o menos 6 años.

2.- ¿La habitación a rentar es amoblada?

No

3.- ¿Qué servicios incluye en la renta de habitaciones?

Incluye agua potable, luz eléctrica e internet.

4.- ¿Qué precio tiene la renta de sus habitaciones?

\$120.

5.- ¿Cómo es la fijación del precio?

Fije los precios de mis habitaciones basándome en lo que piden los vecinos y rebajando un poco.

6.- ¿Cuál fue el monto inicial de su inversión?

Invertí unos \$30000

7.- ¿Cuál es la administración que ejecutan en el servicio de renta de habitaciones?

Soy la persona que se encarga de cuidar y ver que nada les falte con respecto a los servicios básicos y si es que necesitan algo y se les puede ayudar lo hago.

8.- ¿A través de qué medios da a conocer sus servicios de renta de habitaciones?

Poniendo carteles de renta de habitaciones estudiantiles.

9.- ¿Existe un control de horario en el ingreso de sus arrendatarios?

No es independiente.

10.- ¿Acepta a cualquier tipo de arrendatario?

Si

11.- ¿Existe algún valor en garantía por daños futuros?

Pedimos dos meses de garantía.

2.7.2.2 Entrevista al Señor Néstor Llangari

1.- ¿Hace cuánto tiempo brinda usted el servicio de renta de habitaciones para estudiantes?

Rento hace 10 años minidepartamentos para personas solas, estudiantes y recién casados.

2.- ¿La habitación a rentar es amoblada?

No

3.- ¿Qué servicios incluye en la renta de habitaciones?

Ninguno todo es independiente, cada minidepartamento tiene medidores propios.

4.- ¿Qué precio tiene la renta de sus habitaciones?

Cuestan \$120

5.- ¿Cómo es la fijación del precio?

Según lo que pidan los vecinos.

6.- ¿Cuál fue el monto inicial de su inversión?

Invertí \$20000.

7.- ¿Cuál es la administración que ejecutan en el servicio de renta de habitaciones?

Ninguna es independiente con que me paguen el arriendo.

8.- ¿A través de qué medios da a conocer sus servicios de renta de habitaciones?

Mis hijos publican en internet y volantes.

9.- ¿Existe un control de horario en el ingreso de sus arrendatarios?

No

10.- ¿Acepta a cualquier tipo de arrendatario?

Si, menos con niños o mascotas.

11.- ¿Existe algún valor en garantía por daños futuros?

Un mes de garantía

2.7.2.3 Entrevista a la Señora Rosa Bastidas

1.- ¿Hace cuánto tiempo brinda usted el servicio de renta de habitaciones para estudiantes?

Recién unos 3 años

2.- ¿La habitación a rentar es amoblada?

No

3.- ¿Qué servicios incluye en la renta de habitaciones?

Los servicios básicos

4.- ¿Qué precio tiene la renta de sus habitaciones?

\$150

5.- ¿Cómo es la fijación del precio?

Fijándome en lo que piden por alrededor

6.- ¿Cuál fue el monto inicial de su inversión?

Adecue mi casa con unos \$15000

7.- ¿Cuál es la administración que ejecutan en el servicio de renta de habitaciones?

Cuando necesitan algo yo estoy al pendiente.

8.- ¿A través de qué medios da a conocer sus servicios de renta de habitaciones?

Volantes

9.- ¿Existe un control de horario en el ingreso de sus arrendatarios?

No

10.- ¿Acepta a cualquier tipo de arrendatario?

Si

11.- ¿Existe algún valor en garantía por daños futuros?

\$200

2.7.2.4 Entrevista a la Señora Lucrecia Pomatoca

1.- ¿Hace cuánto tiempo brinda usted el servicio de renta de habitaciones para estudiantes?

Hace unos 12 años

2.- ¿La habitación a rentar es amoblada?

No

3.- ¿Qué servicios incluye en la renta de habitaciones?

Los servicios básicos

4.- ¿Qué precio tiene la renta de sus habitaciones?

\$100

5.- ¿Cómo es la fijación del precio?

Viendo más o menos cuánto pagan porque estamos un poco metidos.

6.- ¿Cuál fue el monto inicial de su inversión?

\$25000

7.- ¿Cuál es la administración que ejecutan en el servicio de renta de habitaciones?

Ninguna con que no hagan escándalos.

8.- ¿A través de qué medios da a conocer sus servicios de renta de habitaciones?

Volantes pegados en los postes cerca de la Poli.

9.- ¿Existe un control de horario en el ingreso de sus arrendatarios?

No

10.- ¿Acepta a cualquier tipo de arrendatario?

Si

11.- ¿Existe algún valor en garantía por daños futuros?

Un mes de arriendo.

2.7.2.5 Entrevista al Señor Cristopher Villareal

1.- ¿Hace cuánto tiempo brinda usted el servicio de renta de habitaciones para estudiantes?

Más de unos diez años

2.- ¿La habitación a rentar es amoblada?

Si

3.- ¿Qué servicios incluye en la renta de habitaciones?

Servicios básicos, internet y tv cable.

4.- ¿Qué precio tiene la renta de sus habitaciones?

\$200

5.- ¿Cómo es la fijación del precio?

Ese precio lo tengo ya unos 3 años subía de acuerdo con la inflación pero por la situación que esta difícil me mantengo.

6.- ¿Cuál fue el monto inicial de su inversión?

No me acuerdo, pero yo creo que unos \$45000 fue todo mi trabajo cuando regrese de España.

7.- ¿Cuál es la administración que ejecutan en el servicio de renta de habitaciones?

Yo soy el que cobro, arreglo cualquier daño y estoy al pendiente de los muchachos.

8.- ¿A través de qué medios da a conocer sus servicios de renta de habitaciones?

Tenemos una página de Facebook

9.- ¿Existe un control de horario en el ingreso de sus arrendatarios?

No

10.- ¿Acepta a cualquier tipo de arrendatario?

Si, ósea solo estudiantes.

11.- ¿Existe algún valor en garantía por daños futuros?

Claro que si un mes de garantía, aunque a veces se gasta más, pero de algo sirve.

2.8 Análisis de la Oferta

Al realizar la identificación de la competencia, se investigó a los posibles competidores que ofrezcan un servicio similar al que deseamos brindar, encontrando que no hay un lugar específico dedicado a estudiantes que cubran con todas las necesidades que estos al momento de llegar a otra Ciudad tienen.

Los administradores de las casas renteras brindan un servicio en general de arrendamiento, sin especificar normas o condiciones que sean adecuadas a un estudiante, no brindan servicios personalizados como el que se oferta ni cubren todas las necesidades de los clientes.

Se especifica un precio de arriendo que puede cubrir mejor las necesidades si optan por el servicio que se desea ofertar, los estudiantes tendrán cubiertas mejor las necesidades diarias.

Tabla 14 Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter

Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter	
Amenaza de nuevos competidores entrantes	El nuevo negocio de residencia de estudiantes, tiene el peligro de las casas que ofrecen servicios similares, pero sin una estructura adecuada que es nuestro principal elemento.
La amenaza de productos o servicios sustitutos	La ciudad de Riobamba tiene casas adecuadas para vivir o sino construcciones que no ofrecen todos los servicios necesarios para un estudiante.

El poder negociador de los compradores	El proyecto está adecuado a las exigencias económicas que posee el estudiante, se acomoda a lo que ellos prefieren y pueden solventar.
El poder negociador de los proveedores	El servicio de residencia de estudiantes se distingue del resto ya que posee nuevos y variados servicios que complementan el diario vivir de los estudiantes.
Rivalidad entre los competidores	La rivalidad existe y por medio de esta la rentabilidad empresarial está en peligro, pero se brinda un servicio nuevo, innovador que generará entusiasmo y gran aceptación. Cada día involucrándonos en la mejora continua
Elaborado por: Fabiana Muñoz	

2.9 Análisis de la Demanda

La demanda encontrada al momento se la define como insatisfecha, el 73% de estudiantes encuestados desearían vivir en una residencia que les preste servicios adecuados y cubran necesidades, debido a que la posible competencia que tendríamos no brinda todos los servicios para el apoyo a un estudiante, tienen una infraestructura que se acomoda a lo que un estudiante necesita, pero no es la adecuada, los estudiantes toman estas habitaciones sin un total beneficio ya que no existe otra manera de quedarse a estudiar en la Ciudad de Riobamba.

2.10 Análisis FODA

Tabla 15 Matriz FODA

FORTALEZAS • Agradable y cercano lugar. • Personal capacitado y apropiado. • Servicios exclusivos. • Calidad y confort de habitaciones. • Condiciones habitacionales nuevas.	OPORTUNIDADES • Alta demanda de servicio • Poca oferta • Excelencia académica ESPOCH
DEBILIDADES • Empresa nueva y en crecimiento. • Atraso en cancelación de arriendo. • No poseer habitaciones disponibles.	AMENAZAS • Competencia fuerte • Baja de precios • Lugares habitacionales ya establecidos.

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Tabla 16: Cruces FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	• Personal capacitado de forma continúa. • Comodidad del servicio ayudando a obtener resultados académicos importantes. • Ofrecer la mejor asistencia en las necesidades que tiene el arrendatario.	• Establecer una estrategia fuerte de propaganda. • Servicio agregado y gratis a los primeros clientes.
AMENAZAS	• Incrementación de nuevos y diferentes servicios. • Servicios mejorados al mismo precio.	• Constante investigación de la competencia. • Incremento de más habitaciones

Elaborado por: Fabiana Muñoz

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1 Localización

3.1.1 Macro Localización

PAIS	ECUADOR
REGION	SIERRA
PROVINCIA	CHIMBORAZO
CIUDAD	RIOBAMBA

Mapa Ciudad de Riobamba



Figura 13 Mapa Ciudad de Riobamba

Fuente: Departamento Técnico GADM RIOBAMBA

La Ciudad de Riobamba está conformada por 5 parroquias urbanas y 11 parroquias rurales, en las siguientes figuras se encuentra su división administrativa con datos poblacionales.

Parroquias de la Ciudad de Riobamba

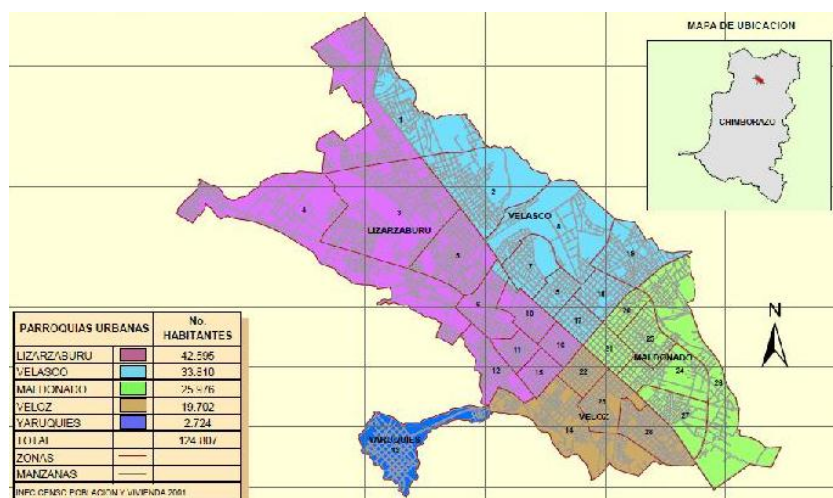


Figura 14 Parroquias de la Ciudad de Riobamba

Fuente: Departamento Técnico GADM RIOBAMBA

3.1.2. Micro Localización

Mapa del Lugar asignado



Figura 15 Mapa del Lugar asignado

Fuente: Google maps (2018)

En la figura se encuentra el lugar seleccionado, este ha sido asignado porque es propio y se encuentra en la Avenida Canónigo Ramos y Teófilo Sáenz, Barrio Sesquicentenario. Cuenta con todos los servicios básicos, de acceso rápido por las vías principales de la Ciudad de Riobamba y sobre todo a unos 250 metros de la entrada lateral derecha de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH).

3.2. Constitución de la empresa

3.2.1. Nombre

Residencia de Estudiantes “COMO EN CASA”

3.2.2. Razón social

COMO EN CASA, no será legalmente constituida ya que será un lugar donde se prestara servicios de arrendamiento de habitaciones como persona natural, con derechos y obligaciones en el pago de tributos al estado mediante el ente regulador el Servicio de Rentas Internas (SRI).

3.2.3. Eslogan

El eslogan resalta el objetivo del servicio de residencia de estudiantes, que motiva a los clientes a experimentar en un lugar nuevo y cómodo al momento de llegar a otra Ciudad.

“Alcanza tus sueños, este es tu hogar”

3.2.4. Logotipo



Figura 16: Logotipo empresarial

Elaborado por: Fabiana Muñoz

El logotipo propuesto busca llegar a las mentes de nuestros clientes, para que se sientan “como en casa” con colores que irradian paz y tranquilidad, envueltos en la naturaleza ya que contamos con espacios verdes para distracción de los mismos. Nuestro nombre resalta la tranquilidad con la que estarán al acceder a nuestro servicio y así cumplir los sueños de cada uno de los estudiantes.

3.3 Aspectos Administrativos

3.3.1 Misión

“COMO EN CASA” quiere afianzar su posición en el mercado y ser una motivación para la gente que quiera invertir en la Ciudad de Riobamba dando un lugar específico, cómodo y destinado únicamente para el bienestar de estudiantes, ofrecemos un servicio de calidad a nuestros clientes para que estos logren cumplir sus sueños, sus metas y no extrañen enormemente su hogar.

3.3.2 Visión

Ser en el 2023 la Residencia de Estudiantes líder en la Ciudad, transformando y mejorando el servicio con las nuevas tecnologías y necesidades de los estudiantes.

3.3.3 Valores corporativos

➤ Responsabilidad

Cumplir con las necesidades de los estudiantes para que se sientan satisfechos y nos recomienden a otros, mejorando día a día el servicio y alcanzando eficiencia.

➤ Calidad

Brindar el mejor servicio dentro de nuestro mercado, superándonos día a día y cumpliendo expectativas.

➤ Respeto

COMO EN CASA y los Clientes cumplirán con las normas preestablecidas para llevar una convivencia de paz.

➤ Confianza

La familia de nuestros estudiantes y los mismos tendrán la plena seguridad de recibir un servicio de calidad, cordialidad y seguridad de siempre regresar y recomendar nuestra Residencia.

3.3.4 Organigrama estructural

Es la representación administrativa de nuestra residencia, indicando el orden jerárquico que cada persona tiene dentro de nuestra empresa. El organigrama es el siguiente:



Figura 17 Organigrama “COMO EN CASA”

Elaborado por: Fabiana Muñoz

3.4 Perfil y manual de funciones

	“COMO EN CASA”
	Descripción técnica

MANUAL DE FUNCIONES

“COMO EN CASA”



MANUAL DE FUNCIONES						
	“COMO EN CASA”					
	Puesto:	ADMINISTRADOR	Página:	1	de	2
	Descripción técnica del puesto de Administrador					
Identificación						
Título del puesto: Administrador						
Descripción del puesto						
A su cargo se encuentra la administración de la empresa, cumplimiento de necesidades, control de las actividades para mejorar y alcanzar los objetivos propuestos de la empresa.						
Descripción específica del puesto						
Facultades						
• Dirigir la empresa. • Controlar la empresa. • Incrementar personal. • Cubrir necesidades. • Autorizar pagos						
a. Relación y Autoridad de Trabajo						
Es el mando superior, tiene obligaciones con toda la empresa, cumple y hace cumplir con las responsabilidades de la misma.						
b. Responsabilidad						
Es el responsable de la administración de la empresa y de alcanzar los objetivos de la misma.						

MANUAL DE FUNCIONES					
	“COMO EN CASA”				
	Puesto:	ADMINISTRADOR	Página:	2	De 2
	Descripción técnica del puesto de Administrador				
Requisitos • Administrador de Empresas, Contador o carreras afines. • Experiencia mínima de un año en puestos similares. Competencias • Administrar, Regular y Organizar • Toma de decisiones. • Solución de Problemas y Necesidades.					

MANUAL DE FUNCIONES						
	“COMO EN CASA”					
	Puesto:	CONTADOR	Página:	1	De	2
	Descripción técnica del puesto de Contador					
Identificación						
Título del puesto: Contador						
Descripción del puesto						
Persona que se encarga de administrar los valores, registra y controla la contabilidad, realiza pagos.						
Descripción específica del puesto						
a. Atribuciones						
• Control contable • Realizar pagos • Recaudación de valores						
b. Relación de Trabajo						
Debe emitir informes confiables al Administrador.						
c. Autoridad						
No tiene.						
d. Responsabilidad						
Llevar de forma responsable la contabilidad de la empresa y emitir informes.						

MANUAL DE FUNCIONES						
	“COMO EN CASA”					
	Puesto:	CONTADOR	Página:	2	de	2
	Descripción técnica del puesto de Contador					
Requisitos • Licenciado o Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. • Experiencia mínima de 6 meses en puestos similares. Competencias • Toma de decisiones contables • Honestidad • Información Clara						

MANUAL DE FUNCIONES						
	“COMO EN CASA”					
	Puesto:	GUARDIA DE SEGURIDAD	Página:	1	de	1
	Descripción técnica del puesto de Guardianía					
Identificación						
Título del puesto: Guardia de seguridad						
Descripción del puesto						
Brindar protección y seguridad a los clientes que tomaron nuestro servicio.						
Descripción específica del puesto						
a. Atribuciones						
Seguridad de clientes.						
b. Relación de Trabajo						
Presentar informes de seguridad al administrador.						
c. Autoridad						
No tiene.						
d. Responsabilidad						
Responsable de la seguridad de clientes.						

Requisitos

- Guardia de Seguridad Acreditado y con papeles en regla.
- Experiencia mínima de 6 meses en puestos similares.

Competencias

- Prestar ayuda y servicio de protección.

MANUAL DE FUNCIONES						
	“COMO EN CASA”					
	Puesto:	SERVICIOS DE LAVANDERIA Y LIMPIEZA	Página:	1	de	1
	Descripción técnica					
Identificación						
Título del puesto: Limpiadores						
Descripción del puesto						
Mantener limpia las habitaciones que lo requieran y los pasillos de la Residencia.						
Brindar el servicio de lavandería a los estudiantes que lo requieran.						
Descripción específica del puesto						
a. Atribuciones						
Limpieza de habitaciones cuando el cliente se lo permita.						
Lavado de ropa cuando el cliente lo requiera.						
b. Relación de Trabajo						
Presentar informes de limpieza de habitaciones diarios, y de lavandería los días correspondientes.						
c. Autoridad						
No tiene.						
d. Responsabilidad						
Responsable de los bienes al momento de la limpieza.						
Requisitos						
- Bachiller - Experiencia mínima de 6 meses en puestos similares.						
Competencias						
Mantener limpia la Residencia.						

3.5 Fases de operación

	RESIDENCIAL DE ESTUDIANTES “COMO EN CASA”
	Descripción técnica.

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMO EN CASA



MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS					
 como en casa	“COMO EN CASA”				
	Normas de Aplicación	Página:	1	De	1
	Descripción para la realización de actividades				
Este instrumento es de uso interno, contiene las normas y procedimientos que se deben aplicar para la venta del servicio de Residencia de estudiantes en la Ciudad de Riobamba. El propósito principal es que sirva de ayuda al momento de realizar una actividad administrativa dentro de la residencia, logrando la optimización de recursos. El manual debe permanecer en un lugar visible a cada una de las personas que se encuentren a cargo de alguna actividad en la Residencia para que se logre ejecutar cada proceso según lo establecido y así obtener los resultados deseados. Las normas y procedimientos del manual deben revisarse constantemente para realizar correcciones y actualizarlo según las nuevas necesidades. Objetivos: • Saber las normas y procedimientos de la residencia. • Brindar al personal las facilidades para que realicen sus actividades de mejor manera. • Impedir que personas ajenas a la administración tomen mando de las actividades que no les competen. • Optimizar tiempo y recursos en cada actividad.					

	“COMO EN CASA”.			
	Procedimientos de importancia	Página:	1	De 1
	Alquiler de Habitaciones estudiantiles			
Puesto	Paso	Acción	Tiempo	
Cliente	1	Visita habitaciones	10 minutos	
Administrador	2	Brinda información del servicio	10 minutos	
Administrador	3	Contratación del Servicio	5 minutos	
Contador	4	Recepción de información del cliente	10 minutos	
Contador	5	Emisión de Factura	5 minutos	
Administrador	6	Entrega de llaves	2 minutos	

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS.



“COMO EN CASA”

Simbología Flujo grama

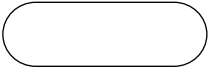
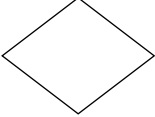
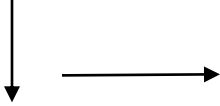
Página:

1

De

1

Descripción

Símbolo	Acción	Descripción
	Iniciador Terminador	Representa el inicio o fin de un diagrama de flujo.
	Operación	Realización de actividades de los procedimientos.
	Decisión	Posibilidad de elegir una alternativa.
	Líneas de Flujo	Representa el orden de la continuación de los procedimientos

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS.



“COMO EN CASA”

Alquiler de Habitación

Página:

1

De

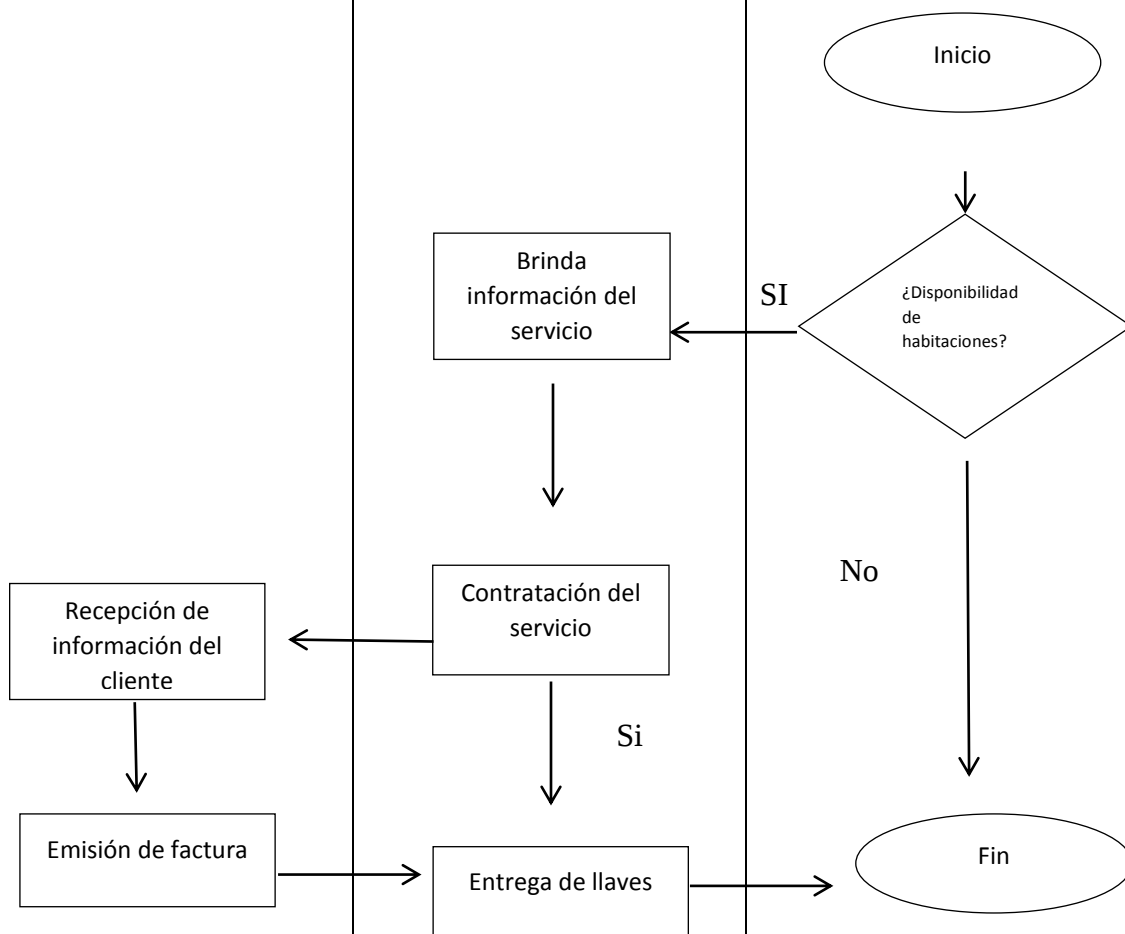
1

Como va a funcionar el proceso de alquiler de habitaciones

Contador

Administrador

Cliente



	“COMO EN CASA”.			
	Procedimientos de importancia	Página:	1	De 1
	Servicio de Lavandería			
Puesto	Paso	Acción	Tiempo	
Cliente	1	Solicitar un turno en lavandería	3 minutos	
Servicio de Lavandería	2	Recolección de ropa y conteo.	10 minutos	
Servicio de Lavandería	3	Emisión de recibo	5 minutos	
Servicio de Lavandería	4	Lavado y Secado	3 horas	
Cliente	5	Retiro de ropa y Pago de Servicio	10 minutos	

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS.



“COMO EN CASA”

Servicio de Lavandería

Página:

1

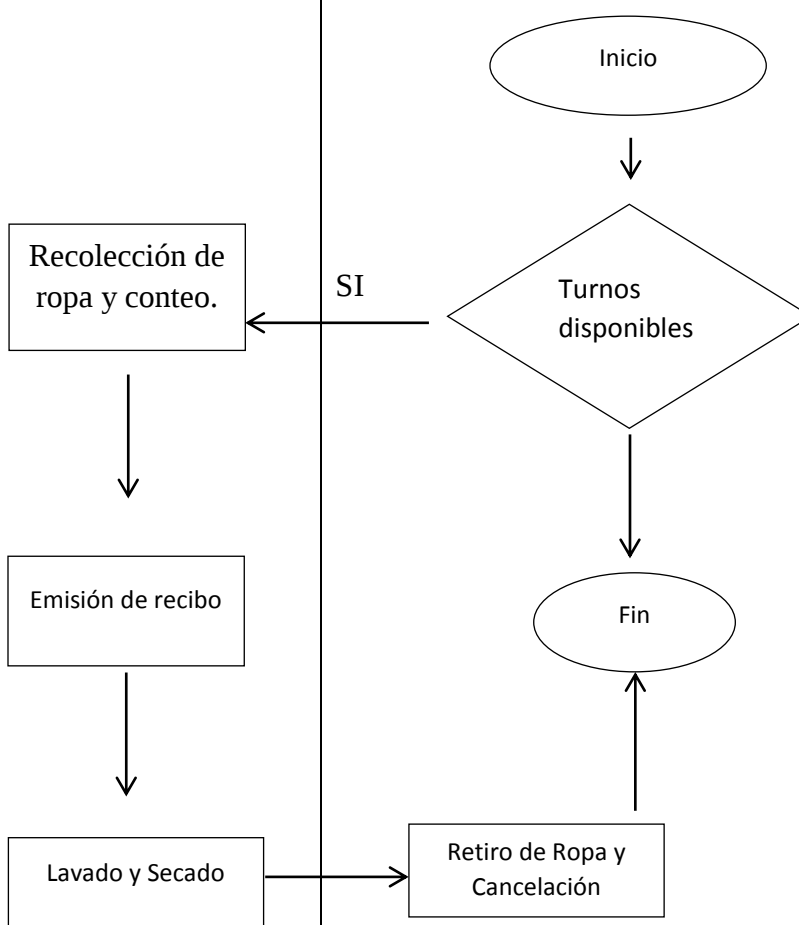
De

1

Como va a funcionar el Servicio de Lavandería

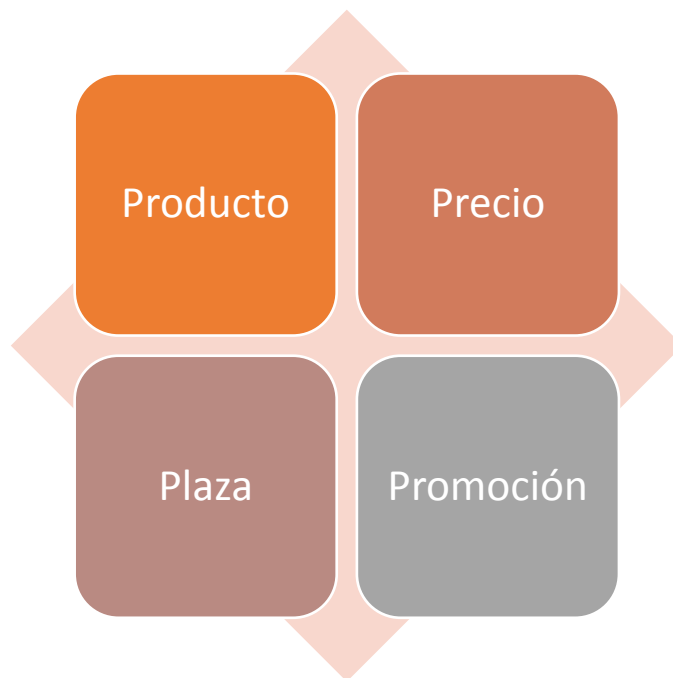
Servicio de Lavandería

Cliente



3.6 Marketing mix

Figura 18: Elementos Marketing Mix



Fuente: KOTLER Y ARMSTRONG (2008)

Elaborado por: Fabiana Muñoz

3.6.1 Producto o Servicio

El servicio que planea brindar la Residencia de Estudiantes “COMO EN CASA” es la parte fundamental del Marketing mix de la empresa, se enfoca en cubrir necesidades de los clientes y de esta manera lograr aceptación en el mercado donde iniciamos.

El servicio de Residencia de Estudiantes radica en cubrir las necesidades de personas que no son de la Ciudad y que por motivos de estudios vienen a la misma, se sientan en un lugar apropiado, cercano y seguro para poder continuar con sus estudios, busca que el estudiante no sienta en demasía extrañar a su hogar, su familia y sus costumbres.

El objetivo del servicio es que los estudiantes que empiecen en una carrera universitaria no se sientan truncados o afectados por el desconocimiento de la Ciudad y los lugares donde pueden hospedarse de forma permanente. Los padres de familia encontraran un lugar amplio, cómodo, de buen precio y confiable.

El servicio que ofrecerá “COMO EN CASA” es el de arrendamiento de una habitación que consta de todos los servicios básicos, internet, tv cable, servicio de limpieza y lavandería; Guardianía las 24 horas del día y todos los días. Posee áreas verdes y un supermercado que ayudará y facilitará la estadía y el diario vivir del estudiante.

3.6.2 Precio

El precio está basado en todos los servicios que vamos a ofrecer y en el ahorro para el estudiante y su familia, es acorde al nivel económico de los estudiantes, el precio es de \$160 al mes incluido todos los servicios que ofertamos, nuestro precio está adecuado a las encuestas que propusimos ya que el 68% pagaban en el rango de \$151 - \$200 pero no tenían todos los beneficios que la empresa “COMO EN CASA” ofrece.

3.6.2.1 Costo promedio del servicio

Tabla 17 Costo Variable Total

COSTO VARIABLE TOTAL (MENSUAL)	
Materiales de Aseo y Lavandería	\$ 184 ,00
Luz y Agua	\$ 30,00
Total	\$ 214,00

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Tabla 18 Costo Fijo Total

COSTO FIJO TOTAL (MENSUAL)	
Sueldos	\$ 1.750,00
Teléfono, Cable e Internet	\$ 60,00
Publicidad	\$ 120,00
Total	\$ 1.930,00

Elaborado por: Fabiana Muñoz

3.6.3 Plaza

La residencia de estudiantes “COMO EN CASA” brinda el servicio de alquiler de habitaciones para los estudiantes de otras ciudades que se matriculen en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, que deseen un lugar cercano, cómodo y a buen precio que cubre todas las necesidades que tendrá en su larga estadía.

3.6.4 Promoción

COMO EN CASA proporcionará información a sus clientes por medio de:

- Volantes fuera de la Universidad.
- Publicidad en periódicos locales
- Tarjetas de presentación.
- Página web
- Redes Sociales

Por medio de todos estos medios se llegará al cliente de forma rápida y eficaz, con nuestro eslogan y logotipo que harán tener una visibilidad agradable y con ganas de conocer el lugar.

Los volantes serán entregados específicamente a los estudiantes que ingresan en la Unidad de admisión y nivelación (UAN) de la escuela superior politécnica de Chimborazo (Espoch).

Tabla 19 Costos de Publicidad

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Afiches	250	\$ 0,10	\$ 25,00
Publicidad Periódico	1 mensual	\$ 20,00	\$ 20,00
Trípticos	250	\$ 0,10	\$ 25,00
Volantes	250	\$ 0,10	\$ 25,00
Tarjetas de Presentación	500	\$ 0,05	\$ 25,00
Total			\$ 120,00

Elaborado por: Fabiana Muñoz

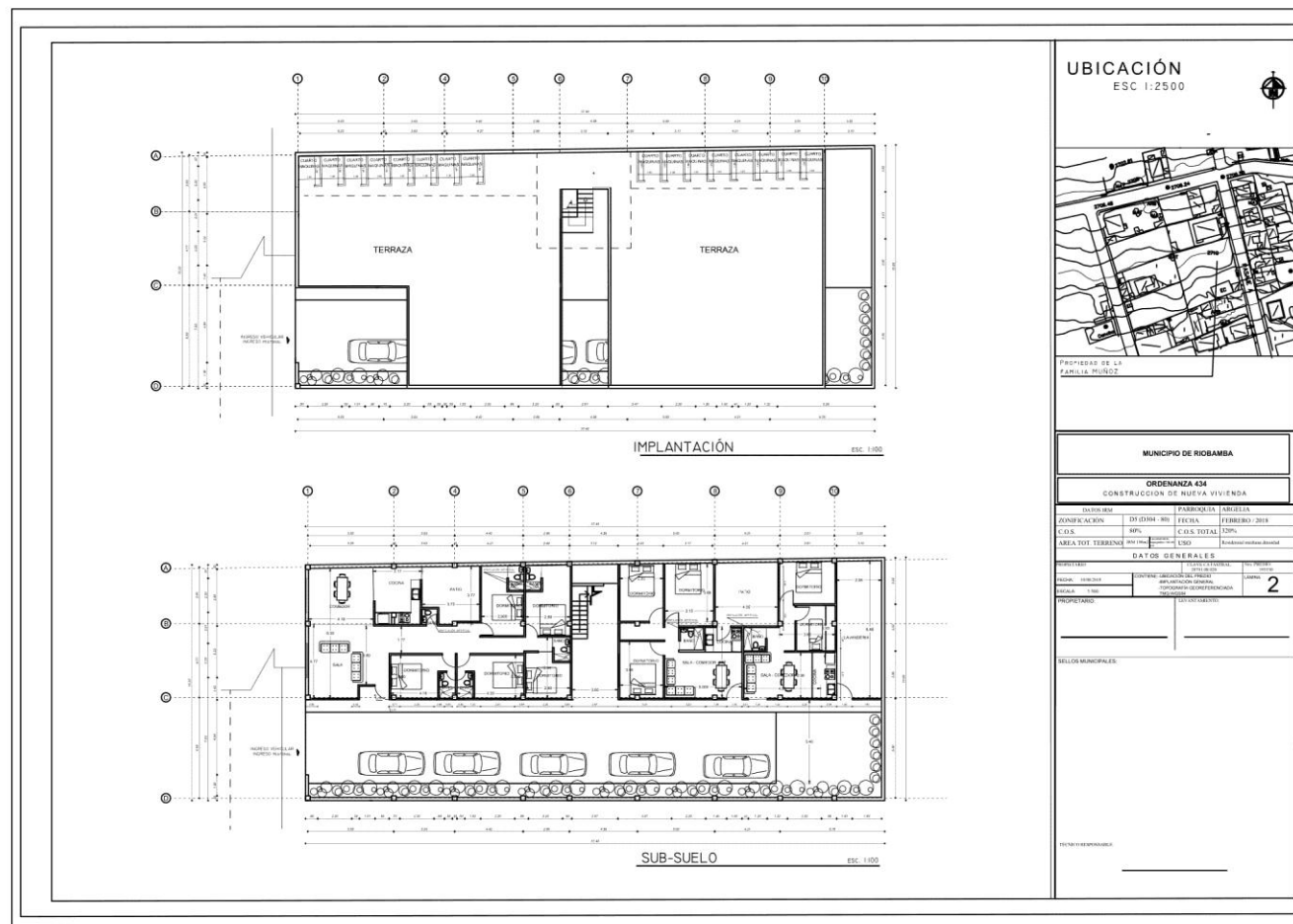
3.7 Infraestructura

La implementación del Plan de negocios para poner en marcha el proyecto, tendrá instalaciones adecuadas para un estudiante, la planta baja tendrá los espacios verdes, área de lavandería, Administración - Contador y Minimarket. Las siguientes plantas serán las habitaciones de estudiantes.

Se dará mayor realce y equipamiento al área de estudiantes, el resto tendrá una infraestructura moderada.

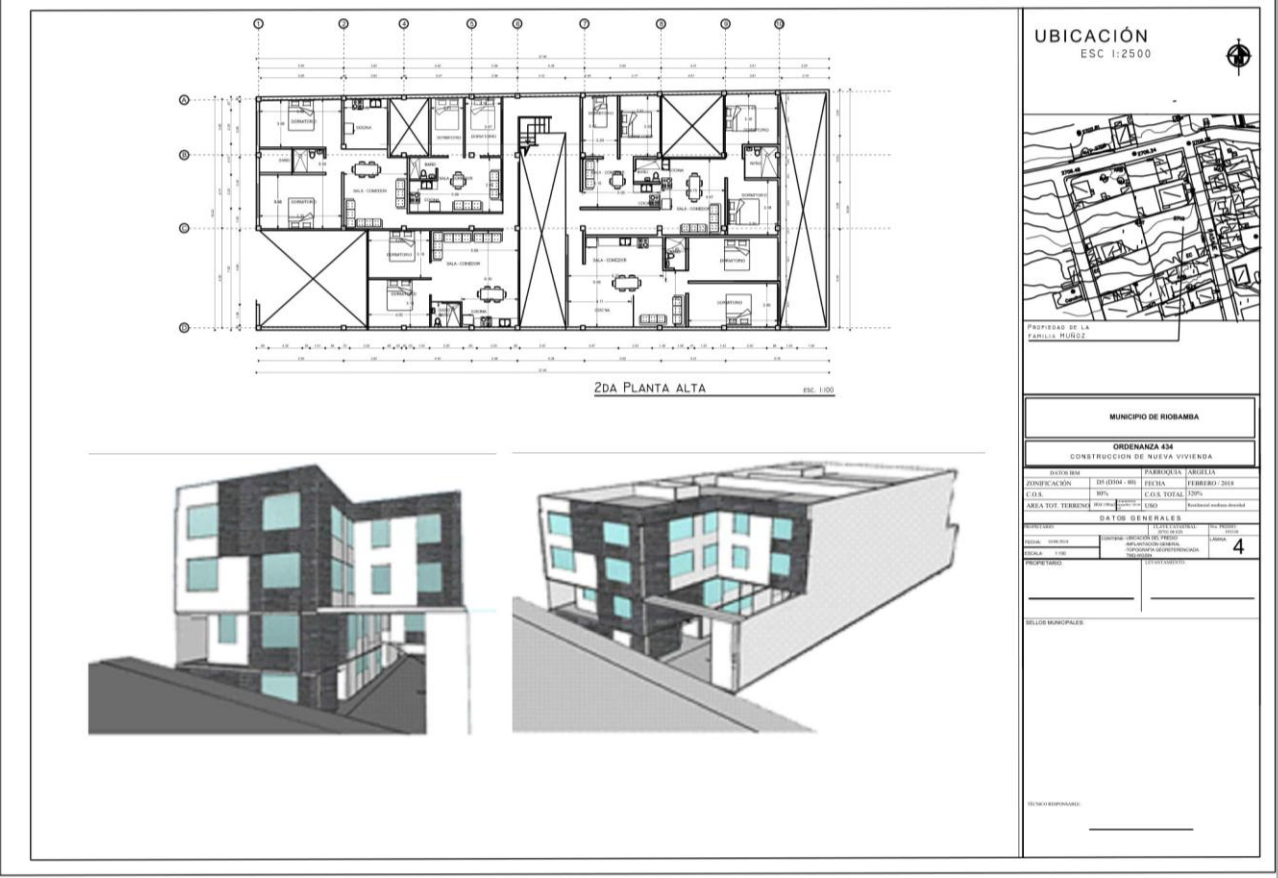
3.7.1 Planos residencia de estudiantes

Figura 19: Planos Residencia de estudiantes



3.7.2 Fachada residencia de estudiantes

Figura 20: Fachada Residencia de estudiantes



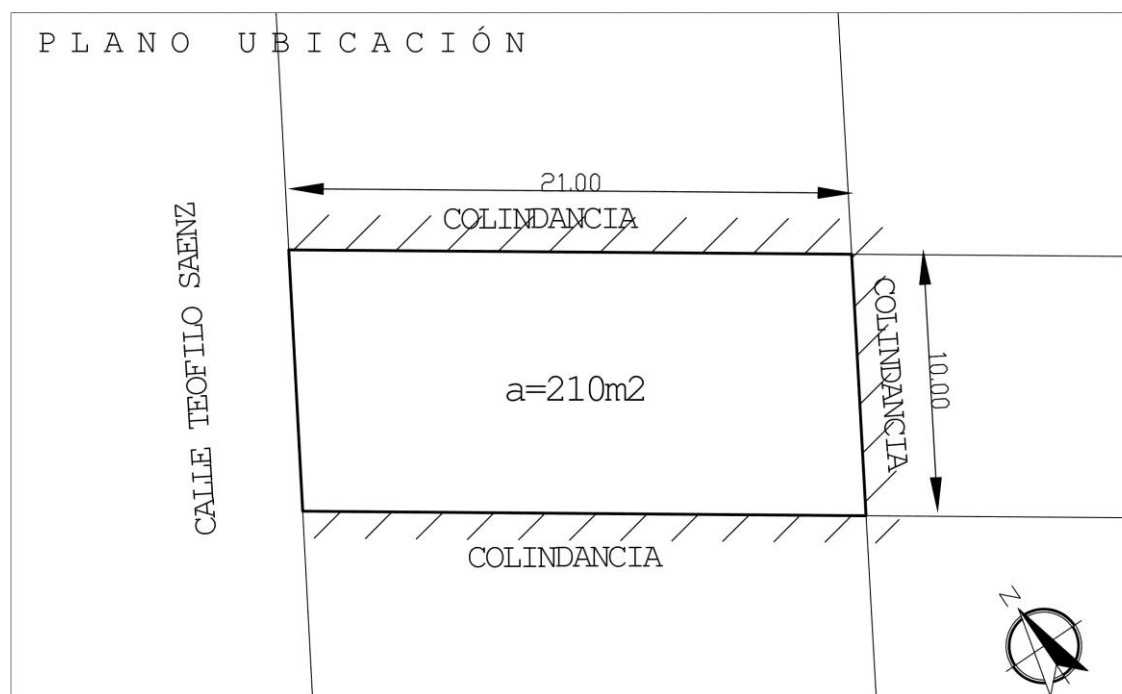
Elaborado por: Fabiana Muñoz

3.7.3 Requerimientos

3.7.3.1 Espacio Físico

El espacio físico es propio, se cuenta con un terreno de 210 m², de los cuales 170m² se usaran en la construcción, posee todos los servicios básicos, documentación reglamentaria en orden, impuestos al día y tres lados de cerramiento contruidos.

Figura 21: Espacio Físico



Elaborado por: Fabiana Muñoz

3.7.3.2 Mano de Obra

Sueldos		
CARGO	N.º	Valor Total
Administrador	1	\$ 250,00
Contador	1	\$ 250,00
Servicios de Lavandería y Limpieza	1	\$ 500,00
Servicios de Guardianía	1	\$ 750,00
Total	4	\$ 1750,00

Elaborado por: Fabiana Muñoz

3.7.3.3 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lavadora de 22kg WHIRPOOL	5	\$ 800,00	\$ 4.000,00
Total			\$ 4.000,00

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Fuente: Proformas

3.7.3.4 Materiales de limpieza

Materiales de limpieza			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escoba plástica Virutex	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Trapeador Vileda	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Recogedor plástico Virutex	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Balde plástico Duraplast	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Desinfectante Olimpia	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Ambiental Tips	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Detergente DEJA	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Cloro Galón	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Suavizante de Ropa SUAVITEL	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Total			\$ 184,00

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Fuente: Proformas

3.7.3.5 Requerimientos legales

“COMO EN CASA” iniciara sus actividades como persona natural, se debe obtener el registro único de contribuyentes (RUC), además necesitara los siguientes permisos:

Tabla 20 Proceso Legal

DOCUMENTO	ENTIDAD	TIEMPO DEMORA	VALOR
Registro Único De Contribuyentes RUC	SRI	1 Hora	\$ 3,00
Patente Municipal	Dirección Administrativa GAD Riobamba	2 Horas	\$ 38,50
Permiso De Bomberos	Cuerpo De Bomberos Riobamba	3 días laborables	\$ 5,50
Total		\$ 47,00	

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Fuente: GAD RIOBAMBA - SERVICIO AL CLIENTE – SRI

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 INVERSIONES

4.1.1 INVERSION FIJA

4.1.1.1 INVERSION FIJA AREA LAVANDERIA

Muebles y Enseres			
NOMBRE	CANTIDAD	Valor Unitario	Valor Total
Lavadora de 22kg WHIRPOOL	5	\$800	\$4000,00
Total			\$4000,00

Total, Inversión Fija Área Lavandería	\$4000,00
---------------------------------------	-----------

TOTAL, INVERSIÓN FIJA	\$ 4.000,00
-----------------------	-------------

4.1.2 INVERSION DIFERIDA

GASTOS PRE OPERACIONALES (FUNCIONAMIENTO)	
DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Registro Único de Contribuyentes	\$ 3,00
Patente Municipal	\$ 38,50
Permiso de Bomberos	\$ 5,50
TOTAL	\$ 47,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 4.497,00

4.1.3 INVERSION PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO

AVALUO TERRENO		
DESCRIPCIÓN	AREA	V. TOTAL
Terreno	210m2	\$ 45,000

4.1.4 CONSTRUCCION Y EQUIPAMIENTO

COTIZACIONES ADQUIRIDAS		
DESCRIPCIÓN	AREA DE CONSTRUCCIÓN	V. TOTAL
Sr. Eduardo Alcivar	510m2	\$ 55.000

4.1.5 INVERSION INICIAL

INVERSION FIJA	\$ 4.000,00
INVERSION DIFERIDA	\$ 47,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 100.000,00
TOTAL	\$ 104.047,00

	APOORTE PROPIO	APOORTE DE TERCEROS	TOTAL
INVERSION FIJA	\$ 4.000,00	\$ -	\$ 4.000,00
INVERSION DIFERIDA	\$ 47,00	\$ -	\$ 47,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 75.000,00	\$ 25.000,00	\$ 100.000,00
	\$ 79.047,00	\$ 25.000,00	\$ 104.047,00

4.2 COSTOS

4.2.1 COSTOS FIJOS

COSTO FIJO		
Sueldos	\$	1750,00
Teléfono, Cable e Internet	\$	60,00
Promoción	\$	120,00
TOTAL	\$	1.930,00

4.2.2 COSTO VARIABLE

COSTO VARIABLE TOTAL		
Materiales de Aseo y Lavandería	\$	50,00
Luz y Agua	\$	30,00
Total	\$	80,00

4.3 GASTOS

4.3.1 GASTOS FINANCIEROS

GASTOS FINANCIEROS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Intereses	\$ 161,46
TOTAL	\$ 161,46

4.4 RECURSOS HUMANOS

CARGO		SUELDO MENSUAL		TOTAL AÑO (incluye beneficios)
Administrador	Medio tiempo	\$	250,00	\$ 4.095,50
Contador	Medio tiempo	\$	250,00	\$ 4.095,50
Servicios de Lavandería		\$	500,00	\$ 7.805,00
Servicios de Guardianía		\$	750,00	\$ 11.514,50
TOTAL		\$	1750,00	\$ 27.510,50

BENEFICIOS SOCIALES	DECIMO III	DECIMO IV	VACACIONES	APORTE PATRONAL
Administrador	\$ 250,00	\$ 386,00	\$ 125,00	\$ 334,50
Contador	\$ 250,00	\$ 386,00	\$ 125,00	\$ 334,50
Servicios de Lavandería	\$ 500,00	\$ 386,00	\$ 250,00	\$ 669,00
Servicios de Guardianía	\$ 750,00	\$ 386,00	\$ 375,00	\$ 1.003,50
TOTAL	\$ 1.750,00	\$ 1.544,00	\$ 875,00	\$ 2.341,50

4.5 DEPRECIACIÓN

ARTICULO	% DEPRECIACIÓN	VALOR DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Lavadoras de 22kg	10%	\$ 4.000,00	\$ 400,00	\$ 33,33

TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 400,00
TOTAL DEPRECIACIÓN MENSUAL	\$ 33,33

4.6 BALANCE DE SITUACION INICIAL

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	\$ 100.000,00	Pasivos Corrientes	\$ 0,00
Caja Bancos	\$ 100.000,00	Pasivos a Largo Plazo	\$ 25.000,00
Activos Fijos	\$ 4.000,00	TOTAL PASIVOS	\$ 25.000,00
Muebles y Enseres	\$ 4.000,00		
Activos Diferidos	\$ 47,00		
Gastos de Constitución	\$ 47,00		
Otros Activos			
TOTAL ACTIVOS	104.047,00	TOTAL PAS + PAT	\$ 104.047,00

4.7 ESTADO DE RESULTADOS

INGRESOS	PRECIO	MES1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS													
DEMANDA		24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
SERVICIO DE LAVANDERIA	\$ 0,75	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
ARRIENDO MINIMARKET	\$ 150,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL INGRESOS 1	\$ 160,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00
TOTAL INGRESOS MENSUALES		\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00
COSTOS Y GASTOS													
COSTOS OPERACIONALES													
SUELDOS	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
BENEFICIOS SOCIALES Y APOORTE PATRONAL	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54	\$ 542,54
TOTAL COSTO OPERATIVO	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54	\$ 2.292,54
GASTOS													
LUZ y AGUA	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
TELÉFONO, CABLEE E INTERNET	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00

IMPUESTOS Y PERMISOS	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
DEPRECIACIONES	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33
IMPREVISTOS	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL GASTOS	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66	\$ 615,66

GASTOS FINANCIEROS												
INTERESES	\$ 161,46	\$ 158,77	\$ 156,08	\$ 153,39	\$ 150,69	\$ 148,00	\$ 145,31	\$ 142,62	\$ 139,93	\$ 137,24	\$ 134,55	\$ 131,86
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 161,46	\$ 158,77	\$ 156,08	\$ 153,39	\$ 150,69	\$ 148,00	\$ 145,31	\$ 142,62	\$ 139,93	\$ 137,24	\$ 134,55	\$ 131,86
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 1.010,34	\$ 1.013,03	\$ 1.015,72	\$ 1.018,41	\$ 1.021,10	\$ 1.023,79	\$ 1.026,48	\$ 1.029,18	\$ 1.031,87	\$ 1.034,56	\$ 1.037,25	\$ 1.039,94

4.8 FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas	-	\$ 48.960,00	\$ 49.152,00	\$ 52.224,00	\$ 52.416,00	\$ 52.608,00
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	-	\$ 48.960,00	\$ 49.152,00	\$ 52.224,00	\$ 52.416,00	\$ 52.608,00
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costo Operativo	-	\$ 27.510,50	\$ 27.899,00	\$ 28.294,69	\$ 28.697,69	\$ 29.108,16
Gastos	-	\$ 5.328,00	\$ 5.384,67	\$ 5.442,00	\$ 5.499,98	\$ 5.558,63
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	-	\$ 22.182,50	\$ 22.514,33	\$ 22.852,69	\$ 23.197,72	\$ 23.549,53
C. Flujo Operacional (A-B)	\$ -	\$ 26.777,50	\$ 26.637,67	\$ 29.371,31	\$ 29.218,28	\$ 29.058,47
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a Largo Plazo	\$ 25.000,00	-	-	-	-	-
Aporte de Capital	\$ 79.047,00					
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 104.047,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Interés Crédito Largo Plazo	\$ -	\$ 1.759,90	\$ 1.372,40	\$ 1.049,48	\$ 565,10	\$ 177,60
Pago de Crédito Largo Plazo	\$ -	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Construcción edificación	\$ 40.000,00	15.000,00				
Muebles y Enseres	\$ 4.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arreglos edificación			5000	5000	5000	5000

Gastos Preoperacionales	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
25% IMPUESTO RENTA		\$ 3.590,40	\$ 3.623,98	\$ 4.359,46	\$ 4.413,31	\$ 4.440,90
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 44.100,00	\$ 25.350,30	\$ 14.996,38	\$ 15.408,94	\$ 14.978,41	\$ 14.618,51
F. Flujo no Operacional (D-E)	\$ 59.947,00	-\$ 25.350,30	-\$ 14.996,38	-\$ 15.408,94	-\$ 14.978,41	-\$ 14.618,51
G. Flujo Neto Generado (C+F)	\$ 59.947,00	\$ 1.427,20	\$ 11.641,29	\$ 13.962,37	\$ 14.239,87	\$ 14.439,96
H. Saldo Inicial de Caja	\$ -	\$ 59.947,00	\$ 58.519,80	\$ 46.878,50	\$ 32.916,13	\$ 18.676,26
I. Saldo Final de Caja	\$ 59.947,00	\$ 58.519,80	\$ 46.878,50	\$ 32.916,13	\$ 18.676,26	\$ 4.236,30

4.9 COSTO DE OPORTUNIDAD

Costo de capital promedio ponderado			
Tasa activa	7,75%		
Tasa pasiva	8,50%		
Inflación	1,15%		
Fuente de capital	Ponderación (1)	Costo (2)	Costo ponderado (3) = (1) x (2)
Aporte propio	76,00%	8,50%	6,46%
+ Financiamiento	24,00%	7,75%	1,86%
= Totales	100,00%		8,32%
+ Inflación			1,15%
= WACC			9,47%
El Costo de capital promedio ponderado es de 9,47 %			

4.10 TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL NETO

INVERSION

INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$	\$	\$	\$	\$	\$
(104.047,00)	58.519,80	46.878,50	32.916,13	18.676,26	4.236,30

TIR= 24%

VAN \$ 26.783,59

La rentabilidad que tendrá el dinero que está inmerso en este proyecto está representado por el 24%, es decir los \$104.047,00 de inversión en valores actuales está representado por una ganancia representativa.

El valor actual neto de \$26.783,59 representa la ganancia que el proyecto generara en comparación a la utilización de otras opciones de inversión, al ser un valor positivo representa una buena elección para la inversión.

4.11 CONCLUSIONES

Las casas renteras que existen en la ciudad de Riobamba no abastecen la demanda ni las necesidades de los estudiantes que llegan a la ciudad para ejercer sus estudios de pregrado, las casas no tienen las adecuaciones pertinentes ni el espacio requerido para brindar comodidad y bienestar.

El lugar de la residencia estudiantil será en el Barrio Sesquicentenario de la ciudad de Riobamba, ya que se cuenta con la facilidad de factores como: espacio físico propio, vías de accesibilidad a las 4 puertas de la universidad, servicios básicos, transporte público accesible, cercanía al centro de la ciudad, entre otros.

Las personas que brindarán sus servicios son personas calificadas y con experiencia que hacen que la residencia se convierta en la primera y más adecuada para los estudiantes migrantes de otras ciudades del país, se cuenta con un administrador, un contador y una persona que brinda el servicio de limpieza y servicio de guardianía las 24 horas.

La inversión que se requiere es de \$104.047,00 dólares, el 24% se lo obtendrá mediante un crédito para construcción y el 76% es aporte propio de la familia de la autora.

4.12 RECOMENDACIONES

Iniciar e invertir en el proyecto de forma inmediata para que la ciudad de Riobamba cuente con un lugar seguro y estable para los migrantes estudiantiles.

El aumento de la demanda debe ser cubierto mediante la ampliación de la residencia de estudiantes, sea está en el mismo lugar o adquiriendo un nuevo espacio físico con las mismas características.

El personal debe estar en constante capacitación para brindar un mejor servicio, actualización y disponibilidad hacia el cliente.

Mejorar y cambiar constantemente, brindar nuevos servicios más personalizados y que cubran las futuras necesidades.

Bibliografía

- AJENJO, A. D. (2007). *DIRECCION Y GESTION DE PROYECTOS*. MEXICO: ALFAOMEGA GRUPO EDITOR.
- ALCARAZ RODRIGUEZ , R. (2011). *EL EMPRENDEDOR DE EXITO*. MEXICO: THE MCGRAW-HILL.
- CHAIN, N. S., & CHAIN, R. S. (2008). *Preparacion y evaluacion de proyectos*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- DEFINICION ABC. (10 de OCTUBRE de 2016). *DEFINICION ABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/residencia.php>
- DURON GARCIA, C. (2014). *EL PLAN DE NEGOCIOS EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA* (SEGUNDA ed.). MEXICO: TRILLAS.
- FLOREZ URIBE, J. A. (2015). *PLAN DE NEGOCIO PARA PEQUEÑAS EMPRESAS*. BOGOTA: EDICIONES DE LA U.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2008). *PRINCIPIOS DE MARKETING*. MADRID: PEARSON EDUCATION S.A.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G., IBAÑEZ, D. C., & ROCHE, I. C. (2004). *MARKETING*. MADRID: PEARSON EDUCATION S.A.
- PRIETO SIERRA, C. (2014). *EMPRENDIMIENTO CONCEPTO Y PLAN DE NEGOCIOS*. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (24 de OCTUBRE de 2016). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=L4eKVkR>
- RESIDENCIA DE ESTUDIANTES. (10 de OCTUBRE de 2016). *LA RESIDENCIA HOY*. Obtenido de <http://www.residencia.csic.es/pres/historia.htm>
- SILVA, H., GONZALEZ, J., MARTINEZ, D., OLIVEROS, M., & ESPARRAGOZA, D. (2015). *MARKETING conceptos y aplicaciones*. BARRANQUILLA: UNIVERSIDAD DEL NORTE.
- The College Board. (10 de octubre de 2016). *CollegeBoard*. Obtenido de <http://www.collegeboard.com/padres/buscar/explorar/34749.html>
- URBINA, G. B. (2013). *EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO: YHE MCGRAW HILL.
- VARGAS BELMONTE, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Màlaga: ic editorial.



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA
“PUCE-SI”**

**ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”**

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

***“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
RESIDENCIAL DE ESTUDIANTES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”***

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Gestión Contable, Financiera y Tributaria E.2

AUTORA: Fabiana Angelica Muñoz Granda

IBARRA, SEPTIEMBRE, 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. NOMBRE DEL PROYECTO.....	3
2. ANTECEDENTES.....	3
2.1 PROBLEMA.....	4
2.2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
2.3 FORMULACIÓN.....	7
3. JUSTIFICACIÓN.....	8
4. OBJETIVOS.....	8
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	8
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	9
5.1 ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	9
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	11
6.1. METODOS GENERALES.....	11
6.1.2. Método Deductivo.....	11
6.1.1. Método Inductivo.....	11
6.1.3. Método analítico – sintético.....	11
6.2 TÉCNICAS.....	12
6.2.1 Observación.....	12
6.2.2. Encuesta.....	12
6.2.3 Entrevista.....	12
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN.....	13
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	14
8. RECURSOS.....	14
8.1 FINANCIAMIENTO.....	15
9. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	15

1. NOMBRE DEL PROYECTO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RESIDENCIAL DE ESTUDIANTES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

2. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

Riobamba como urbe de las primicias, cuna de la nacionalidad ecuatoriana, se proyecta al futuro como una ciudad llena de privilegios, cuenta con una población de 190 000 habitantes, de los cuales 50 000 cursan estudios superiores.

Riobamba alberga miles y miles de jóvenes ecuatorianos que, desde el centro del país, apuestan a la educación con pertenencia, calidad y reconocimiento social, para luego contribuir a la consolidación de un Ecuador productivo, positivo, competitivo, responsable y con profunda convicción de servicio, principios que distinguen a este cantón como Ciudad Politécnica Universitaria y Tecnológica del país.

La Universidad Politécnica de Chimborazo, fue ubicada como la segunda mejor en la Categoría “A” y de sus 20 000 estudiantes, el 67% proviene de las diferentes provincias del Ecuador. Su reconocimiento oficial ha traspasado las barreras patrias, llegando inclusive a ganar premios internacionales.

Riobamba también es la sede de la Universidad Nacional de Chimborazo, ubicada entre las preferidas del país. Sus 15 000 estudiantes se educan en cuatro facultades y 32 carreras, cumpliendo los más altos estándares de calidad requeridos para este fin.

Con ocasión de cumplir 189 años de independencia, el 21 de abril del 2015 el Municipio ha resuelto promulgar la ordenanza que declara a Riobamba como “Ciudad Politécnica, Universitaria y Tecnológica del Ecuador”, por lo cual piden también se otorgue este reconocimiento por parte de la Asamblea Nacional, la municipalidad de Riobamba, en un sentido racional y lógico, responde a que, cada vez más, están en mejores condiciones de recibir a turistas y estudiantes ecuatorianos, por lo que hoy se precian de ser un polo de desarrollo educativo a nivel superior.

Se asegura que el alumno, desde Galápagos, la Amazonía, la Costa y la Sierra, está siendo merecedor de una buena educación, conforme a lo determinado por los organismos que han calificado el alto nivel educativo de Riobamba.

El problema surge de la inexistencia de insuficientes espacios de hospedaje para estudiantes universitarios en la ciudad de Riobamba que llegan de todo el país.

La ciudad de Riobamba situada en el centro del país cuenta con dos de los más importantes centros de estudio que oferta carreras de interés para todos los bachilleres del país.

Denominada por su gran afluencia de estudiantes como la “Ciudad Politécnica, Universitaria y Tecnológica del Ecuador”, se ha demostrado con el pasar del tiempo que tiene escasez de lugares en donde se hospeden los estudiantes provenientes de otras ciudades.

La iniciativa del proyecto se da para poder atender a personas de afuera que requieran un lugar cómodo y seguro en donde puedan permanecer todo el tiempo de sus estudios.

Riobamba más conocida como la ciudad bonita no cuenta con muchos lugares de residencia estudiantil donde se presten servicios que satisfagan las necesidades de los futuros clientes más exigentes.

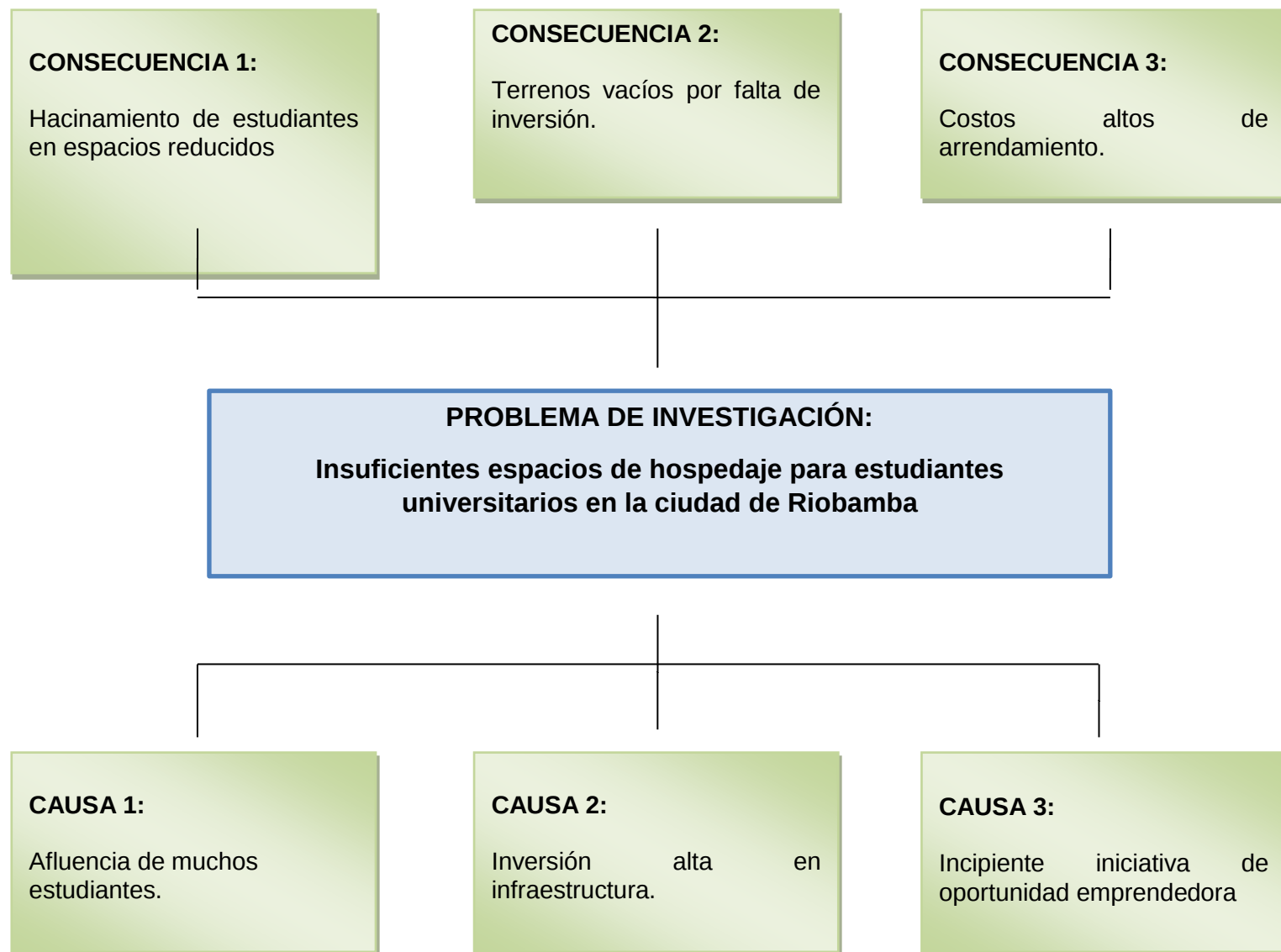
La inversión no se ha dado por muchos factores en especial los económicos y no supe la cantidad de estudiantes que llegan a cumplir su sueño de obtener un título profesional que sea adecuado y competente en el mundo laboral actual, la iniciativa nace de la experiencia de la autora al momento de salir de su ciudad a cumplir su sueño universitario.

Cuando se sale del lugar en el que vivió toda su vida, necesita adaptarse a las nuevas formas y costumbres que ofrece el lugar a donde se vaya, sin tener en cuenta que va a enfrentar, se necesita un lugar que le preste servicios claros, cómodos a muy buen precio y sobretodo seguros.

A la espera de que el proyecto se dé cumplimiento se procede hacer las respectivas investigaciones para dar factibilidad y de esta manera en un futuro no muy lejano ser pioneros de esta iniciativa en la ciudad y brindar servicios de calidad.

La implementación de una residencial estudiantil disminuirá el abandono de estudiantes por no tener un lugar cómodo de hospedaje y apto para sus estudios.

Se ubicará en la provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Barrio Sesquicentenario, el cual está cerca de los lugares de estudio.



3. JUSTIFICACIÓN

El lugar donde la persona va a vivir es un factor muy importante para que pueda obtener una mejor experiencia fuera de su ciudad, por eso el proyecto nace para brindar una mayor seguridad y afluencia de los mismos para abastecer el campo de estudios que requieran.

El espacio donde se desarrolla el presente proyecto es de propiedad de la madre de la autora por lo cual se facilita en una pequeña mayoría el trabajo a realizar, la iniciativa nace porque en ciertas casas hay departamentos que no son aptos o no fueron diseñado para vivienda estudiantil y por necesidad de personas conocidas se arrienda y se acomoda un poco a cubrir las necesidades de las personas que habitaran la misma.

El construir un lugar cercano a las universidades hace que el estudiante tenga el interés de solicitar este servicio ya que se ahorraría el tiempo de búsqueda y de esta manera al llegar tendría un lugar seguro que preste los mejores servicios y a precios accesibles.

Los servicios que se van a ofertar serán de calidad y competitivos en cuanto exista algún otro lugar en donde se ofrezcan servicios similares, la afluencia de estudiantes ha hecho que en la ciudad las familias empiecen a arrendar lugares que tenían destinados para otras actividades y no son aptos para habitar.

El estudiante que empieza necesita su espacio delimitado en donde pueda hacer cada una de sus actividades para de esta manera no truncarse en su carrera y así tener un ambiente adecuado de estudio.

Además se ofrece que se van a desarrollar en un ambiente juvenil y hogareño donde conocerá e interactuará con personas de su misma edad logrando conocer

otras culturas y costumbres de sus compañeros porque el servicio es para todos los estudiantes del país en general.

El servicio tendrá valores agregados donde el estudiante estará en un ambiente cómodo y agradable logrando así que optimice su desarrollo y evolucione en su vida personal y estudiantil.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un plan de negocios para la implementación de una residencial de estudiantes en la ciudad de Riobamba.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda del servicio residencial en Riobamba.
- Diseñar la estructura administrativa del proyecto para obtener los mejores beneficios.
- Realizar un estudio técnico para la determinación de la infraestructura adecuada para los futuros estudiantes.
- Realizar una evaluación financiera del proyecto que beneficie a las partes involucradas.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto consiste en la realización de una residencial estudiantil que satisfaga necesidades de los provenientes de otras provincias y ver la factibilidad del nuevo proyecto.

Investigar si la realización del proyecto es rentable por medio de estudios económicos y otros que se realizaran a lo largo de la investigación.

El proyecto se va a realizar con toda la normativa legal vigente y las normas de seguridad para mejor atención a los futuros clientes.

Los principales beneficiarios serán los estudiantes de otras provincias que se acerquen a las universidades situadas en la ciudad de Riobamba y porque no los docentes que vayan a prestar sus servicios en general a la misma, beneficio indirecto a toda la ciudadanía riobambeña y en general.

Este proyecto se lo realizara en la ciudad de Riobamba, beneficiando a estudiantes de la ESPOCH y de la UNACH especialmente.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I

MARCO TEÒRICO

1.1. Residencia universitaria

1.1.1. Origen

1.1.2. Definición

1.1.3. Características

1.1.4. Beneficios

1.1.5. Tipos de residencia

1.2. Contextualización

1.2.1. Ciudad de Riobamba

1.2.2. Universidades Riobamba

1.2.3. Otras residencias

1.3. Estudio de Mercado

1.3.1. Definición

1.3.2. Características

1.4. Estudio Técnico- Administrativo

1.4.1. Definición

1.4.2. Características

1.4.3. Factores Ambientales

- 1.5. Estudio Económico
 - 1.5.1. Definición
 - 1.5.2. Características
- 1.6. Estudio Financiero
 - 1.6.1. Definición
 - 1.6.2. Características

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1 Investigación de mercado
 - 2.1.1 Definición del servicio
 - 2.1.2 Situación actual
- 2.2 Objetivo de estudio
- 2.3 Instrumento de la investigación
- 2.4 Estudio de campo
 - 2.4.1 Población objetivo

CAPITULO III

PROPUESTA

- 3.1 Estudio Económico
- 3.2 Determinación de la muestra
 - 3.2.1 Resultados
 - 3.2.2 Análisis de la demanda
 - 3.2.3 Análisis de la oferta
 - 3.2.4 Marketing MIX
- 3.3 Estudio técnico - administrativo
 - 3.3.1 Tamaño del proyecto
 - 3.3.2 Factores del tamaño de proyecto
 - 3.3.3 Tecnología y equipo
 - 3.3.4 Localización del proyecto
- 3.4 Estudio legal
 - 3.4.1 Políticas internas de la residencia
- 3.5 Evaluación Financiera

- 3.5.1 Cálculo del TIR
- 3.5.2 Cálculo del VAN
- 3.5.3 Inversión
 - 3.5.3.1 Construcción
 - 3.5.3.2 Activos fijos
 - 3.5.3.3 Capital de trabajo
- 3.5.4 Proyección ingresos y gastos
 - 3.5.4.1 Ingresos
 - 3.5.4.2 Gastos y costos

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

Se van a usar métodos actuales y de beneficio para la colectividad a la cual se está dirigiendo el proyecto, para lograr obtener resultados reales y de gran relevancia para el eficaz cumplimiento del proyecto a ejecutarse.

6.1 METODOS GENERALES

6.1.1 Método Inductivo

Este método lo utilizaremos para medir la probabilidad exacta que definirá si el proyecto es rentable o no, se determinara las conclusiones antes de la ejecución el mismo.

6.1.2. Método Deductivo

Este método se utilizará en el proyecto para determinar conclusiones exactas a las que queremos llegar y que serán de beneficio para continuar en el proyecto a desarrollar.

6.1.3. Método analítico – sintético

Este método se utilizará para analizar los resultados obtenidos de manera eficiente y así lograr que la ejecución del proyecto sea favorable para las partes involucradas.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 Observación

Se realizará la observación de los lugares de estudio en la ciudad de Riobamba para así determinar la cantidad de estudiantes a los que necesitamos investigar.

6.2.2. Encuesta

Se realizará encuestas a un determinado grupo de estudiantes de los lugares académicos donde se va a ofrecer nuestros servicios.

6.2.3 Entrevista

Se realizarán entrevistas a varios estudiantes y padres de familia, las mismas que serán en las fechas de matriculación para mayor efectividad de resultados

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN

El proyecto se realizará por etapas en donde se irán reuniendo los resultados necesarios para determinar la factibilidad del proyecto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta del servicio.	Oferta	Competencia	Encuestas	Estudiantes universidades que residen en lugares similares en Riobamba.
Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda del servicio.	Demanda	Personas que requieren el servicio.	Encuestas	Personal administrativo y estudiantes de las universidades en Riobamba.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO																					La Autora
Recopilación de Bibliografía																					La Autora
Análisis de la información																					La Autora
Redacción del marco teórico																					La Autora
CAPÍTULO : DIAGNÓSTICO																					La Autora
Diseño de Instrumentos de Investigación																					La Autora
Aplicación de Instrumentos																					La Autora
Tabulación y Análisis de la información																					La Autora
FODA																					La Autora
CAPÍTULO: PROPUESTA																					La Autora
Estudio de mercado de la oferta y demanda																					La Autora
Diseño de la estructura administrativa																					La Autora

8. RECURSOS

Clasifique a los recursos en humanos, materiales y otros; frente a cada uno de estos determine el costo o monto económico requerido.

a) Humanos

Investigadora	0.00
Subtotal	0.00

Elaborado por: La Autora

b) Materiales

-impresiones	70.00
-Carpetas	10.00
-Archivadores	10.00
Subtotal	90.00

Elaborado por: La Autora

c) Otros

-Diseño de Planos	50.00
-Flash Memory	20.00
-Transporte	30.00
-Subsistencias	50.00
-Alimentación	30.00
-Internet	30.00
Subtotal	210.00

Elaborado por: La Autora

Subtotal	300.00
Imprevistos (20%)	60.00
TOTAL	360.00

Elaborado por: La Autora

8.1. FINANCIAMIENTO

El financiamiento será dado por la autora del proyecto

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

Giovanny Rodas, Chistian Díaz, Marco Jácome, Diseño de un plan de marketing y ejecución de una de las fases para la escuela de negocios y comercio internacional de la PUCE-SI.

<https://books.google.com.ec/books>

Alcaraz Rodríguez, Rafael Eduardo. El emprendedor de éxito 4a. ed. México, México: McGraw-Hill xvii, 288 p.; 27 cm.*il

McGraw-Hill, El emprendedor de éxito: Guía de planes de negocios México D.F., México: McGraw-Hill 252 p.; 24 c

Anexo 2 Formato de encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
CONTABILIDAD SUPERIOR

OBJETIVO: Determinación del mercado potencial para la creación de una residencia de estudiantes en la ciudad de Riobamba

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar

1. ¿De qué ciudad proviene?

2. ¿En qué universidad estudia?

- UNACH
- ESPOCH
- OTRA _____

3. Indique que tipo de seguridad requeriría que exista en nuestra residencia

- Seguridad privada
- Cámaras de seguridad
- Alarmas de seguridad
- Todas

4. ¿Le gustaría una habitación amoblada?

- SI
- NO

5. ¿Qué valor paga actualmente en el lugar que vive?

6. ¿Qué servicios ofrecen otras residencias estudiantiles?

- Internet
- Tv cable
- Teléfono
- Alimentación

- Guardia de seguridad
- Mantenimiento de la habitación
- Otro _____

7. ¿Debería existir una persona que se encargue del correcto funcionamiento de la Residencia?

- SI
- NO

PORQUE: _____

8. ¿El administrador debería vivir en la residencia?

- SI
- NO

PORQUE: _____

9. Estaría usted dispuesto a cumplir con normas establecidas en la residencia como el horario de entrada, el no ingreso de personas ajenas a la misma, entre otras.

- SI
- NO

PORQUE: _____

10. Le gustaría vivir en una residencia:

- Solo de hombres
- Solo de mujeres
- Mixta

11. De qué manera le gustaría informarse sobre los servicios que ofertamos:

- Redes sociales
- Periódico
- Personas que ocupen nuestro servicio
- Radio

Otro: _____

Anexo 3 Guía de entrevista

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
CONTABILIDAD SUPERIOR**

GUIA DE ENTREVISTAS ADMINISTRADORES CASAS RENTERAS

Lugar y fecha:

ENTREVISTA:

- 1.- ¿Hace cuánto tiempo brinda usted el servicio de renta de habitaciones para estudiantes?
- 2.- ¿La habitación a rentar es amoblada?
- 3.- ¿Qué servicios incluye en la renta de habitaciones?
- 4.- ¿Qué precio tiene la renta de sus habitaciones?
- 5.- ¿Cómo es la fijación del precio?
- 6.- ¿cuál fue el monto inicial de su inversión?
- 7.- ¿Cuál es la administración que ejecutan en el servicio de renta de habitaciones?
- 8.- ¿A través de qué medios da a conocer sus servicios de renta de habitaciones?
- 9.- ¿existe un control de horario en el ingreso de sus arrendatarios?
- 10.- ¿Acepta a cualquier tipo de arrendatario?
- 11.- ¿Existe algún valor en garantía por daños futuros?

Anexo 4 Proformas adquisición de materiales

ELEKTROPOPULAR

CANASTA BASICA FRONTERIZA

TODO A MENOR PRECIO

COTIZACION

A pedido del interesado se da a conocer el precio del producto requerido:

Lavadora de 22kg WHIRPOOL	\$ 800,00 CADA UNIDAD
---------------------------	-----------------------

Los precios pueden variar por el valor en el cambio de pesos.

Sr: Eduardo Paspuel

ADMINISTRADOR



COMERCIAL BASTIDAS
LIDERES RIOBAMBEÑOS

COTIZACIÓN

PRODUCTO	CANTIDAD	Valor Unitario	Valor Total
Escoba plástica Virutex	3	\$2,00	\$ 6,00
Trapeador Vileda	3	\$3,00	\$ 9,00
Recogedor plástico Virutex	3	\$1,50	\$ 4,50
Balde plástico Duraplast	3	\$2,50	\$ 7,50
Desinfectante Olimpia	3	\$4,00	\$ 12,00
Ambiental Tips	5	\$4,00	\$ 20,00
Detergente DEJA	5	\$10,00	\$50,00
Cloro Galón	5	\$5,00	\$25,00
Suavizante de Ropa SUAVITEL	5	\$10,00	\$50,00

Los precios son facturados al valor de detalle.

Si necesita más productos favor comunicarse a nuestro correo:
basvimartrio@hotmail.com

Anexo 5 Cotización

CLIENTE

FABIANA MUÑOZ

TEL: 0992631466

E-mail: angelicagranda93@yahoo.com

Riobamba

COTIZACION

COTIZACION N° 165

FECHA 05/08/2018

VENCIMIENTO 05/09/2018

REF	DESCRIPCION	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
13	Construcción de area de 170m2	55000,00	1	49.107,14
SUB TOTAL				49.107,14
IVA (12%)				5.892,86
TOTAL				55.000,00

METODO DE PAGO QUE ACEPTAMOS

ACEPTAMOS PAGOS CON TARJETA DE CREDITO

TERMINOS Y CONDICIONES

CONTADO

Jacinto Gonzales

GRACIAS POR HACER NEGOCIOS CON NOSOTROS!

Anexo 6 Proyección salario básico unificado

AÑO	VALOR	VARIACION	%
Salario Básico 2013	\$ 318,00		
Salario Básico 2014	\$ 340,00	\$ 22,00	6,92%
Salario Básico 2015	\$ 354,00	\$ 14,00	4,12%
Salario Básico 2016	\$ 366,00	\$ 12,00	3,39%
Salario Básico 2017	\$ 375,00	\$ 9,00	2,46%
Salario Básico 2018	\$ 386,00	\$ 11,00	2,93%
Proyección 2019			1,85%

Anexo 7 Proyección sueldos anuales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	\$ 250,00	\$ 3.055,50	\$ 3.112,03	\$ 3.169,60	\$ 3.228,24
Contador	\$ 250,00	\$ 3.055,50	\$ 3.112,03	\$ 3.169,60	\$ 3.228,24
Servicios de Lavandería	\$ 350,00	\$ 4.277,70	\$ 4.356,84	\$ 4.437,44	\$ 4.519,53
Servicios de Guardianía	\$ 350,00	\$ 4.277,70	\$ 4.356,84	\$ 4.437,44	\$ 4.519,53
Total Proyección Sueldos	\$ 1.200,00	\$ 14.666,40	\$ 14.937,73	\$ 15.214,08	\$ 15.495,54

Anexo 8 Préstamo (amortización)

Capital	\$ 25.000,00				
Tasa anual	7,75%				
Periodos	60,00				
Tasa periódica	0,646%				
Abono a capital	\$ 416,67				
Periodo	Saldo inicial	Intereses	Abono a capital	Cuota a pagar	Saldo final
1	\$ 25.000,00	\$ 161,46	\$ 416,67	\$ 578,13	\$ 24.583,33
2	\$ 24.583,33	\$ 158,77	\$ 416,67	\$ 575,43	\$ 24.166,67
3	\$ 24.166,67	\$ 156,08	\$ 416,67	\$ 572,74	\$ 23.750,00
4	\$ 23.750,00	\$ 153,39	\$ 416,67	\$ 570,05	\$ 23.333,33
5	\$ 23.333,33	\$ 150,69	\$ 416,67	\$ 567,36	\$ 22.916,67
6	\$ 22.916,67	\$ 148,00	\$ 416,67	\$ 564,67	\$ 22.500,00

7	\$ 22.500,00	\$ 145,31	\$ 416,67	\$ 561,98	\$ 22.083,33
8	\$ 22.083,33	\$ 142,62	\$ 416,67	\$ 559,29	\$ 21.666,67
9	\$ 21.666,67	\$ 139,93	\$ 416,67	\$ 556,60	\$ 21.250,00
10	\$ 21.250,00	\$ 137,24	\$ 416,67	\$ 553,91	\$ 20.833,33
11	\$ 20.833,33	\$ 134,55	\$ 416,67	\$ 551,22	\$ 20.416,67
12	\$ 20.416,67	\$ 131,86	\$ 416,67	\$ 548,52	\$ 20.000,00
13	\$ 20.000,00	\$ 129,17	\$ 416,67	\$ 545,83	\$ 19.583,33
14	\$ 19.583,33	\$ 126,48	\$ 416,67	\$ 543,14	\$ 19.166,67
15	\$ 19.166,67	\$ 123,78	\$ 416,67	\$ 540,45	\$ 18.750,00
16	\$ 18.750,00	\$ 121,09	\$ 416,67	\$ 537,76	\$ 18.333,33
17	\$ 18.333,33	\$ 118,40	\$ 416,67	\$ 535,07	\$ 17.916,67
18	\$ 17.916,67	\$ 115,71	\$ 416,67	\$ 532,38	\$ 17.500,00
19	\$ 17.500,00	\$ 113,02	\$ 416,67	\$ 529,69	\$ 17.083,33
20	\$ 17.083,33	\$ 110,33	\$ 416,67	\$ 527,00	\$ 16.666,67
21	\$ 16.666,67	\$ 107,64	\$ 416,67	\$ 524,31	\$ 16.250,00
22	\$ 16.250,00	\$ 104,95	\$ 416,67	\$ 521,61	\$ 15.833,33
23	\$ 15.833,33	\$ 102,26	\$ 416,67	\$ 518,92	\$ 15.416,67
24	\$ 15.416,67	\$ 99,57	\$ 416,67	\$ 516,23	\$ 15.000,00
25	\$ 15.000,00	\$ 96,87	\$ 416,67	\$ 513,54	\$ 14.583,33
26	\$ 14.583,33	\$ 94,18	\$ 416,67	\$ 510,85	\$ 14.166,67
27	\$ 14.166,67	\$ 91,49	\$ 416,67	\$ 508,16	\$ 13.750,00
28	\$ 13.750,00	\$ 88,80	\$ 416,67	\$ 505,47	\$ 13.333,33
29	\$ 13.333,33	\$ 86,11	\$ 416,67	\$ 502,78	\$ 12.916,67
30	\$ 12.916,67	\$ 83,42	\$ 416,67	\$ 500,09	\$ 12.500,00
31	\$ 12.500,00	\$ 80,73	\$ 416,67	\$ 497,40	\$ 12.083,33
32	\$ 12.083,33	\$ 78,04	\$ 416,67	\$ 494,70	\$ 11.666,67
33	\$ 11.666,67	\$ 75,35	\$ 416,67	\$ 492,01	\$ 11.250,00
34	\$ 11.250,00	\$ 72,66	\$ 416,67	\$ 489,32	\$ 10.833,33
35	\$ 10.833,33	\$ 69,97	\$ 416,67	\$ 486,63	\$ 10.416,67
36	\$ 10.416,67	\$ 67,27	\$ 416,67	\$ 483,94	\$ 10.000,00
37	\$ 10.000,00	\$ 64,58	\$ 416,67	\$ 481,25	\$ 9.583,33
38	\$ 9.583,33	\$ 61,89	\$ 416,67	\$ 478,56	\$ 9.166,67
39	\$ 9.166,67	\$ 59,20	\$ 416,67	\$ 475,87	\$ 8.750,00
40	\$ 8.750,00	\$ 56,51	\$ 416,67	\$ 473,18	\$ 8.333,33
41	\$ 8.333,33	\$ 53,82	\$ 416,67	\$ 470,49	\$ 7.916,67
42	\$ 7.916,67	\$ 51,13	\$ 416,67	\$ 467,80	\$ 7.500,00
43	\$ 7.500,00	\$ 48,44	\$ 416,67	\$ 465,10	\$ 7.083,33
44	\$ 7.083,33	\$ 45,75	\$ 416,67	\$ 462,41	\$ 6.666,67
45	\$ 6.666,67	\$ 43,06	\$ 416,67	\$ 459,72	\$ 6.250,00

46	\$ 6.250,00	\$ 40,36	\$ 416,67	\$ 457,03	\$ 5.833,33
47	\$ 5.833,33	\$ 37,67	\$ 416,67	\$ 454,34	\$ 5.416,67
48	\$ 5.416,67	\$ 34,98	\$ 416,67	\$ 451,65	\$ 5.000,00
49	\$ 5.000,00	\$ 32,29	\$ 416,67	\$ 448,96	\$ 4.583,33
50	\$ 4.583,33	\$ 29,60	\$ 416,67	\$ 446,27	\$ 4.166,67
51	\$ 4.166,67	\$ 26,91	\$ 416,67	\$ 443,58	\$ 3.750,00
52	\$ 3.750,00	\$ 24,22	\$ 416,67	\$ 440,89	\$ 3.333,33
53	\$ 3.333,33	\$ 21,53	\$ 416,67	\$ 438,19	\$ 2.916,67
54	\$ 2.916,67	\$ 18,84	\$ 416,67	\$ 435,50	\$ 2.500,00
55	\$ 2.500,00	\$ 16,15	\$ 416,67	\$ 432,81	\$ 2.083,33
56	\$ 2.083,33	\$ 13,45	\$ 416,67	\$ 430,12	\$ 1.666,67
57	\$ 1.666,67	\$ 10,76	\$ 416,67	\$ 427,43	\$ 1.250,00
58	\$ 1.250,00	\$ 8,07	\$ 416,67	\$ 424,74	\$ 833,33
59	\$ 833,33	\$ 5,38	\$ 416,67	\$ 422,05	\$ 416,67
60	\$ 416,67	\$ 2,69	\$ 416,67	\$ 419,36	\$ 0,00

Elaborado por: Fabiana Muñoz

Fuente: Banco del Pacifico

ANEXO 9 PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS A 5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
INGRESOS ESTUDIANTES					
DEMANDA ARRENDATARIO	24	24	24	24	24
PRECIO POR ARRENDATARIO	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
TOTAL INGRESOS ESTUDIANTES	\$ 46.080,00	\$ 46.080,00	\$ 48.960,00	\$ 48.960,00	\$ 48.960,00
INGRESOS SERVICIOS DE LAVANDERIA					
DEMANDA LAVANDERIA	120	120	120	120	120
PRECIO POR LIBRA DE ROPA LAVADA	\$ 0,75	\$ 0,80	\$ 0,85	\$ 0,90	\$ 0,95
TOTAL INGRESOS SERVICIOS DE LAVANDERIA	\$ 1.080,00	\$ 1.152,00	\$ 1.224,00	\$ 1.296,00	\$ 1.368,00
INGRESOS ARRIENDO MINIMARKET					
DEMANDA LOCAL EN ARRIENDO	1	1	1	1	1
PRECIO LOCAL ARRIENDO	\$ 150,00	\$ 160,00	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00
TOTAL INGRESOS LOCAL DE ARRIENDO	\$ 1.800,00	\$ 1.920,00	\$ 2.040,00	\$ 2.160,00	\$ 2.280,00
TOTAL INGRESOS ANUALES					
	\$ 48.960,00	\$ 49.152,00	\$ 52.224,00	\$ 52.416,00	\$ 52.608,00
COSTOS Y GASTOS					
COSTOS OPERACIONALES					
SUELDOS	\$ 27.510,50	\$ 27.899,00	\$ 28.294,69	\$ 28.697,69	\$ 29.108,16
TOTAL COSTO OPERATIVO ANUAL	\$ 27.510,50	\$ 27.899,00	\$ 28.294,69	\$ 28.697,69	\$ 29.108,16
GASTOS					
LUZ y AGUA	\$ 360,00	\$ 364,14	\$ 368,33	\$ 372,56	\$ 376,85

TELÉFONO, CABLE E INTERNET	\$ 720,00	\$ 728,28	\$ 736,66	\$ 745,13	\$ 753,70
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	\$ 1.440,00	\$ 1.456,56	\$ 1.473,31	\$ 1.490,25	\$ 1.507,39
IMPUESTOS Y PERMISOS	\$ 100,00	\$ 101,15	\$ 102,31	\$ 103,49	\$ 104,68
DEPRECIACIONES	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 2.208,00	\$ 2.233,39	\$ 2.259,08	\$ 2.285,06	\$ 2.311,33
VARIOS E IMPREVISTOS	\$ 100,00	\$ 101,15	\$ 102,31	\$ 103,49	\$ 104,68
TOTAL GASTOS	\$ 5.328,00	\$ 5.384,67	\$ 5.442,00	\$ 5.499,98	\$ 5.558,63
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES	1.759,90	\$ 1.372,40	\$ 1.049,48	\$ 565,10	\$ 177,60
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ANUALES	1.759,90	\$ 1.372,40	\$ 1.049,48	\$ 565,10	\$ 177,60
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 14.361,60	\$ 14.495,93	\$ 17.437,84	\$ 17.653,22	\$ 17.763,61
UTILIDAD ANTES 25% IMPTO. RENTA	\$ 14.361,60	\$ 14.495,93	\$ 17.437,84	\$ 17.653,22	\$ 17.763,61
25% IMPUESTO RENTA	\$ 3.590,40	\$ 3.623,98	\$ 4.359,46	\$ 4.413,31	\$ 4.440,90
UTILIDAD NETA	\$ 10.771,20	\$ 10.871,95	\$ 13.078,38	\$ 13.239,92	\$ 13.322,71

Anexo 10 Proyección anual de inflación

Proyección de la inflación	
AÑO	%
2012	5,41%
2013	4,16%
2014	2,70%
2015	3,69%
2016	3,38%
2017	1,12%
Proyección 2019	1,15%

Anexo 11 Aplicación de encuestas y entrevistas (fotografías)











