



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CONSTRUCCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE UNA
RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN EL VALLE DE CUMBAYA”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniera en Marketing

Profesor Guía:

Ing. Renzo Xavier Aguirre Idrovo

Autora:

Pamela Carolina Pérez Benítez

Año:

2013

DECLARACION PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dado el cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Renzo Xavier Aguirre Idrovo

Ingeniero en Finanzas

C.I. 171011878-5

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Pamela Carolina Pérez Benítez

C.I. 171365441-4

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi Papá, Jorge Pérez A. por darme la posibilidad de estudiar en esta universidad y ser mi apoyo siempre.

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Titulación a mi familia, pues son lo más importante en mi vida.

RESUMEN

El presente plan representa la investigación y desarrollo integral para la construcción y administración de una residencia universitaria en el valle de Cumbayá. Para el proyecto se cuenta actualmente con el terreno ubicado en la parroquia de Nayón en el sector San Francisco de Tanda y se tiene el conocimiento de un profesional en el ámbito de la construcción. La residencia universitaria llevará el nombre de *Villa Asur*.

ABSTRACT

This plan represents comprehensive research and development for the construction and management of a residence in the valley of Cumbayá. For the project now has the land located in the parish of Nayón in San Francisco of Tanda, and also has the knowledge of a professional in the field of construction. The residence hall will be named Villa Asur.

INDICE

1. CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Aspectos Generales.....	1
1.1.1 Antecedentes	1
1.1.2 Objetivos generales	2
1.1.3 Objetivos específicos	2
2. CAPITULO II. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	3
2.1. La Industria	3
2.1.1. CIUU	3
2.1.2. Tendencias.....	3
2.1.3. Estructura de la industria.....	6
2.1.3.1. Cadena de valor	6
2.1.4. Factores Económicos y regulatorios	8
2.1.4.1. Análisis PEST	8
a. Político	8
b. Económico	10
c. social.....	19
d. Tecnológico.....	22
2.1.5. Canales de distribución	23
2.1.6. Fuerzas de Porter.....	24
2.1.6.1. Nuevos Participantes (barreras de entrada)	24
2.1.6.2. Amenaza de sustitutos y complementos	26
2.1.6.3. Poder de negociación de los compradores.....	26
2.1.6.4. Poder de negociación de los proveedores.....	27
2.1.6.5. Intensidad de la rivalidad	28
2.2. La compañía y el Concepto del Negocio	29
2.2.1. La idea y modelo del negocio.....	29
2.2.2. Estructura legal de la empresa.....	29
2.2.3. Misión, visión y objetivos.....	30
a. Misión	30
b. Visión.....	30
c. Valores corporativos.....	30
d. Objetivos	31
e. Factores claves del éxito	32

2.3.	El producto o servicio	32
	a. Calidad del producto.....	32
	b. Estilo y diseño del producto.....	32
	c. Características del producto.....	33
	d. Marca	37
	e. El proceso básico de compra del consumidor	38
2.4.	Estrategia de ingreso al mercado	39
2.5.	Análisis FODA	40
	a. Fortalezas	40
	b. Oportunidades.....	41
	c. Debilidades	42
	d. Amenazas	42
	2.5.1. Matriz EFE	44
	2.5.2. Matriz EFI.....	45
	2.5.3. Matriz cruzada (IE)	46
	2.5.4. Matriz FODA	47
3. CAPITULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y		
	SU ANALISIS	48
3.1.	Problema	48
	3.1.1. Problema de investigación	48
	3.1.2. Problema de gerencia	48
3.2.	Objetivos de investigación	49
3.3.	Fuentes de información	50
	3.3.1. Investigación cualitativa	51
	3.3.2. Investigación cualitativa	51
	3.3.2.1. Metodología – características del universo.....	51
	a. Marco muestral	51
	b. Muestra.....	52

3.4.	Mercado relevante y cliente potencial	53
3.4.1.	Mercado objetivo	53
3.4.2.	Segmentación de mercado	53
3.4.3.	Tamaño del mercado	55
3.4.4.	La competencia y sus ventajas	55
3.4.5.	Participación del mercado y ventas de la industria	58
3.4.6.	Evaluación del mercado durante la implementación	58
3.4.6.1.	Conclusiones	58
4.	CAPITULO IV. PLAN DE MARKETING	63
4.1.	Estrategia general de marketing	63
4.2.	Política de precios	65
4.3.	Táctica de ventas	66
4.4.	Política de servicio al cliente y garantías	68
4.5.	Promoción y publicidad.....	68
4.5.1.	Estrategia de comunicación de marketing.....	69
a.	Promoción de ventas.....	69
b.	Publicidad	70
c.	Relaciones publicas.....	73
d.	Marketing directo	74
e.	CRM	75
f.	Investigación de mercados.....	75
4.6.	Distribución.....	76
5.	CAPITULO V. PLAN DE OPERACIONES	78
5.1.	Estrategia de operaciones	78
5.1.1.	Componentes que tiene planeado la compañía producir y en cuales va a utilizar los servicios de terceros	79
5.1.2.	De lo que se va a producir, se deben identificar las partes de las que se componen los productos a comercializarse	81
5.1.3.	Proveedores	81
5.2.	Ciclo de operaciones	88

5.2.1.	Flujogramas de operaciones	88
5.2.2.	Descripción de los procesos	95
5.3.	Requerimientos de equipos y herramientas.....	99
5.4.	Instalaciones y mejoras	99
5.5.	Localización geográfica y requerimientos de espacio físico.....	100
5.6.	Capacidad de almacenamiento	101
5.7.	Aspectos regulatorios y legales	102
6.	CAPITULO VI. EQUIPO GERENCIAL	103
6.1.	Organigrama.....	103
6.2.	Personal administrativo clave y sus responsabilidades.....	104
6.2.1.	Descripción de funciones	104
6.2.2.	Equipo de trabajo	105
6.3.	Cultura organizacional	106
6.4.	Compensación a administradores y propietarios	107
6.5.	Política de dividendos.....	107
6.6.	Política de empleo y beneficios	108
6.6.1.	Contratación de personal	108
6.6.2.	Proceso de calificación de los candidatos.....	108
6.6.3.	Beneficios que recibirán los empleados	108
6.7.	Derechos y restricciones de accionistas e inversores.....	109
6.8.	Equipo de asesores y servicio	109
7.	CAPITULO VII. CRONOGRAMA GERENCIAL	110
7.1.	Actividades necesarias para poner el negocio en marcha	110
7.2.	Diagrama de Gantt	112

7.3.	Riesgos e imprevistos.....	116
8.	CAPITULO VIII. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS.....	117
8.1.	Supuestos y criterios utilizados.....	117
8.2.	Riesgos y problemas principales	117
9.	CAPITULO IX. PLAN FINANCIERO	118
9.1.	Inversión inicial.....	118
9.2.	Fuentes de ingreso.....	120
9.2.1.	Ingreso	120
9.2.2.	Costos fijos, variables y semi variables.....	120
9.2.2.1.	Costos variables	120
9.2.2.2.	Costos fijos	120
9.3.	Margen bruto y margen operativo.....	121
9.4.	Estado de resultados actual y proyectado	121
9.5.	Balance general actual y proyectado.....	121
9.6.	Estado de flujo actual y proyectado	121
9.7.	Punto de equilibrio.....	122
9.8.	Control de costos importantes	124
9.9.	Valuación.....	124
10.	CAPITULO X. PROPUESTA DE NEGOCIO.....	127
10.1.	Financiamiento deseado.....	127
10.2.	Estructura de capital y deuda buscada	127
10.3.	Capitalización	127
10.4.	Uso de fondos	128
11.	CAPITULO XI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	129
11.1.	Conclusiones.....	129

11.2. Recomendaciones.....	134
Referencias	135

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Aspectos Generales

1.1.1. Antecedentes

Las residencias universitarias son centros que ofrecen alojamiento para estudiantes. Estas residencias pueden estar dentro del campus universitario, pueden pertenecer a la misma institución (ESPE y Universidad Internacional), o ubicarse en sus cercanías y ser manejados por la institución o no. Este es un negocio que no se ha explotado plenamente en el país, existen pocas residencias universitarias en la ciudad de Quito y los valles por lo que el negocio es atractivo para la comunidad.

Manejados como residencias universitarias existen alrededor de 5 establecimientos en la ciudad y todas funcionan de manera independiente. Los hostales residencias, los mismos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo y cedulados en el Distrito Metropolitano de Quito, son establecimientos que brindan servicios similares a las residencias universitarias; pero estos no limitan su servicio solo a estudiantes universitarios, ni se encuentran cerca de las universidades.

La Universidad San Francisco de Quito cada año recibe alumnos que vienen de afuera, a nivel provincial e internacional. En el año académico 2010-2011, la Universidad recibió casi 1.000 estudiantes extranjeros (USFQ, s.f).

Sandra Sánchez trabaja con programas internacionales de la universidad San Francisco de Quito, y afirma que la institución trabaja con un sistema de Familias Anfitrionas; los estudiantes llenan la solicitud de estudiante y escogen la familia que desean. Son jóvenes estudiantes de recursos económicos alto y medio – alto, que buscan un lugar cercano en el cual vivir sin perder su independencia y la relación con otras personas (USFQ, s.f).

Es por esta razón, que el negocio ayudará a fomentar el contacto y las relaciones interculturales, no solo a nivel personal sino también a nivel profesional, ya que el conocer gente y crear relaciones puede generar oportunidades laborales, profesionales y personales en un futuro.

Para el proyecto se tiene el conocimiento de un profesional en el ámbito de la arquitectura y también se cuenta con el terreno en esta área, así la idea es mucho más viable y real en el tiempo.

1.1.2. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la construcción y administración de una residencia universitaria en el valle de Cumbayá.

1.1.3. Objetivos Específicos

- a. Investigar la industria.
- b. Determinar la empresa y los productos o servicios.
- c. Investigar el mercado y el consumidor.
- d. Elaborar el plan de marketing para lanzar y posicionar los productos y servicio en el mercado.
- e. Desarrollar el plan de operaciones y producción / Organigrama de proceso.
- f. Establecer el equipo gerencial.
- g. Realizar el cronograma general del plan de negocios.
- h. Determinar y analizar los riesgos críticos, problemas y supuestos.
- i. Elaborar el plan financiero.
- j. Construir la propuesta de negocio.

2. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

2.1. La Industria

2.1.1. Clasificador Internacional Industrial Único. (CIUU)

Tabla 1. CIUU

H		HOTELES Y RESTAURANTES
H	55	HOTELES Y RESTAURANTES
H	551	HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL.
H	5510	HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL.
H	5510.0	HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL.
H	5510.02	Servicios de dormitorio para estudiantes, incluso dormitorios universitarios.

Adaptado de: Banco Central del Ecuador, 2012

2.1.2. Tendencias

La industria hotelera en Quito está viviendo un periodo de grandes transformaciones, cuenta con grandes cadenas hoteleras donde el servicio ha mejorado y su oferta se encuentra entre las mejores de Sudamérica. Las opciones de hospedaje son amplias en la ciudad, para todo tipo de presupuesto y para los distintos gustos y preferencias de los turistas. El Distrito Metropolitano de Quito es un cantón que cuenta con 8 administraciones zonales, 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales, existen 2.664 establecimientos turísticos cedulados de los cuales 2.393, es decir el 90,50% se encuentran en la ciudad y solamente el 9,50% en sus parroquias, de

acuerdo al Boletín de Ocupación Hotelera N°42 edición especial (Distrito Metropolitano de Quito, 2011, p. 8).

Tabla 2. Total de establecimientos turísticos y estructura porcentual según disponibilidad de cedula de funcionamiento y en proceso de cedulaación

<i>Área geográfica</i>	<i>Con cédula</i>	<i>En proceso de cedulaación</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
Quito	2.393	102	2.495	90,0
Parroquias	251	27	278	10,0
Total	2.644	129	2.773	100,0

Adaptado por: Distrito Metropolitano de Quito, febrero 2010

La administración zonal de Tumbaco es una de las 8 administraciones zonales del Distrito Metropolitano de Quito; el Valle de Tumbaco está formado por 8 parroquias rurales que son: Cumbayá, Checa, El Quiche, Tababela, Tumbaco, Pifo, Puenbo y Yaruquí (Wikipedia, 2012).

En el Valle de Tumbaco se encuentran 115 establecimientos turísticos cedulados. Según el Boletín de Ocupación Hotelera N°42 edición especial (Distrito Metropolitano de Quito, 2011, p.8), son establecimientos turísticos lugares de: hospedaje, restaurantes, bares y cantinas, salas de recepciones, agencias de viajes, transporte aéreo y terrestre, y otras actividades de recreación y esparcimiento.

Tabla 3. Total de establecimientos turisticos según sector geográfico, número y estructura porcentual.

<i>Sector</i>	<i>Con cédula de funcionamiento</i>	<i>En proceso de cedulaación</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
Mariscal 1	560	31	591	21,3
Mariscal 2	49	4	53	1,9
Mariscal 3	118	5	123	4,4
Centro Histórico	167	4	171	6,2
Centro	146	4	150	5,4
Noroeste	181	6	187	6,7
Noreste	902	30	932	33,6
Sur	270	18	288	10,4
Cercanías Norte	77	10	87	3,1
Cercanías				
Noroccidente	10	1	11	0,4
Valle de los Chillos	49	8	57	2,1
Valle de Tumbaco	115	8	123	4,4
Total de grupo	2.644	129	2.773	100,0

Adaptado por: Distrito Metropolitano de Quito, febrero 2010

De estos 115 establecimientos, 80 pertenecen al grupo de restaurantes, bares y cantinas; 15 realizan actividades de agencias de viajes y en igual número están las empresas de alojamiento, datos obtenidos del mismo Boletín de Ocupación Hotelera N°42 (Distrito Metropolitano de Quito, 2011, p.21). Al no existir mayor oferta, estos datos se presentan como una gran oportunidad de inversión tomando en cuenta el rápido crecimiento de este valle, en especial el de Cumbayá.

Tabla 4. Establecimientos turísticos cedulados en el valle de Tumbaco por actividad

ACTIVIDAD	CANTIDAD	%
Alojamiento	15	13,04%
Restaurantes, bares y cantinas	80	69,57%
Transporte terrestre	1	0,87%
Agencias de viajes	15	13,04%
Esparcimiento	4	3,48%
TOTAL	115	100,00%

Adaptado por: Distrito Metropolitano de Quito, febrero 2010

La parroquia de Cumbayá tenía 8.000 habitantes en 1996, ahora se incrementó a 33.000 habitantes, con una tasa de crecimiento anual del 6,9%, superior a la tasa de crecimiento de Quito que es 2,6% anual. Esto, porque en los últimos 15 años se expandieron las construcciones para vivienda en esta zona en un 700%, según datos de la Administración de Tumbaco (Diario el Hoy, 2011).

Con el boom de la construcción, esta parroquia pasó de ser un sitio agrícola a convertirse en una zona residencial, preferida por las clases media-alta y alta que se refiere al 80% de la población total (Diario el Hoy, 2011).

2.1.3. Estructura de la industria

2.1.3.1. Cadena de valor

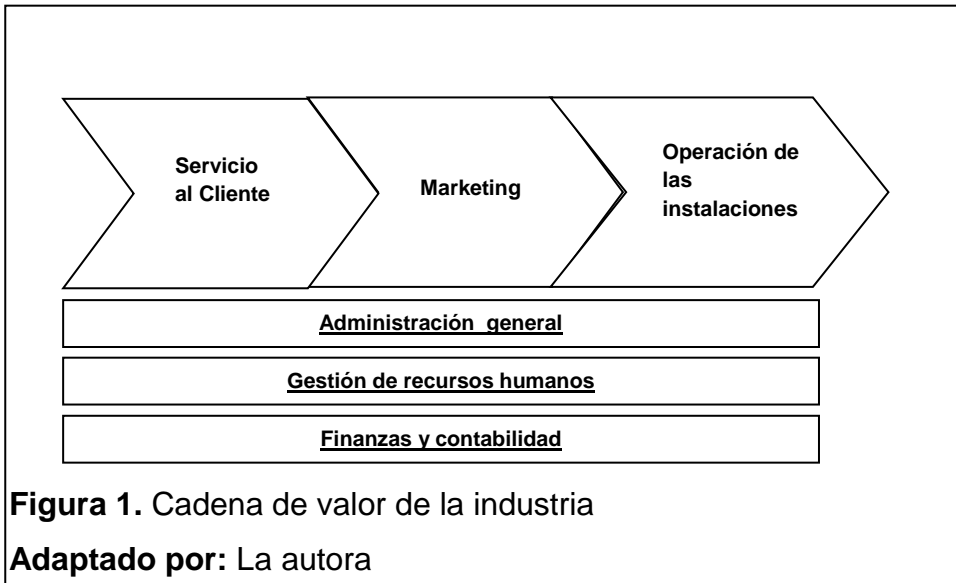


Figura 1. Cadena de valor de la industria

Adaptado por: La autora

- **Servicio al cliente:** Varios servicios que generen una ventaja competitiva y que generen un valor al cliente; pues todos estos elementos que son parte de la prestación del servicio definen la calidad que el cliente va a percibir; además es el eje del funcionamiento del proyecto ya que el trato al cliente será personalizado.
- **Marketing:** El proyecto busca satisfacer las necesidades y deseos del cliente a partir de: el análisis del consumidor, venta de productos o servicios, planeación de productos, fijación de precio, distribución, investigación de mercados y análisis de oportunidades. Al aplicar las preguntas de auditoría que Fred David propone, el proyecto tiene debilidades potenciales; pues no se cuenta con un mercado potencialmente segmentado, no está posicionado entre los competidores, no se ha incrementado la participación de mercado, no se tiene canales de distribución, no se cuenta con una organización eficaz de ventas y aún se realiza una investigación de mercado (2008, pp. 136 – 154).

- **Operación de las instalaciones:** Son todas las actividades que transforman materia prima en productos y servicios, cuentan con funciones básicas ya sea los procesos, capacidad, inventario, fuerza laboral y calidad. En el caso del sector hotelero, algunos procesos son el registro de clientes, mantenimiento y limpieza, servicio a las habitaciones, alimentación, piscina, entre otros. Fred David propone algunas preguntas, en las que se encontraron algunas debilidades potenciales, porque la empresa no está conformada, entonces no cuenta con suministros de materia prima, con instalaciones, equipo y maquinaria, tampoco existe capacidad tecnológica, ni políticas y procedimientos de control. La fortaleza con la que se cuenta para este proyecto es que existe el terreno, donde se va a manejar la residencia universitaria. Otra de las ventajas más representativas es que hay un mercado potencial entre los estudiantes universitarios.

Actividades de Soporte:

- **Administración:** Realizar las cinco actividades básicas: planeación, organización, dirección, integración del personal y control de la empresa.
- **Gestión de recursos humanos:** Son un conjunto de actividades que desarrollan, activan y motivan al personal de la empresa para que esta tenga éxito. Para llegar a esto se requieren métodos y herramientas para conseguir, desarrollar y conservar a los empleados.
- **Finanzas y contabilidad:** La condición financiera de la empresa es un factor muy interesante para los inversionistas o socios. Al no estar conformada la empresa, no se cuenta con un análisis de indicadores financieros ni se está en condiciones de obtener capital a corto o a largo plazo (préstamos), pues no existe un plan financiero que sustente el proyecto.

2.1.4. Factores Económicos y regulatorios

2.1.4.1. Análisis PEST

a. Político:

Según la Federación de la Cámara de Comercio de América del Sur el gobierno ecuatoriano desde mediados de la década 1990 - 2000 no ha tenido un gobierno que dure cinco años seguidos. Esto indica una estabilidad política en el país y demuestra la confianza que genera poco a poco Ecuador, para atraer nueva inversión extranjera (Federación de cámaras de comercio e industria de América del Sur, 2011). La estabilidad política del país, así como el crecimiento económico del mismo, son algunos factores importantes para determinar el Riesgo País; un índice que mide la capacidad financiera de un país para pagar sus deudas externas (grado de riesgo). En enero de 2012, el riesgo país promedio de Ecuador se ubicó en 808 puntos, decreciendo en un 6% con respecto a diciembre de 2011, lo que indica una reducción del EMBI de 54 puntos. Sin embargo, en América Latina en enero se ubicó en 460 puntos. Se puede concluir que el índice del país se encuentra por encima con 348 puntos (Corporación centro de estudios y análisis, 2012, p.10), lo cual indica que el índice de Ecuador es alto

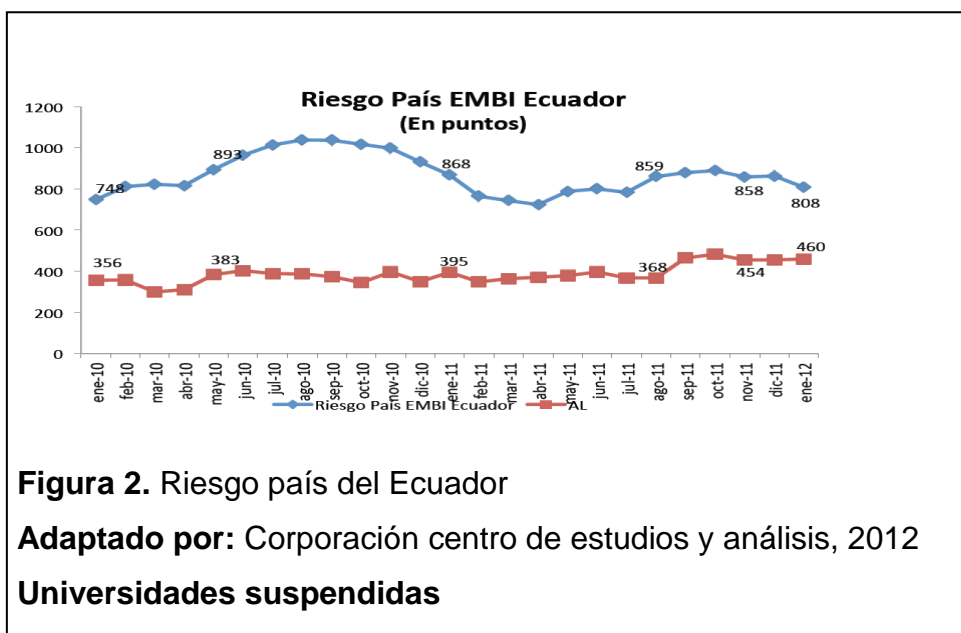


Figura 2. Riesgo país del Ecuador

Adaptado por: Corporación centro de estudios y análisis, 2012

Universidades suspendidas

El día miércoles 11 de abril de 2012 el Consejo de Educación Superior (CES) suspendió de manera definitiva a 14 universidades del país con calificación 'E', ya que no brindaban las condiciones académicas ni infraestructurales mínimas a sus estudiantes. En la ciudad de Quito esta medida afectó a seis universidades específicamente: Universidad Cristiana Latinoamericana (UCL), Alfredo Pérez Guerrero, Politécnica Javeriana, UNITA, Autónoma de Quito y Og Mandino (El Comercio, 2012). Se detalla más del tema en el *anexo # 1*.

Ley de inquilinato

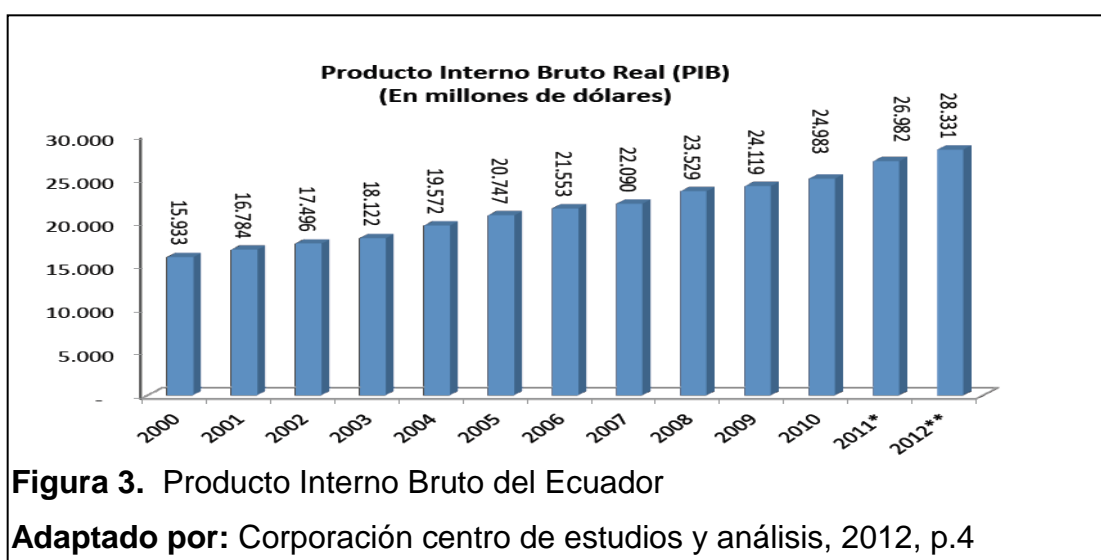
Según el artículo n.4 de la ley de inquilinato, el arrendador está obligado a efectuar todas las reparaciones y obras necesarias con el fin de cumplir las condiciones establecidas. Si dichas reparaciones no han sido realizadas, el arrendatario puede efectuar las obras; sin embargo, se descontará de las mensualidades el valor invertido más el 10% de recargo (Artículo n. 5, ley de inquilinato). El artículo n.6 de la ley de inquilinato afirma que si ninguno de los involucrados efectúa las reparaciones pertinentes, el arrendador será sancionado por el Juez de Inquilinato con multa equivalente a una mensualidad y, si reincidiere, con la multa de tres mensualidades.

El artículo n.7 de la ley de inquilinato ampara al arrendador en cuestión de que si el inquilino fuera responsable de los daños ocasionados en el lugar, o en las instalaciones de agua potable, luz eléctrica y servicios higiénicos, estará obligado a la inmediata reparación de las mismas. En caso de no hacerlo el arrendador tiene el poder de hacerlo y exigir al arrendatario el pago de lo invertido, con un aumento del 10% y podrá, además, exigir la terminación del contrato. Para el arrendamiento de locales amoblados, que es el caso para la construcción y administración de la residencia universitaria, el artículo n. 24 de la ley de inquilinato exige, que en el contrato de arrendamiento de locales amoblados, figure por escrito el inventario, el avalúo de los muebles y la determinación de su valor de uso. Si no consta el valor de uso de los muebles esto corresponde al 25% de la mensualidad acordada. Si el arrendador no entrega los muebles arrendados, o una parte de ellos, según lo que registra el inventario realizado. En el *anexo # 2* se expone la ley de inquilinato.

b. Económico

PIB

El producto interno bruto del Ecuador (PIB), para el año 2012 se proyectó en 28.331 millones de dólares. Respecto al año 2011 se muestra que hubo un incremento de 1.349 millones lo que representa aproximadamente el 5%. En los últimos 10 años, las estadísticas muestran que el PIB se ha incrementado periódicamente cada año demostrando un crecimiento sostenido aproximadamente en un 45%. Este crecimiento se da por las exportaciones netas, la reducción de importaciones y la constante alza del precio internacional del petróleo (Corporación centro de estudios y análisis, 2012, p.4).



Respecto a economías de países vecinos, Ecuador ha tenido un considerable crecimiento trimestral, ubicándose entre los países con mayor porcentaje de incremento. En los datos del Banco Central del Ecuador (2011), se ve reflejado que Ecuador ocupa el segundo lugar, estando por encima incluso de países como Chile y Brasil.

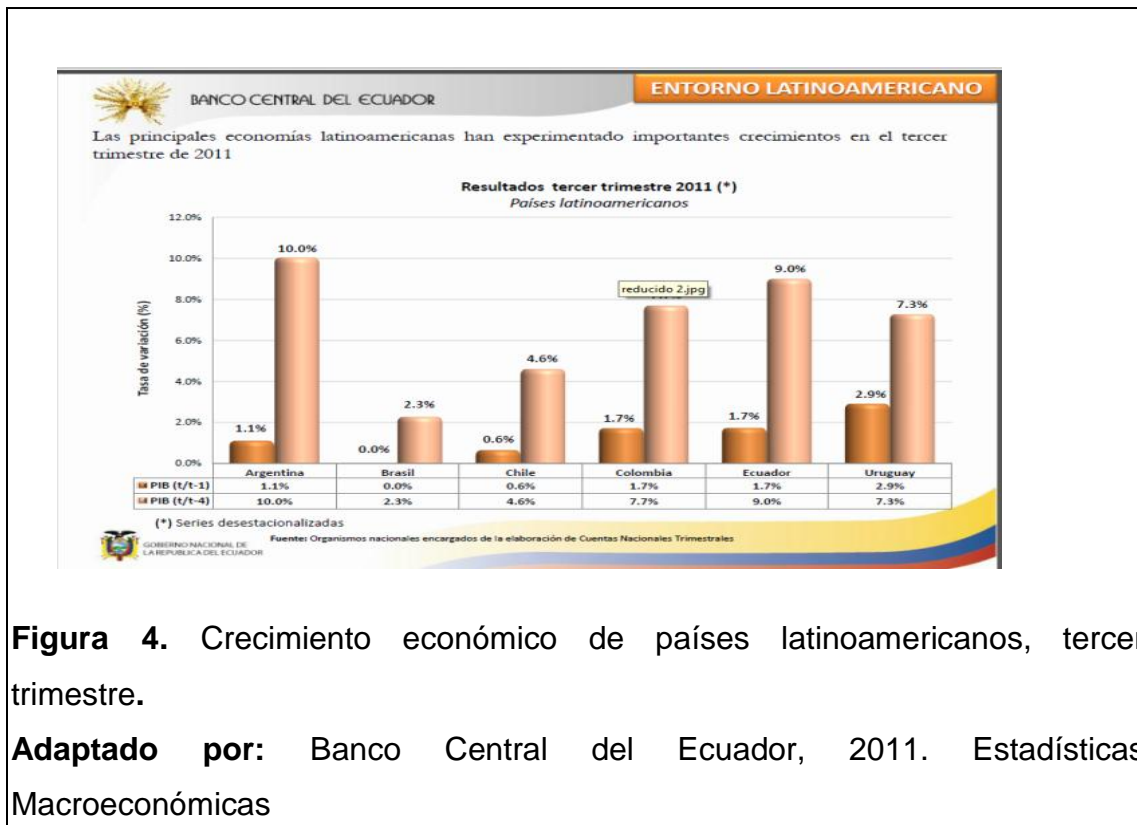


Figura 4. Crecimiento económico de países latinoamericanos, tercer trimestre.

Adaptado por: Banco Central del Ecuador, 2011. Estadísticas Macroeconómicas

Este crecimiento económico de Ecuador ha sido el resultado del progreso de la mayoría de sectores como por ejemplo: el incremento del 17% en el sector pesquero; del 11% en el sector de hogares privados con servicio domésticos; del 8% en el sector de la industria manufacturera; del 6% en el sector del Transporte y Almacenamiento; del 12% en el sector de otros Servicios en donde se incluye a la industria de hoteles y restaurantes; y el sector de la construcción que refleja el mayor porcentaje de crecimiento con el 31%. Esto genera una potencial oportunidad para todos los negocios dentro de este sector (BCE, 2011).

PIB de la industria - Sector otros servicios (Hoteles, bares y restaurantes; Comunicaciones; Alquiler de vivienda; Servicios a las empresas y a los hogares; Educación; y, Salud)

El PIB de la industria a analizar será el de otros servicios ya que este incluye los negocios de Hoteles, bares y restaurantes; Comunicaciones; Alquiler de vivienda; Servicios a las empresas y a los hogares; Educación; y, Salud (BCE, 2011).

Este sector tiene una particular relevancia en la producción y desempeño económico del país. Según las Cuentas Nacionales del Banco Central del Ecuador (2008), la previsión para el año 2010 en la industria de otros servicios, aportó al PIB total con el 16.1%, lo que en valor agregado bruto es 4.137 millones de dólares.

Tabla 5. Participación de las industrias en el PIB (Otros servicios)

Participación de las Industria en el PIB
(Millones de dólares constantes)

Ramas de Actividad	VAB 2009 Millones US\$	VAB 2010* Millones US\$	Aporte al PIB Total	Crecimiento 09-10
Otros servicios ¹	3.874	4.137	16,1%	16,5%
Comercio al por mayor y al por menor	3.503	3.647	14,5%	14,6%
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	3.290	3.409	13,6%	13,6%
Explotación de minas y canteras	3.440	3.382	14,3%	13,5%
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	2.510	2.578	10,4%	10,3%
Construcción y obras públicas	2.238	2.338	9,3%	9,3%
Otros elementos del PIB	2.182	2.293	9,0%	9,2%
Trasporte y almacenamiento	1.792	1.878	7,4%	7,5%
Servicios gubernamentales	1.228	1.287	5,1%	5,1%
Servicios de Intermediación financiera	540	571	2,2%	2,3%
Suministro de electricidad y agua	211	220	0,9%	0,9%
Servicio doméstico	30	30	0,1%	0,1%
PRODUCTO INTERNO BRUTO	24.119	25.019	100,0%	3,7%

Tomado de: Banco Central del Ecuador – cuentas nacionales 2008

Adaptado por: Banco Central del Ecuador

Nota: * (Previsiones del Banco Central)

Por otro lado, la variación porcentual en los dos primeros periodos trimestrales del año 2011 demuestra que hay un crecimiento positivo, lo cual generará cada vez más oportunidades e ingresos en esta industria (Banco Central del Ecuador, 2011).

Tabla 6. Indicadores macroeconómicos trimestrales del Ecuador

4.3.3 INDICADORES MACROECONOMICOS TRIMESTRALES (1)														
tasas de variación t/t-1														
Indicador	2008				2009				2010				2011	
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
TOTAL UTILIZACIÓN	-0,26	2,74	3,45	-0,40	-4,86	-2,11	0,87	1,94	1,89	2,91	2,33	2,42	-0,04	2,18
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1,18	4,88	-1,76	-0,95	1,57	-0,79	0,23	0,18	-1,12	0,10	-0,25	1,79	2,96	0,81
Pesca	1,71	2,22	2,25	-3,34	9,76	1,59	0,25	1,55	0,24	0,43	-2,48	3,79	5,20	6,45
Explotación de minas y canteras	-0,26	-2,00	-0,33	-0,09	-0,36	-0,61	-2,63	-1,83	-0,55	2,99	1,45	2,89	0,69	0,27
Industria manufacturera (excluye refinación de petróleo)	3,25	1,44	1,31	0,16	-2,19	-0,94	-0,39	0,85	3,01	3,04	1,30	1,92	0,89	1,68
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	-10,15	-1,16	17,15	-6,86	1,71	11,19	-7,37	-12,77	-10,76	-3,35	25,31	23,00	0,70	-3,91
Suministro de electricidad y agua	1,83	0,93	3,25	-5,06	-5,06	4,23	0,73	-30,95	16,94	8,16	15,24	-0,81	4,21	13,14
Construcción	0,09	5,04	4,05	0,25	-0,58	2,21	2,10	-0,81	2,32	0,87	2,56	5,01	7,00	9,26
Comercio al por mayor y menor	0,99	2,15	1,68	-1,31	-3,05	-1,08	1,13	2,50	1,23	2,23	1,19	2,01	1,40	2,09
Transporte y almacenamiento	1,94	2,40	1,83	-0,15	-0,22	2,25	0,60	1,98	-0,99	0,63	0,82	1,18	2,52	1,39
Intermediación financiera	1,87	2,60	2,97	1,72	-1,42	-1,20	1,17	0,23	10,64	4,24	3,02	2,87	2,85	3,80
Gobierno General	2,90	3,41	3,90	3,71	-0,85	0,22	0,19	1,81	-1,92	-0,31	0,99	2,66	-3,09	0,85
Otros Servicios (3)	0,76	1,18	0,94	0,41	0,45	-0,04	0,31	0,25	1,33	2,25	2,12	3,11	3,12	3,04
Servicio doméstico	-4,10	-1,46	0,08	-0,19	-0,64	1,52	0,91	0,05	3,02	2,02	-0,68	-1,79	8,28	-3,30
PIB	0,53	2,08	1,85	-0,46	-0,67	-0,20	0,08	0,25	0,24	1,92	2,03	2,64	1,73	2,20

(1) A partir del Boletín No.70 de Cuentas Nacionales Trimestrales, los cálculos se acceden al link: <http://www.bce.fin.ec/documentos/Publicaciones/Notas/Catalogo/>
(2) Cálculos en base a dólares constantes de 2000.
(3) Incluye: Hoteles, bares y restaurantes; Comunicaciones; Alquiler de vivienda; S

Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2011

Sector de la construcción

Según el Ing. Wladimir Jiménez, en su análisis de Pacific Credit Rating, el año 2009 fue un año de muchos cambios para el sector de la construcción, básicamente esto se da por el inicio de nuevas administraciones y la aplicación de nuevas leyes.

El sector de la construcción abarca la construcción de cuatro tipos de edificaciones:

- Infraestructura (incluye la construcción de obras sanitarias o municipales).
- Viviendas.
- Edificaciones.
- Informales (constituidas por construcciones en lugares periféricos).

En el año 2010 el sector de la construcción se recupera principalmente por el crédito del IESS y del sistema financiero (bancos), la inversión extranjera con proyectos inmobiliarios, la estabilidad del costo de la mano de obra y por el incremento de la población que ha generado un déficit de viviendas (PCR-PACIFIC CREDIT RATING, 2011).

Según el INEC, en el censo realizado en 2010, el Ecuador tiene 14'306.876 de habitantes, es decir, que ha crecido un 15% a partir del 2001 cuando el censo fue de 12'481.925 de habitantes, evidenciando así una tasa de crecimiento anual de 1.52% (INEC, 2010).

En el año 2010, el BIESS aumentó el monto de créditos hipotecarios y con esto se convierte en una de las instituciones con mayor participación de mercado en créditos de vivienda. En 2011 el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI) y el Banco del Pacífico empiezan a otorgar créditos con el plan *Mi Primera Vivienda* los cuales ofrecen un bono de 5.000 dólares.

El precio de los materiales es otro de los factores para evaluar el sector de la construcción. Los precios de los materiales principales han ido aumentando del año 2010 al 2011. Los incrementos más importantes se registraron en el acero en barra que tuvo un crecimiento del 5.16% y también en las instalaciones eléctricas y sanitarias para vivienda, que se incrementaron en 5.03% y 7.88%, respectivamente.

Tabla 7. Índices de precios de materiales, equipo y maquinaria de la construcción

Denominación	Índices		Variación porcentual
	mar-10	mar-11	Anual
Acero en barra	281,33	295,84	5,16%
Cemento portland tipo I	144,89	148,87	2,75%
Instalaciones eléctricas (vivienda)	203,67	213,92	5,03%
Hormigón premezclado	184,67	186,38	0,93%
Betún de petróleo (asfalto)	746,2	746,2	0,00%
Grifería y similares	219,29	217,62	-0,76%
Instalaciones sanitarias (vivienda)	194,7	210,04	7,88%
Emulsiones asfálticas	200,71	200,71	0,00%
Equipo y maquinaria de construcción	124,45	127,11	2,14%

Tomado de: INEC

Adaptado por: PCR-PACIFIC CREDIT RATING, 2011

El PIB del sector de la construcción ha tenido un crecimiento constante desde el año 2006 hasta el 2010, creciendo un 25%, y aportando con 2'338.291 al PIB en el año 2010. Cabe destacar que de las 1.000 compañías más importantes del Ecuador 34 corresponden al sector de la construcción (PCR-PACIFIC CREDIT RATING, 2011).

Tabla 8. Producto Interno Bruto por clase de actividad (construcción)

Periodo	Construcción
2006	1.863.590
2007	1.865.553
2008	2.123.901
2009	2.238.027
2010	2.338.291

Tomado de: Banco Central del Ecuador

Adaptado por: PCR-PACIFIC CREDIT RATING, 2011

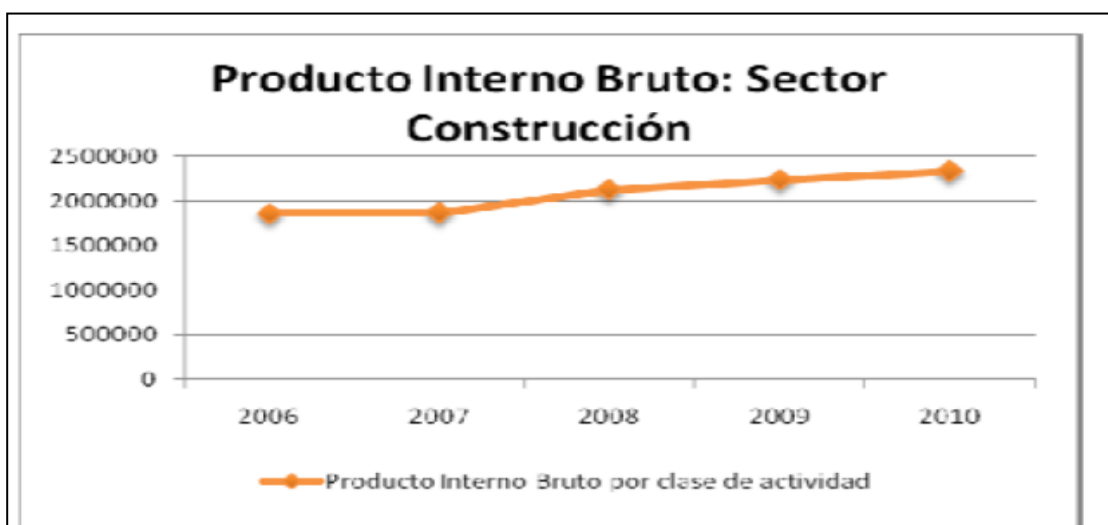


Figura 5. Producto Interno Bruto: sector construcción

Tomado de: Banco Central del Ecuador

Adaptado por: PCR-PACIFIC CREDIT RATING, 2011

Inflación

Según en INEC en su reporte mensual de inflación de febrero de 2012, el índice de precios al consumidor (IPC) se ubicó en 137,80 dólares, y en febrero de 2011 se ubicó en 130,59 dólares. La inflación de febrero en el año 2012 fue de 5,53%, y en febrero de 2011 de 3,39%, esto indica un aumento de la inflación por el incremento de precios en la canasta familiar básica. Las categorías de esta canasta básica son: Alimentos y bebidas no alcohólicas (37.84%), Transporte (13.37%), y Restaurantes y hoteles (12,48%), lo cual representa en total 63,69% a la inflación mensual (INEC, 2012).

Para el sector de alojamiento y específicamente para el proyecto de una residencia universitaria en el valle de Cumbayá, esto influye drásticamente ya que dentro de los servicios que se van a ofrecer están los desayunos tipo buffet y además el arriendo tiene un participación en la inflación de 0.75%. \

Tabla 9. Índices de precio al consumidor

Mes	Índice	Variación Mensual	Variación Anual	Variación Acumulada
feb-11	130,59	0,55%	3,39%	1,24%
mar-11	131,03	0,34%	3,57%	1,58%
abr-11	132,10	0,82%	3,88%	2,41%
may-11	132,56	0,35%	4,23%	2,77%
jun-11	132,61	0,04%	4,28%	2,81%
jul-11	132,85	0,18%	4,44%	2,99%
ago-11	133,49	0,49%	4,84%	3,49%
sep-11	134,55	0,79%	5,39%	4,31%
oct-11	135,02	0,35%	5,50%	4,67%
nov-11	135,43	0,30%	5,53%	4,99%
dic-11	135,97	0,40%	5,41%	5,41%
ene-12	136,74	0,57%	5,29%	0,57%
feb-12	137,80	0,78%	5,53%	1,35%

Tomado de: INEC, 2012



Figura 6. Aportes a la inflación por divisiones de artículos.

Tomado de: Dirección estadísticas económicas – INEC

Tabla 10. Bebidas no Alcohólicas que contribuyen al aumento de precios

Bebidas no Alcohólicas que contribuyen al aumento de precios				
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS				
<i>Mensual: 1,01% Anual: 6,13%</i>				
Artículo	Ponderación	Valor del aporte	Porcentaje de aporte	Inflación
Tomate riñón	0,0049	0,1206	20,05%	36,42%
Arveja tierna	0,0017	0,0406	6,75%	25,25%
Presas de pollo	0,0162	0,0366	6,08%	2,34%
Cebolla paiteña	0,0037	0,0220	3,65%	6,29%
Naranja	0,0024	0,0214	3,56%	8,09%
Fréjol seco	0,0012	0,0154	2,57%	17,14%
Pescados frescos	0,0091	0,0115	1,91%	1,32%
Camarones	0,0022	0,0107	1,77%	7,05%
Manzana	0,0027	0,0101	1,68%	4,23%
Fréjol tierno	0,0016	0,0095	1,59%	8,02%

Tomado de: Dirección Estadísticas Económicas - INEC

Tabla 11. Artículos de la división de restaurantes y hoteles que contribuyen al aumento de precios

RESTAURANTES Y HOTELES				
<i>Mensual: 1,37% Anual: 8,48%</i>				
Artículo	Ponderación	Valor del aporte	Porcentaje de aporte	Inflación
Almuerzos	0,0451	0,0489	8,13%	1,37%
Pollo preparado	0,0025	0,0108	1,80%	4,69%
Desayunos	0,0112	0,0093	1,54%	1,00%
Sanduches	0,0059	0,0065	1,09%	1,42%
Hotel	0,0021	0,0007	0,12%	0,44%

Tomado de: Dirección Estadísticas Económicas - INEC

**Figura 7.** Inflación mensual por divisiones de artículos

Tomado de: Dirección Estadísticas Económicas - INEC

Tasa de interés

Según el Banco Central del Ecuador y la Cámara de Comercio de Quito (2012) la tasa activa es de 8,17% y 4,53% la tasa pasiva. Estas tasas no han sufrido cambio alguno desde el año 2009 lo cual genera una cierta noción de estabilidad económica. La tasa PYMES referencial es de 11,20% y de igual manera se ha mantenido constante.

Tabla 12. Tasas maximas de los segmentos de credito

Segmento	Tasa Activa Efectiva Máxima				Tasa Referencial		Diferencia Sep-07 Mar - 12	
	sep-07	oct-08	jun-09	mar-12	sep-07	mar-12	Máxima	Ref.
Productivo Corporativo	14.03	9.33	9.33	9.33	10.82	8.17	- 4.70	- 2.65
Productivo Empresarial (1)	n.d.	n.d.	10.21	10.21	n.d.	9.53	-	-
Productivo PYMES	20.11	11.83	11.83	11.83	14.17	11.20	- 8.28	- 2.97
Consumo (2)	24.56	16.30	18.92	16.30	17.82	15.91	- 8.26	- 1.91
Consumo Minorista (3)	37.27	21.24	-	-	25.92	-	-	-
Vivienda	14.77	11.33	11.33	11.33	11.50	10.64	- 3.44	- 0.86
Microcrédito Minorista (4)	45.93	33.90	33.90	30.50	40.69	28.82	- 15.43	- 11.87
Microcrédito Acum. Simple (5)	43.85	33.30	33.30	27.50	31.41	25.20	- 16.35	- 6.21
Microcrédito Acum. Ampliada (6)	30.30	25.50	25.50	25.50	23.06	22.44	- 4.80	- 0.62

(1) Segmento creado a partir del 18 junio 2009.

(2) Reducción de Tasa Máxima febrero 2010 de 18.92% a 16.30%

(3) Segmento unificado con el segmento Consumo Minorista a partir del 18 junio 2009

(4) Reducción de Tasa Máxima mayo 2010 de 33.90% a 30.50%

(5) Reducción de Tasa Máxima mayo de 2010 de 33.30% a 27.50%. Cambio en los rangos de crédito, segmento Microcrédito Minorista de USD 600 a USD 3,000 (junio 2009)

(6) Cambio en los rangos de crédito Microcrédito Acum Simple de (USD 600 a USD 8,500) a (USD 3,000 a USD 10,000) (junio 2009)

Tomado de: Banco Central del Ecuador-Dirección Estadística Económica

Según el editor Victor Vizuet, la regulación crediticia es una forma de evitar situaciones parecidas a las que se viven en España por efectos de la burbuja inmobiliaria. En Ecuador la situación es diferente ya que en España se daban préstamos de riesgo, que no solamente cubrían el 100% del valor del bien sino hasta el 120 ó 130%.

La regulación es beneficiosa para quienes optaron por un crédito hipotecario para la compra de su vivienda ya que en el peor panorama solo les embargarían el inmueble y no otros bienes como vehículos, mobiliario y otras casas. Pero para el desarrollo inmobiliario del país, esta medida puede frenar a las instituciones que dan créditos ya que estas entidades van a proteger su inversión poniendo más restricciones y dando menos dinero (El Comercio, 2012).

c. Social

El Ecuador es un país que vive en constantes cambios, ya sea a nivel económico, político, tecnológico o, en este caso, a nivel social. Todas estas variables ejercen fuertes repercusiones que pueden representar oportunidades o amenazas. Todo depende de cómo se las vea y de cómo se usen los recursos y capacidades. Para la industria de alojamiento o para ofrecer servicios de dormitorio para estudiantes es importante el ingreso de nuevos clientes para obtener rentabilidad en el proyecto.

De acuerdo al boletín de estadísticas turísticas, el país registró un ingreso de 2.340 extranjeros por motivos de estudios, es decir estudiantes que desean iniciar, completar o perfeccionar su instrucción en establecimientos oficiales o particulares con reconocimiento gubernamental (Ministerio de Turismo, 2009).

Para la industria de alojamiento, el ingreso de nuevos clientes representa más negocios y por ende más rentabilidad. La administración y construcción de una residencia universitaria constituye una oportunidad de negocio. La entrada de extranjeros representa la porción más grande de la demanda para la residencia universitaria teniendo en cuenta que estos estudiantes no son residentes y buscan un lugar donde vivir que sea cerca de su institución de estudio.

Se detalla más en el anexo # 3 – Entrada de migrantes al Ecuador.

De acuerdo con el Economista Alcides Aranda, en su proyecto “Aseguramiento de la calidad: políticas públicas y gestión universitaria, capítulo Ecuador (2009)”, el país tiene un bajo nivel de acceso a la educación media, dado que para entrar a la universidad se requiere haber terminado la educación secundaria y tener título de bachiller. Del total de jóvenes que estarían en edad de entrar a la universidad, apenas un pequeño porcentaje tiene las posibilidades de hacerlo, ya sea por razones económicas, familiares u otras. Desde esta perspectiva se plantea que la principal barrera de acceso al nivel superior está en la posibilidad de acceder y terminar la educación secundaria (Políticas públicas y gestión universitaria, 2009).

En el país existían 57 universidades y escuelas politécnicas registradas hasta el año 2008 según el CONESUP (actualmente llamado SENEKYT) y 292 instituciones no universitarias denominadas institutos superiores (técnicos y tecnológicos, pedagógicos, conservatorios y de artes). *Ver anexo # 4 – Lista de Universidades.*

Para el año 2008 el número de personas matriculadas en total fueron de 531.467 en el país; sin embargo, solo en las universidades particulares y particular cofinanciadas, el número de matriculados fueron de 187.466.

El número de estudiantes matriculados ha crecido considerablemente desde el año 1996, pues en ese año fue de 50.761 estudiantes, en 2001 fue de 66.815 y para el 2008 hubo un incremento del 27% (CONESUP, 2008).

En lo que se refiere específicamente a la ciudad de Quito, el SENEKYT estableció que para el 2010 existían 133.014 personas matriculadas en las universidades del país. *Ver anexo # 5 – Carta SENEKYT.*

Tabla 13. Evolución de los estudiantes matriculados de las universidades y escuelas en los años 1996, 1999, 2001, 2007 y 2008

EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIANTES MATRICULADOS DE LAS UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS EN LOS AÑOS 1996, 1999, 2001, 2007 Y 2008					
RÉGIMEN	1996	1999	2001	2007	2008
PÚBLICA	163.422	189.437	225.859	330.297	344.001
PARTICULAR COFINANCIADA	50.761	44.914	66.159	113.212	124.377
PARTICULAR	-----	-----	-----	-----	63.089
TOTAL	214183	234351	292018	443509	531467

Tomado de: CONESUP

Adaptado por: Alcides Aranda A.

Como se menciona en el punto 2.2 (tendencias), el crecimiento de la población en el Valle de Cumbayá ha inducido a varias empresas o entidades a construir en el sector.

Nuevo aeropuerto de Quito

Con la construcción del nuevo aeropuerto de Quito en el sector de Tababela (no sé si se escribe así porque en google aparece en algunos lados con b y en otros con v) y la Ruta VIVA que unirá a Quito con el nuevo aeropuerto, la misma que iniciará en la Av. Simón Bolívar a la altura de San Juan Alto y finalizará en Puembo, las parroquias del Valle de Tumbaco serán directamente beneficiadas con la afluencia de una gran cantidad de personas (Sitio oficial de Quito turismo, 2010).

El nuevo aeropuerto de Quito, que empezó a construirse en el 2006 y que reemplazará al Aeropuerto Mariscal Sucre, se inaugurará en febrero de 2013. En un inicio la terminación de la construcción estaba prevista para el año 2011 pero surgieron una serie de problemas que impidieron que este plazo se cumpla (Quito turismo, 2010). El nuevo aeropuerto estará ubicado a unos 35 km. aproximadamente de distancia de la ciudad de Quito.

El principal problema que afronta la ciudad en las vías actuales, es la falta de capacidad para la cantidad de usuarios que ocupan las mismas, sobretodo en horas pico. Los tiempos de viaje son excesivamente largos para la distancia que se recorre, por lo que se implementará La *Ruta VIVA* que tendrá una longitud de 13,6 km. Esto facilitará el descongestionamiento de Cumbayá y la ruta se conectará con el nuevo aeropuerto de Quito, permitiendo el tránsito de 67.000 vehículos con una velocidad promedio de 65 km/hora en un tiempo estimado de 45 minutos. Con esta ruta el tráfico vehicular de la vía Interoceánica se reducirá en 50%, llegando a los 22.300 vehículos por día. Sin embargo, la Ruta VIVA no será la única vía hacia el nuevo aeropuerto, son varios los proyectos de nuevas vías, ampliaciones viales, entre otras adecuaciones viales que se harán en el DMQ. Esta es una de las ventajas que tendría el proyecto, ya que por su ubicación estaría en un punto céntrico entre

el aeropuerto y la ciudad, permitiendo así brindar todas las facilidades a los posibles clientes (EPMMOP – Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, 2011).

Otra construcción que beneficia al proyecto es el nuevo campus de la Universidad Católica (PUCE). Esta escogió un terreno de 70 hectáreas para la construcción de su nuevo campus que estará ubicado en Nayón. El campus de la Avenida 12 de Octubre les resulta pequeño para la gran cantidad de estudiantes y para el espacio físico que requiere cada una de las facultades (Periódico digital de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura PUCE- El Imperdible.ec, 2011)

d. Tecnológico

Actualmente la industria de alojamiento en Ecuador no ha evolucionado lo suficiente en el aspecto tecnológico. El Programa de Asistencia Técnica a los Pequeños Hoteles de la Región Andina afirma que solo 69% de los pequeños Hoteles tiene computadora. Esto sin duda genera una debilidad para el sector ya que esta falta de herramientas o recursos impide la obtención de un mayor mercado (Diario El Universo, 2010). Otro dato relevante que estableció el Programa de Asistencia Técnica a los Pequeños Hoteles de la Región Andina fue que el primer trimestre del año 2010 solo el 4% de los establecimientos captó clientes a través del uso de herramientas tecnológicas. La razón principal es que los sitios de alojamiento no cuentan con las herramientas de comunicación, para que a través de estas desde cualquier parte del mundo y vía internet se adquiera cualquier cantidad de información del establecimiento. La mayoría de los pequeños hoteles (62%) recibe clientes a través de referencias o boca a boca, esto lo afirma Patricio Tamariz, consultor regional de este programa (Diario el Universo, 2010). A raíz de este problema, el sector de alojamiento debería elaborar un proceso de capacitación para mejorar el plan de gestión; así los pequeños establecimientos de alojamiento podrán acceder a un software que les permita ofrecer sus servicios y la información pertinente a

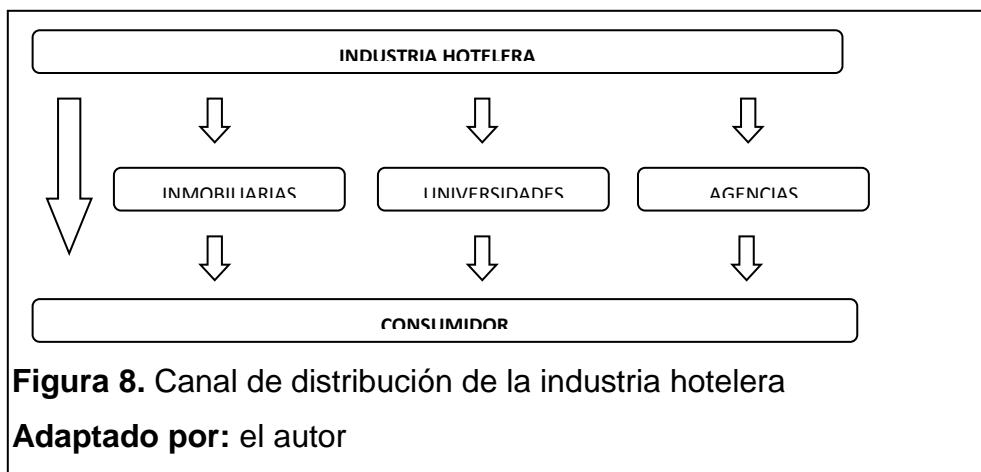
través del internet. El boom de los medios de comunicación, la difusión y el acceso a nuevos aparatos electrónicos como las aplicaciones para smartphones y en si el marketing digital han modificado notablemente el sistema del sector hotelero.

Según las noticias de la página web de energías renovables (renewable energies), el sector de la construcción en el Ecuador se encuentra actualmente en auge debido a la oportunidad que existe para adquirir créditos. Como se mencionó anteriormente, este sector ha tenido un crecimiento económico grande lo que genera una oportunidad para la economía del país. Sin embargo, esto representa un daño al medio ambiente, ya que la construcción genera un consumo de alrededor del 40% de energía y del 24% de las emisiones de dióxido de carbono. Por esta razón, hoy en día se buscan maneras de construir edificaciones de manera eficiente y sustentable (energías renovables, 2012). Esta tecnología se basa en que las viviendas o edificios deben ser sustentables desde su diseño hasta su demolición. Esto incluye aspectos como su mantenimiento y locación, usar los servicios y recursos sin explotarlos; por ejemplo, el buen uso del agua, la reducción de la energía y el reciclaje de recursos. Construir estas nuevas edificaciones representa una mayor inversión, ya que es una nueva implementación tecnológica de materiales y recursos; sin embargo, su rendimiento y duración es diez veces mejor, y el gasto de energía y agua disminuye. Las edificaciones pueden aplicar diseños y tecnología de punta; por ejemplo, paneles solares para el calentamiento de agua en los edificios, y también canales de captación de lluvia para su posterior reutilización.

2.1.5. Canales de distribución

Hoy en día la industria de hoteles y restaurantes incluye elementos tangibles e intangibles, en el cual la estructura física y el servicio se transforman en una experiencia para el cliente. Esta experiencia puede ser positiva o negativa dependiendo de la satisfacción del cliente por lo ofrecido. Todos los beneficios o características se dan a conocer a través de un canal de distribución el cual

se adapte mejor al negocio. Hoy en día esta industria distribuye sus servicios a través de intermediarios, como por ejemplo agencias de viajes, agencias mayoristas, departamentos de ventas como inmobiliarias; cada canal sirve para obtener más flujo de clientes. El número de canales siempre depende de la escala, tamaño, y tipo de negocio.



2.1.6. Las 5 fuerzas de Porter

Para determinar las distintas fuerzas de Porter se usará el libro de Fred R. David "*Conceptos de administración estratégica*".

2.1.6.1. Nuevos participantes (barreras de entrada)

Se realizó la matriz que refleja claramente el nivel del proyecto como nuevos participantes (esta frase no tiene mucho sentido. No sé qué tratas de decir). Para lograr esto se tomaron en cuenta algunos factores relevantes para el negocio.

Al tener barreras de entrada bajas en el país para que ingresen nuevos competidores, el peso que posee este factor es del 20%, y la puntuación para la residencia o el proyecto es de 3, es decir un punto medio.

Como se mencionó anteriormente, el número de residencias universitarias en Quito es bajo, por lo que el peso es del 15% y la puntuación para la residencia es de 4. Existe la oportunidad de tener una ventaja competitiva puesto que es

fácil saber cuáles son las estrategias y acciones de cada una de las residencias (benchmarking).

La preferencia de marca tiene un peso bajo, porque a pesar de que existen muchos tipos de establecimientos de alojamiento, muy pocos cumplen con el concepto de residencia universitaria. Estas residencias se dirigen a un segmento con características específicas, por lo que lograr eso para la empresa es de vital importancia y tiene un puntaje de 4.

El capital tiene un mayor peso (25%), pues la inversión inicial es alta ya que se requiere una construcción de acabados de lujo, además de la administración. Para una buena administración del negocio es necesario tener experiencia y know how por lo que el peso es alto.

La ubicación tiene una importancia grande para el presente proyecto ya que se tiene el terreno en el sector de Cumbayá el cual tiene mucha demanda como se mencionó anteriormente.

Las políticas regulatorias, los aranceles y las restricciones tienen un peso bajo, pues no existe alguna regulación fuerte que impida el desarrollo del proyecto. Se obtuvo un valor ponderado de 3.64/5 lo cual ubica a la entrada del proyecto en un nivel medio.

Tabla 14. Matriz de factores como nuevos participantes

Factores	Peso e importancia	Residencia universitaria VILLA ASUR	TOTAL
Barreras de entrada bajas	20%	3	0.6
# de candidatos: en Ecuador existen pocas instituciones establecidas como residencia universitaria	15%	4	0.6
Preferencia de marca y grado de lealtad al cliente	7%	4	0.28
Alto requisito de capital	25%	4	1
Experiencia	20%	3	0.6
Políticas regulatorias: construcción	3%	2	0.06
Ubicación	10%	5	0.5
TOTAL	100%	23	3.64

Adaptado por: El autor

Nota: Siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.

2.1.6.2. Amenaza de sustitutos (y complementos)

Los productos sustitutos de residencias universitarias son principalmente todo tipo de lugares de alojamiento entre ellos;

- Hoteles residencia
- Hostales residencia
- Casa huésped
- Departamentos
- Suites

A pesar de que estos servicios cumplen con la necesidad de alojamiento de los clientes, no se dirigen a un segmento o a un rango de edad en específico. Las residencias universitarias solo se dirigen a estudiantes universitarios. Además, estas incluyen todos los servicios como alimentación, piscina, lavandería, limpieza, baño privado, televisión pagada, etc.

Según la página web vive1.com, hay 47 propiedades en el sector de Cumbayá de las cuales 35 son para venta y todas sobrepasan los cien mil dólares y para arriendo hay 12 propiedades donde la mensualidad es aprox. 1.500 dólares (sin los servicios básicos, condominio y los servicios mencionados anteriormente). La ventaja que sin duda tendrá la residencia Villa Asur y sus servicios es que dentro del pago mensual ya estarán incluidos los servicios básicos además del desayuno. Además, las instalaciones de la residencia serán de lujo interior y exteriormente, es un lugar exclusivo en donde el cliente percibirá el valor de la residencia y estará rodeado de gente de su mismo nivel económico y social.

2.1.6.3. Poder de negociación de los compradores

Los clientes potenciales de la residencia Villa Asur son estudiantes de un nivel socio económico alto que estén en universidades de Quito y los valles y que principalmente vengan de provincias o del exterior, sin descartar a jóvenes universitarios que deseen vivir solos. Como se mencionó anteriormente, la

residencia brindará todos los servicios y se caracterizará por su exclusividad y lujo, pues tendrá un número limitado de habitaciones.

Al tratarse de un producto indiferenciado, pues la industria que lo engloba es el alojamiento, existen un sin número de sustitutos, donde el poder de negociación está en los clientes. Es por eso que se debe establecer claramente una estrategia de diferenciación y exclusividad en la mente de los consumidores. El desarrollo de estas estrategias debe dar como resultado lealtad y fidelización por parte de los clientes para que el costo de cambiarse a otras marcas sea alto, a pesar de la gran cantidad de sustitutos que existen.

2.1.6.4. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación con los proveedores se puede observar a través de una matriz, en la cual se distinguen diferentes factores que permiten conocer el poder del proveedor según las necesidades del proyecto. Como se trata de una residencia universitaria se requieren los materiales para la construcción y muebles y enseres básicamente. Para la parte administrativa se subcontratarán los siguientes servicios: lavadoras, mantenimiento de la piscina, alimentación, televisión pagada, seguridad, asesoramiento legal y de construcción. Esta estrategia resulta más económica puesto que no habrá personal fijo en la residencia, sino solo cuando sea necesario.

Tabla 15. Matriz de poder de negociación

Factores	Poder alto	Poder medio	Poder bajo
Disponibilidad de materiales para construcción.			x
Disponibilidad de materiales para los acabados de lujo		X	
Disponibilidad de muebles y enseres en muchos proveedores al precio del mercado			x
Cambiar de un proveedor a otro		X	
Proveedor con artículos diferenciados		X	
Proveedores de servicios (lavandería, alimentación, seguridad y asesoramiento legal y de construcción) en Cumbayá		X	
Proveedores de otros servicios (cable, servicios básicos)	x		

Adaptado por: El Autor

2.1.6.5. Intensidad de la rivalidad

La competencia es generalmente la más poderosa de las cinco fuerzas, ya que es la unión de estas y solo se logrará el éxito si se tienen bien definidas las estrategias y la ventaja competitiva sobre los rivales.

La rivalidad en la industria de hoteles y restaurantes es alta puesto que existen muchos lugares de alojamiento en la ciudad que tienen características semejantes como tamaño, capacidad, servicios, etc. Muchas recurren a tácticas de marketing como publicidad, descuentos y precios accesibles.

En la industria específica en la que está este proyecto: servicios de dormitorio para estudiantes, incluso dormitorios universitarios, en la ciudad de Quito existen 5 entidades manejadas como residencias universitarias.

- Residencia universitaria Ilinizas

Dirección: Toledo 656 y Lérica - Quito, Ecuador

Solo para hombres

- Residencia universitaria Girasol

Calle Solano 1088 y Yépez (El Dorado)

Mixta

- Residencia universitaria Tulpa

Gonnessiat y González Suárez

Solo para mujeres

- Residencia universitaria Lume

De las Madreselvas N47-146 entre Tixan y

César Sandino (sector el Inca)

Mixta

- Residencia universitaria para mujeres de la USFQ

Jacaranda

Solo para mujeres

La posibilidad de cambiar de marca de los clientes es alta puesto que no existe mucha competencia. Este es un producto donde siempre se va a tener demanda, pues la mayoría de estudiantes del segmento al cual se dirige el

proyecto después del bachillerato continúan con la educación superior, por lo que el crecimiento sería constante cada año.

2.2. La Compañía y el Concepto del Negocio

2.2.1. La idea y el modelo de negocio

Según datos del INEC en los resultados del censo de población y vivienda 2010 realizado en 24 provincias, 221 cantones y 800 parroquias rurales del país, la ciudad de Quito es la segunda más poblada con 2'239.191 de habitantes. Del total de habitantes en Quito, el 65% son quiteños, mientras que el 35% son inmigrantes internos, es decir, provienen de otros cantones y provincias (INEC, 2010).

La idea nace del hecho de que muchas personas de provincia vienen a estudiar a la capital, y a su llegada prefieren vivir con algún familiar o alguien conocido con el fin de adaptarse a la ciudad. Posteriormente muchos de los estudiantes adquieren un departamento para vivir solos. Sin embargo, no ocurre lo mismo con las personas extranjeras que al llegar a la ciudad buscan familias que los reciban o viven solos. Algunas de las universidades tienen acuerdos con familias para que acojan a los estudiantes.

VILLA ASUR es una residencia para estudiantes que prefieran vivir en un lugar donde obtengan todos los servicios incluidos en el pago mensual de arriendo, con el fin de optimizar su tiempo sin perder su independencia. Ellos podrán elegir entre diferentes tipos de habitaciones (simple y doble) que se adapten más a su estilo de vida. También contará con varios servicios para que los clientes estén cómodos a toda hora. La residencia se caracterizará por su diseño, exclusividad y lujo.

2.2.2. Estructura legal de la empresa

Esta empresa se constituirá como sociedad anónima (Villa Asur S.A.) Para la constitución de la misma se seguirán ciertos pasos impuestos por la

Superintendencia de Compañías. Estos pasos serán descritos en el *anexo # 6*, el domicilio fiscal será en parroquia Nayón en el sector San Francisco de Tanda, donde se construirá la residencia Villa Asur.

2.2.3. Misión, Visión y Objetivos

a. Misión:

Villa Asur ofrece alojamiento a los estudiantes universitarios nacionales y extranjeros en la ciudad de Quito. La empresa se enfoca en proporcionar todos los servicios y atención personalizada con el fin de satisfacer las expectativas de los clientes. El servicio incluye habitaciones amobladas, servicio de limpieza, piscina, servicios básicos, parqueaderos y también desayuno. Se brindará un círculo familiar y seguro, orientado a la tranquilidad de los residentes y de sus familias, siendo la principal prioridad ser responsables con el medio ambiente en cada actividad que se realice junto a los colaboradores y accionistas.

b. Visión:

Para el año 2017 convertirse en una opción permanente de alojamiento para los estudiantes universitarios nacionales y extranjeros en la ciudad de Quito. Ser reconocidos por un servicio de calidad, exclusividad y personalización hacia los clientes.

c. Valores corporativos:

- Respeto: realizar cualquier actividad sin afectar a los miembros de la residencia.
- Compromiso: cumplir con todas las obligaciones dentro de la residencia.
- Calidad y profesionalidad: siempre actuar con profesionalidad en cualquier problema o actividad, garantizando excelentes resultados en cada proceso.
- Diversidad Cultural: respetar las diferencias culturales y opiniones de cada uno de los integrantes de la residencia, brindado así un ambiente agradable.

- Ética: realizar actividades basándose en la moral y valores establecidos por nuestra sociedad.

d. Objetivos

○ Objetivo general

Convertir a la residencia **Villa Asur** en una opción permanente de alojamiento para estudiantes nacionales y extranjeros, brindando en cada actividad un servicio de calidad y diferenciado para los clientes.

○ Objetivos a corto plazo

- Alcanzar en el primer año el 100% de la cantidad total de habitaciones.
- Alcanzar en el primer año el 100% de venta total de habitaciones.
- Aplicar la estrategia de subcontratación en algunas actividades con el fin de ahorrar costos y obtener mayor productividad y eficiencia en servicio y en otras actividades específicas, y así disminuir los riesgos operativos que se puedan dar desde el primer año.
- Ofrecer a los estudiantes toda la comodidad y el espacio que ellos necesitan a través los servicios y las instalaciones priorizando la personalización en los procesos en el primer año.
- Garantizar la profesionalidad de las personas que trabajan en la residencia en cada una de las operaciones.

○ Objetivo a largo plazo

- Incrementar el 5% de cuota de mercado para el segundo año.
- Lograr una recompra del 20% de los clientes captados para el segundo año.
- Conseguir el 7% de clientes potenciales a partir del segundo año por medio de recomendaciones.
- Obtener un incremento anual del 5% a partir de las estrategias establecidas.

e. Factores Claves de Éxito del Producto

- Personalización en el servicio y relaciones con los clientes.
- Producto exclusivo enfocado en un segmento socio económico alto.

2.3. El producto o servicio

La residencia universitaria VILLA ASUR ofrecerá a sus consumidores servicios y alojamiento de calidad, los cuales serán ejecutados con los debidos procedimientos y el debido control.

Tomando en cuenta que el servicio que se va a ofertar en la residencia es de primera necesidad, según la Pirámide de Maslow, se debe enfatizar que el consumidor posee la información necesaria para adquirir este servicio. Sin embargo, cabe destacar que el cliente consume algo más que el servicio de alojamiento en sí. Es por ello que también se dará prioridad al servicio al cliente; personalización del servicio y exclusividad.

a. Calidad del producto

La calidad tiene un impacto directo en el desarrollo del servicio y del producto, por lo que está relacionada estrechamente con el valor y la satisfacción del cliente. Al tratarse de un producto intangible, este primero se vende, y después se produce y consume al mismo tiempo. Todos los servicios que se oferten son de calidad, pues se contará con personal capacitado y con procesos óptimos para brindar cada uno de estos servicios.

b. Estilo y diseño del producto

El buen diseño de la residencia, tanto en la parte exterior como en la interior, contribuye a la utilidad de su servicio y a la belleza del lugar. El estilo y diseño del producto se construye en base al entendimiento de las necesidades del cliente y de dar un sentido de experiencia en el uso del mismo. En base a la

investigación de mercado realizada y detallada en próximos capítulos, el estilo y diseño de la residencia VILLA ASUR será contemporáneo, es decir bastante sencillo, simple, práctico y funcional. Se trata de una estructura que no lleva detalles recargados y se caracteriza por crear espacios amplios y luminosos en donde se transmite una sensación de informalidad y juventud.

c. Características del producto

La residencia Villa Asur se ubicará en el Valle de Cumbayá, parroquia Nayón en el sector San Francisco de Tanda.

Entre los servicios que estarán incluidos en el pago mensual están los siguientes:

- Pago de agua
- Pago de luz
- Internet WIFI
- Limpieza diaria de zonas comunes: pasillos, cocina, áreas de juegos
- Limpieza de cuartos diaria (opcional)
- Desayuno tipo buffet
- Uso de la piscina, parrilla y canchas (áreas externas)
- Uso de las áreas de juegos (fútbol, billar)
- Servicio de seguridad (guardias, cámaras)
- Parqueadero
- Uso de comedor y cocina
- Uso de gimnasio

Hay servicios opcionales que dependen de las necesidades del consumidor, estos no están incluidos en el pago mensual.

- Pago de planilla de teléfono
- Servicio de lavadora y secadora
- Transporte (chofer)

- Habitaciones

Se contará con 4 torres de 12 habitaciones cada una. Se ofrecerán dos tipos de habitaciones, simple o doble.

Habitación simple: cada torre se adecuará con 4 habitaciones simples, y cada una de ellas (esto aumenté porque si no parece que la torre medirá eso) medirá 22 m². La habitación será de un estilo contemporáneo y se adecuará con lo siguiente: baño privado, cama de dos plazas, velador, lámpara, armario con escritorio, plasma, teléfono, microondas y estantería pequeña.

Habitaciones dobles: cada torre se adecuará con 8 habitaciones dobles, y cada una de ellas medirá 28 m². La habitación será de un estilo contemporáneo y se adecuará con lo siguiente: 1 baño privado para las dos personas, 2 camas de dos plazas, velador y lámpara en cada cama, armario, televisión, teléfono, un escritorio para dos personas, microondas y estantería pequeña.

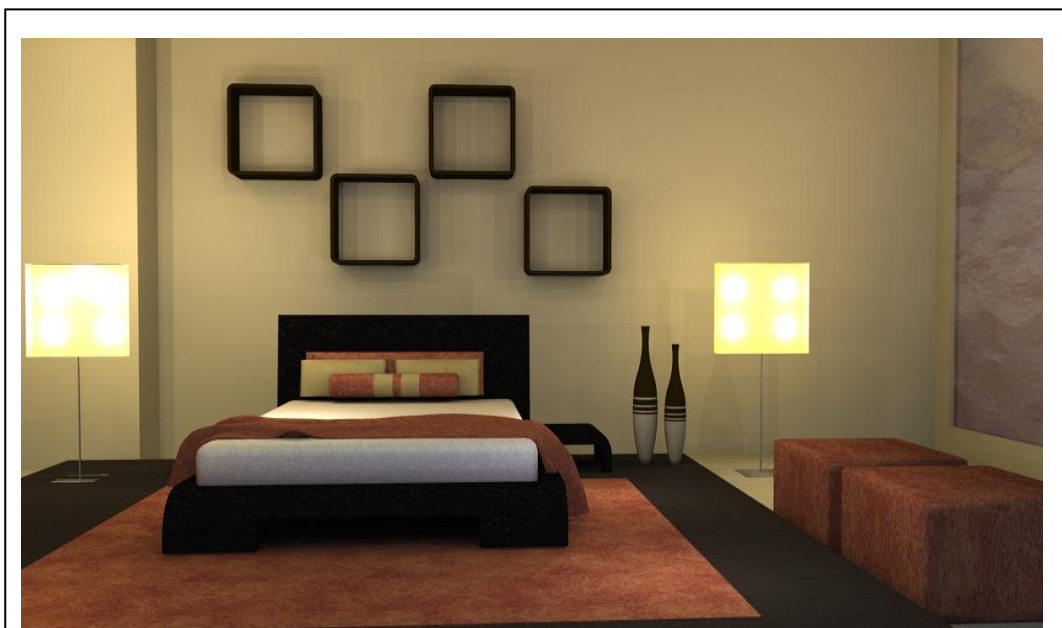


Figura 9. Habitación Residencia Villa Asur (render)
Adaptado por: Diseñadora de interiores Claudia Chediak



Figura 10. Cuarto de baño Residencia Villa Asur (render)
Adaptado por: Diseñadora de interiores Claudia Chediak

Áreas comunales: Para fomentar la interrelación con los estudiantes se contará con áreas comunales en cada torre y en el exterior de ellas. En cada área comunal habrá una sala o un espacio de juegos como billar y futbolín.

Además, habrá un cuarto o sala de estudios para cuando los estudiantes necesiten hacer un trabajo en grupo o estudiar en grupo. Cada sala de estudio contará con un infocus y parlantes. La cocina y comedor se encontrarán en la torre principal y todos los miembros pueden hacer uso de estos espacios.



Figura 11. Sala de estudios Residencia Villa Asur (render)
Adaptado por: Diseñadora de interiores Claudia Chediak



Figura 12. Cocina Residencia Villa Asur (render)
Adaptado por: Diseñadora de interiores Claudia Chediak



Figura 13. Comedor Residencia Villa Asur (render)
Adaptado por: Diseñadora de interiores Claudia Chediak

La piscina y la parrilla contarán con todo lo necesario como parasoles, sillas y mesas, al igual que las canchas de fútbol y volley. El gimnasio se adecuará con caminadoras, bicicletas estáticas y pesas, para satisfacer las diferentes necesidades de los clientes.



Figura 14. Piscina Residencia Villa Asur (render)
Adaptado por: Diseñadora de interiores Claudia Chediak

d. Marca

La marca Villa Asur cuenta con un logo de color degradé verde a azul y con letra manuscrita, pues la idea es reflejar que es una empresa que estará en constante movimiento. Tiene un fondo blanco que refleja los principales valores de la residencia; orden, pureza, nitidez y calidad. Por otro lado, el color degradé en verde y azul de las letras siempre se destaca; es audaz, extrovertido y misterioso. La forma de sus letras demuestra movimiento, lo que certifica que Villa Asur es una empresa dinámica, innovadora y juvenil. La empresa tiene un logotipo simple y fácil de recordar.

Las letras del slogan son imprentas y mayúsculas ya que se busca representar simplicidad, equilibrio y estabilidad en la estructura. Se escogió ese slogan ya que se quiere transmitir un sentido de pertenencia y exclusividad.

El logo va ir en todo el material publicitario que se realice y también en el papeleo de la empresa, facturas, servilletas, agendas y también en las toallas y sábanas (imagen corporativa).



e. El proceso básico de compra del consumidor

1. Identificación de una necesidad de alojamiento.
2. Búsqueda de Información: Esta información es exhibida en medios masivos como televisión, revistas, prensa, radio, etc. (ATL) y también de forma más creativa y personalizada como el marketing directo mediante llamadas telefónicas o mailing, recomendación boca a boca, y marketing digital que abarca toda la comunicación a través del uso de herramientas como redes sociales, buscadores, códigos y mensajería.
3. Análisis de las alternativas en lo que es alojamiento y entre ellas la residencia Villa Asur.
4. Decisión de compra del producto que satisfaga más las necesidades y deseos del consumidor en cuanto a características físicas y emocionales.
5. Evaluación que realiza el consumidor al probar el producto o servicio. La evaluación se basa en ver si el servicio satisface sus necesidades y deseos.
6. Recompra del producto o servicio.

Este será un producto de especialidad, ya que como se mencionó anteriormente, será exclusivo. Además, el precio, a comparación del de la

competencia, será superior. Sin embargo, debido a que el precio del arriendo de la residencia es alto, la recompra será limitada. Pues los clientes que adquieran el servicio serán aquellos que le dan valor a la calidad, servicios, características y ambiente de la residencia. Al inicio se manejará la residencia solamente en el Valle de Cumbayá.

El análisis de la competencia se realizará a profundidad en el plan de marketing. Sin embargo, este producto tendrá un precio mayor al promedio de las residencias universitarias en la ciudad de Quito y se caracterizará por el servicio de calidad, personalización y lujo de las instalaciones. Al tratarse de un servicio, la duración de este será de un mes. Sin embargo, el contrato será a partir de los 6 meses. El servicio postventa se basará en crear relaciones duraderas con el cliente, además del uso de otras herramientas que se ejecutarán en el plan de marketing.

2.4. Estrategia del ingreso al mercado y crecimiento

La estrategia de producto se basa en una **estrategia de diferenciación dirigida**, debido a que los servicios que se ofertan (alojamiento) cuentan con un alto número de competidores y sustitutos. Esta estrategia funciona como barrera protectora contra la competencia debido a la lealtad de marca, y valorización de la misma. Esto produce como resultado una menor sensibilidad al precio. José Ramón Robinat afirma que se puede llegar al modelo CRM por dos vías, el proyecto se enfocará en un **modelo CRM** basado en el modelo IDIP (Identificar, diferenciar, interactuar, personalizar) o también llamado marketing "One to One" (*La gestión y relación con los clientes, 2004*) el cual tiene las siguientes características:

- Enfocarse en la cuota de clientes y no en la cuota del mercado.
- Diferenciar clientes.
- Gestionar clientes.

El modelo CRM tiene como objetivos:

- Captación de nuevos clientes y clientes actuales.
- Fidelización de todos los clientes.
- Reconquista de la competencia.

La empresa o el proyecto se enfocará en brindar un servicio que sea de calidad, personalizado y con un excelente servicio al cliente, asegurando que cumplan con los estándares necesarios para su debida comercialización y consumo.

En términos geográficos, la empresa piensa mantenerse en el mismo lugar brindando sus servicios durante 5 años o más teniendo en cuenta que es un proyecto de largo plazo. El número de habitaciones e instalaciones de la residencia seguirá siendo el mismo y se manejará el mismo sistema de tercerización de los servicios mencionados anteriormente. El crecimiento o expansión de la residencia hacia otros lugares estará relacionado directamente con el posicionamiento que esta tenga, pues el sector de la construcción y también el sector hotelero están en crecimiento, tal como se indicó en el análisis económico.

Al analizar las 5 fuerzas de Porter, las principales barreras que se deben utilizar para evitar que la competencia copie el modelo de negocio planteado serán principalmente la ubicación, acabados de la residencia, exclusividad y relación con el cliente.

2.5. Análisis FODA

a. Fortalezas:

- Terreno: se cuenta con un terreno ubicado en la parroquia Nayón en el sector San Francisco de tanda (sector Cumbayá). Tiene un área para construcción de 2067,08 m².

- Construcción de una edificación sustentable: su rendimiento y duración es 10 veces mejor, y el gasto de energía y agua disminuye, como se mencionó anteriormente en el análisis tecnológico.
- Venta de servicios adicionales: Ninguna mensualidad incluye servicios básicos y otros servicios como internet, televisión pagada, lavandería y alimentación.

b. Oportunidades:

- Estabilidad política: Desde el año 2000 el país no ha tenido un gobierno que dure cinco años como en este último mandato, por lo tanto esto indica una estabilidad política y genera confianza hacia el Ecuador.
- PIB del país en crecimiento: En los últimos 10 años, el PIB se ha incrementado periódicamente cada año demostrando un crecimiento sostenido. Aumentó un 45% aproximadamente del año 2000 al 2012.
- PIB de la industria de la construcción en crecimiento: El PIB del sector de la construcción ha tenido un crecimiento constante desde el año 2006 hasta el 2010. Creció en un 25%, pues en el año 2010 aportó con 2'338.291 al PIB.
- Tasas de interés estables: 8.17% la tasa activa y 4.53% la tasa pasiva. Estas tasas no han sufrido cambio alguno desde el año 2009, lo cual genera una cierta noción de estabilidad económica.
- Nuevas construcciones en el sector: La Universidad Católica (PUCE) escogió un terreno de 70 hectáreas para la construcción de su nuevo campus ubicado en Nayón y también la construcción del aeropuerto que finaliza en febrero de 2013.
- Plan de contingencia para las universidades cerradas: El CES ha diseñado planes de contingencia para que los estudiantes sigan con sus estudios.
- Carencia de establecimientos de alojamiento en el sector de Cumbayá: De los 115 establecimientos ubicados en el sector, 15 son para alojamiento.
- Disponibilidad de vivir en el sector de Cumbayá: el porcentaje de estudiantes que están dispuestos a vivir en el sector de Cumbayá es del 73%.

- Oportunidad en el precio: Un 26% de los estudiantes está dispuesto a pagar un precio de \$800 a \$1.500 dólares por el arriendo mensual, con todos los servicios incluidos, en el sector de Cumbayá.
- Disposición de transporte de los clientes: El 74% de los estudiantes tienen vehículo y están dispuestos a vivir en el sector de Cumbayá sin importar en qué universidad estudien actualmente.
- Crecimiento poblacional en el sector de Cumbayá: Es uno de los sectores con mayor crecimiento poblacional en los últimos años. Hoy es una zona residencial con mucha demanda.
- Crecimiento en la población de estudiantes: Para el 2010 hay un incremento del 27%, el número de matriculados fue de 133.014.

c. Debilidades:

- Experiencia: no se tiene experiencia en el sector inmobiliario.
- Percepción negativa: los estudiantes tienen la percepción de que las residencias tienen muchas reglas y hay limitaciones de horarios, reuniones etc.
- No se cuenta con un plan estratégico.
- No se cuenta con un plan de mercadeo.
- No se cuenta con un plan de operaciones.
- No se cuenta con un plan gerencial.
- No se cuenta con una investigación de mercados.

d. Amenazas:

- Riesgo país alto: El índice del país se encuentra por encima con 348 puntos del índice de América Latina lo que representa aproximadamente el 30%. El riesgo país ha aumentado desde el año 2010 en aproximadamente 8%.
- Precio del material de construcción alto: Los precios de los principales materiales para la construcción han ido aumentando del año 2010 al 2011, hasta en un 8%.

- Incremento de la Inflación: Variación del 63% entre febrero de 2011 y febrero de 2012. Esto se da por el incremento de precios en la canasta familiar básica donde las categorías son Alimentos y bebidas no alcohólicas (37.84%); Transporte (13.37%); y, Restaurantes y hoteles (12,48%).
- Regulación crediticia para el desarrollo inmobiliario: Esta medida puede frenar a las instituciones que dan créditos.
- Inversión mayor en edificaciones sustentables: Nueva implementación tecnológica de materiales y recursos.
- Sustitutos: Hoteles, hotel apartamento, hotel residencia, hostel y hostel residencia, de categoría de lujo o de primera; en la ciudad de Quito existen 59 establecimientos con estas características. La universidad San Francisco de Quito cuenta con el modelo de familias huéspedes, que ayuda a estudiantes del exterior.
- Competencia: En la ciudad de Quito actualmente existen 5 competidores directos, el promedio del precio entre estas es de \$286 dólares, y varía entre los servicios que se ofrecen.

2.5.1. Matriz EFE

Tabla 16. Matriz EFE

FACTORES EXTERNOS CLAVE		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNT. PONDERADA
OPORTUNIDADES				
1	Estabilidad política	0.05	2	0.1
2	PIB del país en crecimiento	0.04	1	0.04
3	PIB de la industria de la construcción en crecimiento.	0.03	3	0.09
4	Tasas de interés estables.	0.04	3	0.12
5	Nuevas construcciones en el sector.	0.06	4	0.24
6	Plan de contingencia para las universidades cerradas.	0.03	3	0.09
7	Carencia de establecimientos de alojamiento en el sector de Cumbayá.	0.07	3	0.21
8	Disponibilidad de vivir en el sector Cumbayá.	0.07	4	0.28
9	Oportunidad en el precio.	0.08	4	0.32
10	Disposición de transporte de los clientes.	0.06	3	0.18
11	Crecimiento poblacional sector Cumbayá.	0.05	3	0.15
12	Crecimiento población estudiantes.	0.06	3	0.18
AMENAZAS				
13	Riesgo país alto.	0.05	2	0.1
14	Precio del material de construcción alto.	0.07	2	0.14
15	Incremento de la Inflación.	0.04	2	0.08
16	Regulación crediticia para el desarrollo inmobiliario.	0.07	2	0.14
17	Inversión mayor en edificaciones sustentables.	0.06	3	0.18
18	Sustitutos.	0.04	3	0.12
19	Competencia.	0.03	3	0.09
TOTAL		1		2.85

Adaptado por: el autor

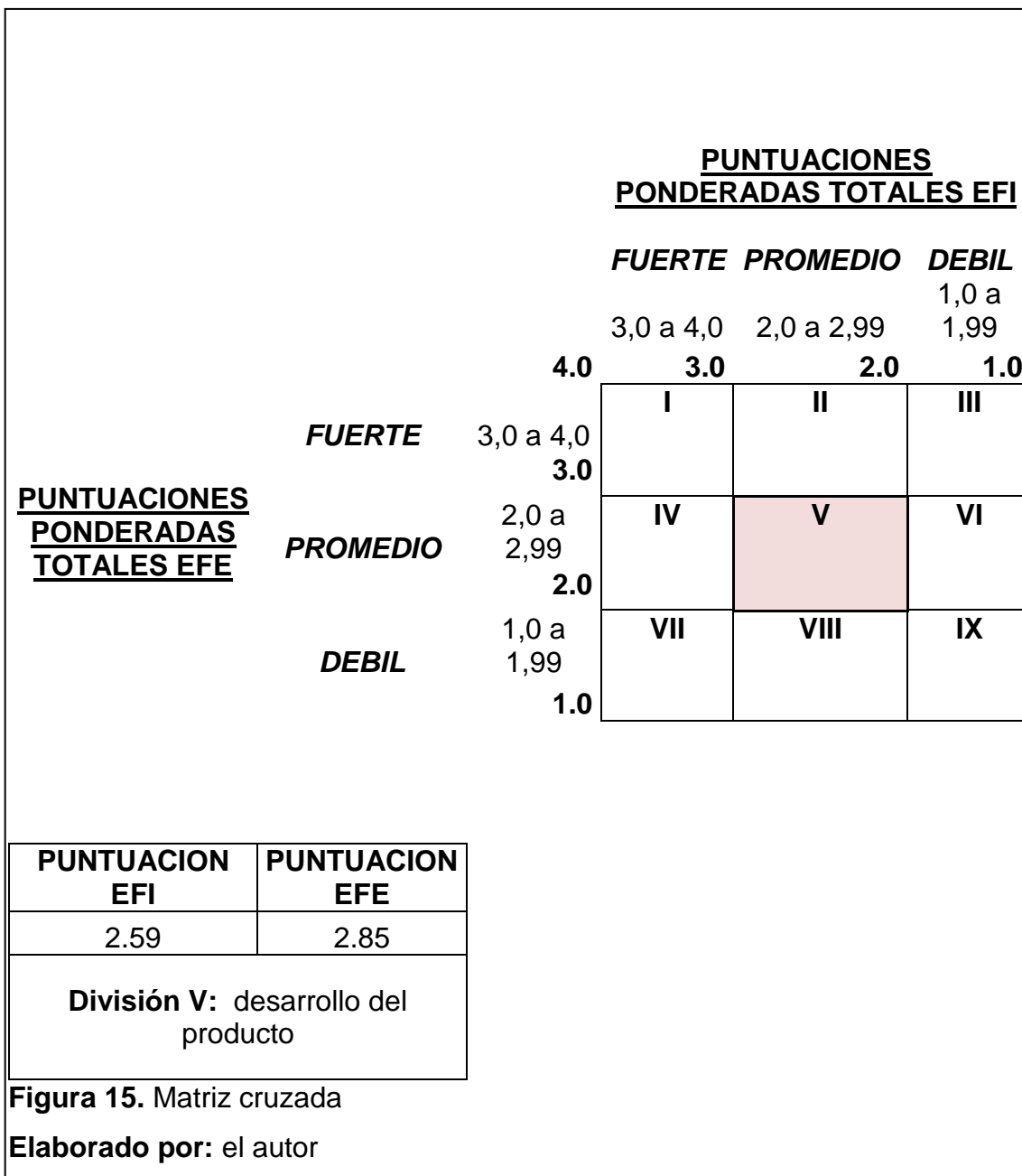
2.5.2. Matriz EFI

Tabla 17. Matriz EFI

FACTORES INTERNOS CLAVE		PONDERACIÓN	CLASIF.	PUNT. PONDERAD A
FORTALEZAS				
1	Terreno.	0.2	4	0.8
2	Construcción de una edificación sustentable.	0.09	3	0.27
3	Venta de servicios adicionales.	0.1	4	0.4
DEBILIDADES				
4	Experiencia.	0.11	2	0.22
5	Percepción negativa.	0.1	1	0.1
6	No se cuenta con un plan estratégico.	0.08	2	0.16
7	No se cuenta con un plan de mercadeo.	0.08	2	0.16
8	No se cuenta con un plan de operaciones.	0.08	2	0.16
9	No se cuenta con un plan gerencial.	0.08	2	0.16
10	No se cuenta con una investigación de mercados.	0.08	2	0.16
TOTAL		1		2.59

Adaptado por: el auto

2.5.3. Matriz Cruzada (IE)



Se realizaron las distintas matrices del FODA y al cruzarlas se evidencia que el proyecto está ubicado en la división V, que se refiere al desarrollo del producto. Esto quiere decir que el éxito de la residencia se basa en la imagen, en los acabados, en los muebles y en las habitaciones, además del servicio y el desarrollo de este.

2.5.4. Matriz FODA

Tabla 18. Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estabilidad política. 2. PIB del país en crecimiento. 3. PIB de la industria de la construcción en crecimiento. 4. Tasas de interés estables. 5. Nuevas construcciones en el sector. 6. Plan de contingencia para las universidades cerradas. 7. Carencia de establecimientos de alojamiento en el sector de Cumbayá. 8. Disponibilidad de vivir en el sector Cumbayá. 9. Oportunidad en el precio. 10. Disposición de transporte de los clientes. 11. Crecimiento poblacional sector Cumbayá. 12. Crecimiento población estudiantiles. 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar inversión extranjera, para la construcción en el terreno (F1, F2, O1, O3) 2. Desarrollo de producto, construcción de una residencia estudiantil en el sector de Cumbayá con acabados de lujo. (F2, O5, O7, O8, O12) 3. Ofrecer todos los servicios dentro de la mensualidad y establecer un precio más alto, dando así un sentido de exclusividad. (F3, O9) 4. Ofrecer el servicio de transporte para aquellos que lo necesiten dentro del pago de la mensualidad (F3, O9, O10) 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. subcontratación: de un experto en el sector inmobiliario y construcción. (D1, O3, O11) 2. comunicación: que las percepciones que se generen sean más atractivas y positivas en base a todos los servicios que se ofrecen. (D2, O8, D11)
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Riesgo país alto. 2. Precio del material de construcción alto. 3. Incremento de la inflación. 4. Regulación crediticia para el desarrollo inmobiliario. 5. Inversión mayor en edificaciones sustentables. 6. Sustitutos. 7. Competencia. 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. construcción y administración de una residencia universitaria para un segmento específico en Cumbayá con categoría de lujo. (F1, A6, A7) 2. Sub contratación de servicios para no tener costos fijos. (F3, A2, A3) 3. Diferenciación en los servicios, diseño, segmento. (F3, A7) 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. contratar a alguien con experiencia en establecimientos de alojamiento. (D1, A6) 2. Benchmarking : adoptar y mejorar las ideas buenas de otras residencias (D3, D4, D5, D6, D7, A7)

Adaptado por: el autor

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS

El negocio de construir y administrar una residencia universitaria no se ha explotado plenamente en el país, por lo que existen pocos establecimientos en la ciudad de Quito. Manejados como residencias universitarias existen 5 establecimientos en la ciudad, y la mayoría funcionan de manera independiente. En el mercado de la industria de alojamiento hay una gran cantidad de sustitutos. Los más cercanos a la residencia Villa Asur son los hostales residencias, los mismos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo y cedulados en el Distrito Metropolitano de Quito. Estos son establecimientos que brindan servicios similares a las residencias universitarias, pero éstos no limitan su servicio sólo a estudiantes universitarios ni se encuentran cerca de las universidades.

Para el proyecto se tiene el conocimiento de un profesional en el ámbito de la arquitectura y también se cuenta con el terreno en el sector de Cumbayá, es así que esta idea resulta mucho más viable y real.

3.1. Problema

3.1.1. Problema de investigación

Determinar la viabilidad para construir y administrar una residencia universitaria en el valle de Cumbayá.

3.1.2. Problema de gerencia

Realizar o no la construcción y administración de una residencia universitaria en el valle de Cumbayá.

3.2. Objetivos de investigación

Establecer la viabilidad de construir y administrar una residencia universitaria en el valle de Cumbayá a través de la investigación cuantitativa y cualitativa descriptiva que deberá concluir en un plazo de 30 días empezando desde el 30 de junio del 2012 en el valle de Cumbayá, en la ciudad de Quito (Ecuador).

3.3. Fuentes de información

Tabla 19. Necesidades de información

TIPO	NECESIDADES	FUENTE PRIMARIA	FUENTE SECUNDARIA
Clientes			
	Número de clientes potenciales.		INEC, SENECYT
	Cuanto estaría dispuesto a pagar	Consumidor – encuestas	
	Que servicios le gustaría que estén incluidos	Consumidor - encuestas, focus group	
	Como prefiere la habitación (doble o simple)	Consumidor – focus group	
	Determinación del diseño o concepto de la residencia universitaria	Consumidor - Focus group	
	Cuanto paga actualmente por el arriendo de un departamento.	Consumidor – encuestas	internet vive1.com
	Percepción sobre convivir con otras personas, otras cultura	Consumidor -encuestas, focus group	
	Identificación del perfil de los usuarios para este tipo de producto.	Consumidor -focus group	
	Ubicación	Consumidor – encuestas focus group- entrevista a expertos	
Sustitutos			
	# sustitutos		Ministerio de Turismo # de hoteles, hostales o tipos de alojamiento en Quito)
	Qué servicio, beneficios ofrecen		páginas web de los establecimientos
	Precio	Entrevistas telefónicas con los establecimientos	páginas web de los establecimientos
	Rango de edad	Contacto directo con los establecimientos	Ministerio de turismo
Competencia			
	# competidores		Superintendencia de compañías, INEC
	Servicios que ofrece		Página web de los establecimientos
	Precio	Entrevistas telefónicas	Página web
	Diseño e instalaciones	Observación	
Proveedores			
	Precio	Entrevistas telefónicas y personales. (cotizaciones)	Observación de precios, Revistas de construcción
	# de proveedores		Guía telefónica de Quito, pág. web de los proveedores, revistas de construcción

Adaptado por: El autor

3.3.1. Investigación cualitativa

Entrevista con expertos

Para el proyecto se realizaron dos entrevistas a profundidad con profesionales en los diferentes entornos y análisis del proyecto; Juan Fernando Andino, arquitecto de pro-inmobiliaria, y Rodrigo Irigoyen, consultor turístico. Las preguntas realizadas y la entrevista se detallan en el *anexo # 7*.

Grupos focales

Para el proyecto se realizaron 2 grupos focales (focus groups) con estudiantes universitarios que arriendan departamentos o que viven sólo actualmente. Éste fue de 6 a 8 personas y el tiempo de duración fue de 45 min a 1 hora aproximadamente.

En el *anexo # 8* se detallan las preguntas y el análisis de los datos recabados en el grupo focal.

3.3.2. Investigación cuantitativa

Encuestas

Se realizaron cuestionarios prediseñados para la recolección de la información cuantitativa de la investigación de los clientes. Se utilizaron encuestas personales y electrónicas.

En el *anexo # 9* se muestra el diseño de la encuesta y su respectiva tabulación

3.3.2.1. Metodología -Características del universo:

a. Marco muestral

Para determinar el marco muestral, se tomará en cuenta la conciencia de que existen poblaciones finitas, específicamente en el tamaño de la población de Quito, en donde existen 133.014 estudiantes matriculados en las universidades de Quito. De este número total de estudiantes universitarios en Quito se

deberá sacar el número aproximado del segmento meta. Para obtener este resultado se deberán tomar en cuenta otros factores que son: el número de estudiantes de universidades específicas, los jóvenes de provincia que estudian en la ciudad de Quito, entre otros

- Estadística de universidades específicas:

La información que se va a usar para definir el segmento meta proviene de las siguientes universidades: Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Universidad San Francisco de Quito (USFQ), Universidad de las Américas (UDLA), Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), Universidad Internacional Sek (UISEK) y Universidad de los Hemisferios. El número de estudiantes universitarios en estas instituciones es de 33.630, es decir aproximadamente el **25.3%** del total de estudiantes matriculados en Quito.

- Jóvenes de provincia en la ciudad de Quito (universitarios):

Debido a que gran parte de los clientes potenciales son inmigrantes internos, de los 2'239.191 de habitantes de Quito, 779.442 provienen de otros cantones y provincias, es decir el **35%**.

Ya que no existen datos específicos del número de estudiantes de provincias en las universidades ubicadas en la ciudad de Quito, se generalizará este porcentaje dentro del total de estudiantes universitarios en Quito.

$133014 * 25.3\% * 35\% = 11.778$

b. Muestra:

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

N (Universo): 11.778,39 de estudiantes del segmento meta en Quito.

p, q: Al no existir investigaciones anteriores, se asume que el éxito y fracaso serán de 50% (0.50).

k: El coeficiente de confianza con el que se trabajará será del 95,5%, cuya constante es **1,96**.

e: El error muestral deseado será del **5%**.

n: La muestra bajo estos parámetros será de 372 estudiantes universitarios.

3.4. Mercado relevante y cliente potencial

3.4.1. Mercado Objetivo

El mercado objetivo consiste en estudiantes universitarios que vienen del extranjero, de provincias o estudiantes de Quito que buscan un lugar donde vivir, especialmente a estudiantes de la universidad San Francisco de Quito por su cercanía y precio.

Para identificar el mercado objetivo, se realizará primeramente un estudio de la segmentación en base a la Encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico a los hogares urbanos de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala, que realizó El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010). En el *anexo #10 se detalla esta estratificación*

Mercado objetivo

El segmento al que la residencia se va a dirigir será la clase “A”, lo cual ya se detalló anteriormente.

3.4.2. Segmentación de mercado

Para poder calcular el mercado objetivo al que el proyecto desea llegar, la investigación se enfocó en primera instancia en la segmentación geográfica, la cual comprende la población de Quito consolidado, y la segmentación demográfica, en donde se tomará en cuenta la educación de tercer nivel y también la nacionalidad.

Geográfica

- Región geográfica: Quito consolidado
- Densidad: Urbana

Demográfica

- Edad: 17-25 años
- Género: Masculino y femenino
- Tamaño de la familia: 1-5
- Ciclo de vida familiar: Joven soltero/a, sin hijos
- Ingreso anual familiar: \$50.000-\$70.000
- Ocupación: Estudiantes universitarios
- Educación: Primaria concluida, Secundaria concluida, estudios de tercer nivel en proceso, estudios de tercer nivel no concluidos.
- Religión: Todas sin discriminación
- Raza: Todas sin discriminación
- Nacionalidad: Ecuatoriana y extranjera

Psicográficas

- Clase social: Media alta y alta
- Estilo de vida: Consumidores que estudian en la universidad en la ciudad de Quito y los valles y que les guste vivir en el sector de Cumbayá. Personas que sean independientes, es decir, que les agrada tener su propio espacio, el cual debe ser cómodo. Estudiantes que tengan gran aprecio por el tiempo y que no estén dispuestos a perderlo yendo a pagar cuentas, haciendo filas, cocinando, etc.
- Personalidad: Ocupado, productivo, optimista, espontáneo, práctico, adaptable, seguro de sí mismo y orientado al éxito.

Conductuales

- Ocasiones: Al inicio de clases en las diferentes instituciones universitarias.
- Beneficios: Calidad, servicio personalizado.
- Estatus del usuario: Usuarios potenciales, usuarios primerizos y usuarios habituales.
- Frecuencia de uso: usuarios medios
- Estatus de lealtad: media-fuerte
- Etapa de preparación: No conoce, conoce, informado, interesado, deseoso y con intención de comprar.
- Actitud hacia el producto: Indiferente, positiva, entusiasta.

3.4.3. Tamaño del mercado

La determinación de la demanda se ha calculado de la siguiente manera: El total de estudiantes universitarios de Quito y de provincia que estudian en universidades específicas de la ciudad de Quito es de **11.778**. En este número de estudiantes se basará en la investigación de mercado. El porcentaje de estudiantes que están dispuestos a vivir en el sector de Cumbayá es del 73%, de este porcentaje el 26% está dispuesto a pagar un precio de \$800 a \$1500. Esto quiere decir que la demanda potencial para la residencia será de **2.236** estudiantes. De esta demanda potencial se busca captar un 2% en el primer año e incrementar al 5% en adelante para los siguientes años.

3.4.4. La competencia y sus ventajas.

Según el programa “Sí Emprende Ecuador” del INEC, en la ciudad de Quito existen 5 establecimientos que brindan el servicio de residencia o dormitorios para estudiantes universitarios. Sin embargo, dicho programa no nombra cuáles son por motivos de privacidad. Al buscar en el internet, se encontraron las siguientes residencias universitarias:

Tabla 20. Competencia directa. Adaptado por: el autor

	Illinizas	Tulpa	Girasol	Lume	Residencia para mujeres de la USFQ
Producto	<ul style="list-style-type: none"> -Hospedaje -comidas: desayuno, almuerzo, té y cena -Lavado y planchado de ropa semanal -Limpieza diaria del cuarto -Varias salas de estudio para estudiar solos o con amigos -Sala de computadoras con Internet -Auditorio con capacidad para 100 personas, donde se organizan conferencias, cursos, seminarios -Cancha de racquet -Deporte, paseos y convivencias -Un oratorio muy bonito, para 100 personas, donde se celebra misa diaria para quienes desean asistir -Oportunidad de hacer labor social -Asistencia sacerdotal para quien lo solicite. La actividad formativa y espiritual está confiada a la Prelatura del Opus Dei. 	<ul style="list-style-type: none"> -Habitaciones simples -Cuatro comidas -Biblioteca -Internet -Agua Caliente -Servicio de lavado y planchado -Horario máx. de lunes a jueves 20:30 y los viernes 10:30 	<ul style="list-style-type: none"> -Habitaciones individuales, compartidas, suites -Seguridad Satelital -Servicio de Lavandería -Circuito cerrado de Televisión -Parqueadero Privado -Áreas de Estudio -Juegos de Salón -Agua caliente las 24 horas -Terrazas -Jardines -Patio Comunal BBQ -Uso de la Cocina de la Residencia (Opcional) 	<ul style="list-style-type: none"> -Habitaciones con/ sin baño privado, habitaciones cuádruples -Sala de estar -Comedor -Cocina totalmente equipada -Biblioteca -Zona de estudios -Bodega -Caja fuerte -Terraza, zona BBQ -Gimnasio -Internet 24 horas, W-I-FI -Servicio de impresora, copiadora, escáner -Televisión con cable y DVD con archivo de películas -Agua caliente 24 horas -Servicio de lavandería -Seguridad 24 horas -Servicio de taxi 24 horas -Llamadas internacionales y nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> -Habitaciones simples con/sin baño privado, habitación doble baño privado. -Alimentación: Desayuno y 1 comida (almuerzo o cena) de lunes a viernes \$80 mensual -Internet wireless, ilimitado, banda ancha. -Sala con TV por cable -Comedor -Cocina con microondas, refrigeradora y utensilios. -Lavandería con lavadora y secadora de ropa. -Jardines -Garaje (3 cubiertos y 3 descubierto) -Servicio de limpieza de áreas comunales incluido.
Precio	\$350 dólares. A partir del segundo semestre se puede acceder al programa de becas para alumnos destacados, pagan por una única vez en la vida una matrícula de inscripción de 150 dólares.	\$380 dólares mensuales -\$100 matrícula	\$120, \$150, \$160 depende del tamaño de la habitación y no incluye servicio de alimentación	\$120 no incluye servicio de alimentación.	Habitación individual con área de estudio y baño privado \$420 -Habitación doble con área de estudio y baño privado \$330 -Habitación individual con baño compartido \$330 -Desayuno y 1 comida (almuerzo o cena) de lunes a viernes \$80 mensual
Plaza	Toledo 656 y Lérica Quito	Gonnesiat y Gonzalez Suarez en Quito	Calle Solano 1088 y Yépez (El Dorado), Quito	De las Madreselvas N47-146 entre Tixan y Cesar Sandino (sector el Inca), Quito	Jacaranda
Promoción	Página web	Web, blogs	Página web	Facebook y página web	Facebook

Tabla 21. Matriz de perfil competitivo

Fact. críticos de éxito	VILLA ASUR		ILLINIZAS		TULPA		GIRASOL		LUME	
	Ponderación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación	Clasificación
Parti. en el mercado	0.10	1	0.1	2	0.2	2	0.2	2	0.2	2
Precio competitivo	0.05	1	0.05	3	0.15	3	0.15	4	0.2	4
Calidad del servicio	0.20	4	0.8	3	0.6	2	0.4	2	0.4	2
Servicio al cliente	0.20	4	0.8	3	0.6	3	0.6	2	0.4	3
Lealtad de los clientes	0.06	2	0.12	3	0.18	3	0.18	1	0.06	1
Publicidad	0.20	4	0.8	4	0.8	1	0.2	3	0.6	3
Ubicación	0.15	4	0.6	3	0.45	3	0.45	1	0.15	2
Capacidad	0.04	3	0.12	2	0.08	2	0.08	2	0.08	2
TOTAL	1.00		3.39		3.06		2.26		2.09	2.44

Nota: Los valores de clasificación son los siguientes: 1= debilidad principal, 2= debilidad menor, 3= fortaleza menor, 4= fortaleza principal
Adaptado por: El autor

3.4.5. Participación de mercados y ventas de la industria

En la ciudad de Quito existen 5 residencias universitarias, solo una de éstas se encuentra ubicada en el valle de Cumbayá y es sólo para mujeres. La demanda potencial de Villa Asur es diferente a la de la competencia, pues ésta se dirige a otros segmentos. Una vez lanzado el producto al mercado, se realizará un seguimiento de los clientes mediante un modelo CRM y las estrategias de mercadeo que darán como resultado una comunicación bidireccional en la cual el cliente será quien pueda decidir qué cambios necesita la residencia. Se espera que las ventas el primer año sean del 100% hasta finalizarlo al igual que la ocupación de toda la capacidad.

3.4.6. Evaluación del mercado durante la implementación

3.4.6.1. Conclusiones

- El total de estudiantes universitarios de Quito y de provincias que estudian en universidades específicas de la ciudad es de **11'778.39**. Mediante la investigación de mercados, el porcentaje de estudiantes que están dispuestos a vivir en el sector de Cumbayá es del 73%. De este porcentaje el 26% está dispuesto a pagar un precio de \$800 a \$1.500. Esto quiere decir que la demanda potencial para la residencia será de 2.236 estudiantes. Debido a limitación en la capacidad y cupos de habitaciones, el dar exclusividad es una ventaja. Por esta razón, la
- El 92% de los encuestados conoce el concepto de residencia universitaria o ha vivido esta experiencia, según los datos recabados en el focus group. Esto es bueno, pues los estudiantes saben cómo son algunos procesos en general, cómo se maneja, etc.
- El 16% de los encuestados consideran que la limpieza de las habitaciones es muy importante; sin embargo, el 84% no lo considera muy importante o lo considera nada importante, por lo que este servicio estará

incluido en el pago mensual pero será opcional para los estudiantes que lo deseen.

- Entre los servicios que les gustaría que estén incluidos en el pago de la mensualidad se encuentran el pago de servicios básicos e internet. Estos tienen una aceptación del 60% aproximadamente.
- El servicio de alimentación es algo que los encuestados no lo ven muy importante (60%). Lo que muchos enfatizaron en el focus group es que por el horario de clases comen en cualquier lugar. La residencia ofrecerá el servicio de desayuno buffet ya que, al ser la primera comida de la mañana, la mayoría de los clientes de la residencia se encontrarán ahí.
- Entre los servicios adicionales, la mayoría de los estudiantes, a pesar de no dar tanta importancia a la limpieza de habitaciones, sí quisieran servicio de planchado y lavado (45%). Esto se da más que nada por la falta de tiempo que tienen los estudiantes. Por ésta razón, se deberá contratar una empresa que realice estas funciones. También la mayoría desea un servicio de televisión pagada. Los estudiantes no le dan relevancia a tener piscina y gimnasio, sin embargo se contará con estas instalaciones para transmitir mejor imagen y presencia a la residencia.
- El 80% de los estudiantes cree que entre las cosas que deberían incluirse en la habitación están principalmente un baño privado, además de teléfono y televisión. No le dan importancia a una sala de estudio, por lo que se harán salas de estudio comunales.
- El 69% sí compartiría la habitación; es por eso que de las 48 habitaciones de la residencia, 33 serán dobles y 15 serán simples. La percepción de convivir con otras personas es buena, ya que consideran que conviviendo se puede aprender, compartir y hacer una buena retroalimentación. Un 64% compartiría la habitación con algún amigo.
- Una de las fortalezas que posee la competencia es el precio, ya que tienen un precio inferior. Mientras que uno de los factores más importantes a considerar y una de las debilidades de la competencia es el diseño, ya que muchas de estas residencias existentes son casas o no ofrecen un concepto

moderno. El 55% de los encuestados prefiere un diseño contemporáneo además de un ambiente amigable y jovial.

- En el grupo focal realizado, todos los integrantes viven solos y pagan por el arriendo precios que van desde \$500 a \$900 dólares. Esta variación depende del sector, del número de habitaciones y si el lugar era amoblado o no. Además, muchos de ellos tenían que pagar aparte el condominio para el mantenimiento del edificio. Ninguna mensualidad incluye servicios básicos u otros servicios como internet, televisión pagada, lavandería o alimentación.
- Todos los estudiantes del grupo focal expresaron que buscaban principalmente libertad, es decir que la independencia es lo más importante para ellos. No les gusta que existan horas de ingreso, de salida, etc.
- El perfil de la demanda potencial es de un segmento alto y medio alto, de universidades como la USFQ, UDLA, UIDE, PUCE, SEK y Universidad de los Hemisferios, estudiantes que conozcan de que se trata el concepto de residencia universitaria y que tengan una mente abierta a este tipo de alojamiento.
- Según expertos, Cumbayá es una zona residencial con mucho crecimiento a lo largo de los años, lo que le permite ser uno de los sectores con más demanda para vivir. Además, con la construcción del nuevo aeropuerto, la demanda seguirá creciendo. Algunas universidades pasarán sus campus a ésta zona, lo cual producirá que surjan nuevos lugares que ofrezcan alojamiento.
- Entre los sustitutos de un servicio de residencias universitarias se encuentran los hoteles, hoteles apartamento, hoteles residencia, hostales y hostales residencia, de categoría de lujo o de primera; pues estos lugares apuntan al mismo segmento que la residencia Villa Asur. En la ciudad de Quito existen 59 establecimientos con estas características. Otros de los sustitutos más cercanos son las familias huéspedes. La Universidad San Francisco de Quito cuenta con este tipo de planes o ayuda para gente del exterior.
- Los servicios que ofrecen los sustitutos son alimentación, generalmente desayuno. En los hoteles u hostales residencia los huéspedes tienen acceso a una cocina propia y baño propio; sin embargo, el segmento de mercado es

gente de todas las edades, por lo que no es lo mismo que una residencia solo para estudiantes universitarios.

- En la ciudad de Quito actualmente existen 5 competidores directos. El promedio del precio entre éstos es de 286 dólares y varía dependiendo de los servicios que se oferten. Existen algunos establecimientos que no cuentan con servicio de alimentación o baño privado. La competencia más directa es la residencia universitaria Ilinizas, pues ésta tiene una amplia experiencia en el mercado, varios servicios incluidos, además que su precio es el más alto comparado con otras residencias. La ventaja que podemos encontrar es que ésta residencia es sólo para hombres y la residencia Villa Asur es mixta. Además, la residencia antes mencionada está ubicada en la ciudad de Quito y Villa Asur estará ubicada en el valle de Cumbayá.
- El diseño de la competencia no tiene un concepto o un diseño en específico. Básicamente son casas adecuadas con más habitaciones, con cocinas amplias, etc, pero ninguna tiene un diseño moderno o que pueda ser asociado con una residencia universitaria. La imagen y el diseño de la residencia Villa Asur es lo que le dará presencia a la misma y construirá de esta forma la cara da la marca, pues todos los acabados serán de lujo.
- Proveedores: Existen muchos proveedores disponibles con los que se podría negociar y obtener flexibilidad en cuanto a sus políticas, precios, etc. Este no es un punto de preocupación, pues existe una oferta muy grande de los servicios que se requieren.
- Los estudiantes de las diferentes universidades ubicadas en Quito y los valles sí quisieran vivir en el sector de Cumbayá, por lo que los clientes potenciales pertenecen a todas las universidades antes mencionadas.
- El 74% de los estudiantes tienen vehículo y el 72% de ellos están dispuestos a vivir en el sector de Cumbayá sin importar el sector donde vivan actualmente. Se puede concluir que el traslado hacia otros lugares no sería un problema para los estudiantes.
- Según las encuestas y cruces realizados, el análisis muestra que la mayoría de las personas que les gustaría vivir en el sector de Cumbayá tienen entre 21 y 24 años de edad.

- La mayoría de los encuestados viven en el norte de Quito, en los diferentes sectores de la ciudad. Este dato es relevante, pues el 72% de los encuestados está dispuesto a vivir en el sector de Cumbayá sin importar el lugar donde vive actualmente. Se puede concluir que el cambio de sector no afecta al estudiante.

4. PLAN DE MARKETING

Se realizará el plan de marketing en base al libro *“Fundamentos de marketing”* de Kotler & Armstrong, octava edición.

VILLA ASUR ofrecerá una nueva alternativa de alojamiento para estudiantes universitarios, ya que será una residencia de categoría de lujo. Villa Asur será una residencia universitaria que se enfocará en las necesidades y deseos de cada cliente, brindando siempre servicios de calidad y comodidad. En base a todos estos servicios y características se quiere transmitir un sentido de exclusividad y pertenencia a los estudiantes.

Objetivos de posicionamiento

- Llegar a alcanzar el top of mind en el segmento meta.
- Lograr posicionamiento en el mercado como una opción permanente de alojamiento de lujo para estudiantes universitarios.
- Lograr posicionamiento en el mercado como una residencia exclusiva, con límite de cupos.
- Percepción de la residencia como una empresa que brinda un excelente servicio al cliente.

4.1. Estrategia general de marketing

Según el análisis del FODA y sus matrices analizadas anteriormente, la estrategia de la residencia estará enfocada en una **estrategia de diferenciación dirigida**, basándose en el **desarrollo del producto**. La ventaja competitiva será la de desarrollar atributos que los rivales no tengan, logrando ofrecer a los consumidores características y valores agregados atractivos, un servicio al cliente excelente y personalizado. Para lograr esto se empleará un **modelo CRM**. El objetivo de éste modelo es identificar al cliente como un colaborador y de ésta forma encontrar productos específicos para su satisfacción. El objetivo al final del proceso es llegar al cliente y obtener su

lealtad, su recomendación a otros clientes y de igual manera recuperar la inversión como se muestra en la figura #16.

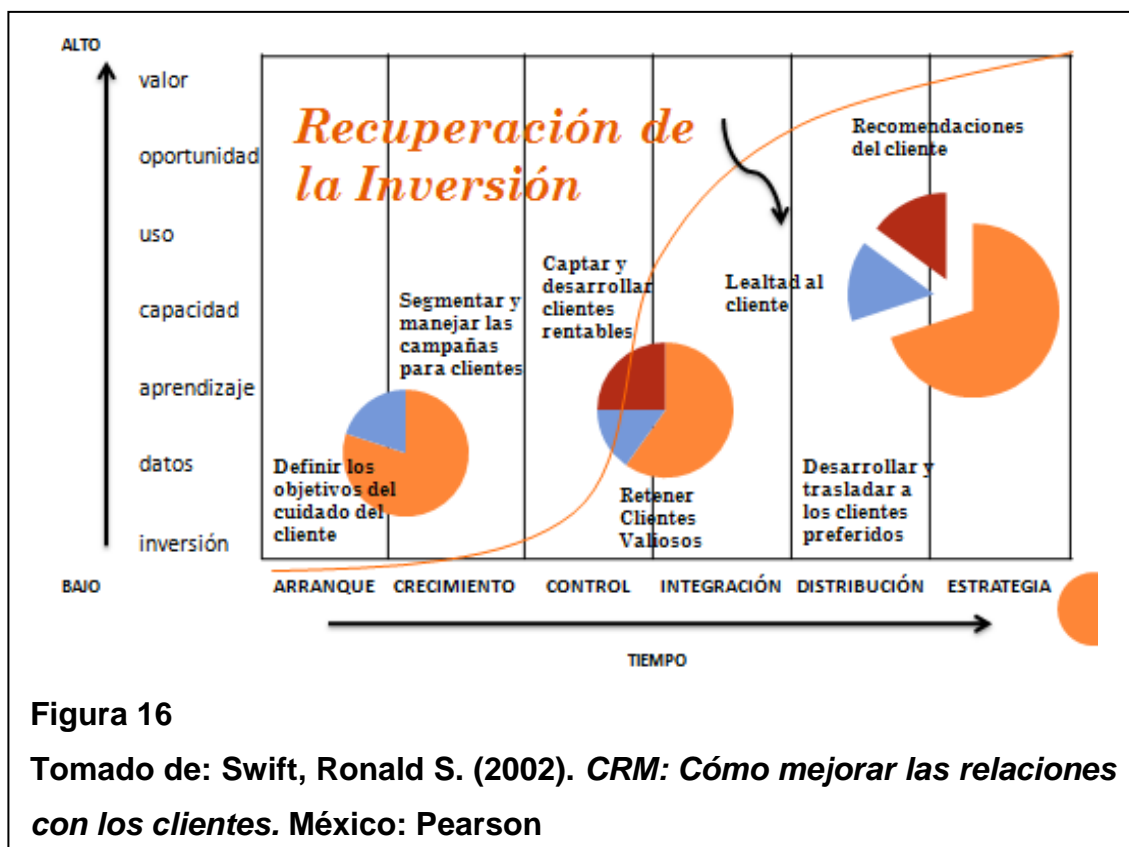


Figura 16

Tomado de: Swift, Ronald S. (2002). *CRM: Cómo mejorar las relaciones con los clientes*. México: Pearson

Se deberá tener en cuenta que se aplicará un canal de distribución directo, ya que, como se trata de un servicio intangible, con esta estrategia se adquiere un representativo valor agregado para los consumidores. En cada una de las actividades de la cadena de valor, la empresa realizará planes de mejora, los cuales se basarán en la evaluación de cada actividad. Con esto se pretende agilizar procesos internos y mejorar constantemente la atención que se brinda a los clientes. Además de esta evaluación, también será evaluado el macro, micro y meso entorno con el fin de poder desarrollar nuevas estrategias ofensivas y defensivas hacia los competidores existentes.

Dentro del desarrollo de la estrategia, para enfatizar ese sentido de exclusividad que el proyecto quiere generar, se realizará a todos los posibles clientes una entrevista personal con el fin de conocerlos a profundidad y ver si

se identifican con los valores de Villa Asur. De acuerdo a eso se elegirán perfiles específicos para que vivan en la residencia.

4.2. Política de precios

La estrategia de fijación de precios se basará en la exclusividad, es decir que el precio será más alto a la media de las residencias universitarias. Los clientes de Villa Asur deberán adquirir o reservar con anticipación las habitaciones, pues existirá una limitación de éstas.

En base al análisis de la investigación de mercados, la tabla 25 muestra el porcentaje de las personas que pagarían los precios mencionados en la tabla. Se refleja que el 74% es el grupo mayoritario y pagaría un precio promedio de \$650, mientras que el 26% pagaría un precio más alto. Al tratarse de un servicio que transmite un concepto de lujo y exclusividad, el mercado al que el proyecto se enfocará es ese 26% que sería el nuevo 100%. La tabla 26 refleja este cambio y el precio promedio con el que la residencia Villa Asur entraría al mercado.

Tabla 22. Precio promedio investigación de mercados

precio	precio promedio	%	total
500 – 800	\$ 650,00	74%	\$ 481,00
800-1000	\$ 900,00	25%	\$ 225,00
1200-1500	\$ 1.350,00	1%	\$ 13,50
		100%	

Adaptado por: El autor

Tabla 23. Precio promedio al que se dirige la residencia Villa Asur

precio	precio promedio	%	total
800-1000	\$ 900,00	96%	\$ 864,00
1200-1500	\$ 1.350,00	4%	\$ 54,00
	\$ 2.250,00	100%	\$ 918,00

Adaptado por: El autor

Como se puede apreciar en el figura 38, el precio promedio de la residencia será de 918 dólares; sin embargo, como se trata de una residencia exclusiva y de lujo en todas las actividades, procesos, fachada, etc. se aplicará una estrategia de diferenciación. El precio de las habitaciones simples ingresará

con aproximadamente un 25% más, es decir **\$1.150** y la doble con el 75% más, es decir **\$1.610**. El pago podrá ser anual, semestral o mensual, y las formas de pago serán tarjeta (Visa), efectivo o cheque. El pago por los servicios que no están incluidos en la mensualidad (servicio de lavadora y secadora, teléfono y transporte) lo cancelarán directamente al proveedor.

La estrategia de precios se mantendrá igual y sólo variará cada año dependiendo de la inflación.

4.3. Táctica de ventas

La táctica de ventas estará totalmente dirigida al cliente (interno y externo), el éxito de la misma será alcanzado a través de la capacitación, apoyo a todo el personal, incluyendo planes de acción, en los que se capacitará al personal principalmente en: manejo de conflictos y atención al Cliente.

La ejecución de estos diferentes procesos permiten conocer y al mismo tiempo crear confianza con el cliente. Por el tipo de servicio que Villa Asur ofrece es imprescindible llegar a tener una buena relación, pues existe una enorme competencia en el mercado.

Al momento de que el cliente realice el pago, el personal deberá saber aprovechar esta transacción para que, a partir de ella, se construya una relación a largo plazo con el consumidor y transformar el servicio en una experiencia positiva.

A partir de las capacitaciones que se darán al personal, ellos deberán tener en cuenta los tres ciclos de la vida del cliente: captación, retención y partida. En el primer ciclo es donde la empresa deberá atraer al cliente mediante inversión en publicidad, marketing directo, relaciones públicas etc. Para retener al cliente también hay que invertir, sin embargo, ese gasto se convierte en utilidad cuando el cliente realiza la recompra a lo largo del tiempo.

Para que la táctica de ventas tenga sentido Se debe tener claro cuál es el mercado meta de la residencia, conocer a quién es, saber cómo es y cuáles

son sus necesidades y deseos, mediante un trato personalizado en cuento a gustos, buzón de sugerencias etc.

El objetivo es lograr que los consumidores se conviertan en fuerza de ventas, es decir, que sean ellos quienes recomienden a otros clientes potenciales.

Se estima que al finalizar el primer año se podrá llegar a arrendar el 100% de las habitaciones de la siguiente forma:

Tabla 24. Estimación de ventas para el primer año

	HABITACIÓN SIMPLE	HABITACIÓN DOBLE	Precio HAB SIMPLE	Precio HAB DOBLE	%	TOTAL
ENE	2	2	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.520,00
FEB	2	2	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.520,00
MAR	2	2	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.520,00
ABR	2	2	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.520,00
MAY	2	2	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.520,00
JUN	2	2	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.520,00
JUL	2	2	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.520,00
AGO	1	3	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 5.980,00
SEPT	0	4	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 6.440,00
OCT	0	4	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 6.440,00
NOV	0	4	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 6.440,00
DIC	0	4	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	0,08	\$ 6.440,00
TOTAL	15	33			100%	\$ 66.750,00

Nota: Capacidad total: 48 habitaciones (15 simples y 33 dobles)

Adaptado por: El autor

Tabla 25. Estimación de ventas desde el segundo año hasta el quinto

	HABITACIÓN SIMPLE	HABITACIÓN DOBLE	Precio HAB SIMPLE	Precio HAB DOBLE	%	TOTAL
2 AÑO	17250	53130	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	100%	\$ 70.380,00
3 AÑO	17250	53130	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	100%	\$ 70.380,00
4 AÑO	17250	53130	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	100%	\$ 70.380,00
5 AÑO	17250	53130	\$ 1.150,00	\$ 1.610,00	100%	\$ 70.380,00
TOTAL	69000	212520				\$ 281.520,00

Nota: Capacidad total: 48 habitaciones (15 simples y 33 dobles)

Elaborado por: El autor

4.4. Política de servicio al cliente y garantías

La residencia se basará en una estrategia que se enfocará 100% en el cliente. Ese será el valor agregado de Villa Asur, destacando que una relación duradera con el cliente y la fidelización que se desea obtener será el éxito de este negocio.

Para el negocio se plantearán los siguientes estándares en cuanto al servicio al cliente:

- Todo el personal de la empresa llevará su respectivo uniforme, el cual deberá ser llevado correctamente.
- Se deberá tener presente que la personalización en la atención será el factor principal que los clientes deberán recibir.
- La persona que se encuentre atendiendo, cualquiera que sea la actividad que esté realizando, deberá ser cordial y atento con el cliente, con el fin de crear cierta relación entre el cliente y la empresa.
- Implementar evaluaciones por parte de los clientes, por medio de buzones de sugerencias, de tal forma que se pueda medir el grado de satisfacción de los clientes y también sus posibles quejas. Con ésta medida, se podrá conocer de mejor manera los gustos y preferencias de los consumidores principales de Villa Asur y de esta forma se podrán tomar las medidas necesarias.
- Calidad interna del servicio, selección y capacitación cuidadosa de los empleados para crear un ambiente agradable, motivación por parte de los colaboradores y fuerte apoyo a los mismos.
- Desarrollar una base datos con el fin de emplear un modelo CRM.

4.5. Promoción y publicidad

Dada la necesidad de comunicar a los clientes sobre lo que ofrece la residencia y lograr obtener el posicionamiento deseado en la mente de los consumidores, se deberán implementar las correctas estrategias de promoción del negocio. El boca a boca es una estrategia que se obtiene por parte de los clientes, pues

se generan recomendaciones que benefician al negocio de manera considerable.

4.5.1. Estrategia de comunicaciones de marketing

La estrategia de comunicación se enfocará primordialmente en los siguientes beneficios racionales y emocionales:

Beneficios racionales:

- Calidad
- Servicio
- Ubicación

Beneficios emocionales:

- Exclusividad
- Ambiente extrovertido
- Originalidad

Priorización de beneficios:

- Racional: servicio
- Emocional: exclusividad

Copy strategy

Convencer a personas de 17 a 25 años de edad, que alojándose en la residencia Villa Asur, obtendrán un sentimiento de exclusividad al adquirir los servicios de calidad que les serán ofrecidos.

a. Promoción de ventas

- Descuento del 25% en habitaciones dobles si los estudiantes son familia.
- Debido a que el lunes es considerado por muchos el peor día de la semana y el más cansado, se ha pensado en realizar una promoción de “YO AMO LOS LUNES”, la cual consiste en realizar campeonatos de fútbolín, billar, play station, futbol, volley, etc en esos días. El ganador de estos juegos se

lleva gratis el servicio de lavandería, desayuno al cuarto y un premio sorpresa.

Aproximadamente se gastará unos 1.000 dólares mensuales en estas actividades.

b. Publicidad

Para dar a conocer la residencia en el mercado y con el fin de crear una imagen a largo plazo del producto, se han planteado las siguientes estrategias:

Marketing digital:

La residencia **VILLA ASUR** se publicitará en redes sociales, tales como Facebook y Twitter. De esta manera se espera captar la atención del segmento de mercado al que la residencia se dirige y para así interactuar de manera eficaz con el cliente. Para que esta estrategia tenga éxito, se actualizará el Facebook y Twitter constantemente. Así se podrá entablar relaciones y de esta forma se podrá dar a conocer todas las novedades acerca de la residencia; activaciones de marca, promociones, y otros momentos importantes entre la marca y el consumidor.

Tabla 26. Cotización fansites

CODIGO	FANSITES	COMPLEJIDAD	VALOR
FS 002	5 Secciones + share + 1 componente + 2 dinámicas	Nivel 2	\$ 600.00

Nota: Todas las versiones incluyen: Loaders temáticos, animación sencilla, links a redes. Tiempo de entrega aproximado: De 20 a 35 Días /

Adaptado por: 3WNAFTA

Tabla 27. Cotización community manager fb o twitter

CODIGO	COMMUNITY MANAGER Facebook o Twitter	COMPLEJIDAD	VALOR
CM 002	POSTEOS 24/7 (Incluye reporting, + cronogramas de posts + medición ROE)	NO VARIA	\$ 400.00

Adaptado por: 3WNAFTA

Web:

Se trabajará con un sitio web para este producto, GENERAL WEB HTML + JAVASCRIPT / JOOMLA + CMS, que es un administrador de contenidos que permite al usuario fácilmente manejar su página. Al ser html permitirá posicionar a la residencia de mejor manera entre los buscadores de la red. El URL será ***www.residenciavillaasur.com*** en donde se presentará información completa de la residencia (servicios, precio, promociones).

Se publicarán imágenes y videos del ambiente de la residencia y de las instalaciones. Esta página también contará con un espacio para que la gente aporte con testimonios, sugerencias y comentarios.

Tabla 28. Cotización página web

CODIGO	GENERAL WEB HTML + JAVASCRIPT / JOOMLA + CMS	COMPLEJIDAD	VALOR
WH 003	AVANZADO (6 Secciones, 3Dinamicas, F. Connect, Forms, Componentes, Administrador, Share, BBDD	Nivel 3	\$ 1,100.00

Nota: Todas las versiones incluyen: Animación sencilla, links a redes, fullscreen o stage aligne, Optimización SEO Nivel 1 (Concepto + Nombre del Negocio). Tiempo de entrega aproximado: De 30 a 45 Días

Adaptado por: 3WNAFTA

Tabla 29. Cotización mantenimiento

CODIGO	MANTENIMIENTO	COMPLEJIDAD	VALOR
MA 002	MEDIO (Subir contenido, correcciones, actualizar, reportes tráfico) SEMANAL	NO VARIA	\$ 200.00

Adaptado por: 3WNAFTA


vive1.com: Se adquirirá el plan VIP que incluye más beneficios que los otros planes. El valor es de 99 dólares por plan.

[Home](#) | [Mis Favoritos](#) | [Ingresar \(Login\)](#) | [Ayuda](#)

vive1.com

[Agente](#) | [Publicar](#) | [Avaluador](#) | [Proyectos](#) | [Inmobiliarias](#) | [Comunidad](#)

Soporte



PARTICULAR
Quiero **vender** o **alquilar**
mi propiedad

Soy [Agente Inmobiliario](#) o [Constructor](#)

	* Plan Facebook	Estandar	Destacado	VIP
Impacto Publicitario	Minimo	Simple	Triple	Por Diez
Número de Fotos	5	20	30	40
Tiempo de publicación: HASTA QUE SE VENDA O ALQUILE	✓	✓	✓	✓
Días Destacados	0	0	30	90
Envío por boletín a 38,000 suscriptores				✓
Publicación de Video				✓
Publicación Resaltada				✓
POR SOLO (IVA incluido)	Gratis !	\$49.00	\$74.00	\$99.00
ESCOJA UNA OPCION	f Log In	Publicar	Publicar	Publicar

Figura 17. Cotización vive1.com
Adaptado por: vive1.com

Plusvalía.com: Se adquirirá el plan DESTACADO que incluye más beneficios que los otros planes. El valor es de 139 dólares.

Avisos

	Gratis	Simple	Destacado	Home
Precio	Gratis	Consultar	desde \$ 79	desde \$ 139
Nivel de exposición en el sitio	★	★★	★★★★★	★★★★★
Variedad de fotos de la propiedad	✓	✓	✓	✓
Videos de la propiedad	✓	✓	✓	✓
Geolocalización: Ubicación exacta (o aproximada) de la propiedad en mapa	✓	✓	✓	✓
Tu aviso en emails a nuestra base de usuarios	✗	✓	✓	✓
Tu aviso en la página principal de plusvalia.com y primeros lugares en la búsqueda de propiedades	✗	✗	✗	✓
	Publica ahora	Publica ahora	Publica ahora	Publica ahora

Figura 18. Cotización pluvalia.com
Adaptado por: plusvalia.com

Medios impresos (solo revistas)

Revista Cosas: Se dirigirá solo a los suscriptores de la revista que son 13.500, y se pautará en la revista mensualmente con media página.

Media Página: \$1100 + IVA

Tabla 30. Cotización revista cosas

# EDICIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	\$ 1,100.00	\$ 4,400.00

Adaptado por: Elizabeth Yopez – ejecutiva de cuenta revista Cosas

c. Relaciones Públicas

Por medio de las relaciones públicas la empresa logrará demostrar credibilidad, recalcando el servicio de calidad y la exclusividad. Se contará con la ayuda de lo siguiente:

- Evento de lanzamiento Villa Asur

Se realizará un evento de lanzamiento en las instalaciones de la residencia Villa Asur, será un evento para unas 200 personas aproximadamente.

Tabla 31. Cotización evento

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNI	COSTO TOTAL
Carpas 4x6	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Audio	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Tarima 3.60 x 2.40	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Video	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Catering	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Luz Carpas	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Luz torres	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
TOTAL			\$ 5.850,00

Nota: Audio incluye: 2 parlantes, consola, música, computadora, micrófono

Video incluye: 2 LCD, proyectores e instalación

Catering incluye: menaje, mesas, camareros, bocaditos dulces y salados, vino, champagne, gaseosas y agua

Adaptado por: María del Mar Yopez – Coordinadora de eventos

Cada 3 meses se realizará un evento pequeño para captar más clientes potenciales en el primer año.

Tabla 32. Cotización evento cada tres meses

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNI	COSTO TOTAL
Carpas 4x6	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Audio	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Catering	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Luz Carpas	2	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 1.520,00

Nota: Audio incluye: 2 parlantes, consola, música, computadora, micrófono
Catering incluye: menaje, mesas, camareros, bocaditos dulces y salados, vino, champagne, gaseosas y agua.

Adaptado por: María del Mar Yepez – Coordinadora de eventos

Se pedirá apoyo del GOBE (Gobierno Estudiantil de la Universidad San Francisco de Quito), pues ellos además de todas sus funciones, ayudan a los estudiantes extranjeros o de provincia a buscar un lugar donde vivir si lo necesitan., Sin costo alguno ellos podrían poner el link de la residencia en la página web de la Universidad San Francisco de Quito.

d. Marketing directo

El marketing directo es un sistema interactivo que utiliza uno o más medios de comunicación para obtener una respuesta medible en un público objetivo. Se realizará mailing a potenciales clientes de la residencia Villa Asur. Se extraerán las direcciones electrónicas de una base de datos.

Tabla 33. Cotización boletines

CODIGO	BOLETINES E – Mail	COMPLEJIDAD	VALOR
BM 003	Hasta 10000 Suscritos, Envíos ilimitados. + Reportes Mensuales	NO VARIA	\$ 120,00

Adaptado por: 3WNAFTA

e. CRM

La residencia empleará este modelo a cada uno de los estudiantes de la residencia, para extraer los datos más representativos y lograr la interacción con el cliente. Cuando el cliente se registre se le pedirán, además de los datos generales (nombre, correo electrónico, edad, universidad), algunos datos específicos como por ejemplo: gustos, preferencias, comida favorita, hobbies, música favorita, estilo, etc. Estos datos serán aplicados en los siguientes casos:

- Cumpleaños: se obsequiará un regalo que se adapte a los datos recabados.
- Navidad: se obsequiará a todos los estudiantes fundas de caramelos, un regalo personalizado además de una cena navideña.
- Fin de año: se organizará una fiesta con todos los miembros de la residencia, sin faltar las tradiciones de ese día.

Tabla 34. Cotización modelo CRM

CRM	
DESCRIPCION	VALOR
Cumpleaños	\$ 4.050,00
Navidad	\$ 1.000,00
Fin de año	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 6.050,00

Adaptado por: El autor

f. Investigación de mercados

A partir del primer año se invertirá en una investigación de mercados cualitativa, pues se necesitará saber cuáles son las nuevas tendencias, gustos, preferencias de los estudiantes.

Tabla 35. Cotización investigación de mercados

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNI	COSTO TOTAL
Sesiones Focales	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Entrevistas	2	\$ 80,00	\$ 160,00
TOTAL			\$ 860,00

Nota: estudio cualitativo, sesiones focales: 700 usd por evento (incluye moderador, procesamiento y presentación de resultados)

Tomado de: Juan Carlos Torres – Docente UDLA

4.6. Distribución

La residencia se basará en un canal directo, es decir que no se utilizará intermediarios, pues se trata de un servicio y es el mismo cliente quien adquirirá y consumirá estos servicios. Este tipo de canal le permitirá a la residencia tener más control sobre sus productos o servicios y a la vez garantizar un excelente servicio al cliente.

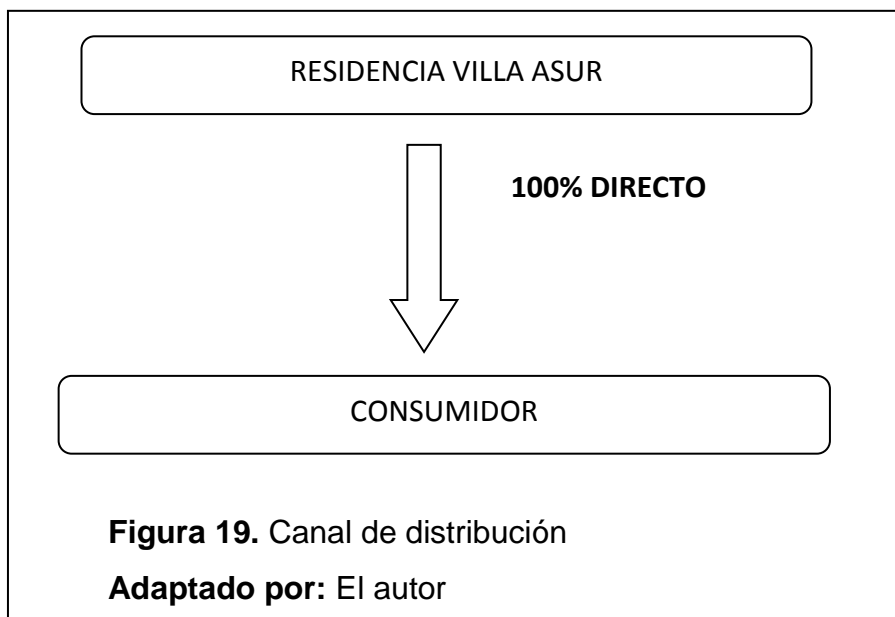
En la residencia universitaria, al ser un tipo de alojamiento más específico y diferente, se deberá tomar en cuenta a quién se dirigirán las estrategias y los servicios que se ofrecerán. Este canal de distribución es de gran importancia para la residencia, por lo que se realizarán capacitaciones para cada miembro del negocio, esto dará como resultado que el cliente se sienta más cómodo y seguro.

Se usará el internet como canal de distribución, pues es una herramienta que generará más ventas ya que estará dirigida a un grupo infinito de consumidores. Se podrá controlar la información obtenida, y además se podrá obtener una base de datos con el proceso. Se podrá hacer una reservación desde cualquier parte del país en tiempo real, como en la industria hotelera que lo emplea mucho. Esto tiene varios beneficios como:

Conectividad: permite la interacción constante de los clientes potenciales con la empresa.

Personalización: enviar información a clientes específicos con necesidades específicas.

Comodidad: es más flexible en cuestión de horarios, tiempo y contiene toda la información general.



Cada 5 años se invertirá 20.000 dólares en el canal de distribución, en base a los cambios que se den en tendencias gustos etc. Básicamente se podrán presentar cambios en los siguientes factores:

- Mejoras de las instalaciones
- Infraestructura
- Tecnología

5. PLAN DE OPERACIONES PRODUCCIÓN

5.1. Estrategia de operaciones

Objetivos:

- Aplicar la estrategia de subcontratación en algunas actividades con el fin de ahorrar costos y obtener mayor productividad y eficiencia en lo que es servicio y en otras actividades específicas, y así disminuir los riesgos operativos que se puedan dar.
- Ofrecer a los estudiantes toda la comodidad y espacio que ellos necesitan a través de la personalización en los procesos.
- Garantizar la profesionalidad de las personas que trabajan en la residencia en cada una de las operaciones.

La empresa se manejará como una residencia independiente motivo por el cual los clientes de ésta no tienen que ser parte de una universidad específica. La prioridad de la residencia universitaria Villa Asur será que los huéspedes se sientan como en casa. El porcentaje de capacidad instalada hasta finalizar el primer año será del 100%.

Entre los servicios que estarán incluidos en el **pago mensual** están los siguientes:

- Pago de agua y luz
- Internet WIFI
- Limpieza de zonas comunes: pasillos, cocina, áreas de juegos
- Limpieza de cuartos diaria (opcional)
- Desayuno tipo buffet
- Uso de la piscina, parrilla y canchas (áreas externas).
- Uso de las áreas de juegos (fútbolín, billar)
- Servicio de seguridad (guardias, cámaras).
- Parqueadero
- Uso de comedor y cocina
- Uso de Gimnasio

Hay servicios opcionales que dependerán de las necesidades del consumidor, por lo que éstos no estarán incluidos, en el pago mensual.

- Servicio de planchado y lavado
- Transporte (chofer)
- Pago consumo telefónico

- Habitaciones

Se contarán con 4 torres de 12 habitaciones cada una y dos tipos de habitaciones serán ofrecidas, simple o doble y áreas comunes, todo esto está especificado en el capítulos anteriores.

5.1.1. Componentes que tiene planeado la compañía producir y en cuales va a utilizar los servicios de terceros.

Tabla 36. Componentes directos y servicios con terceros

	Construcción	Servicios
Directo	Planos	Mantenimiento
	Terreno	Muebles y enseres
Terceros	Ingeniero topográfico	Seguridad
	Estudio del suelo	Servicio de alimentación (desayuno)
	Contratación de planificación y construcción	Mantenimiento Piscina
	Adecuación piscina	Lavandería
		Cable
		Internet
		Servicios básicos: luz agua, no

Adaptado por: El autor

Servicios directos:

Planos y terrenos: el terreno será propio.

Mantenimiento: los empleados encargados de la limpieza de las habitaciones, así como del exterior de las mismas serán contratados por la empresa de manera fija. El mantenimiento y limpieza de las habitaciones es opcional como se explicó en el capítulo de investigación de mercados.

Muebles y enseres: los muebles y enseres serán adquiridos por la residencia.

Servicios con terceros:

Ingeniero topográfico: para medir todo el terreno GPS y georeferenciado estación total.

Estudio del suelo: Se hará un análisis de la composición del suelo para poder fijar el punto de estabilidad. Para esto se deben realizar cinco perforaciones en el terreno.

Contratación de planificación y construcción: se contratará un arquitecto para realizar las actividades que se detallan a continuación. e

El valor de este depende del costo total de la obra, él se encargará de adquirir los materiales, equipos y herramientas necesarias.

- Estudio de factibilidad-mercado
- Diseño arquitectónico
- Diseño estructural
- Diseño sanitario
- Diseño eléctrico
- Planos de bomberos

Adecuación de la piscina: se contratará a una empresa que se especialice en lo que es la adecuación de la piscina, y que provea de todos los materiales y personal para ello. La piscina será de 6 x 12 x 1,5 metros.

Seguridad: se contratará a una empresa de seguridad y también habrá cámaras y alarma dentro y fuera de la residencia.

Servicio de alimentación: Las comidas serán de tipo casero y serán variadas. Además, se contratará un buffet para el desayuno y los **finés de semana** la comida será rápida como: hamburguesas, sandwiches, pizzas, etc. La residencia adquirirá una cocina, refrigeradora e implementos para que los alumnos puedan cocinar en otras horas.

Mantenimiento de la piscina: se contratará a una persona para que se encargue del mantenimiento de la piscina una vez por semana.

Lavandería: Se adquirirá el servicio de coin drops para el lavado y secado de la ropa de los estudiantes. El precio lo tienen que pagar directamente a las máquinas y los ingresos serán para la empresa contratada.

Televisión pagada: se contratará una empresa de televisión pagada para brindar el servicio en cada habitación de la residencia.

Internet: se contratará un servicio WIFI para cada torre de la residencia.

Servicios básicos: agua, luz y teléfono. Su costo dependerá de cuánto marque el medidor y de cuánto se gaste. Para empresas el precio varía en luz y agua.

Luz: \$0.10 por kilovatio

Agua: 1 a 20 m³ = \$0.31 por m³

21 a 25 m³ = \$0,43 por m³

26 m³ en adelante = \$0,73 por m³

Teléfono: la empresa contratará el servicio de acometida.

5.1.2. De lo que se va a producir, se deben identificar las partes de las que se componen los productos a comercializarse.

Los muebles y enseres a adquirirse se detallan en el *anexo #11*

Como fue mencionado antes, será responsabilidad del arquitecto la adquisición y costo de los materiales, pues este servicio será contratado con terceros. Sin embargo, en el *anexo #12 – Materiales principales de la construcción*, se detallan los materiales principales a usarse en la construcción.

Según la Cámara de la Construcción, el presupuesto general necesario para acabados de lujo es de \$250 por m² para materia gris, considerada como los materiales, y \$300 por m² en obra terminada, es decir para los acabados (2012).

5.1.3. Proveedores

Los muebles y enseres, además de los equipos de cocina y área comunal, se adquirirán en PYCCA y SUKASA.

En PYCCA se obtendrá un descuento del 15% si las compras sobrepasan los 100.000 dólares. Los tiempos de envío variarán dependiendo de la disponibilidad del artículo; muchas veces tendrán que enviar desde Guayaquil y se demorarían 2 días laborables. También depende del camión y de la dirección donde hay que dejarlos.

Ingeniero topógrafo: Ing. José Gallardo, 300 dólares.

Estudio del suelo: cada perforación cuesta 300 dólares. Se realizarán 5 en total.

Tabla 38. Cotización del estudio de suelo

ESTUDIO DEL SUELO		
Cantidad	Costo unit.	TOTAL
5	\$ 300,00	\$ 1.500,00

Tomado de: Arquitecto Mateo Granja

Contratación de planificación y construcción:

Tabla 39. Cotización arquitecto y construcción

CONSTRUCCION	
total m2	2121,08
precio x m2	\$ 550,00
TOTAL	\$ 1.166.594,00

COSTO ARQUITECTO		
Diseño Arq.	8%	\$ 93.327,52
Diseño estructural	3%	\$ 34.997,82
Sanitario	3%	\$ 34.997,82
Eléctrico	3%	\$ 34.997,82
Construcción	10%	\$116.659,40
TOTAL		\$ 314.980,38

TOTAL	\$1.481.574,38
--------------	-----------------------

Tomado de: Arquitecto Mateo Granja

Adecuación de la piscina: se contratará a la empresa AQUAMAN. La piscina será de 6x12x1,5m, se detalla los materiales y el costo de ellos en el *anexo # 13 - Proforma AQUAMAN*

Seguridad: AGILSEG

Tabla 40. Cotización seguridad

SEGURIDAD				Horario	Subtotal	Impuestos	TOTAL
1	PUESTO DE SEGURIDAD	24 H	2 Hombres fijos + 1 de relevo	Lunes a Domingo incluido días festivos	\$ 1.690,00	\$ 202,80	\$ 1.892,80

Tomado de: AGILSEG - Mayor Franklin Acosta (Gerente General)

El precio del servicio de seguridad incluye lo siguiente:

Sistema de vigilancia por cámara:

- Un servidor de imagen.
- 4 cámaras infrarrojas a ubicarse en áreas vulnerables.
- Caja metálica de seguridad.
- Fuentes de poder; metraje de cable y demás materiales eléctricos necesarios.
- Mano de obra en instalación.
- Mantenimiento mensual.
- Revisión del estado y funcionamiento de las cámaras.
- Reparación emergente y reemplazo de materiales que hayan sufrido desperfectos.
- Mantenimiento de software.

Modalidad del servicio:

- Supervisión física diaria diurna y nocturna
- Visitas sorpresivas
- Supervisión las 24 horas los 365 días vía Motorola a través de la central de operaciones.
- Reportes de supervisión.
- Se ajustarán a las necesidades específicas del cliente.
- Tecnología avanzada en cámaras.

Dotación del personal

- Uniformes de guardias y supervisores
- Todos los supervisores contarán con su respectivo radio de comunicación motocicleta.
- Capacitación en: atención al cliente, técnicas de sometimiento y defensa del personal, manejo de extintores, reconocimiento de fuegos e incendios, reconocimiento básico de explosivos, primeros auxilios.
- Pólizas de seguro.

Servicio de alimentación:

Se ofrecerán desayunos buffet de la empresa “CAMPAÑA” de lunes a viernes. El desayuno se servirá de 7h00 a 10h00. El tipo de desayuno será variado con el fin de que no se sirva lo mismo todos los días. Los fines de semana la residencia adquirirá comida rápida como: sánduches, hamburguesas, pizzas, etc., dependiendo del gusto de los estudiantes.

TABLA 41. Cotización catering

Alimentación	Cantidad	precio unitario	TOTAL
Desayuno Buffet	81	\$ 4.00	\$ 324,00

Tomado de: Catering Campaña – Arturo Campaña

Mantenimiento de la piscina: se contratará a una persona para que se encargue del mantenimiento de la piscina una vez por semana. El precio mensual es de 80 dólares

Lavandería: Martinizing

Se entregará un espacio físico para instalar una lavandería. Es decir, Martinizing instalará 3 lavadoras y 3 secadoras para el uso de los que viven en la residencia. Estas máquinas tienen una modalidad *coin drops*. La ganancia de las monedas será para Martinizing, pues no es un servicio propio.

El servicio de la máquina lavadora costará 2 dólares y el de la máquina secadora costará 0.25 centavos de dólar los 10 minutos. Los estudiantes son

los encargados y responsables de lavar su ropa y pagarla; sin embargo, también pueden encargar esta tarea a los empleados de Villa Asur siguiendo un proceso.

En lo que se refiere a lavado de ropa en seco, Martinizing irá dos días a la semana para dejar y retirar la ropa de los estudiantes. Esto será por cuenta de los estudiantes y tendrán un 20% de descuento en el lavado de cualquier prenda. El servicio incluirá también servicios adicionales como: zurcido natural, zurcido invisible, dobladillos, cambio de cuellos y puños en camisas, cambio de cierres, cambio de juego de botones, etc. (Carmen Dávalos - Martinizing, 2012). En lo que se refiere a servicio de planchado, la residencia Villa Asur se encargará de eso dos veces por semana sin ningún costo adicional. En el anexo #14 se detalla lo antes mencionado.

Televisión pagada: DIRECTV

De 26 a 49 habitaciones, se podrá elegir entre los planes hotel bronce, plata y oro. La instalación se la realizará mediante una estructura de comunicación (MDU), la que permitirá con una sola antena ofrecer una señal óptima en todos los puntos. Habrá un decodificador por cada habitación. Al tratarse de 4 torres se pondría una antena en cada una de las torres.

DIRECTV ofrece un subsidio en el valor de instalación dependiendo del tiempo establecido para el contrato; a mayores años aplica mayores subsidios.

Se deberá tomar en cuenta que el costo de los decodificadores y su instalación es por parte de la residencia. El precio se detalla a continuación.

Tabla 42. Cotización cable (directv)

Decodificador	Función	Tiempo/ valor de instalación		
		hasta 2 años	de 3 a 4 años	de 5 años a +
digital L12	Señal digital, menú interactivo búsqueda avanzada y guía de programación	\$ 56,00	\$ 39,20	\$ 28,00

Tomado de: Saadin Caicedo- Trade Marketing DIRECTV

Cobertura a nivel nacional con señal 100% digital.

Protección de los equipos mediante servicio de "GARANTIA EXTENDIDA".

Se adquirirá el plan oro que incluye:

- 92 canales internacionales
- 7 canales nacionales
- 30 canales de audio
- 6 estaciones de radio

Esto a un costo mensual de \$16.03 por punto.

Tabla 43. Cotización decodificadores DIRECTV

Puntos	Costo unitario	Costo total
48	\$ 16,03	\$ 769,44

Tomado de: Saadin Caicedo- Trade Marketing DIRECTV

Internet: CNT.

La empresa CNT, proveerá de un punto y la residencia se encargará de la distribución del internet en todas las áreas. El pago de la inscripción será sólo una vez y luego solo se deberá pagar la mensualidad. CNT solo se encargará del punto que ellos instalaron en caso de que algo sucediera.

Tabla 44. Cotización Internet WIFI

PLAN	CAPACIDAD (MBPS)	PRECIO MENSUAL	INSCRIPCION
6F Corporativo plus	3	\$ 340,00	\$ 300,00

Tomado de: Corporación Nacional de telecomunicaciones (CNT)

Tabla 45. Cotización material para distribución

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
MODEM 4G	4	\$ 30,00	\$ 120,00
CABLE DE RED	100m	\$ 40,00	\$ 40,00

Tomado de: Computron

Servicios básicos: estos dependerán de cuánto marque el medidor y cuánto se consuma.

Plan Comercial que se aplica a los consumos que tienen hasta 10KW de potencia contratada (10.000 vatios). En la residencia universitaria se estima que se usará aproximadamente 2.000 kWh. Por lo que saldría a \$0.10 centavos el kWh. En total mensualmente se pagará 200 dólares.

Tabla 46. Valor total de la factura para las tarifas más comunes

	CONSUMO kWh									
	50	100	150	200	250	300	350	400	450	500
Residencial	4.38	6.65	14.23	20.13	25.25	30.47	35.70	40.93	46.16	51.39
Tercera edad	3.79	5.83	10.02	15.92	21.04	26.26	31.49	36.72	41.95	47.18
Comercial sin demanda	8.80	12.11	15.42	18.73	22.04	25.35	32.29	34.46	39.02	43.57
Industrial artesanal	12.15	14.89	17.64	20.38	23.12	25.87	30.30	34.73	39.16	43.59

Tomado de: Empresa Eléctrica Quito S.A

- **Agua :** \$800
- **Teléfono:** CNT. Se contratará el servicio de acometida que se instala cuando se necesitan más de 5 líneas telefónicas. La empresa proveerá de toda la instalación y la residencia comprará cada línea telefónica a un costo de 60,96 dólares más IVA, el cual se pagaría una sola vez. En el *anexo #15* se detallan los costos y los formularios.
- El precio mínimo por consumo del teléfono es de \$6.20 más IVA y los estudiantes son responsables del costo y el consumo del mismo.
- **Transporte:** Los estudiantes podrán hacer uso del chofer de la residencia en el caso de necesitar que los lleve a algún lugar o en caso de emergencia. Como se explicó en la investigación de mercados, la mayoría de estudiantes poseen auto. El costo y disponibilidad depende directamente del chofer.

5.2. Ciclo de operaciones

5.2.1. Flujo de operaciones

Fase 1: preparación del terreno

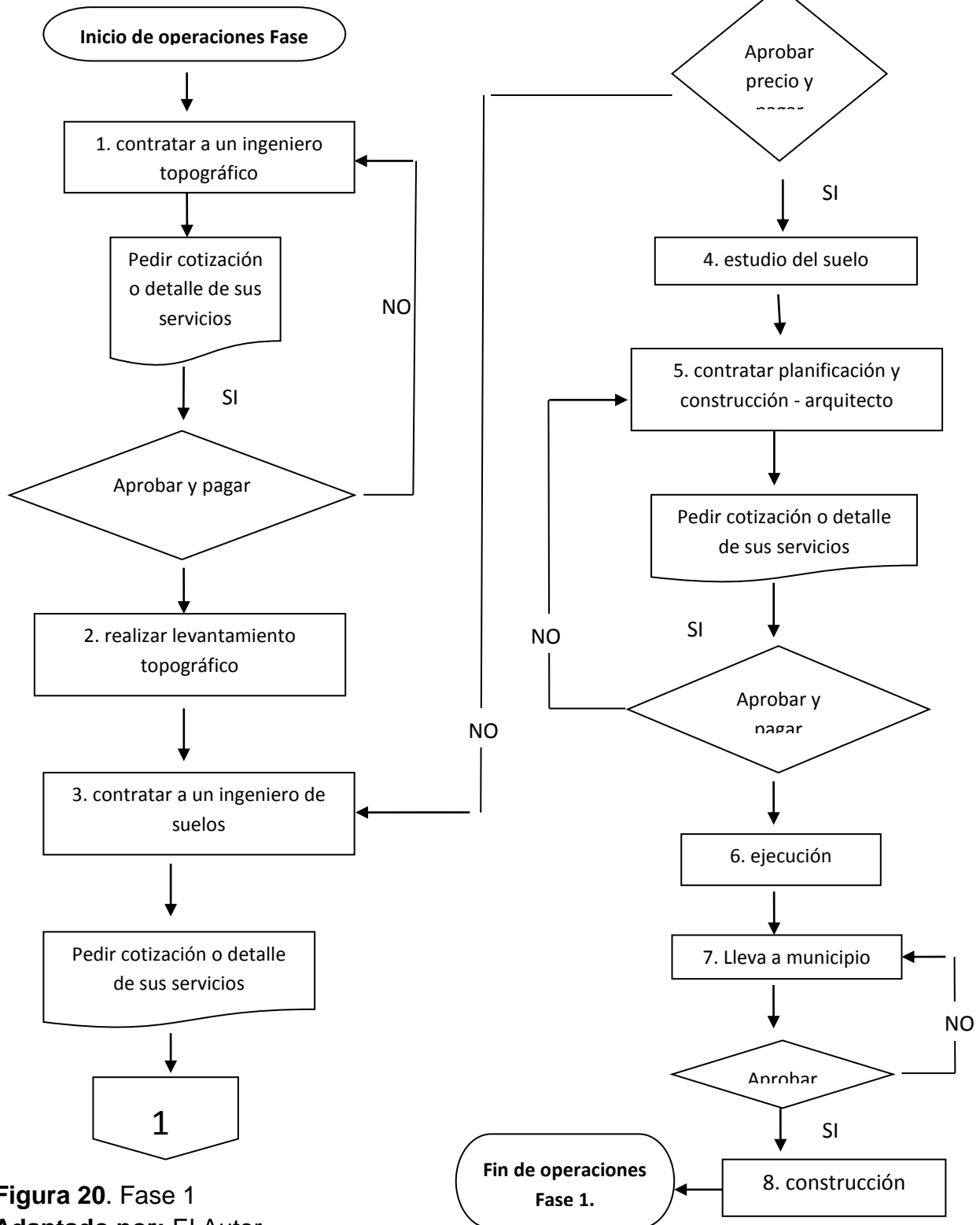


Figura 20. Fase 1
Adaptado por: El Autor

Fase 2: Construcción

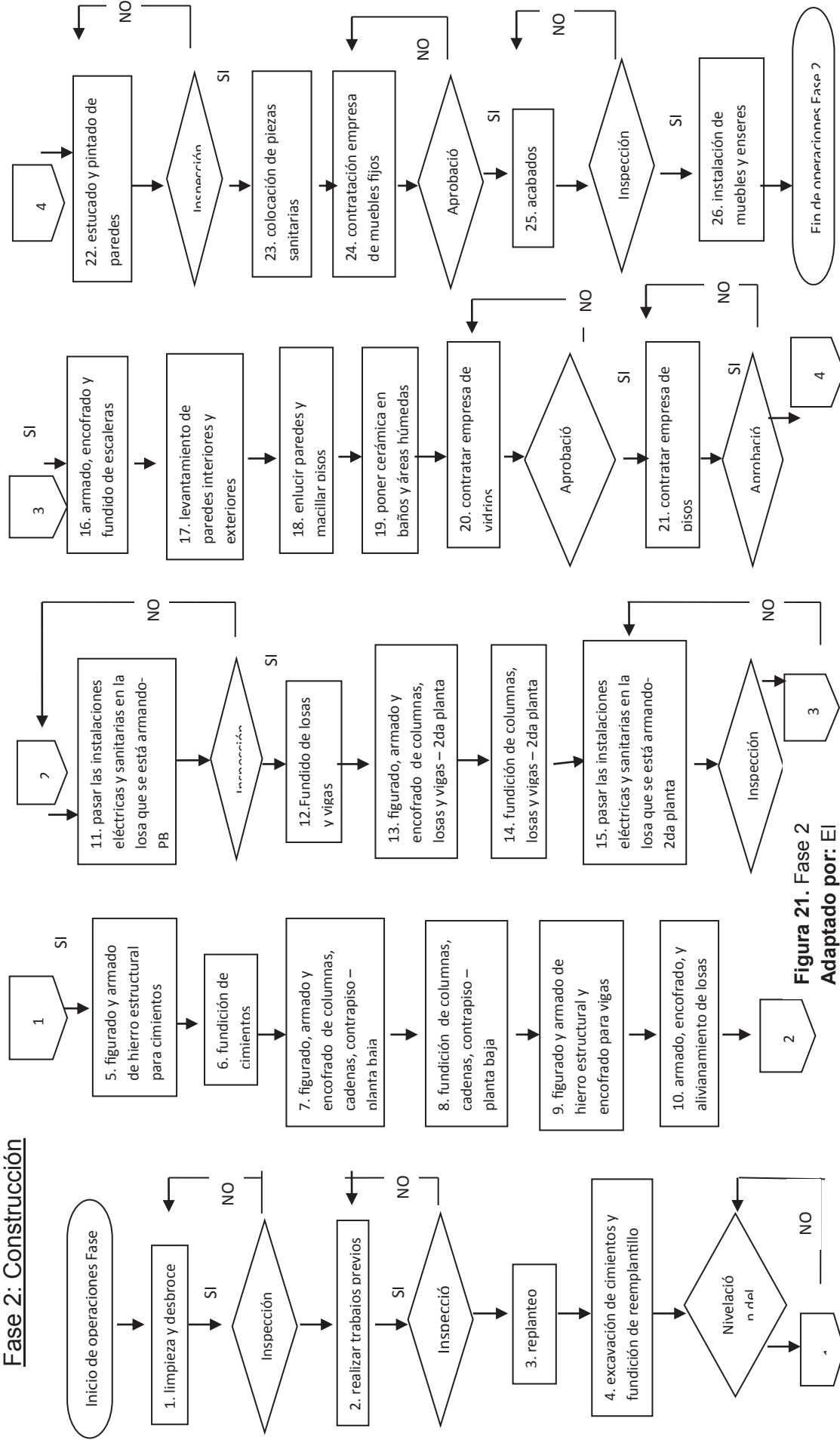


Figura 21. Fase 2 Adaptado por: El autor

Fase3: pedido de muebles y enseres y diseño de las instalaciones

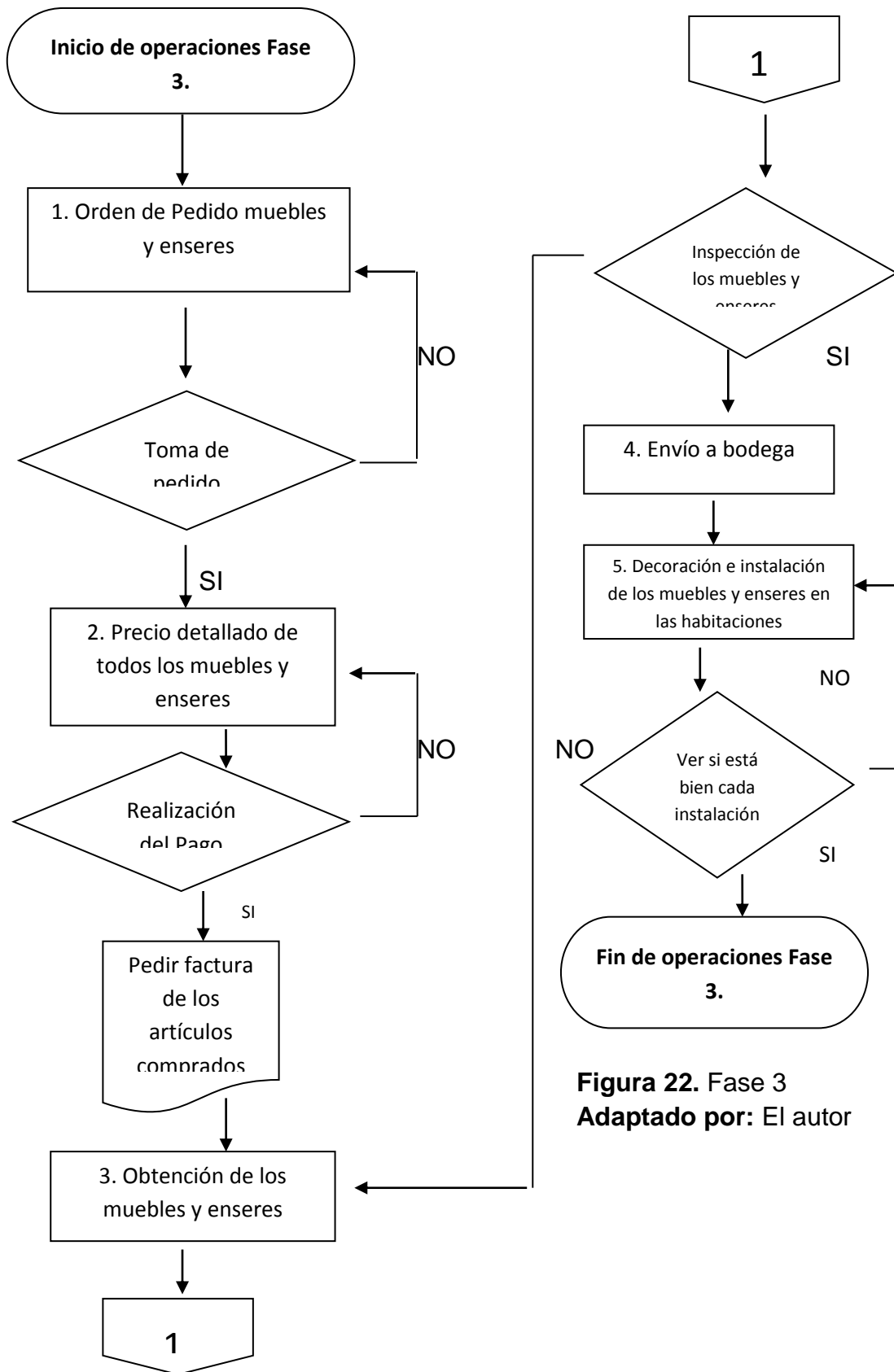


Figura 22. Fase 3
Adaptado por: El autor

Fase 4: registro de los clientes

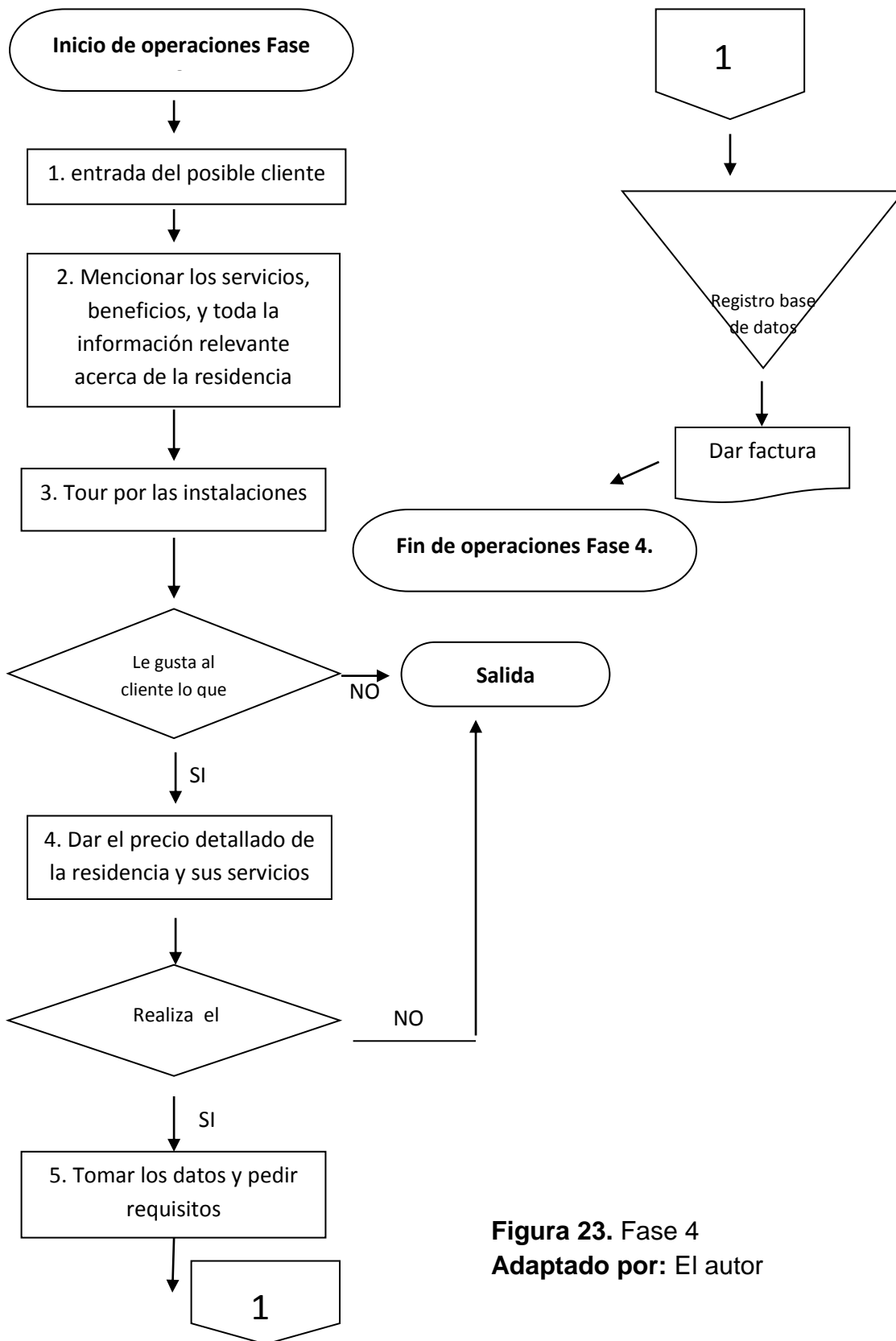


Figura 23. Fase 4
Adaptado por: El autor

Fase 5: limpieza habitaciones

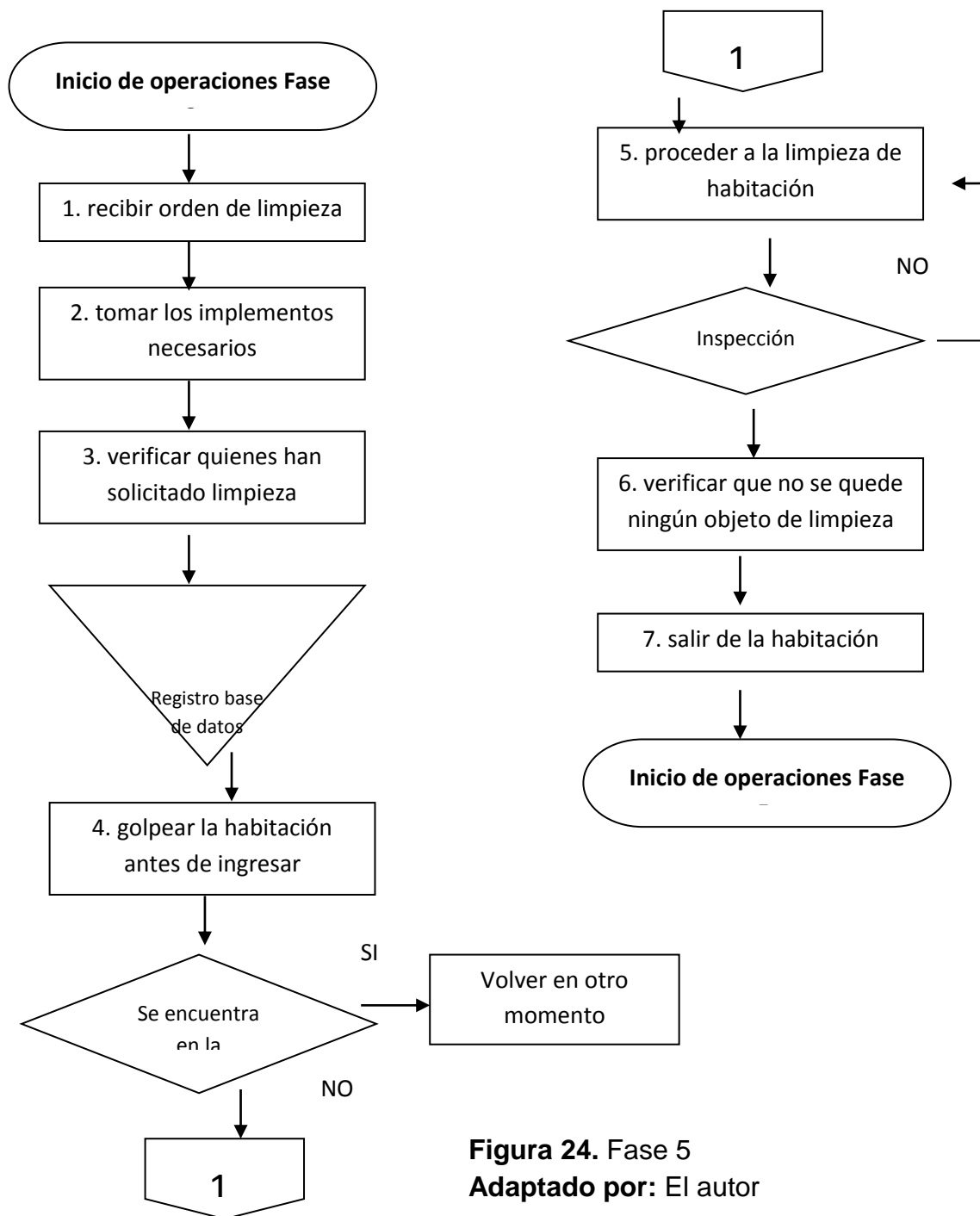


Figura 24. Fase 5
Adaptado por: El autor

Fase 6: lavado y planchado

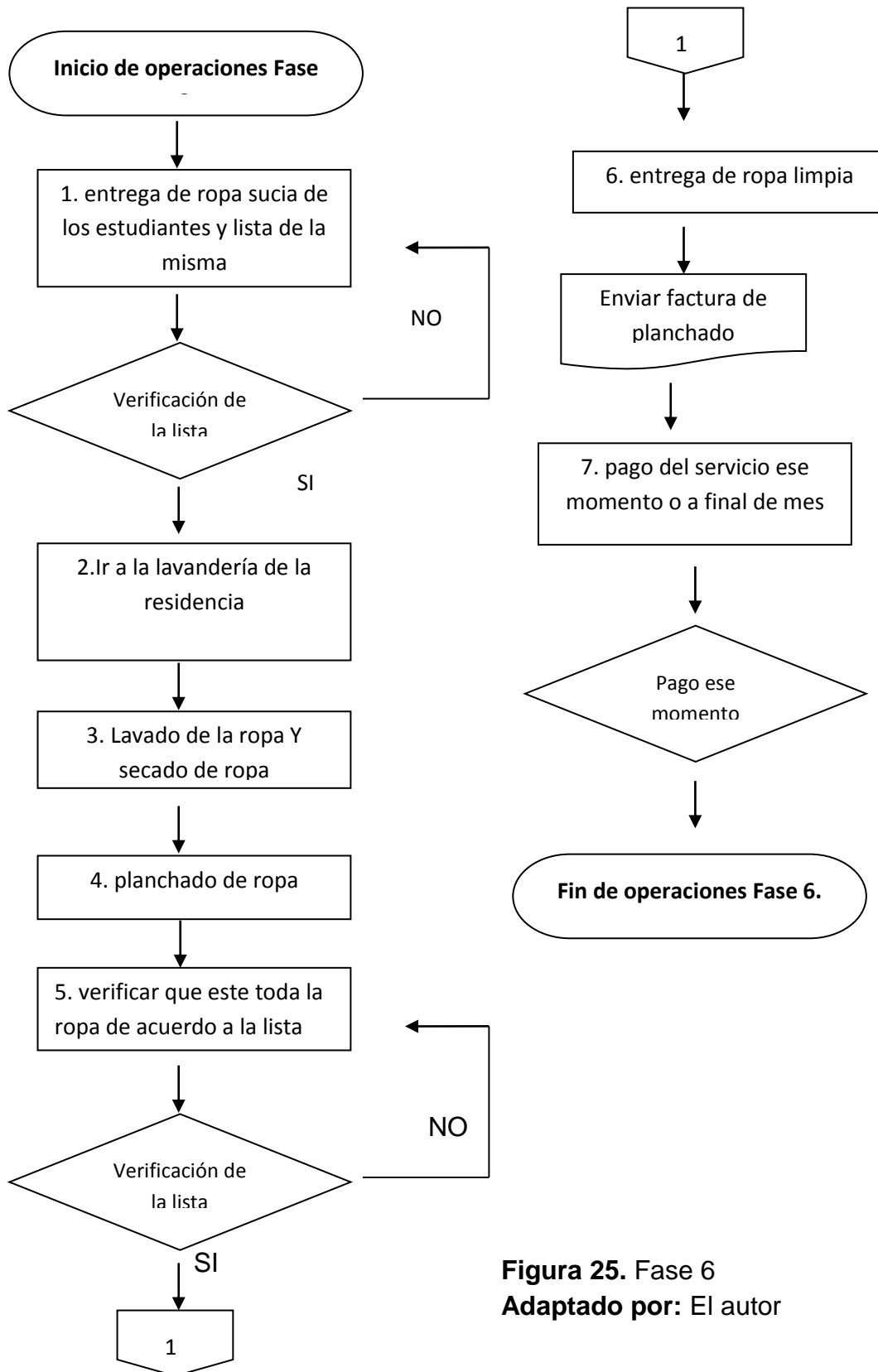


Figura 25. Fase 6
Adaptado por: El autor

5.2.2. Descripción de los procesos

Fase 1: Preparación del terreno

1. Se contratará a un ingeniero topográfico. Se pedirá el detalle de lo que se haría y una cotización para así decidir si se hace el levantamiento topográfico.
2. De ser el caso se hará un levantamiento topográfico: se medirá el terreno.
3. Se contratará a un ingeniero de suelo, se pedirá detalles de lo que haría y una cotización, y se decidirá en base a eso si se hace el estudio del suelo.
4. De ser el caso se realizará estudio del suelo: cómo está compuesto el suelo, y en qué parte resiste la construcción.
5. Se contratará un arquitecto para la planificación y construcción. Se pedirá detalles de lo que realizaría y una cotización de los trabajos para decidir si se inicia la construcción.

Estudio de factibilidad – mercado

Diseño arquitectónico

Diseño estructural

Diseño sanitario

Diseño eléctrico

Planos bomberos

6. Se irá al Municipio para la obtención de la aprobación de planos. Si no se aprueba el arquitecto tendrá que ver qué es lo que pasa y corregir los errores. Si el Municipio aprueba, se pasará a la construcción.
7. Se realizará la construcción en donde el arquitecto se encargará de todos los materiales, herramientas y equipos.

Fase 2: Construcción

1. Limpieza y desbroce: quitar toda la maleza, basuras, etc. y si existe alguna construcción se derrumbará.
2. Trabajos previos: construir un cerramiento, huachimania y bodega.
3. Replanteo: pasar las medidas del plano al terreno.

4. Excavación de cimientos y fundición de reemplantillo: dar soporte estructural al edificio y nivelar el piso donde se asientan los cimientos.
5. Figurado y armado de hierro estructural para cimientos: dar forma a los hierros.
6. Fundición de cimientos: poner el cemento.
7. Figurado, armado y encofrado de columnas, cadenas, contrapiso – planta baja.
8. Fundición de columnas, cadenas, contrapiso – planta baja. Poner en bloques de madera el hierro.
9. Figurado y armado de hierro estructural y encofrado para vigas (la parte del techo).
10. Armado, encofrado, y alivianamiento de losas.
11. Pasar las instalaciones eléctricas y sanitarias en la losa que se está armando – planta baja.
12. Fundido de losas y vigas.
13. Figurado, armado y encofrado de columnas, losas y vigas – 2da planta.
14. Fundición de columnas, losas y vigas – 2da planta.
15. Pasar las instalaciones eléctricas y sanitarias en la losa que se está armando - 2da planta.
16. Armado, encofrado y fundido de escaleras.
17. Levantamiento de paredes interiores y exteriores: levantar paredes y hacer divisiones.
18. Enlucir paredes y macillar pisos: realizar lisamiento de pisos y paredes.
19. Poner cerámica en baños y áreas húmedas.
20. Contratar empresa de vidrios: el arquitecto se encarga de la contratación pero se requiere una aprobación previa por parte de la residencia.
21. Contratar empresa de pisos: el arquitecto se encarga de la contratación pero se requiere una aprobación previa por parte de la residencia.
22. Estucado y pintado de paredes: se pintarán las paredes internas y externas.
23. Colocación de piezas sanitarias: urinario, lavabo, ducha, inodoro.
24. Contratación de empresa de muebles fijos para armarios.
25. Acabados: preparación de la residencia para entregarla.

26. Instalación de muebles y enseres: se instalan los muebles y se decora la residencia.

Fase 3: Pedido de muebles y enseres y diseño de las instalaciones

1. Orden y pedido de muebles y enseres: se pedirá al proveedor los artículos que se necesiten para la residencia.
2. Precio detallado de todos los muebles y enseres: se detallará en una proforma todo lo que será comprado, la cantidad y el precio. Con esta información se deberá decidir si se compran o no estos artículos. Si se realiza la compra se continúa con el proceso de facturación.
3. Obtención de los muebles y enseres: se inspeccionará si los muebles están en buen estado y si no han venido con fallas. Si hay alguna falla se regresará esos artículos al proveedor, y si no, se llevarán los artículos a bodega.
4. Decoración e instalación de los muebles y enseres en las habitaciones: se ubicarán los muebles y se diseñarán las habitaciones. Aquí se tomará una decisión si están bien o no las habitaciones o si se deberá realizar algún cambio. Si se aprueba, se acabará el proceso, y si no, se volverá a decorar y a hacer las adecuaciones necesarias.

Fase 4: Registro de los clientes

1. Entrada del posible cliente: llegarán a las instalaciones de la residencia posibles clientes.
2. Se recibirá al estudiante y se le proporcionará toda la información acerca de los servicios, beneficios y toda la información relevante acerca de la residencia (formas de pago, servicios que incluye la mensualidad, etc.).
3. Se realizará un tour por las instalaciones para que el estudiante las conozca y se familiarice con ellas.
4. Se informará el precio detallado de la residencia y sus servicios. El cliente deberá tomar una decisión; si la decisión es positiva se sigue con el

proceso. Se pedirán los datos y requisitos necesarios: se seguirá con el procedimiento de registro para luego proceder a facturar y así acabar el proceso.

Fase 5: Limpieza habitaciones

1. Recibir orden de limpieza: las mucamas recibirán la orden para empezar a limpiar las instalaciones.
2. Tomar los implementos necesarios: tomarán todo lo que necesitan.
3. Verificar quienes han solicitado limpieza: como la limpieza de habitaciones es un servicio adicional, se verificará en el registro quienes lo hayan solicitado.
4. Golpear la habitación antes de ingresar: golpearán la puerta de la habitación para ver si hay alguien y si hubiera alguien regresarán en otro momento.
5. Proceder a la limpieza de habitación: limpiarán y desinfectarán los baños. Además, cambiarán las sábanas en caso de ser el día de cambio.
6. Verificar que no se quede ningún objeto de limpieza: al terminar verificarán que todo esté en orden y que no se hayan olvidado de nada. Salir de la habitación: saldrán de la habitación y al final del mes el estudiante tendrá que pagar la cuota de limpieza

Fase 6: lavado y Planchado

1. Entrega de ropa sucia de los estudiantes y lista de la misma: se procederá a verificar que todo lo de la lista este ahí y si no el estudiante tendrá que verificarla.
2. Ir a la lavandería de la residencia.
3. Lavado y secado de la ropa.
4. Planchado de ropa: esto sería para los estudiantes que soliciten el servicio.
5. Verificar que esté toda la ropa de acuerdo a la lista: según la lista de los estudiantes se revisará si está todo completo.

6. Entrega de ropa limpia: se entregará la ropa a los estudiantes. Enviar factura del planchado, considerando que la del lavado la entregan antes.
7. Pago del servicio en ese momento o a fin de mes.
8. Pago del servicio: el estudiante realiza el pago.

Fase 7: Servicio de alimentación – desayuno Buffet

1. Llegada e implementación de la comida a las 6h30 de acuerdo al menú.
2. Llegada de los estudiantes de 7h00 a 10h00.
3. Los estudiantes se alimentarán.
4. Recoger platos.
5. Lavar platos.
6. Salida de todos los estudiantes.

5.3. Requerimiento de equipos y herramientas

Debido a que se utilizará una estrategia de subcontratación completa en la construcción de la residencia, no se requerirá de ninguna herramienta para esta actividad. Sin embargo, los equipos y herramientas principales que se utilizarían se detallan en el *anexo #16 – Maquinaria*.

5.4. Instalaciones y mejoras

La residencia universitaria contará con cuatro torres de dos pisos y cada torre tendrá doce habitaciones, 4 simples que medirán 22 m² cada una y 8 dobles que medirán 28 m² cada una. Además de las habitaciones, en cada torre habrá un área comunal. En la torre principal se adecuará la administración, la cocina, la lavandería, el cuarto de máquinas, y el área comunal. Además de esto, la residencia contará con piscina. A continuación se especificarán las medidas de cada instalación en cada una de las torres:

Tabla 47. Distribución residencia

1TORRE 12 hab	en m2
HAB. SIMPLE - 22m2	82,5
HAB. DOBLE - 28m2	115,5
AREA COMUNAL	50
Cocina	150
cuarto maquinas	48
Administración	50
lavandería	4,5
Total	500,5

Tomado de: Arq. Mateo Granja

Tabla 48. Distribución por torre

en m ²	torre 2	torre 3	torre 4	
HAB. SIMPLE - 22m ²	82,5	82,5	82,5	
HAB. DOBLE - 28m ²	115,5	115,5	115,5	
AREA COMUNAL	50	50	50	
Total	248	248	248	744

TOTAL M² TORRES	1244,5
-----------------------------------	---------------

Tomado de: Arq. Mateo Granja

5.5. Localización geográfica y requerimientos de espacio físico

El terreno para la construcción se encuentra ubicado en la parroquia de Nayón en el sector San Francisco de Tanda y tiene un área total de 3.087 m². Según el Municipio de Quito, en este sector sólo es permitido construir dos plantas y en cada una de ellas se debe construir el 35%. Se construirá de acuerdo al IRM que proporcione el Municipio después de analizar el terreno.

Tabla 49. Metros permitidos por el Municipio de Quito

terreno en m²		3087
primera planta	35%	1080,45
segunda planta	35%	1080,45
TOTAL	70%	2160,9

Tomado de: Arq. Mateo Granja

De los 2.190,90 m² que permite construir el Municipio de Quito, se realizará la división de la siguiente forma:

Tabla 50. Distribución de construcción en cada torre

en m2	
circulación paredes	344,58
piscina	70
habitación simple	330
habitación doble	924
área comunal	200
Cocina	150
cuarto maquinas	48
Administración	50
lavandería	4,5
TOTAL QUE SE VA A CONSTRUIR	2121,08

Tomado de: Arq. Mateo Granja

En el *anexo 17*, se puede ver los planos y medida del terreno.

5.6. Capacidad de almacenamiento

La capacidad de la residencia Villa Asur será de 48 habitaciones: 15 simples y 33 dobles. El inventario de las habitaciones incluirá camas, mesas y sillas, etc. Los artículos de limpieza como papel higiénico, toallas, cubiertos, platos, etc. se adquirirán con mayor frecuencia ya que son cosas que se pueden romper, dañar, o que su consumo es de alta rotación y es la responsabilidad de la residencia Villa Asur mantener una buena imagen tanto dentro como afuera de la misma.

5.7. Aspectos regulatorios y legales

Para la constitución de la empresa se seguirán ciertos pasos impuestos por la Superintendencia de Compañías. Ver detalle en el anexo #6 – Requisitos para la constitución de la empresa.

6. EQUIPO GERENCIAL

6.1. Organigrama

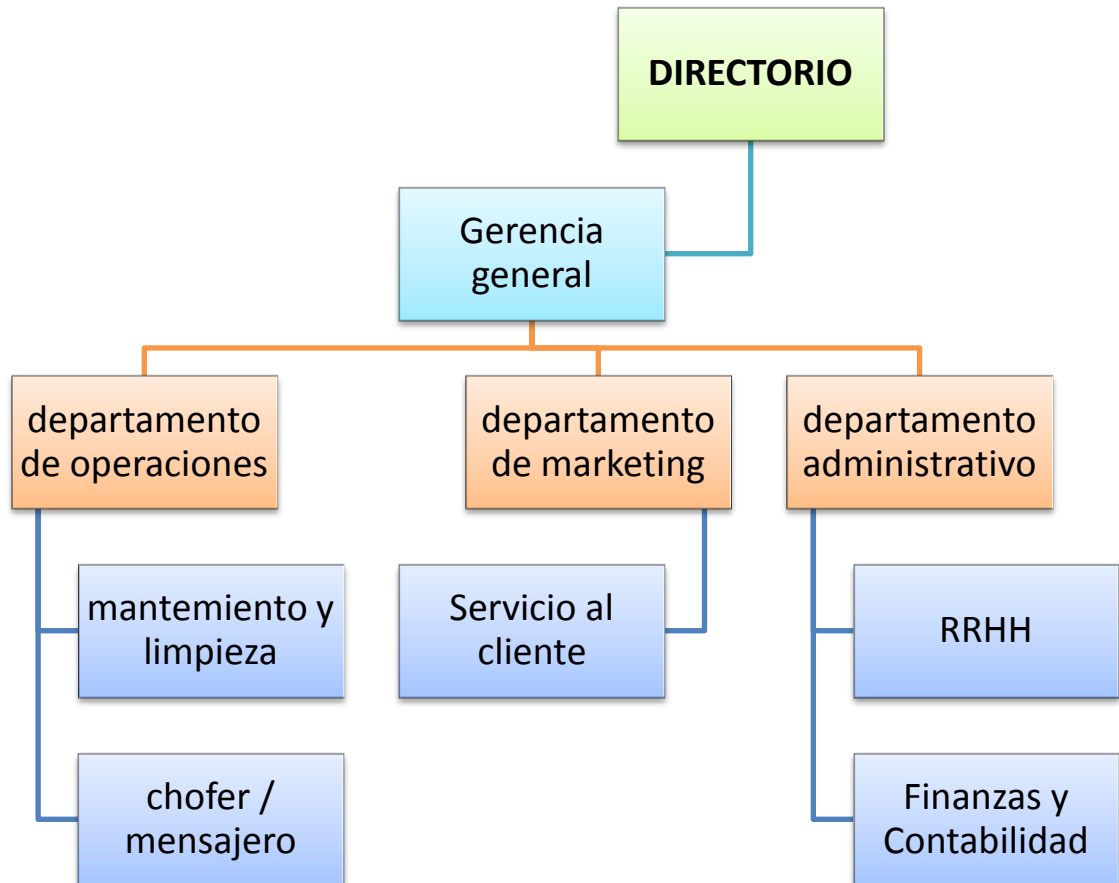


Figura 26. Organigrama

Adaptado por: El Autor

Se utilizará una estructura horizontal en la cual se puede ver claramente que está dividida u ordenada por departamentos, en los cuales se realizarán tareas o actividades del mismo tipo. Los departamentos serán controlados y centralizados por la gerencia general.

6.2. Personal administrativo clave y sus responsabilidades

6.2.1. Descripción de funciones

Directorio

Estará conformado por accionistas de la empresa en forma de una junta general, sus funciones serán:

- La elección de los altos directivos
- La distribución de los dividendos
- La fusión, transformación, disolución, división o reforma de la empresa.

Gerencia General

Actuará como representante de la empresa. Será quien dirige la planeación estratégica, realizando evaluaciones constantes para el cumplimiento de las funciones y objetivos de los distintos departamentos. Planeará y desarrollará metas a corto y largo plazo siempre tratando de mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes de los otros departamentos y proveedores, para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Departamento de operaciones

Será el responsable de elaborar la lista de materiales y artículos que se van a utilizar en un determinado proyecto o actividad, así como también el presupuesto del mismo. Se encargará de cada proceso del servicio de comida, mantenimiento, seguridad, piscina.

Departamento de Marketing

Será el encargado de la elaboración y ejecución del plan de marketing, así como también del análisis, planificación y desarrollo del servicio, buscando siempre mejoras continuas que se puedan implementar.

Servicio al cliente

La residencia se basará principalmente en los servicios que ofrecerá y en la personalización de los mismos; por eso, la función de este departamento será establecer relaciones duraderas con el cliente, entender cuáles son sus deseos y necesidades y satisfacerlas para lograr así su lealtad.

Departamento administrativo

Se encargará del control y la ejecución de todos los trabajos administrativos. Este departamento tendrá las siguientes funciones:

- **RRHH**

El Jefe de este departamento se encargará directamente de los trabajadores, su motivación y buen desempeño. Se encargará principalmente del reclutamiento y selección del personal así como de su capacitación. Se esperará un buen ambiente de trabajo y que haya trabajo en equipo.

- **Finanzas y Contabilidad**

El encargado tendrá el deber de supervisar las funciones relativas a la contabilidad financiera, costos y control de activos fijos e inventarios. Deberá realizar los balances, estado de resultados y estado de pérdidas y ganancias, para luego analizar la información contable y financiera e informar periódicamente a la gerencia.

6.2.2. Equipo de trabajo

El desarrollo y detalle del equipo de trabajo para el proyecto se encuentra en el *anexo # 18*

6.3. Cultura organizacional

Personal:

El personal será el activo más importante de la residencia, por lo que la motivación será muy importante. Todo el equipo de trabajo estará conformado por personas capacitadas, creativas y comprometidas con la empresa, en donde el principal deber será el cumplimiento de objetivos.

Estructura:

Con la estructura horizontal, el principal objetivo será fomentar el trabajo en equipo; Las tareas podrán ser compartidas y parecidas.

Cultura:

Los valores fundamentales que tiene esta empresa serán el respeto, el compromiso, la diversidad y la ética, por lo que el entorno de la empresa girará alrededor de estos.

Incentivos:

- Sentimiento de autorrealización.
- Oportunidad de crecimiento dentro de la empresa.
- Sueldos atractivos dependiendo del puesto de trabajo y de las responsabilidades de cada uno, más todos los beneficios de la ley.
- Reconocimientos no económicos por logros específicos alcanzados o por desempeño superior al esperado en la empresa.

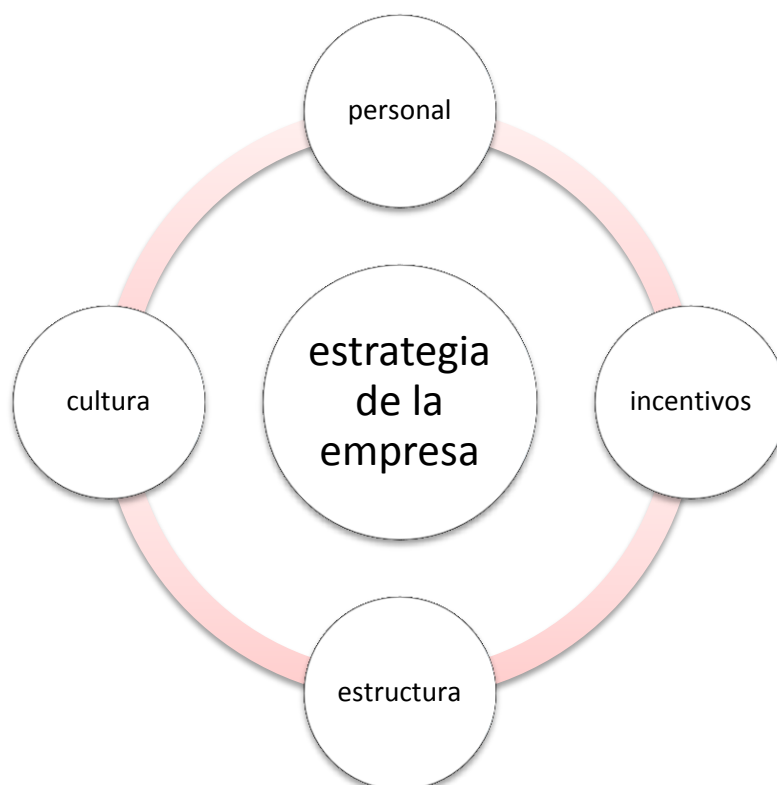


Figura 27. Cultura organizacional

Adaptado por: El autor

6.4. Compensación a administradores y propietarios

La remuneración de los empleados se dará por medio de sueldos de acuerdo a sus funciones, responsabilidades y cumplimiento de metas como fue detallado anteriormente. Adicionalmente recibirán las utilidades anuales de acuerdo con el beneficio de la ley. La bonificación para los dueños de la empresa será en base a las utilidades finales netas.

6.5. Política de dividendos

La política de dividendos de una empresa son utilidades que se pagan a los accionistas como retribución de su inversión en la empresa. Se considerarán dos objetivos: maximizar el beneficio de los propietarios de la empresa y proporcionar suficiente financiamiento. La residencia universitaria usará el tipo

de dividendos en acciones, que es el pago de dividendos en forma de acciones a los propietarios existentes, así se evitará el desembolso de fondos.

6.6. Política de empleo y beneficios

6.6.1. Contratación del personal

La búsqueda y selección del personal para la empresa se realizará por medio de agencias de trabajo. Se realizará una descripción basándose en el servicio que se ofrecerá, tipo de clientes, tareas y responsabilidades específicas a realizar. Se tomarán en cuenta también aspectos mentales y físicos. Se determinarán los requerimientos del puesto y los criterios de selección.

6.6.2. El proceso de calificación de los candidatos

1. Se utilizarán los servicios de agencias de trabajo en donde se obtendrá una preselección del personal calificado para el puesto.
2. Luego se procederá a la selección final.
3. Para la selección final se realizará una etapa de entrevistas personales, referencias de otras empresas, exámenes físicos y test.
4. Una vez realizada la contratación, se firmará un contrato de período de prueba de tres meses, tiempo en el cual el empleado recibirá capacitación y preparación para su puesto de trabajo.
5. Se evaluará su desempeño y adaptación a la empresa para luego proseguir a firmar un contrato fijo.

6.6.3. Beneficios que recibirán los empleados

- Sueldo: Recibirán un sueldo de acuerdo a su cargo, además de todos los beneficios de ley.
- Serán afiliados al seguro social.

- Vacaciones: Anualmente recibirán 15 días después de haber cumplido un año en la empresa.
- Se concederán días preestablecidos de permiso médico dependiendo de la enfermedad.
- Capacitación dependiendo del puesto para su formación profesional y personal.
- A las mujeres embarazadas se les otorgará todos los beneficios de ley que son los 3 meses de maternidad y 9 de lactancia durante el cual trabajarán 6 horas por día.

6.7. Derechos y restricciones de accionistas e inversores

- Los accionistas serán miembros del Directorio.
- La participación de los accionistas será proporcional al porcentaje de acciones que tengan.
- De los accionistas saldrá un Gerente General y a su vez representantes de cada departamento.

6.8. Equipo de asesores y servicios

Los servicios de asesoría legal y de construcción serán subcontratados a empresas externas cuando sea necesario.

- Asesoría Legal: deberán poseer amplio conocimiento en el entorno legal y jurídico y estar con disponibilidad de atender a cualquiera de las necesidades de la residencia.
- Asesoría en construcción: entregará a la empresa las soluciones a sus necesidades en el campo de la construcción. Deben ser profesionales de la construcción con experiencia en temas relacionados con la gestión, control y la calidad de la construcción.

7. CRONOGRAMA GENERAL

7.1. Actividades necesarias para poner el negocio en marcha

1. Construcción

- a) Preparación del terreno
 - Levantamiento topográfico
 - Estudio del suelo
 - Limpieza y desbroce
- b) Contratación de un arquitecto
- c) Construcción y acabados de la residencia

2. Obtención de servicios básicos.

- a) Energía Eléctrica (Empresa Eléctrica Quito)
- b) Agua potable (EMMAP)
- c) Línea telefónica (CNT)

3. Adecuación interior

- a) Compra de los muebles y enseres.
- b) Compra de equipos de computación
- c) Adecuación de toda la residencia

4. Diseño

- a) Marca (nombre, logo y eslogan)

5. Términos Legales

- a) Constitución de la empresa
- b) Obtención de Patentes
- c) Obtención de registros sanitarios

6. Obtención de servicios mediante tercerización

- a) Alimentación (catering Campaña)
- b) Contratación del servicio de máquinas coin drops (Martinizing)
- c) Mantenimiento de la piscina
- d) Televisión pagada (Directv)
- e) Internet (CNT)

7. Personal

- a) Contratación del personal administrativo
- b) Contratación del personal operacional (limpieza)
- c) Capacitación del personal

8. Obtención del producto finalizado.

- a) Administración de la residencia Villa Asur.

7.2. Diagrama de Gantt

La construcción y administración de la residencia universitaria tendrá inicio el 1 de Febrero del 2014.
 A continuación se detalla mes a mes las etapas por cumplir.

Tabla 51. febrero 2014

	S	D	L	M	M	J	V	S	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V							
Febrero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
Construcción																													
Preparación del terreno																													
Levantamiento Topográfico																													
Estudio del suelo																													
Limpieza y desbroce																													
Construcción y acabados residencia																													

Adaptado por: El Autor

Tabla 52: Marzo 2014

	S	D	L	M	M	J	V	S	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L						
Marzo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Construcción y acabados residencia																															

Adaptado por: El Autor

7.3. Riesgos e imprevistos

Los riesgos e imprevistos que pueden alterar los periodos o los tiempos son:

Patentes y registros sanitarios

Para obtener estos permisos el tiempo es de hasta 14 días laborables. Muchas veces, al ser establecimientos del sector público y al tener mucha afluencia de personas, estos procesos se demoran más tiempo de lo establecido. Este retraso depende del servicio que se requiera, y sin duda estos cambios alterarán el cronograma pero en una manera leve.

Muebles, enseres e instalación de los mismos

Muchas veces los muebles y enseres vienen con alguna falla de fábrica y es necesario cambiarlos. Esto genera un inconveniente ya que muchas veces traen el producto de otra ciudad y se demoran más días hasta su entrega final. Almacenes Pica tiene el siguiente proceso de logística: ellos traen todos sus productos desde Guayaquil, cuando se trata de grandes cantidades, por lo que en el cronograma hay que tener en cuenta este tiempo de entrega. La entrega puede tardar 3 días laborables si hay el producto en la ciudad de Quito y si no lo hay lo traen desde las fábricas en Guayaquil, tal como se mencionó anteriormente.

8. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

8.1. Supuestos y criterios utilizados.

Los supuestos sobre los que se calcularon las ventas del negocio se detallan a lo largo de los capítulos anteriores. Algunos de los factores o variables más significativos, como la obtención del mercado objetivo, se consiguieron mediante la investigación de mercados detallada en el capítulo 3. Todas las ventas proyectadas son en base a la capacidad de habitaciones y de los costos detallados en el capítulo 5. El canal de distribución, la política de precios y el marketing mix del proyecto se detallan en el capítulo de marketing, así como en el capítulo financiero.

8.2. Riesgos y problemas principales

- Rechazo del segmento hacia el producto y sus servicios, es decir un rechazo hacia la compra y utilización del servicio.
- La industria de la construcción y sus proyectos requieren una inversión alta de dinero y los resultados se evidencian en un largo plazo. Al tratarse de un proyecto nuevo, y siendo una pequeña o mediana empresa (PYMES), es necesario que el proyecto solicite un préstamo con un plazo aproximadamente de 10 a 15 años.
- La tendencia por el uso de residencias en el Ecuador es algo nuevo y la gente no está familiarizada con el concepto, cultura y procesos de la misma, por lo que la acogida o aceptación puede ser negativa.

8.3. Supuestos futuros

- Al finalizar el primer año después de la constitución de la empresa, abarcar toda la capacidad.
- Los siguientes años alcanzar desde el primer mes el 100%.
- Expansión de mercado hacia otra ubicación dentro de la ciudad, eso luego de 5 años a partir de la constitución.

9. PLAN FINANCIERO

9.1. Inversión Inicial

La inversión inicial requerida para este proyecto será de \$ 1.694.594,63. Esta suma de dinero será utilizada para cubrir los siguientes gastos generales:

Tabla 58. Inversión inicial

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	AÑO 1
MUEBLES Y ENSERES		TOTAL	\$ 222.040,13
*ver cap. 4 operativo			
EQUIPOS DE OFICINA		TOTAL	\$ 7.233,76
Computadora oficina	\$850,00	4	\$ 3.400,00
Teléfono – acometida	\$68,28	50	\$ 3.413,76
Modem	\$30,00	4	\$ 120,00
Impresoras	\$150,00	2	\$ 300,00
ACTIVOS FIJOS		TOTAL	\$ 0,00
Terreno			
INMUEBLES		TOTAL	\$ 1.492.451,32
Edificaciones – construcción			\$ 1.481.574,38
Estudio del suelo			\$ 1.500,00
Topografía			\$ 300,00
Piscina			\$ 4.756,94
Constitución de la Empresa	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00
Registros & Patentes	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
Permisos Municipales	\$ 80,00	4	\$ 320,00
		TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS	\$ 1.721.725,21
		CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 23.359,23
		TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 1.698.365,98

Adaptado por: El Autor

Capital de trabajo

Se refiere a todos los gastos que la empresa deberá cancelar desde el inicio de las actividades hasta que los ingresos superen los gastos y por ende la empresa pueda mantenerse por sí misma. Como se refleja en el gráfico esto sucederá en el segundo mes.

Hay que tomar en cuenta la capacidad de la residencia descrita en el capítulo operativo, existen 15 habitaciones simples y 33 dobles, se estima que en el primer mes se comercializarán las habitaciones de la siguiente manera:

Tabla 59. Capital de trabajo

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
REQUERIMIENTO DE CAPITAL DE TRABAJO												
INGRESOS												
Unidades vendidas hab simple	2	4	6	8	10	12	14	15	0	0	0	0
Unidades vendidas hab doble	2	4	6	8	10	12	14	17	21	25	29	33
Precio Unitario hab simple	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00
Precio Unitario hab doble	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Ventas brutas	5.500,00	11.000,00	16.500,00	22.000,00	27.500,00	33.000,00	38.500,00	44.450,00	33.600,00	40.000,00	46.400,00	52.800,00
Ingreso a caja por cobro		5.500,00	11.000,00	16.500,00	22.000,00	27.500,00	33.000,00	38.500,00	44.450,00	33.600,00	40.000,00	46.400,00
EGRESOS												
Mercadeo	12.022,17	3.374,17	3.374,17	4.894,17	3.374,17	3.374,17	4.894,17	3.374,17	3.374,17	4.894,17	3.374,17	3.374,17
Gastos Generales	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24	4.412,24
Nómina	1.992,00	2.284,00	3.576,00	3.576,00	4.276,00	4.568,00	4.860,00	5.860,00	6.444,00	6.736,00	7.028,00	7.028,00
TOTAL EGRESOS	18.426,41	10.070,41	11.362,41	12.882,41	12.062,41	12.354,41	14.166,41	13.646,41	14.230,41	16.042,41	14.814,41	14.814,41
FLUJO MENSUAL	- 18.426,41	- 4.570,41	- 362,41	3.617,59	9.937,59	15.145,59	18.833,59	24.853,59	30.219,59	17.557,59	25.185,59	31.585,59
FLUJO ACUMULADO	- 18.426,41	- 22.996,82	- 23.359,23	- 19.741,64	- 9.804,05	5.341,54	24.175,13	49.028,72	79.248,31	96.805,90	121.991,49	153.577,08

Adaptado por: El Autor

9.2. Fuentes de ingreso

9.2.1. Ingreso

Las fuentes esperadas de ingresos para el negocio serán las ventas anuales que maneje la empresa. Las ventas para el primer año se espera que lleguen a \$371.250,00 considerando que en el primer año las habitaciones se comercializarán poco a poco. Se espera que al finalizar el primer año, la capacidad de la residencia sea del 100%. Para los próximos años se esperan ventas de \$840.600,00 hasta el quinto año. En el *anexo #19 – Proyección de ventas y costos*, se detallan estos datos.

9.2.2. Costos fijos, variables y semi variables

9.2.2.1. Costos variables

El costo variable del proyecto es el precio del desayuno, pues este incrementa o disminuye de acuerdo al número de estudiantes de la residencia. El costo del desayuno es de \$4.00 cada uno para 81 personas Sin embargo se ha proyectado un incremento en el costo igual al de la inflación obtenida por el Banco Central del 5.5% (BCE, 2012). En el *anexo #19 – Proyección de ventas y costos*, se detallan estos datos.

9.2.2.2. Costos fijos

Tabla 60. Costos fijos anuales

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Teléfono	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00
Agua	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
Internet	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
Servicios Mantenimiento Piscina	960.00	960.00	960.00	960.00	960.00
Cable (Directv)	9,233.28	9,233.28	9,233.28	9,233.28	9,233.28
Seguridad	22,713.60	22,713.60	22,713.60	22,713.60	22,713.60
Electricidad	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Suministros de oficina	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Suministros de limpieza	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Inversión Mercadeo	53,698.04	38,350.04	38,350.04	38,350.04	38,350.04
Nomina	100,758.85	107,129.73	107,129.73	107,129.73	107,129.73
TOTAL	207,403.77	198,426.65	198,426.65	198,426.65	198,426.65

Adaptado por: El Autor

9.3. Margen Bruto y margen operativo

El margen bruto o también llamado utilidad bruta se lo obtiene de la siguiente forma: *ventas – costos de ventas*.

El margen operativo para el año 1 será de: **\$367.362,00**

El margen operativo se lo obtiene restando de las ventas los costos y los gastos de operación incluyendo la depreciación. Para el primer año se calcula que este margen será de: **\$38.516,39**

En el *anexo #20 – Estado de resultados*, se detalla el proceso de cada uno de estos valores.

9.4. Estado de resultados actual y proyectado

Los resultados actuales y proyectados se presentan en el *Anexo #20 – Estado de resultados*

9.5. Balance General actual y proyectado

El balance general ha sido proyectado únicamente para el primer año ya que la empresa no define sus actividades contables en relación a obligaciones con terceros. El balance general se presenta en el *anexo # 21- Balance General*.

9.6. Estado de flujo de efectivo actual y proyectado

El flujo de efectivo se lo realizó en 6 escenarios:

Desapalancado	Apalancado
Estado de Flujo Efectivo Esperado	Estado de Flujo Efectivo Esperado
Estado de Flujo Efectivo Optimista	Estado de Flujo Efectivo Optimista
Estado de Flujo Efectivo Pesimista	Estado de Flujo Efectivo Pesimista

Al hablar de flujo de efectivo desapalancado, se refiere a que todo el capital utilizado será propio. Mientras que apalancado se refiere a que el capital será propio y ajeno (préstamo). La residencia Villa Asur utilizará el escenario apalancado por las siguientes razones:

- La inversión es alta para una PYMES.
- Reduce el riesgo de la inversión: el riesgo que afecta al patrimonio de las PYMES.
- Estrategia de Evasión Fiscal: se reducen los impuestos debido al pago de los intereses.
- Aumenta la TIR: esto se debe a que estamos trabajando con capital ajeno.

Los supuestos de los escenarios que se han tomado en cuenta varían en un \pm 5%. Se usó esta tasa referencial debido a que en la investigación de mercados utilizó ese mismo porcentaje de error. En el escenario optimista se tiene un crecimiento desde el primer año del 5% en comparación a las ventas del escenario esperado, mientras que en el escenario pesimista se tendrá ventas menores en un 5%.

Los 6 escenarios de flujos de efectivo se presentan en el *anexo #21 - Escenarios de flujos de efectivo*.

9.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se lo midió en unidades y en dólares.



Figura 28. Punto de equilibrio en unidades

Adaptado por: El Autor



Figura 29. Punto de equilibrio en dólares

Adaptado por: El Autor

El proyecto de la residencia Villa Asur se caracteriza por costos variables bajos y costos fijos altos. La empresa maneja un servicio de consumo en donde el precio es alto. Esto representa una desventaja, pues sin importar el número de personas que se hospeden, siempre se tendrá que incurrir en costos fijos altos. La ventaja es que el precio es más alto que los costos variables, lo que da como resultado una rentabilidad alta para contrarrestar los costos fijos.

La sensibilidad ante los precios en este tipo de servicios es muy alta, por lo que la demanda es elástica. La estrategia de la residencia Villa Asur es introducir un producto y con él, servicios exclusivos que representen una gran ventaja competitiva. Al ser una residencia con pocas habitaciones o limitadas, el aumento en los precios es superior a los de la media del mercado. Esto tendrá como consecuencia una disminución en la demanda pero eso es lo que se quiere lograr por la capacidad de la residencia, la estrategia y el concepto de exclusividad y lujo.

El cálculo del punto de equilibrio se presenta en el *anexo #22 – Punto de Equilibrio*.

9.8. Control de costos importantes

El análisis de sensibilidad de los flujos y costos se ha realizado tomando en cuenta un +5% / -5%, que representa el error tomado para la investigación de mercados. También se ha tomado en cuenta el incremento de la inflación del 5,5% tomada del Banco Central.

Sensibilidad:

La sensibilidad del proyecto se la calculó en una reducción del 20,54% para unidades o habitaciones rentadas, en una reducción del 8,04% para el precio y en un aumento del 37,5% en costos y gastos. Este análisis expresa que tanto las unidades, el precio, y los costos y gastos pueden variar máximo en los porcentajes mencionados anteriormente para que la TIR no sea inferior al costo de oportunidad y que por ende el proyecto sea rentable. El detalle del cálculo se encuentra en el *anexo #23 – Sensibilidad*.

Riesgo:

El análisis de riesgo se lo calculó en los 3 escenarios con el flujo de efectivo apalancado. Para el primer año es de 19,30%; para el segundo, 6,15%; para el tercero, 6,10%; para el cuarto, 6,05%; y para el quinto, 5,92%. El riesgo del proyecto disminuye debido al crecimiento de las ventas proyectadas.

El riesgo total del proyecto es del 9%. Se puede decir que hay un 91% de posibilidad de que el proyecto sea exitoso. Este análisis se presenta en el *anexo #24 – Riesgo*.

9.9. Valuación

Tabla 61. Los resultados de rentabilidad que refleja el proyecto en un tiempo de 5 años en los 6 escenarios - VAN

VALOR ACTUAL NETO (VAN)		
ESCENARIO	DESAPALANCADO	APALANCADO
<i>Pesimista</i>	- 620.790,16	23.999,52
<i>Esperado</i>	- 571.303,64	62.896,16
<i>Optimista</i>	- 521.817,13	101.792,80

Adaptado por: El Autor

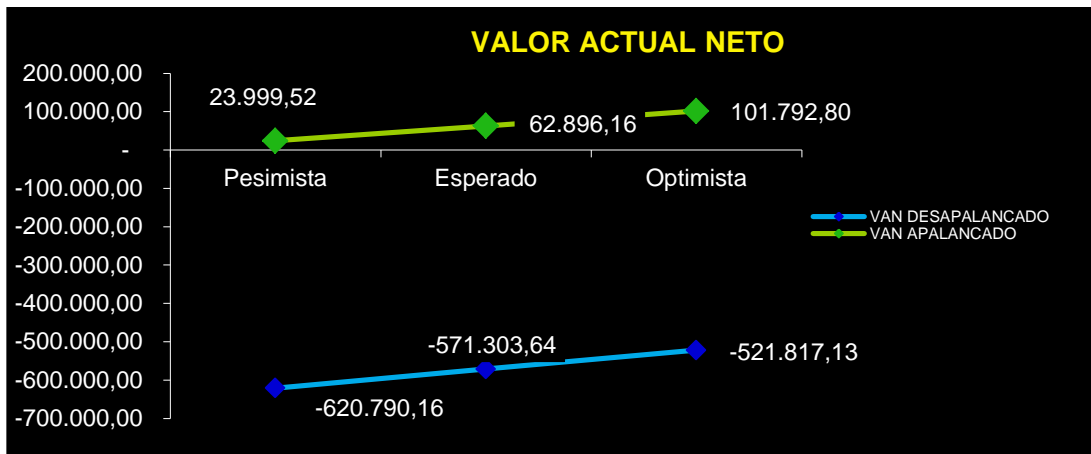


Figura 30. Los resultados de rentabilidad que refleja el proyecto en un tiempo de 5 años en los 6 escenarios – VAN

Adaptado por: El Autor

Tabla 62. Los resultados de rentabilidad que refleja el proyecto en un tiempo de 5 años en los 6 escenarios – TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		
ESCENARIO	DESAPALANCADO	APALANCADO
<i>Pesimista</i>	2,23%	34,62%
<i>Esperado</i>	4,23%	38,68%
<i>Optimista</i>	6,17%	42,62%

Adaptado por: El Autor

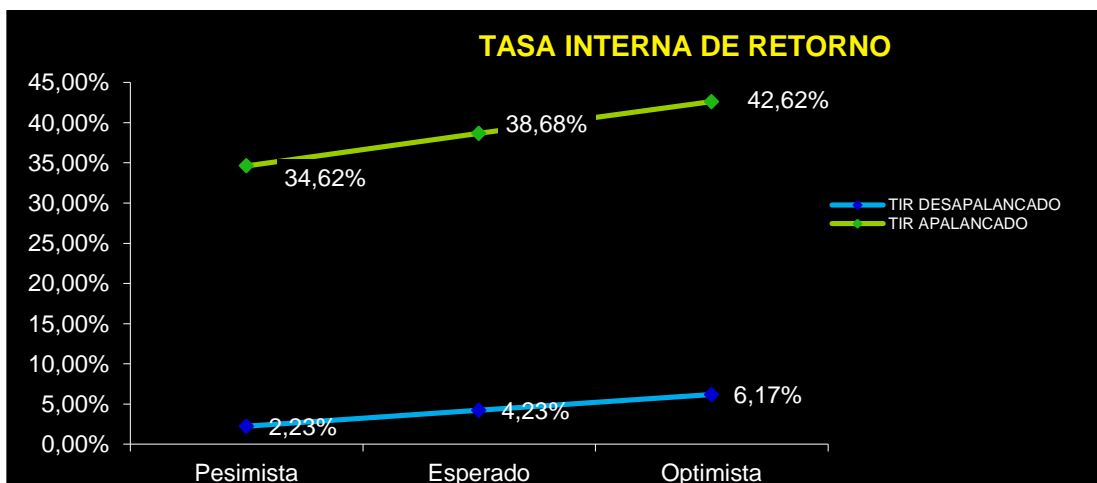


Figura 31. Los resultados de rentabilidad que refleja el proyecto en un tiempo de 5 años en los 6 escenarios – TIR

Elaborado por: El Autor

La rentabilidad del proyecto es buena en el flujo de efectivo apalancado ya que esos 3 escenarios son superiores al costo de oportunidad. Y como se mencionó anteriormente, la inversión de este proyecto para una PYMES es alta, por lo que es necesario endeudarse. El costo de oportunidad fue determinado al promedio de crecimiento esperado en nuevos emprendimientos según el libro *Entrepreneurial Finance* de Leach y Melicher.

10. PROPUESTA DEL NEGOCIO

10.1. Financiamiento deseado

La inversión total requerida para este proyecto será de: **\$ 1,694,594.63**

Para mayor detalle referirse al *punto 9.1 – tabla 70*

10.2. Estructura de capital y deuda buscada

Tabla 63. Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
Descripción	Valor	Porcentaje de Participación
Capital Socios	525.000,00	31%
Crédito Necesario	1.169.594,63	69%
Inversiones	1.694.594,63	100%

Adaptado por: El Autor

10.3. Capitalización

El total del patrimonio de la empresa estará distribuido entre 7 socios por partes iguales de la siguiente manera:

Tabla 64. Socios

CAPITAL DE SOCIOS		
Accionistas	Monto	Porcentaje
Socio 1	75.000,00	14,29%
Socio2	75.000,00	14,29%
Socio 3	75.000,00	14,29%
Socio 4	75.000,00	14,29%
Socio 5	75.000,00	14,29%
Socio 6	75.000,00	14,29%
Socio 7	75.000,00	14,29%
Total	525.000,00	100,00%

Adaptado por: El Autor

Al ser una compañía de Sociedad Anónima el número de socios puede ser mayor a lo estipulado en la tabla 95. Se estima para el proyecto que dentro de los primeros años de funcionamiento de la compañía no se pagarán dividendos ya que la rentabilidad será retenida para inversiones y mejoras.

10.4. Uso de fondos

La inversión inicial será destinada principalmente a la construcción y para las actividades del área administrativa de la residencia. La inversión en mercadeo, patentes, registros sanitarios, constitución de la empresa y capital de trabajo necesario para tres meses se detalla en el capítulo anterior.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. Conclusiones

El proyecto de una residencia universitaria en Cumbayá es atractivo, pues al realizar este estudio se establecieron las siguientes conclusiones:

El rápido crecimiento de Cumbayá en los últimos años es un factor positivo que se encontró para la ejecución del proyecto. En el año 1996 la parroquia de Cumbayá tenía 8.000 habitantes, ahora se incrementaron a 33.000 habitantes, con una tasa de crecimiento anual del 6,9%, que es superior a la de Quito en donde la tasa de crecimiento anual es del 2,6%. Como se menciona anteriormente, el incremento de habitantes en el valle de Cumbayá ha inducido a varias empresas o entidades a construir en el sector. El nuevo aeropuerto de Quito, la construcción de la ruta VIVA por efecto del nuevo aeropuerto son factores que benefician al proyecto o plan de negocio.

Los segmentos que residen en este sector son principalmente la clase media-alta y alta, que es el segmento al cual se dirige el proyecto.

En lo que se refiere al entorno económico, en los últimos 10 años, las estadísticas muestran que el PIB se ha incrementado periódicamente cada año demostrando un crecimiento global del 45% aproximadamente.

El crecimiento en el sector “otros servicios”, donde está incluida la industria de hoteles y restaurantes, es del 12% en el año 2011. El PIB del sector de la construcción ha tenido un crecimiento constante desde el año 2006 hasta el 2010, habiendo crecido un 25%, pues en el año 2010 aportó 2'338.291 al PIB. De las 1.000 compañías más importantes del Ecuador, 34 corresponden al sector de la construcción. Esto se debe al crédito del IESS y del sistema financiero (principalmente de los bancos), a la inversión extranjera con proyectos inmobiliarios, a la estabilidad del costo de la mano de obra y también al incremento de la población que ha generado un déficit de viviendas. Según el INEC, en el 2010 el Ecuador tenía 14'306.876 de habitantes, es decir, que

creció en aproximadamente un 15% a partir del 2001 cuando el censo de ese año mostró que la población llegó a los 12'481.925 habitantes.

El proyecto se enfoca principalmente a estudiantes del extranjero o de provincia que busquen un lugar en donde vivir, especialmente estudiantes de la universidad San Francisco de Quito.

De los 2'239.191 habitantes de Quito, 779.442 provienen de otros cantones y provincias, es decir el 35%. Debido a que no existen datos específicos del número de estudiantes de provincias en las universidades en la ciudad de Quito, se estimó este porcentaje para la muestra. En la ciudad de Quito, el Senecyt establece que para el 2010 existían 133.014 personas matriculadas en las universidades. El plan de negocios toma como datos para la investigación de mercados la de muestra las siguientes universidades: Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Universidad San Francisco de Quito (USFQ), Universidad de la Américas (UDLA), Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), Universidad Internacional Sek (UISEK) y Universidad de los Hemisferios. El número de estudiantes universitarios en estas instituciones es de 33.630, es decir aproximadamente el 25% del total de estudiantes

Tomando en cuenta que la construcción representa un daño al medio ambiente, pues consume alrededor del 40% de energía y del 24% de las emisiones de dióxido de carbono, se buscará construir la residencia de manera eficiente y sustentable. Esta tecnología se basa en que las viviendas o edificios deben ser sustentables desde su diseño hasta su demolición.. A pesar de que esto representa una mayor inversión, ya que se emplea nueva tecnología de materiales y recursos, su rendimiento y duración es 10 veces mejor y el gasto de energía y agua disminuye.

Al analizar las 5 fuerzas de Porter, el proyecto concluyó que podrá imponer una barrera de entrada alta principalmente debido a su ubicación, ya que actualmente no existe otra residencia universitaria mixta en el sector. A pesar de que existen muchos sustitutos (Hoteles residencia, Hostales residencia, casa huésped, departamentos y suite) este es un sector amplio y los

competidores no se dirigen a un segmento o un rango de edad en específico. Las residencias universitarias solo se dirigen a estudiantes, y además incluyen todos los servicios como alimentación, servicios básicos, entre otros. El poder de negociación está en los clientes, por lo que se debe establecer claramente una estrategia de diferenciación y exclusividad en la mente de ellos con el fin de que el poder de negociación de la residencia aumente. De esta forma, y gracias al desarrollo de las estrategias competitivas, se pretende lograr a través del tiempo lealtad y fidelización de los clientes. El poder de negociación de los proveedores, dependiendo del proveedor, podría ser alto o bajo, pues se necesitan diferentes materiales y recursos; por eso se deben generar buenas relaciones con los mismos. Finalmente se concluye que la intensidad de la rivalidad en la industria de hoteles y restaurantes es alta, puesto que existen muchos lugares de alojamiento en la ciudad que tienen características semejantes como tamaño, capacidad, servicios. Además muchas de estas empresas recurren a tácticas de marketing masivas. En la industria específica en la que ingresaría el proyecto (*servicios de dormitorio para estudiantes, incluso dormitorios universitarios*), en la ciudad de Quito existen 5 entidades manejadas como residencias universitarias:

- Residencia universitaria Ilinizas
- Residencia universitaria Girasol
- Residencia universitaria Tulpa
- Residencia universitaria Lume
- Residencia universitaria para mujeres de la USFQ

Factores Claves de Éxito del Producto o servicio

- Personalización y relaciones con los clientes.
- Producto exclusivo enfocado a un segmento socio económico alto y medio-alto.

Al realizar las distintas matrices (FODA, EFI, EFE) y cruzarlas, se evidencia que el proyecto está ubicado en la división V, que se refiere al desarrollo del producto. Esto quiere decir que el éxito de la residencia se basa en la imagen,

en los acabados, en los muebles, en las habitaciones, además del servicio y el desarrollo de este.

El 80% de los estudiantes quisieran tener lo siguiente en la habitación: baño privado, pues muchos expresaron en el focus group que les gusta mucho la privacidad en todo sentido, otra de las cosas que les gustaría que se incluya es teléfono y televisión. No le dan importancia a una sala de estudio, por lo que se harán salas comunales dentro de la residencia. Algo muy interesante fue que el 69% de estudiantes sí compartiría la habitación, la percepción de convivir con otras personas es buena, ya que consideran que siempre se puede aprender, compartir y hacer una retroalimentación. Como se comentó anteriormente, el perfil de la demanda potencial es de un segmento alto y medio-alto, de universidades como la USFQ, UDLA, UIDE, PUCE, SEK y Universidad de los Hemisferios, estudiantes que conozcan de qué se trata el concepto de residencia universitaria y que tengan una mente abierta a este tipo de alojamiento. Para el focus group se tomaron en cuenta estas características. Todos los integrantes del grupo focal viven solos y pagan desde \$300 a \$800 dólares por el arriendo. Esta variación dependía del sector, del número de habitaciones y si era amoblado o no. Además, muchos de ellos tenían que pagar aparte el condominio para el mantenimiento del edificio. Ninguna mensualidad incluye servicios básicos u otros servicios como internet, televisión pagada, lavandería, alimentación. El 74% de los estudiantes tienen vehículo y están dispuestos a vivir en el sector de Cumbayá sin importar donde vivan o estudien actualmente.

La estrategia en la que se basará el plan de negocio está enfocada en la **estrategia de diferenciación dirigida**. Se basará en el **desarrollo del producto** que se refiere a tener como ventaja competitiva atributos que los rivales no tengan, logrando ofrecer a los consumidores existentes características y valores agregados atractivos, además de un servicio al cliente excelente y personalizado. Para lograr esto se empleará un **modelo CRM**. El objetivo de este modelo es ver al cliente como un colaborador y así encontrar productos para el cliente, para que al final del proceso se pueda llegar a

obtener la lealtad, la recomendación del cliente y la recuperación de la inversión. La residencia se basará en un canal directo, pues se trata de un servicio y el cliente es quien adquiere y consume este servicio. Este tipo de canal permite tener más control sobre los productos o servicios y a la vez garantizar el buen servicio al cliente.

Se aplicará la estrategia de subcontratación en algunas actividades con el fin de ahorrar costos y obtener mayor productividad y eficiencia en lo que es servicio y en otras actividades específicas, y así disminuir los riesgos operativos que se puedan dar.

El organigrama es una estructura horizontal en donde se puede ver claramente que la empresa está dividida por departamentos, en los cuales se realizan tareas o actividades del mismo tipo. Los departamentos están controlados y centralizados por la gerencia general. Se contratarán los servicios legales y de arquitectura. Se espera conseguir personas con un criterio formado, valores y con un nivel de educación superior ya que el funcionamiento de la empresa se basará en el capital humano y en su servicio al cliente.

Se tiene previsto empezar las operaciones estratégicas el 1ro de febrero del 2014, es decir en esta fecha se empezarán a realizar todos los trabajos en el terreno y la construcción. Además se contratará al personal necesario para la empresa y se realizarán los procesos para la obtención de registros sanitarios y patentes. Se deberán tomar en cuenta los riesgos e imprevistos como la demora en la entrega de muebles y enseres. El principal problema al cual se enfrenta el proyecto es el rechazo del segmento hacia el producto y sus servicios debido al precio que es alto. La inversión inicial es alta, y los resultados se evidencian en un largo plazo por lo que se requiere de un préstamo con un plazo de 10 a 15 años, pues se trata de un proyecto nuevo y de una pequeña o mediana empresa (PYMES).

Después de realizar el análisis financiero respectivo se puede observar que este proyecto es rentable en el escenario apalancado, pues como se mencionó anteriormente es necesario una deuda o préstamo. Este escenario muestra una

tasa interna de retorno mayor al costo de oportunidad que se esperaría en promedio en cualquiera de los nuevos negocios de emprendimiento.

11.2. Recomendaciones

Es importante no perder el enfoque esencial de la relación con el cliente y la personalización, tomando en cuenta que la capacidad de la residencia es limitada y que serán pocos los clientes que se alojen en Villa Asur.

Realizar investigación continuamente para el conocimiento de las nuevas tendencias, gustos y preferencias de los clientes, para así estar en constante desarrollo de mejoras y nuevos servicios, así como en la mejora de la imagen de la residencia.

Nunca descuidar la calidad de los servicios y en sí de la residencia al igual que su imagen, esto se logra a través de la supervisión constante de los procesos y de la cadena de valor.

Seguir siempre el cronograma para el cumplimiento de las metas, para no desaprovechar la planificación y organización establecida. Llevar a cabo este cronograma sin perder la filosofía de la empresa, cuidando la estructura organizacional para lograr un equipo de trabajo comprometido con los objetivos establecidos por la directiva de la empresa. No hay que dejar de lado los valores corporativos

Apalancar el negocio considerando que la inversión es alta y la construcción es un negocio a largo plazo, aprovechando los beneficios de este escenario.

Referencias

Aranda, A. (2009). Aseguramiento de la calidad: políticas públicas y gestión universitaria, capítulo ecuador. Quito, Ecuador: CINDA

Arturo Campaña. Catering Campaña.
<http://www.campanaalimentos.com/contacts.html>

Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.ec>

Bono del tesoro de EEUU (2012). Recuperado el 12 de agosto 2012 de:
http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Cámara de comercio de Quito. (2012). Síntesis Macroeconómica enero 2012. Recuperado el 20 de marzo 2012 de:
http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=26&Itemid=59&mosmsg=Est%28www.google.com%29

Cámara de industrias y producción (CIP). (2011). Publicaciones. Recuperado el 21 de marzo 2012 de: <http://www.cip.org.ec/es/ultimas-publicaciones.html>

Carmen Dávalos – MARTINIZING

Centro de educación superior – CES <http://www.ces.gob.ec/web/10156/41>

CES. (2012). Plan de Contingencia Universidades Cerradas en Ecuador Senescyt CES Video Explicación. Recuperado el 20 de marzo 2012 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=8udEpctUmm0>

Cevallos, P. (2011). PUCE, construimos la universidad del futuro. Recuperado el 28 de abril 2012 de:

<http://elimperdible.ec/web/noticiaspuce/puce-construimos-la-universidad-del-futuro.html>

Cinta Rosa – Bed & Breakfast, Recuperado el 15 de mayo 2012 de :<http://www.airbnb.com/rooms/137492#photos>

Cnt <http://www.cnt.com.ec/index.php>

David, Fred R. (2008). *Conceptos de Administración estratégica*. 11va edición, Mexico: Pearson Education.

Distrito Metropolitano de Quito. (Febrero, 2010). Oferta turística. Boletín de ocupación hotelera, edición espacial 42.

El Comercio. (12 de abril de 2012). 38 000 estudiantes estudiaban en las 14 universidades cerradas. El Comercio, Quito, Ecuador, sociedad. Recuperado el 20 de marzo de 2012 de: http://www.elcomercio.com/sociedad/universidades-categoria-suspendidas-universidad-cerrada-educacion-superior_0_680931911.html

El Universo. (13 de abril 2012). Ecuador: autoridades ordenan cierre de 14 universidades y se genera indignación entre estudiantes. América Economía. Latinoamérica, Política y sociedad. Recuperado el 20 de marzo 2012 de : <http://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/mundo/ecuador-autoridades-ordenan-cierre-de-14-universidades-y-se-genera-indignaci>

Energías Renovables. (2012). Ecuador: Tecnología de edificaciones eficientes y sustentables en Ecuador. Recuperado el 27 de abril 2012 de:http://www.renewablesb2b.com/ahk_guatemala/es/portal/index/news/show/6663c8066c84b6c1

EPMMOP. (2011). Trazado de la Ruta VIVA aprobada en segundo debate. Recuperado el 29 de abril 2012

de:http://www.epmmop.gob.ec/epmmop/index.php?option=com_k2&view=item&id=158:trazado-de-la-ruta-viva-aprobada-en-primer-debate&Itemid=22

Federación de cámaras de comercio e industria de América del Sur. (2011). Ecuador: estabilidad política, rectoría estatal e inversión social. Recuperado el 21 de marzo de 2012 de:<http://federasur.org.br/2011/01/13/ecuador-estabilidad-politica-rectoria-estatal-e-inversion-social/>

Hostal de la mancha. Recuperado el 15 de mayo 2012 de:<http://www.hostaldelamancha.com.ec>

Hostería mi Huasipungo. Recuperado el 15 de mayo 2012 de:http://www.hosteriamihuasipungo.com/huasipungo/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=

Hostería San Jose. Recuperado el 15 de mayo 2012 de:<http://www.hosteriasanjose.com>

INEC: <http://www.inec.gov.ec/>

Jiménez, W. (2011). Informe sectorial Ecuador: Sector construcción. Recuperado el 25 de marzo 2012 de:http://www.ratingspcr.com/archivos/publicaciones/SECTORIAL_ECUADOR_CONSTRUCCION_201103.pdf

Kotler, P. (2011). *Dirección de Marketing*. (Duodécima Edición). Mexico: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (octava edición). Mexico: Pearson Prentice Hall

Kywi S.A (2012). El Bosque

La ventana - Bed & Breakfast . Recuperado el 15 de mayo 2012 de:
<http://www.ventana.ec/>

Ley de inquilinato. (2000). Quito, Ecuador. Recuperado el 10 de abril 2012 de:
<http://www.superley.ec/superley/Legislacion/DERECHO%20CIVIL/Ley%20de%20Inquilinato.htm>

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta Edición). Mexico: Pearson Educación

Márquez, F. (2012). Estabilidad política en Ecuador atraerá nueva inversión. Recuperado el 21 de marzo de 2012 de: <http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=136846>

Mayor Franklin Acosta. Agilseg

Mercado libre - Billar. (2012). Recuperado el 15 de abril 2012 de:
<http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9356967-billares-futbolines-ping-pong-y-muebles- JM>

Ministerio de turismo. (2009). Entrada de no inmigrantes al Ecuador, según principales categorías migratorias y nacionalidad. Boletín de estadísticas turísticas 2005-2009, p 18.

Noticias USFQ. (2012). USFQ: una joven comunidad con grandes logros. Recuperado el 18 de marzo 2012 de: <http://usfq-ecuador.blogspot.com/search?q=alumnos+extranjeros>

Pycca Ecuador. (2012) Centro Comercial el Bosque. Alexandra de las Mercedes Herrera

Quito distrito metropolitano. Administración zonal Tumbaco
<http://www.quito.gob.ec/el-municipio/administraciones/administracion-tumbaco.html>

Residencia para estudiantes mujeres de la U.S.F.Q. en Jacaranda-Cumbayá.
Recuperado el 18 de junio de 2012 de:
<http://www.facebook.com/pages/Residencia-para-estudiantes-mujeres-de-la-USFQ-en-Jacaranda-Cumbay%C3%A1/105605569486814>

Residencia Universitaria Girasol. Recuperado el 18 de junio de 2012 de :
<http://www.residenciauniversitariagirasol.com/HOME.html>

Residencia Universitaria Illinizas. Recuperado el 18 de junio de 2012 de:
http://www.ilinizas.org/ilinizas_faq.html

Residencia Universitaria Tulpa. Recuperado el 18 de junio de 2012 de:
<http://opusdeicolegios.org/residencia-universitaria-tulpa-quito.html>

Residencia UniversitariaLume. Recuperado el 18 de junio de 2012 de:
<http://www.residencialume.com/index.html>

Riesgo país (2011).recuperado el 12 de agosto 2012 de:
http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Robinat, R. (2004). *La gestión y relación con los clientes*, Editorial OCEANO

Ruffo Montalvo. Empresa Aquaman

S/A. (1 de septiembre 2011). Santo Domingo, la cuarta ciudad más poblada del país. Diario el Hoy, Quito, Ecuador. Recuperado el 9 de julio 2012 de:

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/santo-domingo-la-cuarta-ciudad-mas-poblada-del-pais-497666.html>

S/A. (5 de abril de 2010). Falta tecnología en hoteles. El Universo, Guayaquil, Ecuador, Economía. Recuperado el 27 de abril de 2012 de: <http://www.eluniverso.com/2010/04/05/1/1356/mayoria-hoteles-pequenos-capta-clientes-red.html>

S/A. (5 de diciembre 2012). El 35% de los habitantes de Quito son inmigrantes internos. El Comercio, Quito, Ecuador, Quito. Recuperado el 9 de julio 2012 de: http://www.elcomercio.com/quito/habitantes-Quito-inmigrantes-internos_0_603539744.html

S/A. (9 de junio 2012). Cumbayá: construcciones crecen un 700% en 15 años. Diario el Hoy, Quito, Ecuador. Recuperado el 25 de marzo 2012 de: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cumbaya-construcciones-crecen-un-700-en-15-anos-479774.html>

Sara Sánchez. (2012). Programas internacionales de la Universidad San Francisco de Quito

SRI www.sri.gov.ec

Sukasa. (2012). Centro Comercial El Bosque

Superintendencias de compañías. Constitución. Recuperado el 9 de mayo 2012 de: http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf

Swift, Ronald S. (2002). *CRM: Cómo mejorar las relaciones con los clientes*. México: Pearson

Thompson, A. A., Strickland, A., & Gamble, J. E. (2007). *Administración Estratégica*. México D.F: McGraw-Hill.

Vive1.com. (2012). <http://www.vive1.com>

Vizuite, V. (13 de abril de 2012). Regulación Crediticia. El Comercio, Quito, Ecuador, construir. Recuperado el 20 de marzo de 2012 de:

http://www.elcomercio.com/construir/regulacion-credicia-victor-vizuite_0_681531912.html.

Wikipedia. (2012). Distrito Metropolitano de Quito. Recuperado el 21 de marzo 2012 de: http://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_Metropolitano_de_Quito

Entrevistas

- **Entrevista 1:**

Entrevistado: Juan Fernando Andino – arquitecto pro inmobiliaria

Tema: Percepción de las residencias universitarias en base a la arquitectura.

Entrevistador: Pamela Pérez B.

Fecha: 5 de junio 2012

- **Entrevista 2:**

Entrevistado: Rodrigo Irigoyen – consultor Irigoyen & Asociados CIA.LTDA.

Tema: Percepción de las residencias universitarias en base al Turismo.

Entrevistador: Pamela Pérez B.

Fecha: 6 de junio 2012

Anexos

Anexo 1 – Universidades Cerradas

Según América economía (2012), de las 26 universidades ubicadas en la categoría E, todas tuvieron 18 meses para mejorar su docencia, por eso el Consejo de Educación Superior, decidió colocar a las 26 universidades en tres subgrupos:

En el primer grupo están ubicadas 14 universidades no aceptables, por lo que fueron suspendidas definitivamente ya que no cumplen con los parámetros de calidad.

Estas son: U. Og Mandino, U. Panamericana de Cuenca, U.T. Part CS Ambientales José Peralta, U. Tecnológica América, U. Alfredo Pérez Guerrero, U. Autónoma de Quito, U. Cristiana Latinoamericana, U. Interamericana del Ecuador, U. Intercontinental, U. Politecnica Javeriana, Espe Prof S. Tulio Montero Ludeña, E. S. Politéctica Ecológica Amazónica, U. Tecnológica San Antonio de Machala, U. Equatorialis.

El segundo grupo, en donde se encuentran 3 universidades, son consideradas aceptables, pues cumplen los parámetros mínimos de calidad y se ubican en la categoría D; estas son: La Universidad Politécnica Estatal de Carchi, Tecnológica Empresarial de Guayaquil y de Especialidades Turísticas.

En el último grupo son 8 universidades que cumplieron en parte con la evaluación, pero deben sujetarse a una ciertas restricciones, ya que no podrán ofertar matrículas en carreras a distancia y no tener ningún convenio con otras instituciones de educación superior. (America Economía, 2012)

Todos los profesores y estudiantes de los establecimientos suspendidos deben acogerse al Plan de Contingencia del Consejo de Educación Superior, que fue aplicado desde el 16 de abril donde los docentes deben registrarse, y así poder ser contemplados en la selección de profesores que darán clases en las carreras de titulación especial y del sistema de nivelación y admisión. Así mismo los estudiantes deben registrarse en este plan de contingencia para poder concluir sus estudios, las inscripciones se efectúan a través de la página web del CES, y aproximadamente 15.519 estudiantes se han registrado de los 38000 alumnos, es decir el 40%. El CES ha diseñado tres estrategias el cual lo ha comunicado por medio de un video cadena, estas estrategias son las siguientes:

- Los alumnos a quienes les falta menos de un año de carrera, egresaron o están elaborando la tesis, podrán terminar los estudios en la misma institución.
- Los que se encuentran en niveles intermedios (segundo año) pueden continuar su carrera en otra institución, siempre que tenga aprobados más de 50 créditos y luego de convalidar créditos y materias por medio de un examen.
- Y los que se encuentren en niveles iniciales y quienes se matricularon después del 12 de octubre de 2010 pueden inscribirse en el Sistema de Nivelación y Admisión e iniciar

desde cero, pero las universidad tendrá que devolverles el dinero del costo de la matrícula.

Anexo 2 – Ley de Inquilinato

LEY DE INQUILINATO

Codificación 1, Registro Oficial 196 de 1 de Noviembre del 2000.

TITULO I

Del Ámbito de la Ley

ARTICULO 1. - AMBITO. - Esta Ley regla las relaciones derivadas de los contratos de arrendamiento y de subarrendamiento de locales comprendidos en los perímetros urbanos. Las ordenanzas municipales determinarán el perímetro urbano.

ARTICULO 2. - LEYES SUPLETORIAS. - En lo no previsto en esta Ley, se aplicarán las disposiciones de los Códigos Civil y de Procedimiento Civil, en lo que fueren pertinentes.

TITULO II

De los Locales de Arrendamiento

ARTICULO 3. - CONDICIONES DE LOS LOCALES DE ARRENDAMIENTO. - Los locales destinados al arrendamiento deberán reunir, a más de las condiciones que fijen las ordenanzas municipales, las siguientes:

a) Disponer de servicios higiénicos completos y permanentes, siquiera uno para cada piso de la casa, de acuerdo con las modalidades del lugar.

Quando en un mismo piso hubiere dos o más departamentos independientes, cada uno de ellos deberá tener, por lo menos, un servicio higiénico completo y exclusivo;

b) Tener aireación y luz suficientes para las habitaciones;

c) Disponer, permanentemente, de los servicios de agua potable y de luz eléctrica, en los sectores urbanos donde existen estos servicios;

d) No ofrecer peligro de ruina; y,

e) Estar desinfectados, lo que se acreditará con el correspondiente Certificado de Sanidad.

ARTICULO 4. - REPARACIONES A QUE ESTA OBLIGADO EL ARRENDADOR. - El arrendador está obligado a efectuar las reparaciones y obras necesarias a fin de que los locales reúnan las condiciones exigidas en el artículo precedente.

Quando las ordenare el Juez de Inquilinato, concederá un plazo para su ejecución.

ARTICULO 5. - DERECHO DE SUBROGACION DEL INQUILINO. - Si, vencido el plazo, el local no hubiere sido puesto en las condiciones ordenadas, el arrendatario, con autorización del Juez podrá efectuar las reparaciones y obras estrictamente indispensables, a costa del

arrendador. En tal caso, descontará de las pensiones locativas el valor invertido, más el diez por ciento de recargo.

ARTICULO 6. - SANCIONES AL ARRENDADOR. - El arrendador que no efectuare las reparaciones y obras ordenadas por el Juez de Inquilinato, o que privare a los locales de los servicios existentes, u ocasionare daños en ellos, o dificultare, de cualquier manera, el uso del local arrendado, será sancionado por el Juez de Inquilinato con multa equivalente a una pensión locativa mensual y, si reincidiere, con la de tres pensiones locativas mensuales.

Cuando por las causas puntualizadas en el inciso anterior el inquilino se hubiere visto obligado a desocupar el local, el arrendador le indemnizará con una suma equivalente a la pensión locativa de tres meses, sin perjuicio de la sanción establecida en el inciso anterior.

ARTICULO 7. - RESPONSABILIDADES DEL INQUILINO. - Si el inquilino fuere responsable de los daños ocasionados en el local arrendado, o en las instalaciones de agua potable, luz eléctrica y servicios higiénicos, estará obligado a la inmediata reparación, a su costa. Caso de no hacerlo en el plazo fijado por el Juez, el arrendador estará facultado para efectuar dichas reparaciones y exigir al arrendatario el pago de lo invertido, con un aumento del diez por ciento. Podrá, además, exigir la terminación del contrato.

TITULO III

De la Inscripción de Predios de Arrendamiento

ARTICULO 8. - DEL REGISTRO DE ARRENDAMIENTOS. - Los concejos cantonales tendrán a su cargo el Registro de Arrendamientos, que lo llevará el Jefe de Catastros Municipales, quien ejercerá todas las funciones que se asignan en esta Ley a la Oficina de Registro de Arrendamientos.

En los cantones de Quito y Guayaquil habrá, a cargo de las Municipalidades respectivas, una Oficina de Registro de Arrendamientos, independiente de la Jefatura de Catastros. Podrá también haberla en los demás cantones, cuando los concejos municipales así lo resuelvan.

ARTICULO 9. - CONTENIDO DE LA INSCRIPCION. - Los arrendadores inscribirán sus predios en el Registro de Arrendamientos de Predios Urbanos. Cada inscripción contendrá:

- a) Nombre del arrendador y subarrendador y su dirección;
- b) Ubicación y superficie del predio y del local o locales destinados al arrendamiento,
- c) Determinación de los servicios existentes;
- d) Avalúo catastral comercial del inmueble;
- e) Inventario de los muebles, cuando se tratase de locales amoblados; y,
- f) Demás datos que se exigiere en las ordenanzas respectivas.

ARTICULO 10. - FIJACION DE LAS PENSIONES MAXIMÁS DE ARRENDAMIENTO. - Las oficinas de Registro de Arrendamientos o las jefaturas de Catastro Municipales, según el caso, fijarán la pensión máxima de arrendamiento de cada local, y entregarán al arrendador, en el plazo máximo de cuatro meses, un certificado en el que conste la identidad del predio o local inscrito y la pensión mensual para su arrendamiento.

ARTICULO 11. - FIJACION DE TASAS DE INSCRIPCION Y CERTIFICADOS. - El Concejo Municipal fijará las tasas de inscripción y de otorgamiento de certificados, las mismas que no excederán de cinco sucres por cada predio.

ARTICULO 12. - OBLIGACION DEL CERTIFICADO DE FIJACION DE PENSIONES. - No se podrá arrendar, total o parcialmente un predio, sin el correspondiente certificado de fijación de precios.

Si la Oficina de Registro de Arrendamientos encontrare que el arrendador no se ha sometido a las disposiciones de este artículo, lo sancionará con multa de cincuenta a quinientos sucres, que será recaudada por el Juez de Inquilinato, salvo que el incumplimiento fuere causado por la Municipalidad. En este caso se dispondrá la inscripción.

ARTICULO 13. - INSPECCION DE LOS PREDIOS INSCRITOS. - La Oficina de Registro de Arrendamientos podrá inspeccionar; en cualquier tiempo, los predios inscritos, con el fin de comprobar la exactitud de los datos suministrados para la inscripción.

ARTICULO 14. - SANCION POR FALTA DE INSCRIPCION - Sin perjuicio de lo establecido por el artículo 12, el arrendador que no hubiere inscrito el predio destinado a vivienda, o vivienda y comercio, o vivienda y taller, el Juez de Inquilinato le impondrá una multa equivalente a seis meses de pensiones de arrendamiento, correspondiendo el cincuenta por ciento al inquilino y el otro cincuenta por ciento al Estado, porcentaje éste que será depositado por el Juez de Inquilinato en el Banco del Estado, en la cuenta única del Tesoro Nacional.

El inquilino podrá hacer valer este derecho como acción o como excepción, aun reconviniendo al arrendador; en todo caso, el Juez aún de oficio, impondrá la multa mencionada, en el cincuenta por ciento de beneficio al Estado.

ARTICULO 15. - EXONERACION DE INSCRIPCION. -Exonerase a las instituciones de derecho público y de derecho privado con finalidad pública de la obligación de inscribir sus bienes inmuebles destinados al arrendamiento para la vivienda, vivienda y taller, y vivienda y comercio, en las oficinas de Registro de Arrendamientos de las municipalidades.

ARTICULO 16. - PROHIBICION PARA LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR PUBLICO. - En ningún caso, las instituciones a las que se refiere el artículo precedente podrán cobrar en concepto de cánones de arrendamiento por sus inmuebles, valores superiores a los límites legales.

TITULO IV

De la Fijación de las Pensiones de Arrendamiento

ARTICULO 17. - LIMITE MÁXIMO PARA LAS PENSIONES DE ARRENDAMIENTO. - La pensión mensual de arrendamiento de un inmueble no podrá exceder de la doceava parte del diez por ciento del avalúo comercial con que dicho inmueble conste en el Catastro Municipal, y de los impuestos municipales que gravaren a la propiedad urbana.

Para determinar el precio total se tomarán en cuenta todos los departamentos, piezas o locales del inmueble, inclusive los ocupados por el arrendador.

Cuando se arrienda sólo una parte del predio, la pensión se fijará proporcionalmente a dicha parte.

Para fijar la pensión mensual de arrendamiento, se tendrá en cuenta el estado, condición y ubicación del inmueble y los requisitos exigidos en el Art. 3.

ARTICULO 18. - Prohíbese pactar el incremento automático de pensiones locativas de inmuebles destinados a vivienda durante la vigencia mínima del contrato de arrendamiento a que se refiere el inciso primero del artículo 28, siempre y cuando el canon de arrendamiento mensual no exceda de dos salarios mínimos vitales. Toda estipulación que contravenga esta prohibición se tendrá por no escrita.

ARTICULO 19. - SANCIONES POR COBRO DE PENSIONES EXCESIVAS. - La Oficina de Registro de Arrendamientos, fijará el precio máximo de arrendamiento de cada local, que se hará constar en el certificado a que se refiere el Art. 10.

Quien cobrare una pensión mayor de la fijada por la Oficina Municipal de Arrendamientos o la Jefatura de Catastros, según el caso, será sancionado por el Juez de Inquilinato con una multa equivalente al valor del canon de arrendamiento mensual cobrado, sin perjuicio de la devolución al inquilino de lo cobrado en exceso, que deberá liquidarse con el interés legal vigente a la fecha en que se ordene la devolución.

Esta acción se tramitará en juicio verbal sumario, por separado. Si el monto de lo reclamado no excediere de un mil sucres, el demandado podrá reconvenir al actor en el momento de proponer excepciones.

La acción para demandar la devolución de lo cobrado en exceso y el derecho a recabar dicha devolución, prescribirá en dos años.

ARTICULO 20. - FIJACION PROVISIONAL DE PENSIONES. - Si el inmueble no tuviere avalúo catastral comercial, la Oficina de Registro de Arrendamientos, previa inspección, podrá autorizar el arrendamiento y fijar pensiones provisionales.

Si un edificio no se hallare terminado, se podrá autorizar el arrendamiento de los locales que reúnan los requisitos del Art. 3.

ARTICULO 21. - SOLICITUD DE AUMENTO DE PENSIONES. - El arrendador podrá solicitar a la Oficina de Registro de Arrendamientos el aumento de la pensión mensual, cuando hubiere realizado obras que mejoren el local arrendado, siempre y cuando éstas no sean obras de simple mantenimiento o de servicios necesarios exigidos en el Art. 3 de esta Ley; o hayan transcurrido, por lo menos dos años de haberse efectuado la última fijación.

ARTICULO 22. - LOS DERECHOS DE LOS INQUILINOS SON IRRENUNCIABLES.

ARTICULO 23. - SOLICITUD DE REBAJA DE PENSIONES. - El arrendatario puede solicitar la rebaja de las pensiones de arrendamiento cuando el local se halle en mal estado, por el uso natural o por causa de las cuales el arrendatario no sea responsable.

TITULO V

Del arrendamiento de locales amoblados

ARTICULO 24. - FORMA Y CONTENIDO DE LOS CONTRATOS. - En el contrato de arrendamiento de locales amoblados, constará por escrito el inventario y avalúo de los muebles y la determinación de su valor de uso. De no constar, se estimará que el valor de uso de los muebles corresponde al 25% de la pensión de arrendamiento estipulada.

ARTICULO 25. - CASO DE LOCALES DESTINADOS A VIVIENDA. - En tratándose de locales destinados a vivienda, la parte de renta relativa al mobiliario no podrá exceder del importe máximo de la pensión de arrendamiento que legalmente corresponda a la vivienda. Si excediere de este límite, el inquilino, mientras continúe vigente el arriendo, podrá pedir revisión

de la pensión pactada y el reintegro de las cantidades que indebidamente hubiere abonado al arrendador por el uso de mobiliario.

ARTICULO 26. - CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO. - Si el arrendador no entregare los muebles arrendados, o una parte de ellos, según inventario, el arrendatario podrá exigir, mientras subsista el contrato, la entrega de los muebles o la rebaja proporcional de la pensión de arrendamiento, y el reintegro de las cantidades indebidamente pagadas.

Si la parte del mobiliario no entregada fuere de tal importancia que, dadas las condiciones del local, se presuma que, conociéndolas el arrendatario, no la hubiere tomado en arrendamiento, tendrá derecho a dar por terminado el contrato.

TITULO VI

De los contratos de arrendamiento y sus efectos

ARTICULO 27. - FORMAS DE LOS CONTRATOS. - El contrato de arrendamiento podrá ser verbal o escrito.

ARTICULO 28. - PLAZO DEL CONTRATO ESCRITO. - El plazo estipulado en el contrato escrito será obligatorio para arrendador y arrendatario. Sin embargo, en todo contrato de arrendamiento tendrá derecho el arrendatario a una duración mínima de dos años, excepto en los siguientes casos:

- a) De habitaciones en hoteles, casas de pensión o posadas;
- b) De arrendamiento de locales a individuos o familias que, teniendo su residencia habitual en un lugar, van a otros transitoriamente; y,
- c) De arrendamiento de locales para exhibiciones, espectáculos y otros fines, que por su propia naturaleza, tengan corta duración.

ARTICULO 29. - FORMA DEL CONTRATO DE MAS DE DIEZ MIL SUCRES MENSUALES. - Los contratos cuyo canon de arrendamiento exceda de diez mil sucres mensuales, se celebrarán por escrito, debiendo el arrendador registrarlos, dentro de los treinta días siguientes a su celebración, en el Juzgado de Inquilinato o en el que hiciere sus veces, los mismos que llevarán un archivo numerado y cronológico de los contratos registrados, bajo la responsabilidad personal del Juez y Secretario.

TITULO VII

De la terminación del contrato de arrendamiento

ARTICULO 30. - CAUSALES DE TERMINACION. - El arrendador podrá dar por terminado el arrendamiento y, por consiguiente, exigir la desocupación y entrega del local arrendado antes de vencido el plazo legal o convencional, sólo por una de las siguientes causas:

- a) Cuando la falta de pago de las dos pensiones locativas mensuales se hubieren mantenido hasta la fecha en que se produjo la citación de la demanda al inquilino;
- b) Peligro de destrucción o ruina del edificio en la parte que comprende el local arrendado y que haga necesaria la reparación;
- c) Algazaras o reyertas ocasionadas por el inquilino;

- d) Destino del local arrendado a un objeto ilícito o distinto del convenido;
- e) Daños causados por el inquilino en el edificio, sus instalaciones o dependencias, conforme a lo previsto en el Art. 7;
- f) Subarriendo o traspaso de sus derechos, realizados por el inquilino, sin tener autorización escrita para ello;
- g) Ejecución por el inquilino en el local arrendado de obras no autorizadas por el arrendador;
- h) Resolución del arrendador de demoler el local para nueva edificación. En ese caso, deberá citarse legalmente al inquilino con la solicitud de desahucio, con tres meses de anticipación por lo menos, a la fecha fijada, para la demolición, la que sólo podrá ser tramitada cuando se acompañen los planos aprobados y el permiso de la Municipalidad respectiva para iniciar la obra.

El arrendador deberá comenzar la demolición en la fecha fijada. Si no lo hiciera, pagará la indemnización contemplada en el inciso segundo del Art. 6; e,

- i) Decisión del propietario de ocupar el inmueble arrendado, siempre y cuando justifique legalmente la necesidad de hacerlo, porque es arrendatario y no tiene otro inmueble que ocupar.

ARTICULO 31. - CASO DE TRASPASO DE DOMINIO. - La transferencia de dominio del local arrendado termina el contrato de arrendamiento. En este caso, el dueño dará al arrendatario un plazo de tres meses para la desocupación.

Si el arrendatario no fuere desahuciado en el plazo de un mes contado desde la fecha de transferencia de dominio, subsistirá el contrato. Este plazo debe contarse desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, hasta el día que se cite la solicitud de desahucio al inquilino.

Se respetarán los contratos celebrados por escritura pública, inscrita en el Registro de la Propiedad del respectivo cantón.

ARTICULO 32. - CASO DE FALLECIMIENTO DEL INQUILINO. - En caso de fallecimiento del inquilino el contrato subsistirá respecto de los miembros de su familia y de las personas legalmente a su cargo que hubieren vivido con él, siempre que éstos así lo desearan, y constituyeren mandatario dentro del plazo de treinta días.

ARTICULO 33. - ANTICIPACION DEL ARRENDADOR. - El arrendador comunicará al arrendatario su resolución de terminar el contrato con noventa días de anticipación, por lo menos, a la fecha de expiración del mismo. Si no lo hiciera, el contrato se entenderá renovado en todas sus partes, por el periodo de un año y por una sola vez. Transcurrido este plazo, cualquiera de las partes podrá darlo por terminado mediante el desahucio respectivo.

Notificado con el desahucio el arrendatario deberá desahuciar a su vez, a los subarrendatarios o cesionarios en el término de quince días. Si no lo hiciera, y el subarrendatario o cesionario fuere desalojado, le indemnizará con una cantidad igual a la pensión de tres meses.

ARTICULO 34. - CASO DE EMBARGO DEL INMUEBLE ARRENDADO. - Si el inmueble arrendado fuere embargado, el depositario sustituirá en sus derechos y obligaciones al arrendador, sin que se pueda privar al arrendatario de la ocupación del inmueble hasta que se verifique el remate.

En caso de remate, se aplicará lo dispuesto en el Art. 31.

ARTICULO 35. - FACULTAD DEL ARRENDATARIO. - En los contratos escritos sin fijación de plazo y en los verbales, el arrendatario podrá dar por terminado el contrato de arrendamiento, en cualquier tiempo, previo aviso al arrendador con anticipación de un mes, por lo menos. Durante este tiempo pagará el precio del arrendamiento y permitirá que los interesados examinen el local arrendado.

Establécense para esta regla las mismas excepciones contenidas en los literales a), b), c) del Art. 28.

ARTICULO 36. - REQUISITOS PARA EL SUBARRIENDO O LA CESION. - Sin autorización escrita, el arrendatario no tiene la facultad de ceder el arriendo ni de subarrendar el local. El subarrendatario o cesionario no podrá usar y gozar de la cosa en otros términos que los estipulados entre arrendador y arrendatario, ni por plazo mayor que el legal o el convenido entre éstos.

El subarrendatario no podrá, a su vez, celebrar otro contrato de arrendamiento respecto del mismo local ni ceder sus derechos. Igual prohibición se establece para el cesionario.

ARTICULO 37. - El inquilino que ocupa ininterrumpidamente por 15 años o más un inmueble destinado exclusivamente a vivienda, vivienda - taller o negocio - vivienda, tendrá la primera opción de compra del mismo, en igualdad de condiciones de otros oferentes.

Este derecho sólo podrá ejercerse cuando el propietario del inmueble decida venderlo por su propia voluntad.

TITULO VIII

Del subarrendamiento

ARTICULO 38. - PROHIBICION DE SUBARRENDAR. -Prohíbese celebrar contratos de subarrendamiento de locales de vivienda, salvo los contratos de naturaleza ocasional o temporaria de plazo no mayor de tres meses.

ARTICULO 39. - CASO DE DESALOJO. - El desalojo del arrendatario incluirá el de los subarrendatarios o cesionarios, a quienes se hubiere arrendado o cedido el arrendamiento, sin autorización. No obstante, el subarrendatario o cesionario tendrá derecho a permanecer en el local arrendado por treinta días, a partir de la fecha en que fuere notificado por el Juzgado de Inquilinato con la terminación del contrato de arrendamiento, mediante el pago al arrendador de la respectiva pensión de arrendamiento.

En este caso, el subarrendatario tendrá también derecho a exigir del subarrendador el pago de una suma equivalente a la pensión de tres meses.

ARTICULO 40. - CONTINUACION DEL SUBARRENDAMIENTO POR DESALOJO DEL ARRENDATARIO. - El desalojo del arrendatario por falta de pago de pensiones o por otra causa que sólo a él le fuere imputable, así como su abandono voluntario de la cosa arrendada, no perjudica a los subarrendatarios o cesionarios, a quienes se hubiere subarrendado o cedido el derecho, en forma legal. Estos inquilinos podrán continuar como arrendatarios directos, abonando una pensión igual a la fijada legalmente como máxima, en la forma establecida por el Art. 36, si se tratare de todo el inmueble, o una proporcional a la misma si el arrendamiento fuere de una parte.

ARTICULO 41. - EXTENSION DE OBLIGACIONES DEL ARRENDADOR. - Las obligaciones y derechos de los arrendadores establecidos por los artículos 5, 6, 7, 24, 25, 28, 33 y 40 se hacen extensivos a los subarrendadores.

TITULO IX

De la competencia y del procedimiento

ARTICULO 42. - TRAMITE DE LAS CONTRO-VERSIAS. - Las acciones sobre inquilinato se tramitarán en juicio verbal sumario, ante el Juez de Inquilinato del respectivo cantón o de quien haga sus veces.

Sólo de la sentencia y del auto que niega el trámite verbal sumario se podrá apelar para ante la Corte Superior, cuya resolución causará ejecutoria.

Demandado el inquilino por la causal de terminación del contrato de arrendamiento contemplada en la letra a) del Art. 30, no podrá apelar del fallo que le condene, sin que previamente consigne el valor de las pensiones de arrendamiento que se hallare adeudando a la fecha de expedición de la sentencia; si no lo hiciere, se entenderá como no interpuesto el recurso. Tal requisito no será aplicable en contratos de arrendamiento cuyas pensiones no excedan de dos mil sucres mensuales.

ARTICULO 43. - JUECES COMPETENTES. - Los jueces de Inquilinato serán designados por la Corte Superior del respectivo Distrito.

Habrá obligatoriamente juzgados de Inquilinato en los cantones de Quito, Guayaquil y Cuenca.

En los cantones en que no hubiere Juez de Inquilinato, desempeñará las funciones de éste el Juez de lo Civil.

ARTICULO 44. - En los cantones donde se creen jueces de Inquilinato, serán éstos los competentes para conocer de las causas sobre la materia, debiendo ser remitidos a su conocimiento todos los juicios y diligencias, en el estado en que se encuentren, por parte de los jueces civiles que ejercían tales funciones.

ARTICULO 45. - La competencia de los jueces de Inquilinato en lo posterior, se radicará de acuerdo a las normas establecidas en los artículos 14 y 15 del Código de Procedimiento Civil; y la subrogación se someterá a lo previsto en el Art. 43 de la Ley de Inquilinato.

ARTICULO 46. - TRAMITE ESPECIAL DE LAS RECLAMACIONES. - Las reclamaciones relativas a los preceptos contenidos en los artículos 3, 4, 5 y, en general, todas las relacionadas con la privación de servicios y con las condiciones de idoneidad del local arrendado, se tramitarán mediante solicitud escrita al Juez de Inquilinato, quien inspeccionará el local arrendado y verificará, por sí mismo, los fundamentos de la petición, dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a su presentación, debiendo dictar de inmediato la resolución correspondiente, que no será susceptible de recurso alguno.

ARTICULO 47. - DOCUMENTOS QUE DEBEN ACOMPAÑARSE A LA DEMANDA. - El arrendador, o quien le represente, no podrá demandar al inquilino sin acompañar a su demanda el certificado de fijación del canon otorgado por la Oficina de Registro de Arrendamientos o de la declaratoria de inscripción a que se refiere el Art. 9. Para el efecto, está obligado el funcionario respectivo a otorgar tal copia, con sello de la oficina y firma del empleado, al momento mismo de recibir la declaratoria.

Además, se acompañará, en su caso, el contrato de arrendamiento registrado. En caso de presentarse la demanda sin estos requisitos, el Juez no lo admitirá a trámite.

ARTICULO 48. - OPOSICION DEL INQUILINO AL DESAHUCIO. - Citado el inquilino, podrá oponerse en el término de tres días, al desahucio a que se refiere el literal h) del Art. 30 y el Art. 31. Esta oposición, en caso del literal h), sólo podrá fundarse en el hecho de no estar comprendido el local arrendado en la parte del edificio cuya demolición ha sido autorizada por el Municipio. El Juez deberá verificar, por sí mismo, el fundamento de la oposición en el término de tres días, y ordenar que el desahucio surta o no el efecto de terminar el contrato de arrendamiento.

En el caso previsto en el Art. 31, la oposición del arrendatario no podrá fundarse sino en haber transcurrido más de un mes desde el traspaso de dominio o en haber celebrado el contrato de arrendamiento por escritura pública debidamente inscrita, y sólo se considerará presentada, si fuere acompañada de la correspondiente copia certificada. Examinado este instrumento, y el de transferencia de dominio que deberá presentar el desahuciante, el Juez de Inquilinato ordenará que el desahucio surta o no el efecto de terminar el contrato.

Si el inquilino se allanare o guardare silencio, se declarará que el desahucio da por terminado el contrato y una vez transcurridos los plazos previstos en las disposiciones citadas, se procederá al lanzamiento, sin perjuicio de cumplir lo dispuesto en el Art. 52.

La resolución que dicte el Juez de Inquilinato causará ejecutoria.

ARTICULO 49. - En los juicios de inquilinato en los que intervengan menores con su representante legal, tutor o curador, no precisa contarse con el Tribunal de Menores ni con los agentes fiscales, ni se requieren los dictámenes o vistas de éstos, salvo el caso que por razones especiales el Juez o Tribunal, en guarda de los intereses y para la mayor protección de los menores, estimen procedente oír a dichos funcionarios.

ARTICULO 50. - PRESCRIPCION DE ACCIONES. - Las acciones y derechos del arrendatario contra el arrendador y titular del inmueble, para el reintegro de lo indebidamente pagado por pensiones de arrendamiento y percepción de las sanciones establecidas en esta Ley prescriben en seis meses. Mas en caso de que se tratare de pensiones de arrendamiento que no excedan de dos mil sucres, la prescripción será la de dos años.

ARTICULO 51. - CASO DE ARRENDAMIENTOS DE VIVIENDA RURAL - El arrendamiento de los locales destinados a vivienda, ubicados fuera del perímetro urbano, están sujetos a esta Ley, sólo en lo referente a competencia y procedimiento.

Regirán también, para estos últimos contratos, las disposiciones de los artículos 4, 5 y 13.

TITULO X

Disposiciones Generales

ARTICULO 52. - FACULTAD DE RETENCION DEL LOCAL ARRENDADO. - En ningún caso en que el arrendador deba al arrendatario una suma de dinero, ya sea como indemnización o como devolución de lo pagado indebidamente, podrá éste ser desalojado del local arrendado, sin que previamente se le pague.

Para el ejercicio del derecho concedido por el inciso anterior, el arrendatario deberá acompañar providencia ejecutoriada recaída en el procedimiento previsto en el Art. 19, o prueba plena que establezca los valores determinados en dicho artículo como debidos por el arrendador.

ARTICULO 53. - CONSTANCIA DEL PAGO DE PENSIONES. - El arrendador está obligado a recibir la pensión de arrendamiento que se le ofreciere en tiempo oportuno, y a conferir el recibo correspondiente.

Si el arrendador rehusare o eludiere recibir la pensión de arrendamiento, el inquilino podrá depositarlo ante el respectivo Juez de Inquilinato, quien otorgará el comprobante de haberse hecho el depósito a la orden del arrendador. El Juez, bajo su responsabilidad y dentro de las cuarenta y ocho horas subsiguientes, ordenará notificar el depósito al arrendador en el lugar que, al efecto, indicará el arrendatario. El comprobante de depósito será suficiente prueba para el arrendatario.

La diligencia del depósito no causará derechos judiciales.

ARTICULO 54. - DEPOSITO DE PENSIONES DE HASTA DOS MIL SUCRES MENSUALES. - El depósito de pensiones de arrendamiento por cánones que no exceden de dos mil sucres mensuales, se efectuará ante el Juez de Inquilinato, sin necesidad de petición escrita, debiendo otorgarse el recibo correspondiente al depositante, sin que ello cause gravamen. El Juzgado llevará un registro cronológico y continuado de tales depósitos.

ARTICULO 55. - RETENCION DE PENSIONES. - El arrendatario o subarrendatario, en todos los casos en que se le ordene la retención de las pensiones de arrendamiento, está obligado a depositarias en el Juzgado de Inquilinato.

La falta de depósito por más de dos meses será causa de la terminación del contrato.

ARTICULO 56. - EXTENSION DE RESPONSABILIDADES. - El arrendador o subarrendador y el arrendatario o subarrendatario son responsables no sólo de su propia culpa, sino también de la de su familia, huéspedes, dependientes o encargados.

ARTICULO 57. - LIMITACION DE MORADORES DE UN LOCAL - Por razones de higiene o moralidad, podrán las autoridades administrativas limitar, en cada caso, el número de personas extrañas al inquilino, que ocupen la vivienda.

ARTICULO 58. - FACULTAD DEL ARRENDADOR RESPECTO DEL SUBARRENDATARIO. - Compete al arrendador acción directa contra el subarrendatario para exigirle la reparación de los deterioros que éste hubiere causado en el local arrendado, sin perjuicio de la que le asiste contra el arrendatario, pudiendo ejercitarlas simultáneamente. El inquilino que resultare condenado podrá repetir contra el causante de los daños.

ARTICULO 59. - FIJACION DE LA CUANTIA. - En estos juicios la cuantía se regulará por el valor correspondiente a la pensión de seis meses, o por lo que valga en el tiempo estipulado, si éste fuere menor.

ARTICULO 60. - SUBROGACION DEL SECRETARIO. - En los juzgados de Inquilinato, a falta de Secretario, actuará el Oficial Mayor.

ARTICULO 61. - EXONERACION DE IMPUESTOS PREDIALES. - Salvo lo dispuesto por leyes especiales, exonerase del pago de todos los impuestos que afecten a los predios urbanos, a los edificios que se construyan dentro del perímetro urbano. Esta exoneración durará cinco años desde que se hubiere terminado la construcción, sin que sea extensiva al suelo sobre el que se ha edificado.

ARTICULO 62.- INSCRIPCION DE CONTRATOS ANTICRETICOS. - El contrato de mutuo anticrético relativo a un inmueble destinado para vivienda, o vivienda y taller, o comercio, celebrado o que se celebrare privadamente, deberá ser registrado dentro del plazo de noventa

días de celebrado, bajo pena de multa equivalente al 50% del valor de las pensiones de un año, que será impuesta por el Juez que conociere del incumplimiento. Tal obligación corresponde al titular del inmueble.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA. - Los arrendadores que al momento no tuviesen contrato escrito con su inquilino podrán acudir al Juez de Inquilinato o quien hiciere sus veces en la correspondiente jurisdicción para hacer una declaración juramentada, la que admitirá prueba en contrario y que establecerá lo siguiente:

El inmueble materia de la declaración, nombres de arrendador y arrendatario, fecha en que comenzó el arriendo, duración prevista del mismo, canon inicial y actual de arrendamiento y la circunstancia de no existir contrato escrito. Esta declaración debidamente registrada servirá como documento habilitante para cumplir con el requisito establecido en el párrafo segundo del Art. 47 de esta Ley, por lo que el Juez de Inquilinato que conozca de la demanda la tramitará.

SEGUNDA. - Congélense por dos años las pensiones de arrendamiento de los inmuebles destinados a vivienda, vivienda - taller o vivienda - negocio, cuya cuantía mensual no exceda de seis salarios mínimos vitales generales; y prorrégase por igual tiempo el plazo de los contratos, a partir del 19 de mayo del 2000, según Ley 2000 - 17, promulgada en el R.O. 81 de la misma fecha.

TERCERA. - Todo contrato de arrendamiento o renovación del anterior, bajo las modalidades señaladas en el artículo precedente, no podrá exceder en su canon arrendaticio del cinco por ciento (5%), para inmuebles destinados a vivienda; ni del diez por ciento (10%), para vivienda - taller o vivienda - negocio.

CUARTA. - Para la inscripción de estos contratos se acompañará el último contrato de arrendamiento celebrado sobre el inmueble; si no se cumpliera con este requisito ni se acataren las disposiciones de esta Ley, los arrendadores serán sancionados con una multa equivalente a tres (3) meses del canon que se fijare.

Esta codificación fue elaborada por la Comisión de Legislación y Codificación, de acuerdo con lo dispuesto en el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

Anexo 3 – Entrada de migrantes al Ecuador

ENTRADA DE NO INMIGRANTES AL ECUADOR SEGÚN PRINCIPALES CATEGORÍAS MIGRATORIAS Y NACIONALIDAD AÑO: 2009

NACIONALIDAD	CATEGORÍA MIGRATORIA												TOTAL
	12 I	12 II	12 III	12 IV	12 V	12 VI	12 VII	12 VIII	12 X	T1	T2	T3	
AMÉRICA	2.487	499	3.232	885	1.850	9.099	4.984	1.941	4.461	95	9.683	649.919	688.735
Argentina	69	20	70	4	12	865	114	15	188	3	33	19.196	20.689
Bolivia	60	3	141	0	48	157	74	2	42	0	6	3.744	4.277
Brazil	116	13	184	2	18	674	232	21	158	2	5	12.183	13.608
Canadá	53	1	89	0	36	344	150	126	159	2	50	21.025	21.935
Chile	135	33	111	0	124	506	132	30	190	5	36	21.055	22.357
Colombia	145	13	259	806	572	2.608	1.209	17	765	32	2.183	135.737	144.346
Estados Unidos	1.189	111	1.631	1	488	491	1.881	1.623	862	15	242	227.947	236.491
México	56	4	63	8	27	224	124	7	305	0	12	12.160	12.990
Perú	227	21	166	6	380	1.519	397	13	376	26	7.035	137.499	147.675
Venezuela	144	2	112	5	56	1.274	51	7	283	4	41	26.255	28.234
Resto de América	293	278	406	53	69	537	220	80	1.133	6	40	33.118	36.233
EUROPA	619	34	2.318	11	424	1.919	1.876	692	1.667	14	480	180.020	189.174
Alemania	100	3	597	6	153	104	409	215	337	3	30	21.464	23.421
Austria	1	0	16	0	11	10	55	6	25	0	5	2.187	2.316
Bélgica	22	1	126	0	10	38	46	41	74	0	2	4.499	4.859
Dinamarca	0	0	4	0	3	7	10	16	18	0	32	2.703	2.753
España	181	15	503	1	27	272	438	51	290	3	72	52.986	54.839
Francia	51	2	488	0	73	146	83	108	158	0	18	18.113	19.240
Países bajos (Holanda)	64	4	198	1	7	173	369	44	189	3	18	12.683	13.753
Italia	34	0	150	0	14	62	40	32	126	0	17	9.768	10.243
Reino Unido	51	2	89	0	34	61	80	79	115	1	72	23.751	24.335
Rusia	24	2	9	2	1	15	1	1	26	0	49	2.644	2.774
Suiza	1	1	13	0	4	5	38	10	41	1	5	3.382	3.511
Suecia	31	1	43	0	40	29	122	23	83	1	15	7.795	8.183
Resto de Europa	59	3	82	1	47	97	185	66	185	2	145	18.035	18.907
ASIA	213	78	308	13	43	1105	115	27	1974	0	336	15.521	19.733
ÁFRICA	33	0	21	9	7	21	26	3	17	0	4	2.970	3.111
OCEANÍA	2	1	23	0	16	32	61	15	48	2	21	9.605	9.826
SIN ESPECIFICAR	2	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	60	66
TOTAL	3.396	612	5.903	919	2.340	11.276	6.662	2.679	8.167	111	10.525	858.095	910.645

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2005-2007 y 2009
Dirección Nacional de Migración - 2008
Estimación Ministerio de Turismo

- 12 I Funcionarios diplomáticos o consulares, funcionarios internacionales calificados, pertenecientes a organismos internacionales de los que sea miembros el Ecuador y los representantes ...
- 12 III Empleados privados y domésticos de funcionarios diplomáticos o consulares, funcionarios internacionales calificados, pertenecientes a organismos internacionales ...
- 12 IV Personas desplazadas como consecuencia de guerras o de persecuciones políticas en su país de origen, para proteger su vida o libertad.
- 12 V Estudiantes que desean iniciar, completar o perfeccionar su instrucción en establecimientos oficiales o particulares con reconocimiento gubernamental, y sus familiares más cercanos.
- 12 VI Profesionales de alto nivel técnico o trabajadores especializados que sean llamados por empresas, instituciones o personas establecidas en el país, para ejecutar labores temporales...
- 12 VII Misioneros, voluntarios o religiosos pertenecientes a organizaciones u órdenes reconocidas en su país de origen y en el Ecuador, para dedicarse a labores asistenciales ...
- 12 VIII Personas asistidas por organismos nacionales constituidos legalmente para desarrollar programas de intercambio cultural.
- 12 IX Visitantes temporales con fines lícitos: turismo, deporte, salud, estudio, ciencia y arte o para ejecutar actos de comercio que no impliquen la importación simultánea de bienes, durante un período mayor de tres meses, dentro de un lapso consecutivo de seis meses en cada año.
- T1 Personas que desembarcan hacia las zonas de tránsito directo con oportunidad de escalas técnicas de las naves marítimas o aeronaves para proseguir su viaje...
- T2 Personas que ingresan al territorio nacional para dirigirse al país de destino, para abordar una nave que les transportará al exterior ...
- T3 Visitantes temporales con los fines previstos en el numeral IX, durante un período no mayor de tres meses en cada año.

Anexo # 4 – Lista de Universidades

UNIVERSIDADES POR FECHA DE CREACIÓN Y NÚMERO DE GRADUADOS POR AÑO SEGÚN RÉGIMEN.

UNIVERSIDAD O ESCUELA POLITÉCNICA	Fecha de creación
PARTICULAR AUTOFINANCIADA	
Escuela Politécnica Javeriana del Ecuador	29/11/1995
Escuela Superior Politécnica Ecológica Profesor Servio Tulio Montero Ludeña	14/08/1994
Universidad Alfredo Pérez Guerrero	15/01/2001
Universidad Autónoma de Quito	15/06/1999
Universidad Casa Grande	15/06/1999
Universidad Cooperativa de Colombia del Ecuador (Extinguida según Mandato 14 de la Asamblea Nacional Constituyente, Art. 1)	10/08/1998
Universidad Cristiana Latinoamericana	31/03/2000
Universidad de Especialidades Turísticas	31/03/2000
Universidad de Las Américas	29/11/1995
Universidad de Los Hemisferios	20/05/2004
Universidad Del Pacífico Escuela de Negocios	18/12/1997
Universidad Iberoamericana del Ecuador	30/12/2005
Universidad Interamericana del Ecuador	05/10/2006
Universidad Internacional del Ecuador	30/08/1996
Universidad Jefferson (Suspendida mediante Resolución del Pleno del CONESUP)	15/06/1999
Universidad Metropolitana	02/05/2000
Universidad Naval Comandante Rafael Moran Valverde	06/01/2006
Universidad OG Mandino	17/11/2005
Universidad Panamericana de Cuenca	25/05/2004
Universidad Particular de Especialidades Espíritu Santo	18/11/1993
Universidad Particular Internacional SEK	30/06/1993
Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo	21/12/2000
Universidad Regional Autónoma De Los Andes	20/02/1997
Universidad San Francisco de Quito	25/10/1995

UNIVERSIDAD O ESCUELA POLITÉCNICA	Fecha de creación
Universidad Técnica Particular de Ciencias Ambientales José Peralta	31/07/1998
Universidad Tecnológica América	20/08/1997
Universidad Tecnológica ECOTEC	18/12/2006
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil	31/01/2000
Universidad Tecnológica Indoamérica	31/07/1998
Universidad Tecnológica Israel	16/11/1999
Universidad Tecnológica San Antonio de Machala	15/06/1999
Universidad De Otavalo	24/12/2002
Universidad Intercontinental	30/11/2007
Universitas Equatorialis	24/12/2002
PARTICULAR COFINANCIADA	
Escuela Superior Politécnica Ecológica Amazónica	30/09/1997
Pontificia Universidad Católica del Ecuador	04/11/1946
Universidad Católica de Cuenca	07/10/1970
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	26/05/1962
Universidad del Azuay	23/08/1990
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	10/11/1966
Universidad Politécnica Salesiana	05/08/1994
Universidad Técnica Particular de Loja	05/05/1971
Universidad Tecnológica Equinoccial	18/02/1986
PUBLICA	
Escuela Politécnica del Ejército	20/12/1977
Escuela Politécnica Nacional	27/08/1869
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí	30/04/1999
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	20/10/1973
Escuela Superior Politécnica del Litoral	11/11/1958
Universidad Agraria del Ecuador	16/07/1992

UNIVERSIDAD O ESCUELA POLITÉCNICA	Fecha de creación
Universidad Central del Ecuador	18/03/1826
Universidad de Cuenca	30/06/1897
Universidad de Guayaquil	20/05/1897
Universidad Estatal de Bolívar	04/07/1989
Universidad Estatal de Milagro	07/02/2001
Universidad Estatal del Sur de Manabí	07/02/2001
Universidad Estatal Península de Santa Elena	22/07/1998
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	13/11/1985
Universidad Nacional de Chimborazo	31/08/1995
Universidad Nacional de Loja	09/10/1943
Universidad Técnica de Ambato	18/04/1969
Universidad Técnica de Babahoyo	08/10/1971
Universidad Técnica de Cotopaxi	24/01/1995
Universidad Técnica de Machala	18/04/1969
Universidad Técnica de Manabí	11/12/1952
Universidad Técnica del Norte	18/07/1986
Universidad Técnica Estatal de Quevedo	01/02/1984
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas	21/05/1970
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	16/12/1974
Instituto de Altos Estudios Nacionales	20/06/1972
Universidad Andina Simón Bolívar	27/01/1992
Universidad Estatal Amazónica	18/10/2002
Universidad Politécnica Estatal del Carchi	05/04/2006
Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas Amawtay Wasi	05/08/2004
TOTAL GENERAL	

Anexo # 5 – Carta Senecyt



Presidencia
de la República
del Ecuador



senecyt
Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Oficio Nro. SENESCYT-SGES-2012-0693-CO
Quito, D.M., 22 de mayo de 2012

Señora
Pamela Carolina Pérez Benítez
En su Despacho

De mi consideración:

En respuesta al oficio s/n. de fecha 30 de abril de 2012, suscrito por Pamela Pérez Benítez, mediante el cual solicita Estadísticas de estudiantes en las universidades de la ciudad de Quito, estadísticas de estudiantes por universidad en la ciudad de Quito y estadísticas de estudiantes de provincia que estudian en la ciudad de Quito, para poder realizar la tesis de grado de tema es "Plan de negocios para la construcción y administración de una residencia universitaria en el valle de Cumbayá", me permito informar que, una vez revisado el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador (SNIESE), se constató la información que adjunto al presente.

Atentamente,





Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

Enrique Santos Jara, Ph.D.
SUBSECRETARIO GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Referencias:
- SENESCYT-DDDC-2012-8691-EX

Anexos:
- pamela.perez.pdf
mf

OFICINAS EN QUITO
Whumpar, E7-37 y Alameda, Edificio Delfos.

OFICINAS EN GUAYAQUIL
Pichincha 307 y 9 de Octubre, sexto piso.



IES	INACIAMIEN	CATEGORIA	PROVINCIA	CANTON	ATRICULA_20*
ESCUELA POLITECNICA NACIONAL	PÚBLICO	A	PICHINCHA	QUITO	10980
ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO	PÚBLICO	A	PICHINCHA	RUMIÑAHUI	21766
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	PÚBLICO	A	PICHINCHA	QUITO	44603
UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR	PÚBLICO	A	PICHINCHA	QUITO	1515
FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES	PÚBLICO	A	PICHINCHA	QUITO	1122
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	COFINANCIADO	A	PICHINCHA	QUITO	13642
UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO	AUTOFINANCIAD	A	PICHINCHA	AMBATO	6738
INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES	PÚBLICO	A	PICHINCHA	QUITO	226
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS	AUTOFINANCIAD	B	PICHINCHA	QUITO	6739
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL	COFINANCIADO	C	PICHINCHA	QUITO	16559
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR	AUTOFINANCIAD	C	PICHINCHA	QUITO	3890
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK	AUTOFINANCIAD	D	PICHINCHA	QUITO	2029
UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS	AUTOFINANCIAD	D	PICHINCHA	QUITO	592
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS	AUTOFINANCIAD	D (Aceptable)	PICHINCHA	QUITO	645
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL	AUTOFINANCIAD	D (Parcialmente aceptable)	PICHINCHA	QUITO	1149
UNIVERSIDAD INTERCULTURAL DE LAS NACIONALIDADES Y PUEBLOS INDIGENAS	AUTOFINANCIAD	D (Parcialmente aceptable)	PICHINCHA	QUITO	139
AMAWTAY WASI	AUTOFINANCIAD	D (Parcialmente aceptable)	PICHINCHA	QUITO	680
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR	AUTOFINANCIAD	D (Parcialmente aceptable)	PICHINCHA	QUITO	

SD: Sin dato validado

Fuente: SNIESE 2010

Corte: 16/05/2012

Anexo 6 - Requisitos para la constitución de la empresa

CONSTITUCION

1. CONSTITUCION

1.1 COMPAÑIAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Requisitos:

1.1.1 El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las Intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SC. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y de "inconfundibilidad" o "peculiaridad". (Art. 16 LC).

El "principio de propiedad" consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El "principio de inconfundibilidad o peculiaridad" consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

1.1.2 Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

1.1.3 Socios

1.1.3.1. Capacidad: Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

1.1.3.2. Número mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2008, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

1.1.4 Capital

1.1.4.1.- Capital mínimo.- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario

(dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán evaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013, R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001

El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1 y 10 de la Ley de Compañías en concordancia con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inveniones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

1.14. 2. Participaciones.- Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

1.1.5 El objeto social: La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción , hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías

1.1.5.1. Informe previo:

De la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial -.- Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre de personas o bienes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 29, ordinal 25 en concordancia con la Disposición General, Décima Novena de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial, (Ley s/n, Suplemento del R. O. 398 del 7 de julio de 2008), es indispensable que se obtenga el informe favorable previo de la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. El documento que lo contenga se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía. Adicionalmente estas compañías (Operadoras de Transporte Terrestre) deben tener objeto social exclusivo en sus estatutos, de acuerdo al servicio a prestarse, conforme lo dispone el artículo 79 de la cita Ley.

Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre dentro del ámbito exclusivo de la jurisdicción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, el informe favorable citado en el párrafo precedente le corresponderá emitirlo al Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo al Decreto Ejecutivo No. 336 de 21 de julio del 2005, publicado en el Registro Oficial No. 71 de 29 de julio del mismo año. El documento que contenga el informe

favorable se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía.

1.1.5.2 Cumplimiento de otros requisitos en razón del objeto social:

Compañías dedicadas a Actividades Complementarias, de Vigilancia - seguridad, alimentación, mensajería o limpieza, diversas de las labores propias y habituales del proceso productivo de la usuario.- Estas compañías tendrán un objeto único y exclusivo y deben acreditar un capital social mínimo de diez mil dólares de los Estados Unidos de América. Mandato Constituyente No. 8, publicado en el R. O. 330, de 6 de mayo de 2008. Reglamento para la Aplicación del Mandato Constituyente No. 8 que Suprime la tercerización de servicios complementarios, la intermediación laboral y la contratación por horas. Publicado en el Suplemento del R. O. 352 del 5 de junio de 2008. Instructivo para la constitución de compañías dedicadas a actividades complementarias y para la modificación del estatuto social de las constituidas con anterioridad al mandato Constituyente 8, Resolución No. 08.G. 004 de julio 10 de 2008, publicada en el R. O. 394, del 1 de agosto de 2008, reformada con Resolución No. 08. G. 05 de julio 23 de 2008, publicada en el R. O.401, del 12 de agosto de 2008.

Respecto a las compañías dedicadas a la actividad de **Vigilancia - Seguridad-** Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada, en atención a lo dispuesto en el Art. 7 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, publicada en el Registro Oficial No. 130 de 22 de julio del 2003; de igual manera, el objeto social deberá ser exclusivo, en orden a lo previsto en el Art. 8 del mismo cuerpo legal, y estas no podrán realizar al mismo tiempo, otra actividad complementaria .

Compañías, Agencias Navieras.- Estas compañías que acorde a su objeto social se dedicarán al servicio de agenciamiento del comercio marítimo, tienen un capital social suscrito y pagado sea igual o superior a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América.

Compañías "holding".- Las compañías de esta clase, llamadas también "tenedoras de acciones o de participaciones", deben tener como actividad principal de su objeto la compra de acciones o de participaciones sociales de otras compañías, con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través de nexos de propiedad accionaria, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados, para conformar así un grupo empresarial (Art. 429 de la Ley de Compañías).

Compañías de Servicios Auxiliares del Sistema Financiero.- En la constitución de compañías que se van a dedicar a prestar servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: Transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajas automáticas, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y, otras, deberán previamente ser calificadas como tales por la Superintendencia de Bancos y luego someter el trámite de aprobación a la Superintendencia de Compañías, en orden a lo dispuesto en el tercer inciso del artículo primero de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, sin perjuicio de cumplir con otros requisitos que la Ley exija en atención a la actividad específica que estas compañías realicen.

1.1.6 El origen de la inversión:

Galápagos.- De acuerdo a lo dispuesto en la Disposición General, Décima Segunda de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, publicada en el R. O 278, del 18 de marzo de 1998, las personas naturales no residentes y las personas jurídicas que no tengan su domicilio en Galápagos podrán realizar inversiones en la provincia siempre y cuando se asocien con un residente permanente.

Acorde a lo que prescribe el artículo 3 de la Resolución No. 04-C-214-2008 publicada en el R. O. 327, del 30 de abril de 2008, reformada con Resolución 010—CI-28, publicada en el R. O. 362 del 18 de junio de 2008, toda inversión que se realice en

Galápagos por una persona natural que no tenga la calidad de residente permanente; una asociación asociación de cuentas en participación; o una persona jurídica; será obligatoriamente en asocio con un residente permanente calificado por el Comité de Calificación y Control de Residencia del Consejo del INOALA. Y de conformidad con lo que establece el Plan Regional para la conservación y desarrollo de Galápagos, las asociaciones que se formen para realizar inversiones en esa provincia, deben respetar el porcentaje de inversión de 51% para el residente permanente y 49% para la inversionista extra-regional.

Estranjera.- Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

La inversión extranjera directa en laboratorios de larvas y centros de investigación acuícola será autorizada por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, previo informe del Instituto Nacional de Pesca (Art. 36 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones)R. O. 219, del 19 de diciembre de 1997.

1.2 COMPAÑÍAS ANONIMAS

Requisitos:

1.2.1 Son aplicables a esta compañía los requisitos preñados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6, sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas.

1.2.2 Forma de constitución

1.2.2.1. **Constitución simultánea.**- Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorgan la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

1.2.2.2. **Constitución sucesiva.**- Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores

1-2-3. Accionistas

1.2.3.1. **Capacidad:** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

1.2.3.2. **Número de accionistas.**- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

1.2.3. Capital

1.2.3.1. **Capital mínimo.**- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

Si embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal

compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas (Dieciséis mil dólares de los Estados Unidos de América), según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R. O. 379 de 8 de agosto de 1998.

Así también, si se desea constituir una compañía de salud y medicina prepagada, conforme lo dispone el artículo 4 de la Ley que regula el funcionamiento de las Empresas Privadas de Salud y Medicina Prepagada, publicada en el R. O. 12, del 26 de agosto de 1998, deberán ser sociedades anónimas, nacionales o extranjeras. Su objeto social será el financiamiento de los servicios de salud y medicina y tendrá un capital pagado mínimo de ochenta mil (80,000) UVC'S (doscientos diez mil trescientos doce dólares de los Estados Unidos de América).

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el aporte y transferencias de dominio de bienes tangibles e intangibles, así como aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal descritos en la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

1.3.3. Acciones.- La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 188 de la susodicha Ley

Constitución de la empresa

Requisitos

- a. Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la Superintendencia de Compañías o también se lo puede hacer vía internet en (<http://www.supercias.gov.ec/PIFAC.htm>)
- b. Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario.
- c. Elevar a escritura pública, la constitución de la empresa, en cualquier Notaría.
- d. Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la Superintendencia de Compañías o en las ventanillas únicas.

Procedimiento

La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 72 horas como máximo puede responder mediante:

- a. Oficio
 - Cuando hay algún error en la escritura
 - Cuando se deben realizar todas las observaciones hechas mediante oficio para continuar con el proceso de constitución y así obtener la resolución.
- b. Resolución
 - Para continuar con el proceso de constitución.

Después debe presentar en la Superintendencia de Compañías:

- a. Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil.
- b. Periódico en el cual se publico el extracto (1 ejemplar).
- c. Original y copias certificadas de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil de representante legal y presidente.
- d. Copias simples de cedula de ciudadanía o pasaporte del representante legal
- e. Formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.
- f. Copia simple de pago de agua, luz y teléfono.

La Superintendencia después de verificar que todo este correcto le entrega al usuario:

- a. Formulario del RUC.
- b. Cumplimiento de obligaciones y existencia legal.
- c. Datos generales.
- d. Nomina de accionistas.

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Requisitos para obtener la Patente Municipal

- a. Escritura de constitución de la compañía y resolución de la Superintendencia de Compañías en original y copia.
- b. Dirección donde funciona la misma.
- c. Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- d. Original y copia del RUC.
- e. Clave catastral

Requisitos para la Inscripción en el Registro Mercantil

- a. Tres escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías ya sentadas razón por la Notaria.
- b. Publicación original del extracto.
- c. Copias de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente.
- d. Debe inscribir los nombramientos del representante legal de la empresa, y para ello debe presentar acta de junta general en donde se nombran al representante legal y nombramientos generales de cada uno (por lo menos tres ejemplares).

Requisitos para el Registro Único De Contribuyentes (RUC)

- a. Formulario RUC 01-A y 01-B suscritos por el representante legal (lleno).
- b. Original o copia certificada de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- c. Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- d. Copia de la cedula y papeleta de votación del representante legal (En el caso de extranjeros copia y original de pasaporte)
- e. Original y copia de pago de agua, luz o teléfono

Requisitos Búsqueda Fonética - IEPI

- a. Formulario de Solicitud de Búsqueda Fonética. Este formulario debe contar con una firma y número de matrícula de respaldo de un abogado.
- b. Comprobante de pago por concepto de Búsqueda Fonética.

Requisitos Informe de Regulación Metropolitana

- a. Formulario de solicitud para obtener el IRM.
- b. Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.

- c. Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial.

Requisitos para el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- a. Formulario de solicitud de inspección.
- b. Copia de la cedula
- c. Copia del RUC
- d. Patente Municipal.
- e. Informe favorable de inspección.

Requisitos Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo

- a. Formulario de solicitud de compatibilidad de uso de suelo
- b. Comprobante de pago por Tasas de Servicios Administrativos.
- c. Original y copia de la Patente Municipal del año en curso o RUC.
- d. Informe de Regulación Metropolitana.
- e. Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal del establecimiento.

Requisito para el Certificado de Registro Turístico de la Empresa Metropolitana Quito Turismo (EMQT)

- a. Formulario de solicitud de inscripción, lo puede obtener en las ventanillas de la EMQT o en la página web (www.quito-turismo.gov.ec)
- b. Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- c. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, en el caso de personas jurídicas.
- d. Copia de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación del propietario o representante legal.
- e. Copia del RUC.
- f. Certificado de Búsqueda Fonética de Nombre Comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) (Se recomienda consultar previamente en la EMQT si el Nombre Comercial no está registrado).
- g. Copia de Patente Municipal.
- h. Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil (Lo puede obtener en la ventanilla de la EMQT o en la página web www.quito-turismo.gov.ec).
- i. Comprobante de pago por registro (este pago se lo realiza una sola vez durante el ejercicio de la actividad económica); y, el uno por mil (estos valores serán entregados por el supervisor en el momento de la inspección al establecimiento).
- j. Inventario valorado de maquinaria, muebles enseres y equipos, firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- k. Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (los establecimientos ubicados. en los centros comerciales no requieren de informe).

Requisitos para la obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

- a. Formulario de solicitud de LUAE, lo puede obtener en las ventanillas de la EMQT o en la página web www.quito-turismo.gov.ec.
- b. Copia del RUC.
- c. Copia de cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación de las últimas elecciones (persona natural o representante legal).
- d. Certificado ambiental (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).

- e. Original de la declaración del 1.5 x mil sobre los activos totales del año inmediato anterior (para personas jurídicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad).
- f. Para rotulación la autorización del dueño del predio en caso de no ser local propio. En caso de propiedad horizontal autorización del administrador como representante legal. Para establecimientos existentes fotografía de la fachada del local; y, para nuevos las dimensiones y plano de cómo quedará la publicidad.
- g. Informe Favorable de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- h. Haber aprobado la inspección previa.

Requisitos para obtención del Permiso Sanitario

- a. Solicitud de permiso de funcionamiento, dirigida al Director Provincial de Salud en el que conste el nombre del propietario, nombre del establecimiento, RUC, cedula, papeleta de votación, actividad económica y ubicación.
- b. Planilla de inspección.
- c. Solicitud de inspección.
- d. Certificación otorgada por la Secretaria de Ambiente.
- e. Certificado ocupacional de salud (se lo adquiere en cualquier centro de salud).
- f. Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- g. Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- h. Copia del RUC.
- i. Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos.
- j. Croquis de ubicación del establecimiento.
- k. Certificado de manipulación de alimentos (curso On-line o presencial).

Requisitos para Permiso de Publicidad Exterior

- a. Copia de la Patente Municipal actualizada.
- b. Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- c. Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- d. Copia de la carta de pago del impuesto predial.
- e. Autorización escrita del dueño del inmueble, notariada con reconocimiento de firmas.
- f. Informe de Regulación Metropolitana.
- g. Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- h. Fotografía actual de la fachada del inmueble y croquis.
- i. Comprobante de pago de la Tasa de Publicidad Exterior. Este pago se lo realiza en las ventanillas de recaudación del Municipio

Requisitos SAYCE

- a. Copia del RUC.
- b. Categoría del establecimiento otorgada por la EMQT.

Requisitos SOPROFON

- a. Copia del RUC.
- b. Categorización del negocio.

En el *anexo #6*, se detalla a profundidad cada permiso necesario, todos estos requisitos están en los formularios de la página web **www.iepi.gob.ec** en donde podrá encontrar mayor información.

REQUISITOS PARA PROTEGER UNA PATENTE

Para que una patente pueda ser protegida se requiere que tenga:

- Novedad
- Nivel inventivo
- Aplicación industrial

DOCUMENTACIÓN NECESARIA:

La solicitud para obtener una patente de invención, deberá presentarse en el formato específico y disponible en la página web del IEPI (www.iepi.gob.ec):

- a) Identificación del solicitante(s) con sus datos generales, e indicando el modo de obtención del derecho en caso de no ser él mismo el inventor.
- b) Identificación del inventor(es) con sus datos generales.
- c) Título o nombre de la invención o modelo de utilidad.
- d) Identificación del lugar y fecha de depósito del material biológico vivo, cuando la invención se refiera a procedimiento microbiológico.
- e) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso o la declaración expresa de que no existe solicitud previa.
- f) f) Identificación del representante o apoderado, con sus datos generales.
- g) g) Identificación de los documentos que acompañan la solicitud.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:

1. El título o nombre de la invención con la correspondiente memoria descriptiva que expliquen la invención de una manera clara y completa, de tal forma que una persona versada en la materia pueda ejecutarla.
2. Cuando la invención se refiera a materia viva, en la que la descripción no pueda detallarse en sí misma, se deberá incluir el depósito de la misma en una Institución depositaria autorizada por las oficinas nacionales competentes. El material depositado formará parte integrante de la descripción.
3. Una o más reivindicaciones que precisen la materia para la cual se solicita la protección mediante la patente.
4. Dibujos que fueren necesarios.
5. Un resumen con el objeto y finalidad de la invención.
6. El Comprobante de Pago de la Tasa de Ingreso de la solicitud.
7. Copia certificada, traducida y legalizada de la primera solicitud de patente que se hubiere presentado en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad.
8. El documento que acredite la Cesión de la invención o la relación laboral entre el solicitante y el inventor.

9. Nombramiento del Representante Legal, cuando el solicitante sea una persona jurídica.
10. Poder que faculte al apoderado el tramitar la solicitud de registro de la patente, en el caso de que el solicitante no lo haga el mismo.

Solicitud a la Dirección de Patentes

(12) Datos de la solicitud

Patente de Invención I		Número de trámite	
Patente de Invención PCT en fase nacional		Fecha y hora de presentación	
Modelo de utilidad		Fecha de publicación	
Diseño Industrial			

(55) Título de la patente

(51) Clasificación internacional de patentes

(73) Solicitantes

Nombres	Nacionalidad	País - Ciudad	Dirección

(74) Inventores / Diseñadores

Nombres	Nacionalidad	País - ciudad	Dirección

Inventor referente a procedimiento biológico

Lugar de depósito	Fecha
-------------------	-------

(31) Declaraciones de prioridad

País	Número	Fecha

(75) Representante legal (R) o apoderado (A)

Notificar a:		
Castillero IEPI	Castillero Judicial	Dirección:

(58) Resumen

Gráfico (Imagen en formato jpg)

Documentos que se acompañan a la solicitud

Comprobante Ingreso N°.	Cesión
Comprobante tasa N°.	Poder
N°. hojas memoria	Copia prioridad
N°. reivindicaciones	Otros documentos
N°. dibujos	

Observaciones

FIRMA DEL SOLICITANTE
FIRMA DEL ABOGADO

INSTRUCTIVO

Por favor llenar la solicitud en letra erial 12, los gráficos en formato pg., luego del ingreso de cada inventor o solicitante tabular (TAB), ingresar las siglas internacionales de acuerdo con la norma ISO estipulada, adicionar en el CD o disquete la memoria descriptiva y reivindicaciones en formato WORD en letra erial 12, y por favor no alterar el formato. Cualquier adicional que creyere conveniente presentarlo por separado.

En todos los nombres: ingresar primero los apellidos con mayúsculas y luego los nombres con minúsculas.

Acompañar a la solicitud electrónica una copia en papel, la que deberá ser firmada por el solicitante y un abogado, según lo dispuesto en la Ley de Abogados del Ecuador, para trámites administrativos.

El solicitante cuando se trate de persona jurídica será firmado por su representante legal., o de ser el caso por el apoderado, quien lo representará.

NOTA: Para ingresar solicitudes de patentes de modelos de utilidad o de invención, deberán acompañarse las memorias técnicas con el juego de reivindicaciones y dibujos si fueren necesarios y parte de la descripción, contenida en la memoria., para ello ruego revisar el adjunto de la guía del solicitante y si es preciso, solicito que revisen en el sitio del espacenet, alguna patente similar a la que pretendan patentar con el objetivo que tengan claridad en la presentación, este sitio es <http://espacenet.com>



INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI
FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

1		2		3	
Nº. de Solicitud		Fecha de Presentación		Denominación del Signo	
4					
Naturaleza del signo		5			
Denominativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Producto	<input type="checkbox"/>		
Figurativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Servicios	<input type="checkbox"/>		
Mixto	<input type="checkbox"/>	Nombre Comercial	<input type="checkbox"/>		
Tridimensional	<input type="checkbox"/>	Lenia Comercial	<input type="checkbox"/>		
Sonoro	<input type="checkbox"/>	Indicia Geog/denominación origen	<input type="checkbox"/>		
Olfativo	<input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva	<input type="checkbox"/>		
Táctil	<input type="checkbox"/>	Marca Colectiva	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	Marca de Certificación	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	Rótulo Enseña	<input type="checkbox"/>		
6					
Identificación del(os) solicitante(s)					
Nombre(s):					
Dirección:					
Ciudad:					
Teléfonos:					
E-mail:					
Fax:					
Nacionalidad del Signo:					
Nacionalidad del Solicitante:					
7					
Quien(es) actúa(n) a través de					
Representante	<input type="checkbox"/>	O	Apoderado		
Nombre:					
Dirección:					
Teléfono:					
Registro de poder Nº:					
E-mail:					
Fax:					
8					
Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)					
Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente Nº.					
E espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)					
9					
Descripción clara y completa del signo					
10					

11					
Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades					
12					
Clasificación Internacional N°.					
Signo que acompaña al lema comercial					
13					
Denominación					
Registro N°		Año		Vigente hasta	
Solicitud N°		Fecha y Año			
Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comercial					
14					
Prioridad					
Solicitud N°:					
Fecha:		/ /		País:	
15					
Abogado patrocinador					
Nombre:					
Casillero IEPI:		Quito		Ciencia Casillero Judicial:	
16					
Anexos					
<input type="checkbox"/> Comprobante pago lista N°					
<input type="checkbox"/> 6 etiquetas en papel adhesivo 5x5 c. m.					
<input type="checkbox"/> Copia cédula ciudadanía para personas naturales					
<input type="checkbox"/> Copia de la primera solicitud si se revindicó prioridad					
<input type="checkbox"/> Poder					
<input type="checkbox"/> Nombramiento de representante legal					
<input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas)					
<input type="checkbox"/> Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen)					
<input type="checkbox"/> Reseña de cualidades, reputación y características de los productos (indicación geográfica/denominación de origen)					
<input type="checkbox"/> Documento en el que se demuestre el legítimo interés, (indicación geográfica/denominación de origen)					
<input type="checkbox"/> Copia de estatutos de solicitante, (marcas colectivas, certificación, indicación geográfica/denominación de origen)					
<input type="checkbox"/> Lista de integrantes, (marcas colectivas o de certificación)					
17					
Firma Solicitante (s)				Abogado patrocinador	
E-mail:				Matrícula:	
				E-mail:	
18					

Anexo 7 – Entrevistas a expertos

Juan Fernando Andino – arquitecto pro inmobiliaria

Preguntas a realizarse
1. ¿Cuáles son las tendencias actuales en la construcción a nivel mundial?
2. ¿Qué tendencias mencionadas anteriormente se están implantando en el Ecuador?
3. ¿Cómo ve usted que está actualmente la industria de la construcción en el país?
4. ¿Qué entiende usted por el concepto residencia universitaria que se emplea en otros países?
5. ¿Considera que existen posibilidades de que este concepto de negocio se implante en Ecuador?
6. ¿Considera que la ubicación es importante?
7. ¿Qué factores considera usted que los Clientes buscan al momento de elegir un lugar donde vivir?
8. ¿Qué conceptos parecidos a residencias universitarias ha visto usted en el Ecuador?

A nivel mundial las tendencias de la construcción se van mucho a lo ecológico, es decir a una estructura sustentable que sea económica, ya sea en los materiales tanto como en los acabados. Esta es una tendencia que se está imponiendo; prueba de ello son el creciente número de proyectos en desarrollo y la adopción por parte de los gobiernos y de las empresas privadas que se dedican a construir. Ecuador se está adaptando poco a poco a esta tendencia, ya que está adquiriendo una responsabilidad ambiental que antes no tenía, y también va adquiriendo el compromiso y la iniciativa de empezar a cambiar. Hoy en día algunas constructoras ya emplean materiales y recursos sustentables en sus estructuras. Al ser la construcción uno de los sectores con mayor crecimiento en el país, empezar a emplear esta tendencia es muy recomendable.

Las residencias universitarias son lugares específicamente para estudiantes; normalmente éstas se encuentran ubicadas dentro de la universidad o cerca de las mismas, es un lugar donde el estudiante se desenvuelve, ya que se podría decir que vive solo y empieza a formarse como profesional y también personalmente. El sector de Cumbayá ya es un sitio residencial muy demandado, además de que con la inauguración del nuevo aeropuerto va fomentando a que mucha gente busque vivir cerca, además que es el sector donde más se construye en la ciudad y la ubicación en la construcción resulta ser el factor más relevante, ya que es lo primero que buscan los clientes además de acabados de buena calidad. Por

ejemplo es posible construir algo elegante e increíble, pero si el sector no es bueno, puede resultar muy difícil venderlo, mientras que si se construye algo así en este sector resultará muy fácil venderlo.

Rodrigo Irigoyen – consultor turístico Irigoyen & Asociados CIA.LTDA.

Preguntas a realizarse
1. ¿Cuáles son las tendencias actuales en hotelería a nivel mundial?
2. ¿Qué tendencias mencionadas anteriormente se están implantando en el Ecuador?
3. ¿Cómo ve usted que está actualmente la industria de alojamiento en el país?
4. ¿Qué percepción considera usted que tienen los Ecuatorianos al momento de alojarse?
5. ¿Qué entiende usted por el concepto residencia universitaria que se emplea en otros países?
6. ¿Considera que existe posibilidades de que este concepto de negocio se implante en Ecuador?
7. ¿Qué servicios ofrecería?
8. ¿Considera que una la ubicación es importante?
9. ¿Es factible un proyecto con este concepto en Cumbaya?
10. ¿Qué aspectos se deberían tener en cuenta al momento de iniciar con dicho negocio?
11. ¿Qué factores considera usted que los Clientes buscan al momento de elegir un lugar donde alojarse?

En el sector turístico, existen muchas tendencias y cada día aparecen nuevas, ya que simplemente es cuestión de encontrar los segmentos de mercado para estas tendencias. Dependiendo del país y el tipo de consumidor es posible crear y adaptar a éstas para que funcionen adecuadamente como se espera, ya que las percepciones de los ecuatorianos son muy diferentes a las de los habitantes de otros países, puesto que principalmente se construyen dependiendo de la manera de ver las cosas de la persona; pero con seguridad, algo que varios de los ecuatorianos por no decir todos tienen en común es que buscan comodidad y que el precio sea adecuado conforme al establecimiento.

El hospedaje y turismo comunitario en Ecuador han tomado mucha fuerza en los últimos años, pues hoy en día no solamente se visita lugares conocidos o de “moda”, sino también lugares no explotados y que necesitan ayuda, por eso la industria de alojamiento es una industria que claramente está creciendo a pasos agigantados. Falta implementar muchos procesos, recursos y temas para poder alcanzar el nivel que presenta esta industria en otros países cercanos como Colombia, Argentina, Perú.

En el ámbito turístico una Residencia universitaria es un edificio que da la opción de alojamiento a estudiantes universitarios nacionales o de intercambio proporcionándoles cuartos que pueden ser simples, dobles, y triples obviamente dependiendo de lo que se paga por ellos además de proporcionarles áreas de uso común como salas de juegos, salas de televisión, en algunos casos canchas, piscina, gimnasio, cocina etc., otorgando de esta forma a los estudiantes la oportunidad de relacionarse entre sí y construir lazos de amistad. Generalmente éstas instalaciones se encuentran cerca de dichas universidades o establecimientos educativos.

En Ecuador ya existe este tipo de negocio; por ejemplo, la residencia estudiantil de la Universidad internacional, la cual en este caso se encuentra ubicada dentro del propio campus. Para poder enfocarse en un segmento alto como el del proyecto, todo deberá girar en base a servicios de calidad óptima pues eso es lo que dará valor al negocio; todo deberá ser de lujo y de una u otra forma transmitir exclusividad, es decir que el precio a pagar por el servicio quedaría en segundo plano. Es muy importante la ubicación, ya que al buscar un sitio donde alojarse, uno siempre busca un lugar que se encuentre cerca de todos los servicios básicos y de entretenimiento, obviamente todo dependerá de los gustos y preferencias de cada persona. Cumbayá es uno de los sectores que ha tenido mayor crecimiento poblacional en los últimos años, hoy es una zona residencial con mucha demanda por lo que un proyecto de este tipo sería bastante factible.

Anexo 8 – Focus group

1. Se preguntará a los participantes su nombre
2. Se preguntará a los participantes qué opinan sobre arrendar un departamento
3. ¿Cuánto gasta aproximadamente por el arriendo de un departamento?
4. ¿Cuánto gasta en servicios básicos, alimentación, lavandería, internet, tv cable etc.?
5. ¿Paga usted el arriendo o sus padres?
6. Se preguntan las posibles ventajas y desventajas de arrendar
7. si les gustaría vivir en el sector de Cumbayá.
8. Ventajas y desventajas de vivir en ése sector.
9. ¿Conoce el concepto de residencia universitaria?
10. ¿Con la construcción del nuevo aeropuerto y de nuevos campus universitarios, cree usted que sería factible la construcción de una residencia universitaria?
11. ¿Qué ventajas y desventajas halla en la implantación de una residencia universitaria en el sector de Cumbayá?
12. ¿Qué factores considera fundamentales para el éxito de una residencia universitaria en Cumbayá?
13. ¿Dentro del pago de la mensualidad, qué servicios le gustaría que incluya?
14. ¿Qué aspectos no le gustarían de una residencia universitaria?

15. ¿Qué instalaciones, artículos o productos le gustaría que tenga su habitación?
16. ¿Le gustaría convivir con otras personas provenientes de otras culturas, pero siempre teniendo su espacio propio y privacidad?
17. ¿Le gustaría que la residencia fuera mixta? Describir
18. ¿Le gustaría una habitación grande o pequeña?
19. ¿Le gustaría compartir la habitación? ¿Con quién?
20. Si usted el día de mañana ve la residencia universitaria en Cumbaya, ¿qué cree usted que le llamaría la atención y le incitaría conocer de ella?
21. ¿Cómo le gustaría que fuera el diseño, fachada o concepto de la residencia? Describa
22. ¿Le gustaría tener un servicio de alimentación?
23. ¿Le gustaría una piscina en la residencia teniendo en cuenta el clima de Cumbayá?
24. ¿Cuánto pagaría por una residencia universitaria que le garantizaría todos estos servicios?

El grupo focal se realizó el día 2 de junio del 2012 a las 11am en una casa ubicada en el sector el Bosque y se pudo contar con 9 integrantes, los cuales todos vivían solos y se le preguntó por aproximadamente 50 minutos. Al empezar el grupo focal, primero se preguntó a cada uno su nombre y se realizó una actividad para que la conversación y la actividad fluya de manera adecuada. Al sentirse todos los participantes cómodos, el moderador les comentó un poco del tema para luego de eso empezar con las preguntas. Al ser preguntados sobre su opinión acerca de arrendar un departamento, todos estuvieron de acuerdo en que en éste momento de sus vidas donde se están preparando para sus vidas profesionales futuras es bueno arrendar ya que ellos no cuentan con los recursos necesarios para tener algo fijo; pero que definitivamente en un futuro quisieran algo propio. El 44% de los integrantes del grupo focal provenían de diferentes provincias del país, diciendo ellos también que por ahora es mejor arrendar que buscar algo cerca de la universidad y que se ajuste a sus necesidades actuales. El moderador empezó a hablar de los precios y se les preguntó a los estudiantes cuánto pagarían por el arriendo de un departamento o suite y fue encontrado que el precio variaba desde \$300 a \$700 dólares; cada uno dependía del sector de ubicación, del número de habitaciones y si el departamento era amoblado o no, además de que muchos de ellos tenían que pagar aparte el condominio para el mantenimiento del edificio. Ninguna mensualidad incluía servicios básicos u otros servicios como internet, tv cable, lavandería, de manera que el moderador les pregunto cuánto gastan aparte para éste tipo de servicios y por alimentación y la respuesta fué de mínimo unos \$60 dólares en servicios básicos, y entre \$100 a \$250 en comida pues los 6 integrantes cocinaban y comían en su casa pues es considerado que comer fuera es mucho gasto a pesar de que al 70% la mensualidad la pagaban sus padres. En promedio, al comer afuera gastaban unos 240\$ dólares mensuales. El moderador realizó una actividad la cual consistía en escribir en un papel con sólo una palabra lo bueno y lo malo de arrendar. La mayoría concluyó que lo bueno es la independencia y lo malo es que no es algo propio. En cuanto a vivir en el sector de Cumbayá 6 de los integrantes expresaron que sí lo

harían pues consideran que es un sector que ha mejorado mucho y que ahora es de fácil y rápido acceso, además de que todo se encuentra a la mano como en la ciudad de Quito, desde centros comerciales, restaurantes, discotecas y además todo es mucho más tranquilo y existe menos caos, además con la construcción del nuevo aeropuerto, el sector se volverá aún más residencial. Uno de los integrantes aportó con la noticia de que algunas instituciones universitarias también se cambiarán de campus por éste sector y que esto implica a que muchos estudiantes que vivan solos ya sean de provincia o no, van a querer vivir por este sector. Los integrantes que expresaron que no les gustaría vivir en este sector argumentaron que es por el transporte y porque la universidad donde estudian no es cerca. Todos los integrantes conocen y están familiarizados con el concepto de residencia universitaria y saben de qué se trata. 3 de los integrantes por cuestiones de intercambio al exterior habían vivido ya anteriormente en una de ellas y cada uno compartió sus experiencias al respecto para que luego el moderador pregunte cuáles consideran que son las ventajas y desventajas de una residencia universitaria y contestaron que la ventaja es el hecho de conocer a otras personas y otras culturas pues todos tienen el mismo rango de edad y tienen en común algunos gustos y preferencias. Como desventajas dijeron que muchas residencias tienen muchas reglas por ejemplo horas de llegada y de salida y sienten que eso es un punto muy importante ya que limita su independencia y libertad. Los factores que los miembros consideraron importantes para que una residencia en el sector del Cumbayá tenga éxito fue la ubicación, es decir que no sea tan lejos de la universidad y que además sea tranquilo y seguro, también se dio mucha importancia al ambiente y diseño y sobre todo los integrantes enfatizaron en el tema de la libertad es decir no gustarían de una residencia en la cual haya horarios de entrada y salida ni que no puedan divertirse, ya que consideraban que para eso resultaría mejor arrendar un departamento. El moderador les preguntó a los integrantes qué servicios les gustaría que incluya la mensualidad de la residencia y la mayoría expresó que preferirían que estén incluidos todos servicios básicos, internet, lavandería, y entrega y cambio de sábanas. El servicio de alimentación se dijo, dependerá mucho de la comida que se sirva y de la variedad de la misma. El moderador preguntó acerca de incluir limpieza de habitaciones en la mensualidad y el 40% de los participantes expresó que sí le gustaría; pero que siempre y cuando ellos lo deseen. Todos los participantes hablaron un poco sobre los artículos que les gustaría tener en su habitación y entonces los participantes comentaron que lo más importante para ellos era tener un baño privado, ya que en muchas residencias se debe compartir baño, ducha, etc. Los participantes dieron mucha importancia a la privacidad y la comodidad en la habitación por lo que también les gustaría tener un microondas, televisión, teléfono y refrigeradora. Además, para la mayoría de los integrantes, las habitaciones deberían ser bastante amplias y de igual manera mixtas. El moderador consultó de igual manera a los integrantes si sería de su agrado compartir la habitación con otra persona, ya sea familiar, o amigo u otras personas de la residencia y 7 personas contestaron que no tuvieran problema siempre y cuando la persona sea conocida, ya que de esta forma existiría un círculo de

confianza más estrecho. El moderador preguntó por último si sería del agrado de los participantes una piscina considerando el clima de Cumbayá y ellos respondieron que al ser una residencia de lujo ese tipo de cosas es esencial al igual que espacios verdes, canchas y amplias áreas comunales. Además complementaron su respuesta diciendo que les gustaría que la estructura y el diseño sea rustico pero a la vez moderno es decir que no se pierda ese diseño que caracteriza mucho al sector de Cumbayá. La mayoría de los participantes también afirmó que éste aspecto sería lo que más les llamaría la atención para conocer la residencia además de transmitir un ambiente agradable y jovial. Al final del grupo focal, la percepción de los estudiantes acerca del proyecto fue muy alentadora, ya que lo tomaron como un proyecto interesante para implementarlo en la ciudad. Al ser preguntados cuánto pagarían si se les garantizan todos los servicios antes mencionados, expresaron que más o menos estarían dispuestos a pagar alrededor de 1000 dólares; siempre y cuando éstos fueran servicios de calidad y garantizados.

Perfil de los participantes del FOCUS GROUP

Jorge Reyes



Perfil

Edad: 24 años

Estado Civil: Soltero

Estudios: Séptimo semestre en la carrera de administración de empresa en la USFQ

Deportes: Su deporte favorito trekking y escalar

Pasatiempos y Hobbies: Viajar y pasear a su perro y estar con sus amigos

Personalidad: Es un chico alegre, positivo y social.

Percepción sobre las residencias universitarias

En el año 2006 luego de graduarse él fue a una universidad en Londres donde vivió 2 años en una residencia, su percepción es bueno sin embargo no le gustó no tener baño privado y que habían muchas normas

Daniel Granda



Perfil

Edad: 24 años

Estado Civil: Soltero

Estudios: Ultimo semestre en la carrera de administración de empresa en la UIDE

Deportes: escalar

Pasatiempos y Hobbies: Viajar

Personalidad: Es alguien tranquilo y sabe lo que quiere

Percepción sobre las residencias universitarias

En el año 2006 luego de graduarse se fue a un intercambio de ingles a Londres donde tuvo que vivir en una residencia, le gusto mucho la experiencia pues conoció a muchas personas y culturas de otros países

Camila Naranjo



Perfil

Edad: 19 años

Estado Civil: Soltera

Estudios: bachiller por entrar a la universidad SEK

Deportes: tela

Pasatiempos y Hobbies: Viajar, pasar tiempo con su novio y la naturaleza

Personalidad: Es extrovertida y relajada

Percepción sobre las residencias universitarias

Ella conoce el concepto de residencia universitaria, sin embargo no ha vivido esa experiencia. Piensa que es un lugar donde puedes tener más amigos y conocer gente, a ella le gustaría vivir en una residencia cuando vaya a estudiar en el exterior.

Bianka Walker



Perfil

Edad: 20 años

Estado Civil: Soltera

Estudios: USFQ

Deportes: natación

Pasatiempos y Hobbies: ir de compras con sus amigas

Personalidad: Es divertida, espontanea y generosa

Percepción sobre las residencias universitarias

Ha oído acerca de las residencias universitarias, ya que algunas de sus amigas han vivido ahí, le parece una experiencia chévere y quisiera hacerlo.

Maria de la Cruz Alvarez



Perfil

Edad: 22 años

Estado Civil: Soltero

Estudios: UDLA, sexto semestre en la carrera de Diseño Industrial

Deportes:

Pasatiempos y Hobbies: escuchar música y salir de fiesta

Personalidad: es alguien dulce siempre trata de buscar una solución a los problemas y es sencilla

Percepción sobre las residencias universitarias

Conoce el concepto de residencia universitaria y le gusta, Ella es de la ciudad de Riobamba y vive cerca de la universidad, sin embargo cree que sería chévere una residencia.

Nicolas Sotomayor



Perfil

Edad: 23 años

Estado Civil: Soltero

Estudios: Savannah College, último semestre en la carrera de Diseño Grafico

Deportes: Slackline

Pasatiempos y Hobbies: escalar, dibujar y escuchar jazz

Personalidad: Es relajado, alternativo y positivo

Percepción sobre las residencias universitarias

Actualmente, él vive en la residencia de la universidad y le gusta pues pasa con gente de su edad, lo malo es que es una ciudad pequeña y no tiene mucho que hacer, él estudiaba en la USFQ

Pedro Vallejo



Perfil

Edad: 21 años

Estado Civil: Soltero

Estudios: USFQ, sexto semestre en la carrera de Arquitectura

Deportes: escalar

Pasatiempos y Hobbies: ir a escalar a Sigsipamba o Cojitambo

Personalidad: es alternativo, una persona tímida y sencilla

Percepción sobre las residencias universitarias

Se fue a Bélgica al terminar el colegio y tuvo la oportunidad de conocer gente que vivió en residencias, por lo que entiende bien el concepto. A él le hubiera gustado vivir esa experiencia.

Estefania Larreategui



Perfil

Edad: 23 años

Estado Civil: Soltera

Estudios: UDLA, último semestre en la carrera de Ing. Ambiental

Deportes: trotar

Pasatiempos y Hobbies: le gusta jugar futbol y también verlo, hinchada del Barcelona

Personalidad: es alegre, social, le gusta salir y hacer amigos.

Percepción sobre las residencias universitarias

Ella es de Sto. Domingo y desde que empezó la universidad ha vivido en la ciudad de Quito, he escuchado acerca del concepto de residencias universitarias, pero no conoce ninguna dentro de la ciudad. Ella cree que es un buen lugar y ambiente para estar rodeado de gente de su edad.

Rene Robalino



Perfil

Edad: 22 años

Estado Civil: Soltero

Estudios: UDLA, último semestre en la carrera de Ing. Marketing

Deportes: trotar y hacer cualquier tipo de ejercicio.

Pasatiempos y Hobbies: le gusta viajar, comer bien y ejercitarse

Personalidad: es un chico tranquilo y generoso, se preocupa mucho por sus amigos y familia.

Percepción sobre las residencias universitarias

El es de Sto. Domingo y en un principio vivió con sus tíos, actualmente vive con su hermano. La percepción que tiene acerca de las residencias universitarias, es que son buenas pues te dan todo lo que necesitan además de estar en un ambiente juvenil.

Anexo # 9 – Encuestas – tabulaciones- cruces

Datos personales

Nombre y apellido:

Sector donde vive:

Numero celular:

Correo electrónico:

1. Edad:

2. Genero:

Masculino

Femenino

3. ¿Es estudiante universitario?

Si

No

4. ¿En qué universidad esta?

5. ¿Tiene vehículo?

Si

No

6. ¿Ha escuchado el concepto de residencias universitarias?

Si

No (explicar)

7. ¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?

Si

No

8. Enumerar del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante, que servicios le gustaría que estén incluidos en el pago de la mensualidad o arriendo de una residencia universitaria en el sector de cumbaya.

- Servicios básicos
- Servicio de internet
- Limpieza de habitaciones
- Servicio de alimentación
- Seguridad

9. Enumerar del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante, los servicios adicionales le gustaría que ofrezca una residencia en el sector de cumbaya.

- Gimnasio
- Uso de piscina y parrilla
- Tv cable
- Servicio de lavandería y planchado
- Entrega y cambio de sabanas y toalla

10. Enumerar del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante, que artículos adicionales además de cama, velador, lámpara, armario, escritorio, silla le gustaría que incluya la habitación.

- Baño privado
- Microondas
- Teléfono
- Televisión
- Aire acondicionado
- Sala de estudio

11. ¿Qué atributos adicionales a los ya mencionados le gustaría que maneje la residencia con respecto a diseño, servicio u otros?

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el arriendo mensual de un departamento con todos los servicios antes mencionados, en el sector de Cumbayá?

\$500-\$800

\$800-\$1000

\$1500-\$1800

13. ¿Compartiría la habitación con otra persona?

Si

No

14. ¿Con quién lo haría?

Familia (hermano, primo etc.)

Amigos

Otros (especifique)

15. Bajo que concepto te gustaría que funcione una residencia universitaria ubicada en el sector de Cumbayá

Rustico

Contemporáneo

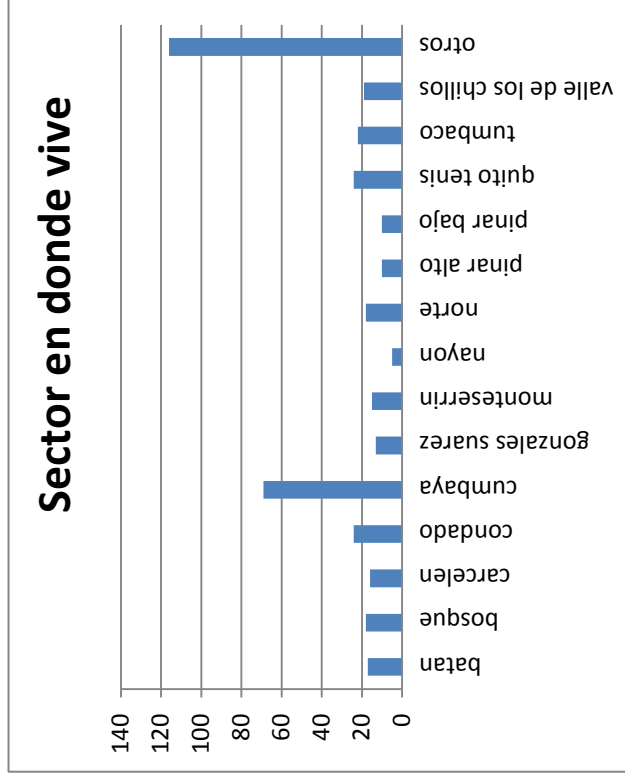
Colonial

Clásico

TABULACIONES - ENCUESTAS

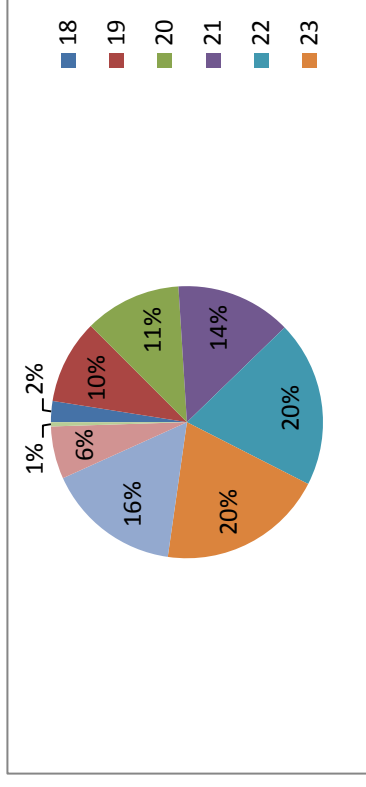
DATOS PERSONALES- SECTOR DONDE VIVE

	Sector donde vive		
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
Batan	17	4,3	4,3
Bosque	18	4,5	4,5
Carcelen	16	4,0	4,0
Condado	24	6,0	6,1
Cumbaya	69	17,3	17,4
gonzales Suarez	13	3,3	3,3
Monteserrin	15	3,8	3,8
Nayon	5	1,3	1,3
Norte	18	4,5	4,5
pinar alto	10	2,5	2,5
pinar bajo	10	2,5	2,5
quito tenis	24	6,0	6,1
Tumbaco	22	5,5	5,6
valle de los chillos	19	4,8	4,8
Otros	116	29,2	29,3
Total	396	99,0	100,0
Perdidos	4	1,0	
Total	400	100,0	



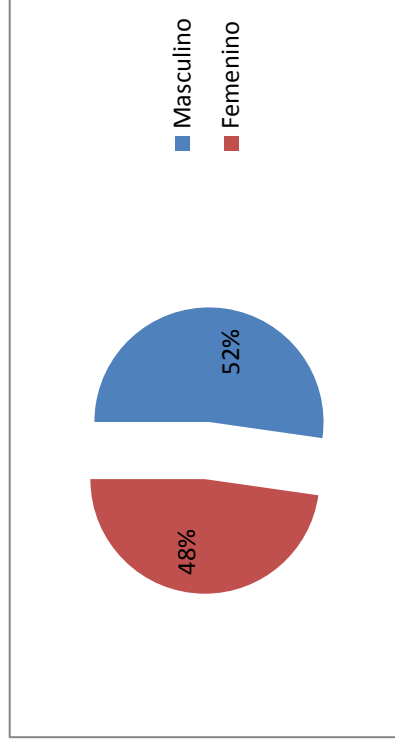
1.EDAD

Edad del entrevistado			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
18	10	2,5	2,5
19	40	10,0	10,0
20	46	11,5	11,5
21	55	13,8	13,8
22	79	19,8	19,8
23	79	19,8	19,8
24	64	16,0	16,0
25	25	6,3	6,3
26	2	,5	,5
Total	400	100,0	100,0



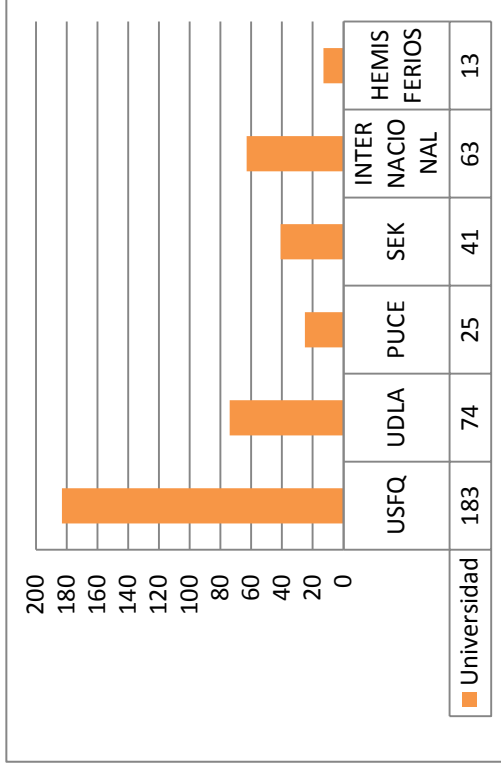
2.GENERO

Genero			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
Masculino	209	52,3	52,3
Femenino	191	47,8	47,8
Total	400	100,0	100,0



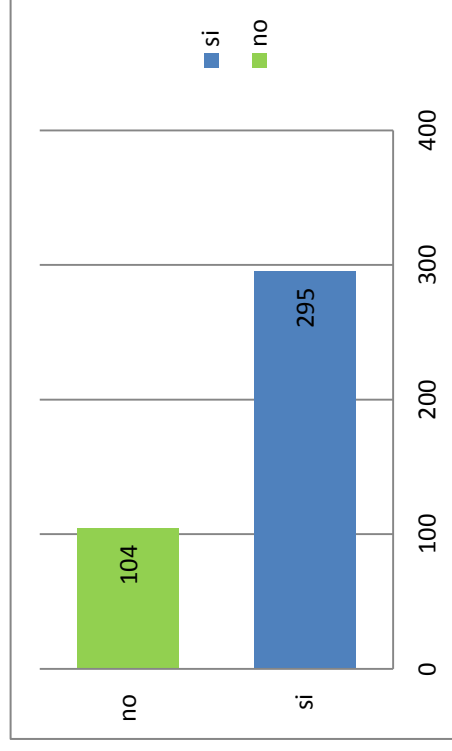
3. UNIVERSIDAD

En que universidad esta				
Válidos	USFQ	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	UDLA	74	18,5	18,5
	PUCE	25	6,3	6,3
	SEK	41	10,3	10,3
	INTERNACIONAL	63	15,8	15,8
	HEMISFERIOS	13	3,3	3,3
	Total	399	99,8	100,0
Percidos	0	1	,3	
Total		400	100,0	



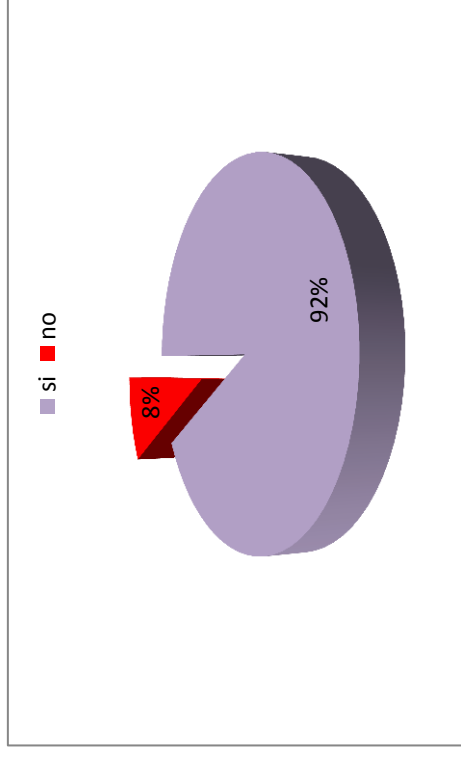
4.VEHICULO

¿Tiene vehículo?				
Válidos	Si	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	No	104	26,0	26,1
	Total	399	99,8	100,0
Percidos	0	1	,3	
Total		400	100,0	



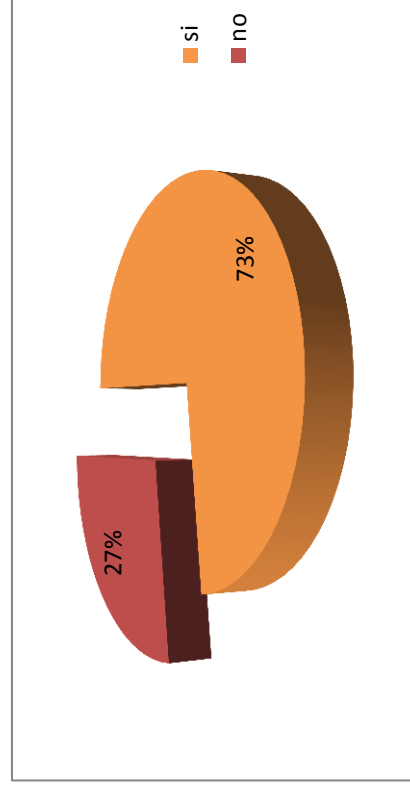
5. CONCEPTO RESIDENCIA UNIVERSITARIA

¿Ha escuchado el concepto de residencia universitaria?			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
si	366	91,5	91,7
no	33	8,3	8,3
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	1	,3	
Total	400	100,0	



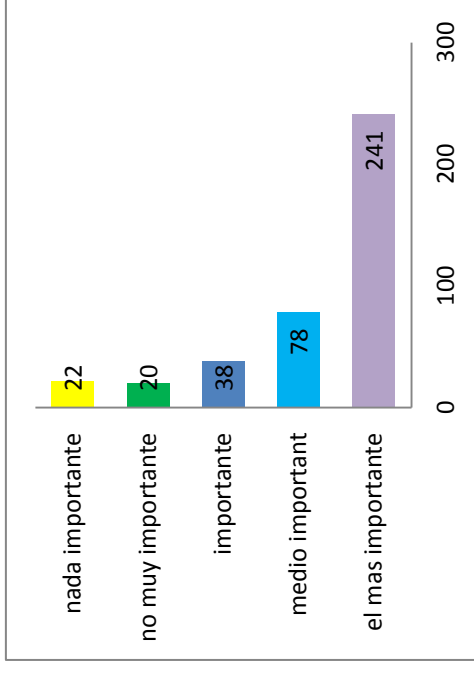
6. SECTOR CUMBAYA

¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
si	290	72,5	72,7
no	109	27,3	27,3
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	1	,3	
Total	400	100,0	



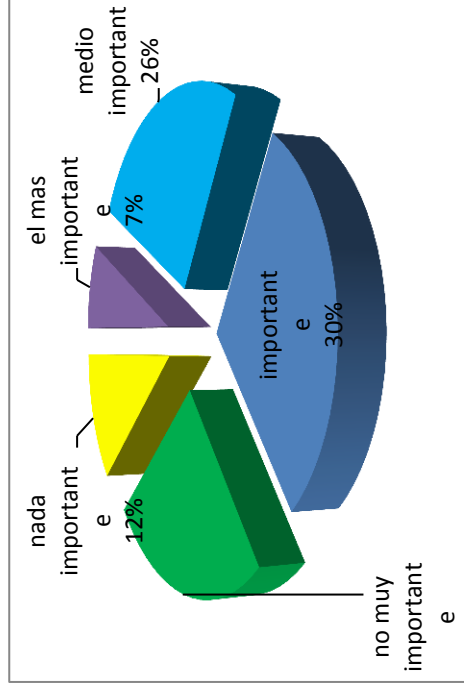
7. IMPORTANCIA SERVICIOS BASICOS

Importancia de servicios básicos en el pago de mensualidad			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	241	60,3	60,4
medio importante	78	19,5	19,5
importante	38	9,5	9,5
no muy importante	20	5,0	5,0
nada importante	22	5,5	5,5
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	



7. IMPORTANCIA INTERNET

Importancia de internet en el pago de mensualidad			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	30	7,5	7,5
medio importante	103	25,8	25,8
importante	121	30,3	30,3
no muy importante	99	24,8	24,8
nada importante	46	11,5	11,5
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	

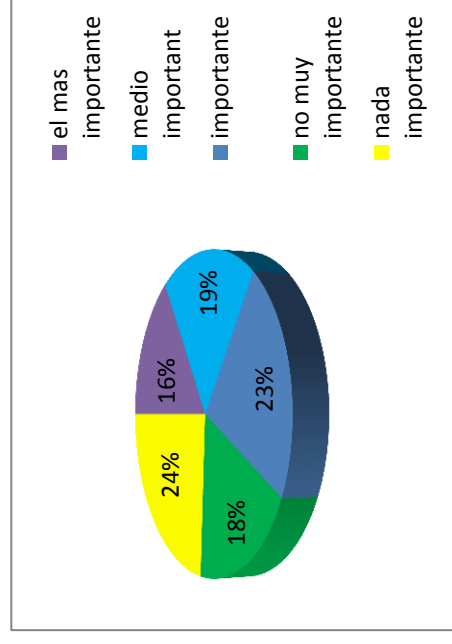
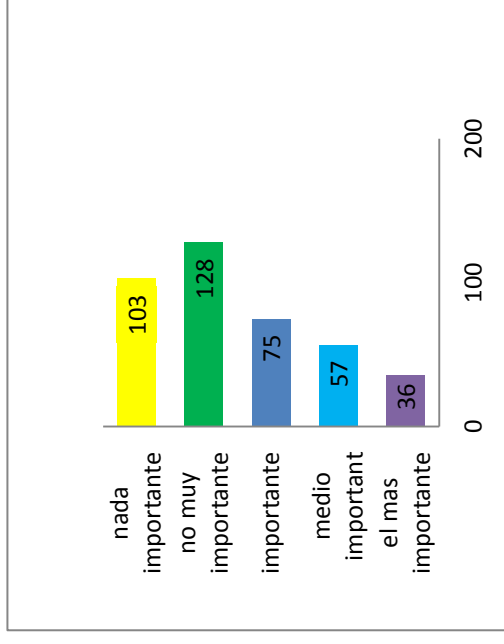


7. ALIMENTACION

Importancia serv de alimentacion en el pago de mensualidad			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	36	9,0	9,0
medio importante	57	14,3	14,3
importante	75	18,8	18,8
no muy importante	128	32,0	32,1
nada importante	103	25,8	25,8
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	

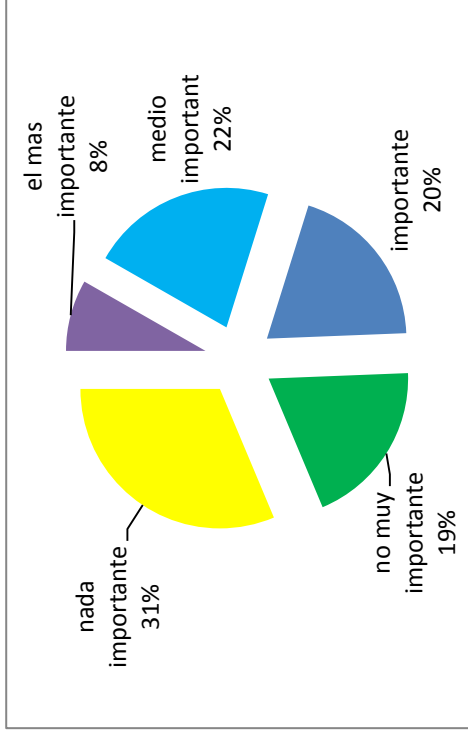
7. LIMPIEZA HABITACIONES

Importancia de la limpieza habitaciones en el pago de mensualidad			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	63	15,8	15,8
medio importante	76	19,0	19,0
importante	91	22,8	22,8
no muy importante	73	18,3	18,3
nada importante	96	24,0	24,1
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	



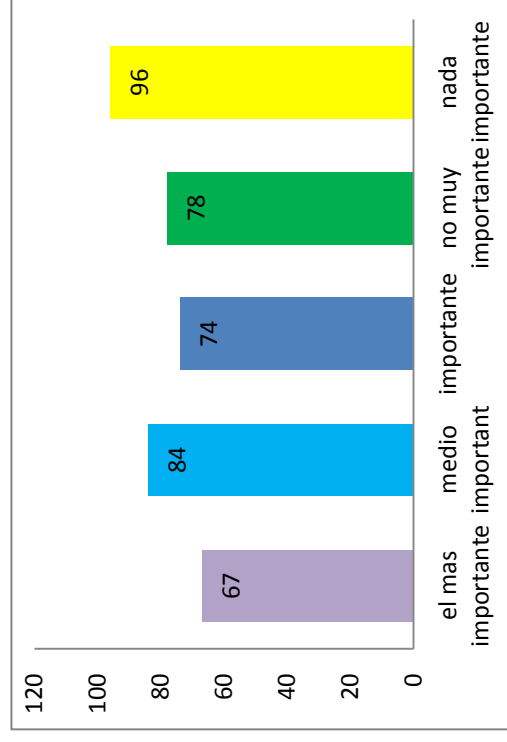
7. SEGURIDAD

Importancia seguridad en el pago de mensualidad			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	33	8,3	8,3
medio importante	86	21,5	21,6
importante	78	19,5	19,5
no muy importante	77	19,3	19,3
nada importante	125	31,3	31,3
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1,3	
Total	400	100,0	



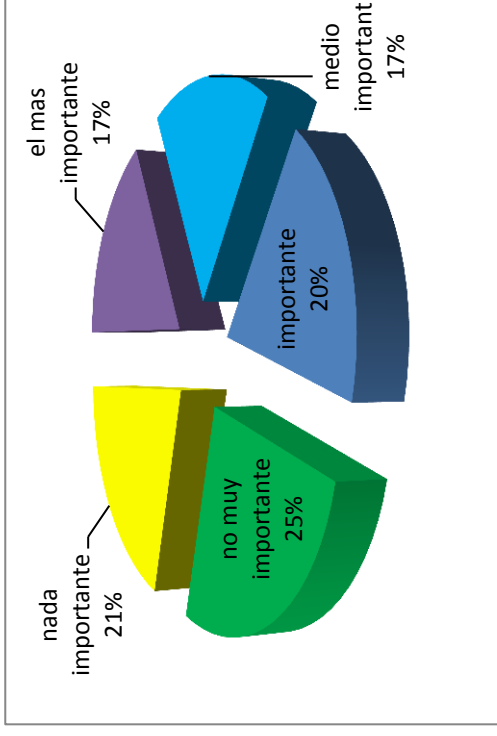
8. SERVICIOS ADICIONALES – GIMNASIO

Servicios adicionales de la residencia gimnasio			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	67	16,8	16,8
medio importante	84	21,0	21,1
importante	74	18,5	18,5
no muy importante	78	19,5	19,5
nada importante	96	24,0	24,1
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1,3	
Total	400	100,0	



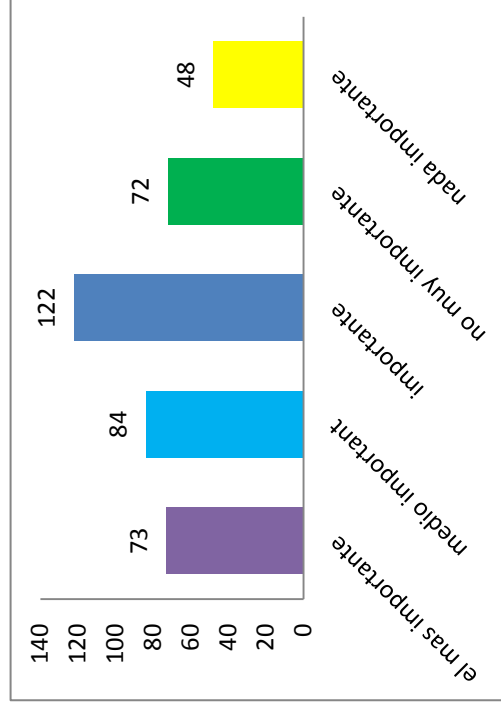
8. SERVICIOS ADICIONALES – PISCINA & PARRILLA

Servicios adicionales de la residencia piscina y parrilla			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	69	17,3	17,3
medio importante	69	17,3	17,3
importante	78	19,5	19,5
no muy importante	101	25,3	25,3
nada importante	82	20,5	20,6
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	,3	
Total	400	100,0	



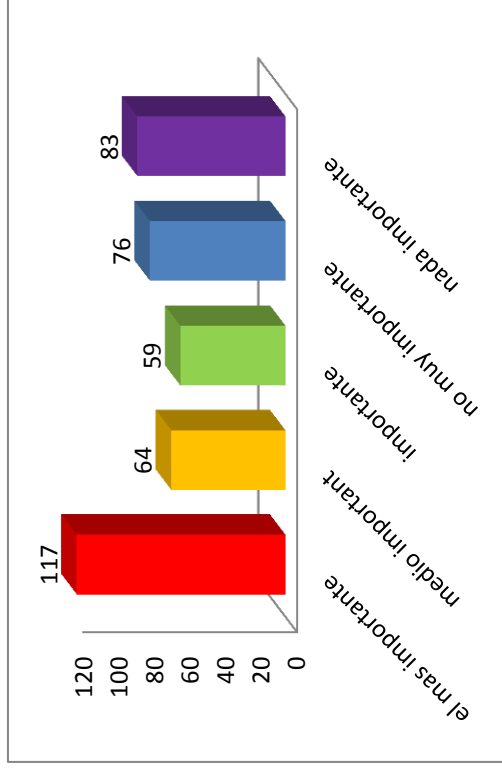
8. SERVICIOS ADICIONALES – CABLE

Servicios adicionales de la residencia TV Cable			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	73	18,3	18,3
medio importante	84	21,0	21,1
importante	122	30,5	30,6
no muy importante	72	18,0	18,0
nada importante	48	12,0	12,0
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	,3	
Total	400	100,0	



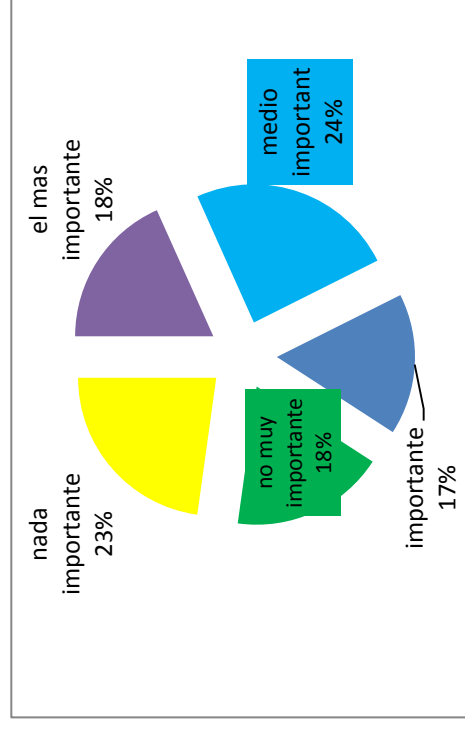
8. SERVICIOS ADICIONALES – LAVANDERIA Y PLANCHADO

Servicios adicionales de la residencia lavandería y planchado			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	117	29,3	29,3
	64	16,0	16,0
	59	14,8	14,8
	76	19,0	19,0
	83	20,8	20,8
	399	99,8	100,0
Perdidos	1	,3	
Total	400	100,0	



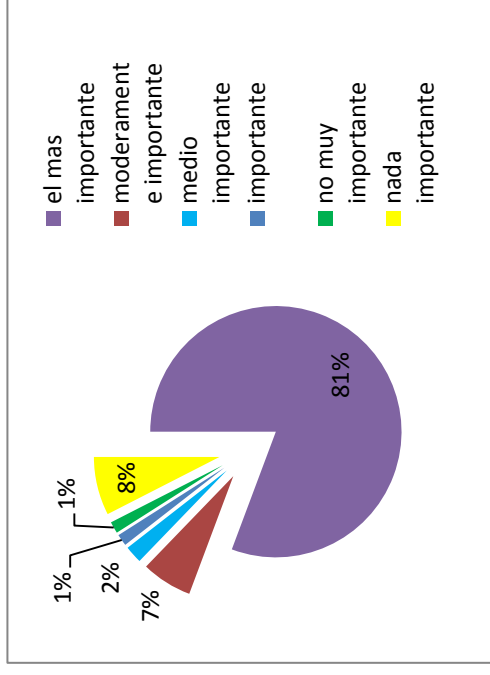
8. SERVICIOS ADICIONALES – CAMBIO DE SABANAS Y TOALLAS

Servicios adicionales de la residencia cambio sábanas y toalla			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	73	18,3	18,3
	97	24,3	24,3
	66	16,5	16,5
	72	18,0	18,0
	91	22,8	22,8
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	1	,3	
Total	400	100,0	



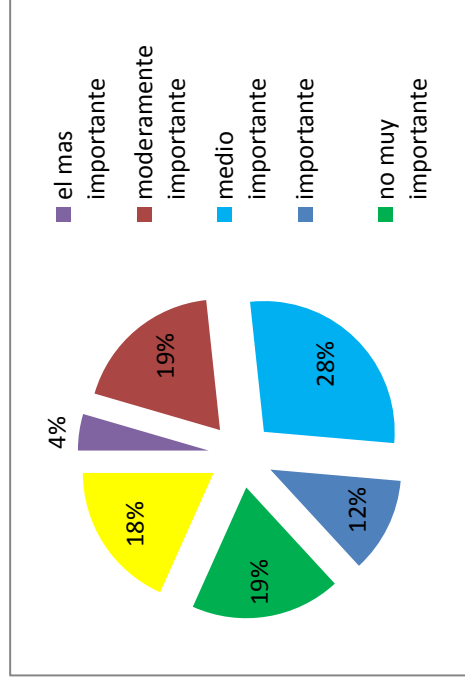
9. MUEBLES ADICIONALES – BAÑO PRIVADO

Artículos adicionales habitación baño privado			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
el más importante	322	80,5	80,7
modernamente importante	26	6,5	6,5
medio importante	9	2,3	2,3
importante	6	1,5	1,5
no muy importante	6	1,5	1,5
nada importante	30	7,5	7,5
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0		
Total	400	100,0	



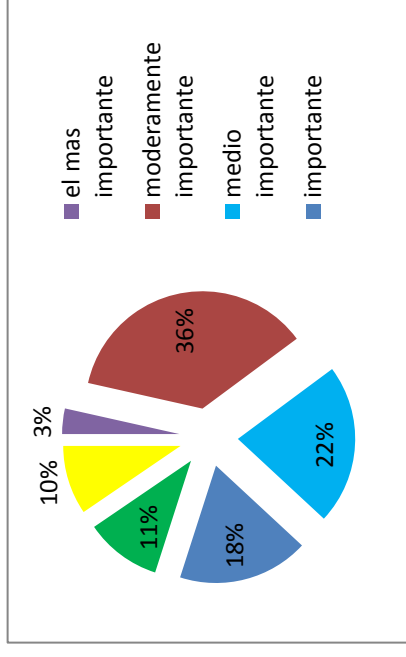
9. MUEBLES ADICIONALES – MICROONDAS

Artículos adicionales habitación microondas			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
el más importante	18	4,5	4,5
modernamente importante	75	18,8	18,8
medio importante	112	28,0	28,1
importante	47	11,8	11,8
no muy importante	74	18,5	18,5
nada importante	73	18,3	18,3
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0		
Total	400	100,0	



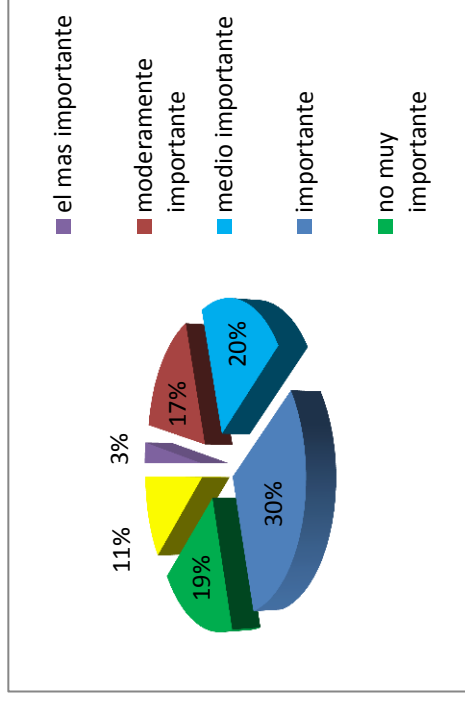
9. MUEBLES ADICIONALES – TELEFONO

Artículos adicionales habitación teléfono			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	14	3,5	3,5
moderadamente importante	145	36,3	36,3
medio importante	88	22,0	22,1
importante	72	18,0	18,0
no muy importante	42	10,5	10,5
nada importante	38	9,5	9,5
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	



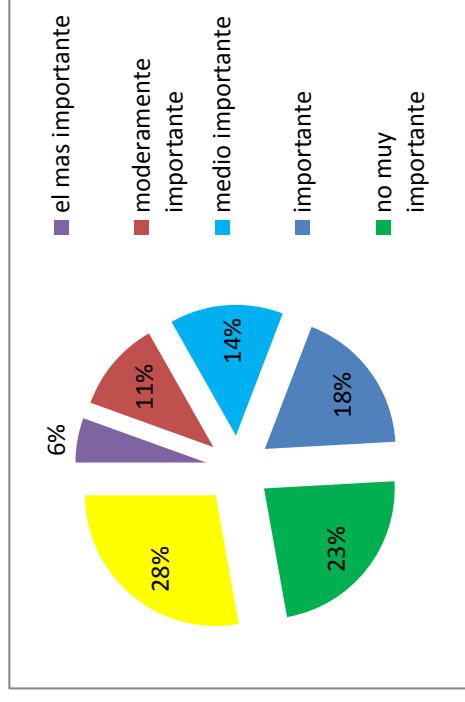
9. MUEBLES ADICIONALES – TELEVISION

Artículos adicionales habitación televisión			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el mas importante	11	2,8	2,8
moderadamente importante	68	17,0	17,0
medio importante	80	20,0	20,1
importante	120	30,0	30,1
no muy importante	75	18,8	18,8
nada importante	44	11,0	11,0
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	



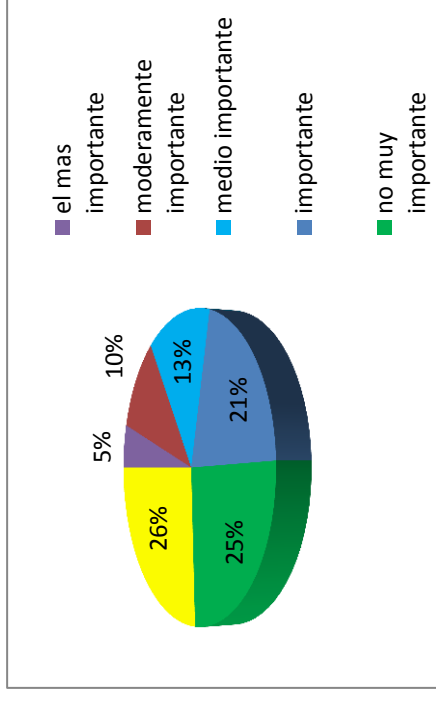
9. MUEBLES ADICIONALES – SALA DE ESTUDIO

Artículos adicionales habitación sala de estudio			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	22	5,5	5,5
modernamente importante	45	11,3	11,3
medio importante	56	14,0	14,0
importante	73	18,3	18,3
no muy importante	92	23,0	23,1
nada importante	111	27,8	27,8
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	



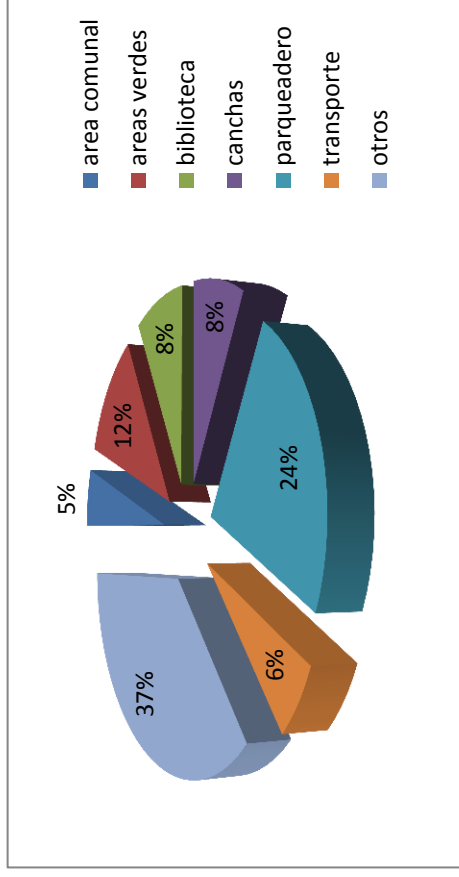
9. MUEBLES ADICIONALES – AIRE ACONDICIONADO

Artículos adicionales habitación aire acondicionado			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
el más importante	19	4,8	4,8
modernamente importante	42	10,5	10,5
medio importante	54	13,5	13,5
importante	82	20,5	20,6
no muy importante	99	24,8	24,8
nada importante	103	25,8	25,8
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total	400	100,0	



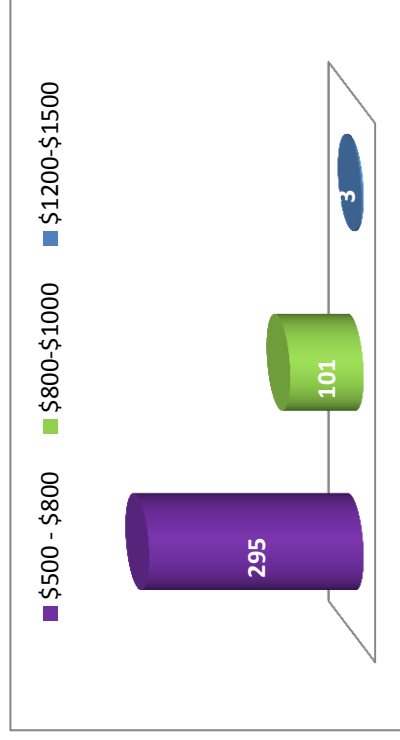
10. ATRIBUTOS ADICIONALES A LOS YA MENCIONADOS ANTERIORMENTE

¿Qué atributos adicionales le gustaría que maneje la residencia?		Frecuencia
área comunal		15
áreas verdes		33
biblioteca		24
canchas		23
parqueadero		68
transporte		18
otros		106
Total		287
Perdidos	0	113
Total		400



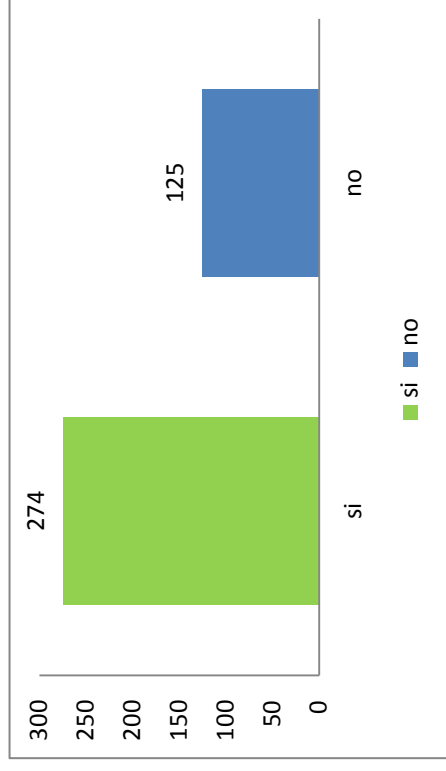
11. PRECIO

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
\$500 - \$800	295	73,8	73,9
\$800-\$1000	101	25,3	25,3
\$1200-\$1500	3	,8	,8
Total	399	99,8	100,0
Perdidos	1	,3	
Total	400	100,0	



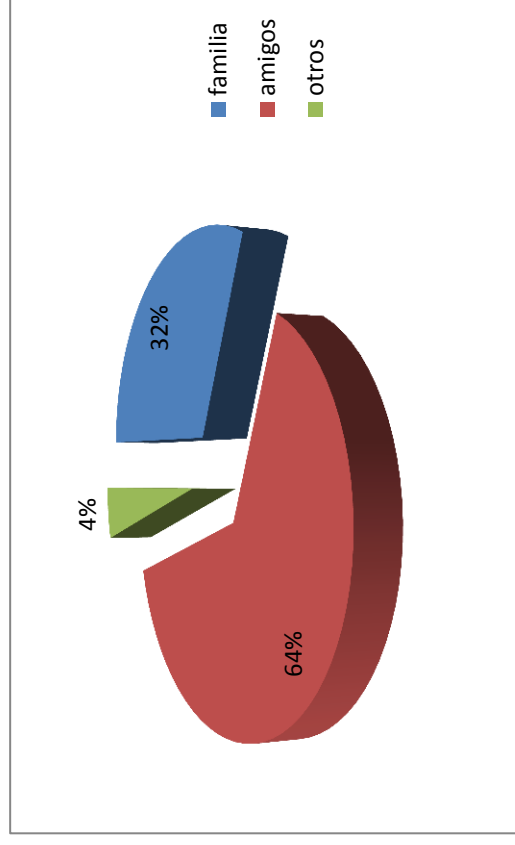
12. HABITACION COMPARTIDA

¿Compartiría habitación con otra persona?			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
	si	274	68,7
	no	125	31,3
	Total	399	100,0
Perdidos	0	1	,3
Total		400	100,0



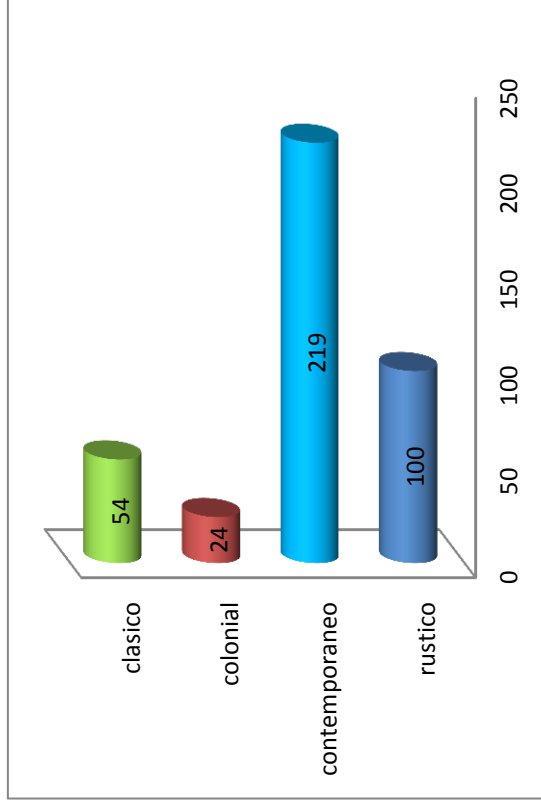
13. CON QUIEN COMPARTIRIA LA HABITACION

¿Con quien lo haría?			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos			
	familia	87	21,8
	amigos	178	44,5
	otros	12	3,0
	Total	277	69,3
Perdidos	0	123	30,8
Total		400	100,0



14. DISEÑO DE LA RESIDENCIA

¿Bajo que concepto le gustaría que funcione la residencia universitaria			
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
rustico	100	25,0	25,1
contemporáneo	219	54,8	55,0
colonial	24	6,0	6,0
clásico	54	13,5	13,6
22	1	,3	,3
Total	398	99,5	100,0
Perdidos	0	,3	
Sistema	1	,3	
Total	2	,5	
Total	400	100,0	

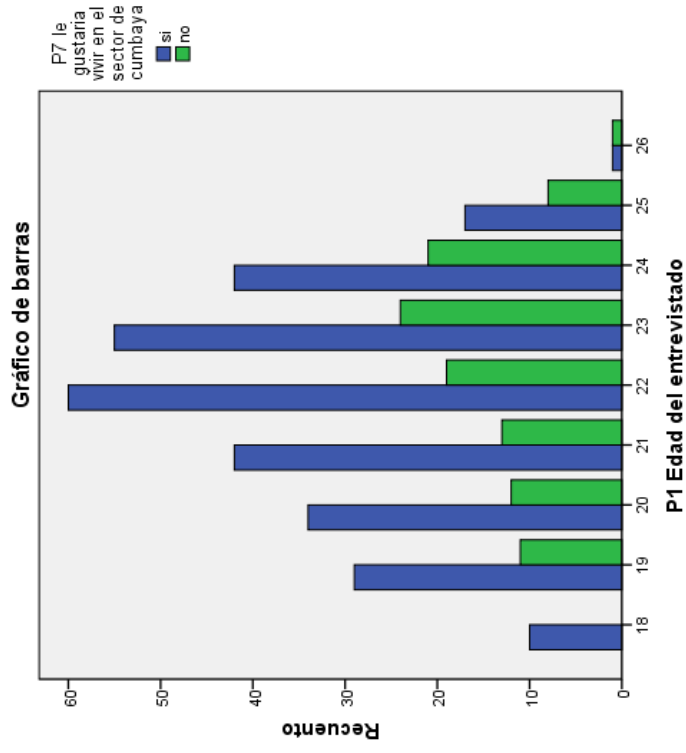


CRUCES DE VARIABLES

1. EDAD VS SECTOR

Tabla de contingencia Edad del entrevistado * Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá

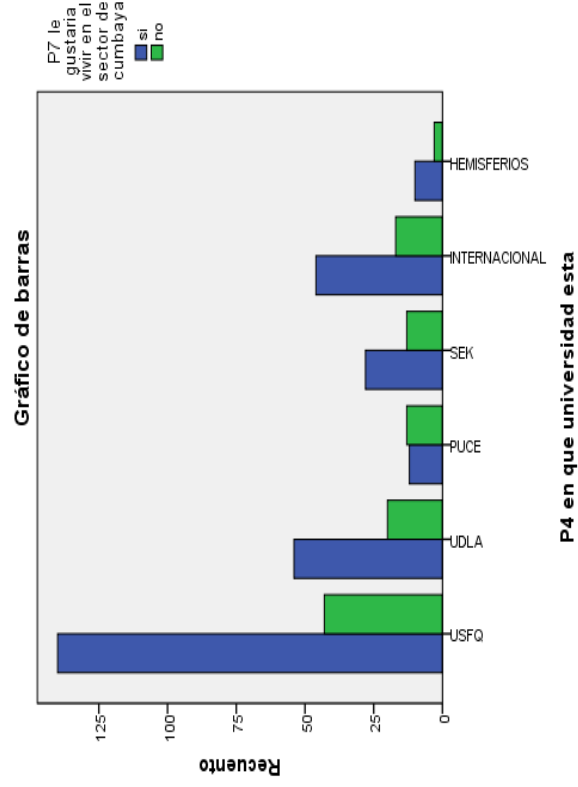
Edad del entrevistado	¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?		Total
	si	no	
18	10	0	10
19	29	11	40
20	34	12	46
21	42	13	55
22	60	19	79
23	55	24	79
24	42	21	63
25	17	8	25
26	1	1	2
Total	290	109	399



2. SECTOR VS UNIVERSIDAD

Tabla de contingencia ¿En qué universidad esta * ¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá

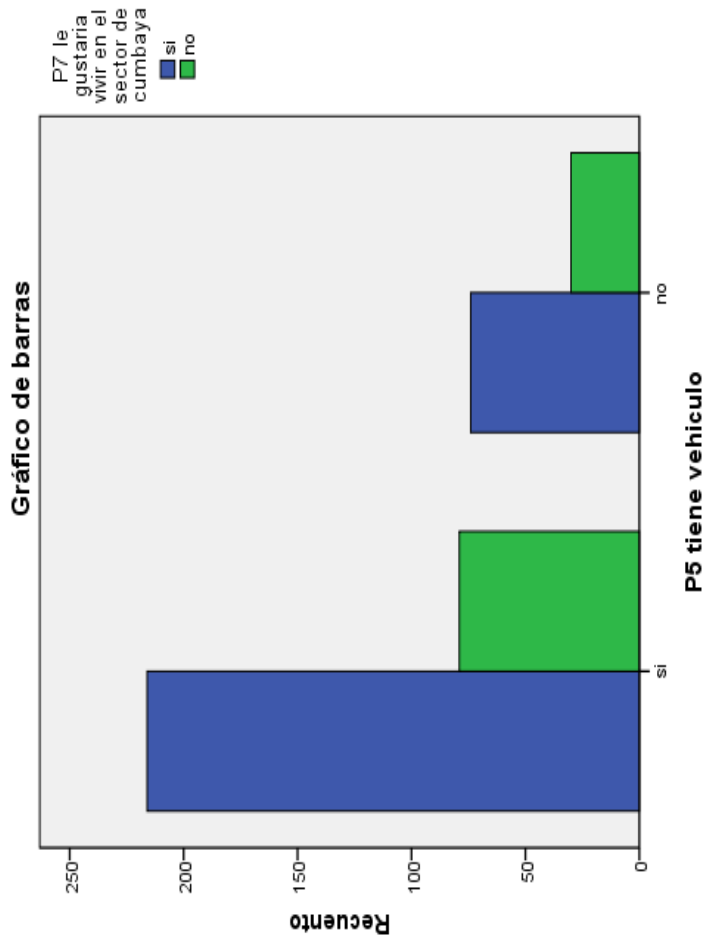
Recuento	¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?		Total	%
	si	no		
¿En qué universidad esta?				
USFQ	140	43	183	46
UDLA	54	20	74	19
PUCE	12	13	25	6
SEK	28	13	41	10
INTERNACIONAL	46	17	63	16
HEMISFERIOS	10	3	13	3
Total	290	109	399	100



3. SECTOR VS VEHICULO

Tabla de contingencia ¿ Tiene vehículo? ¿ Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?

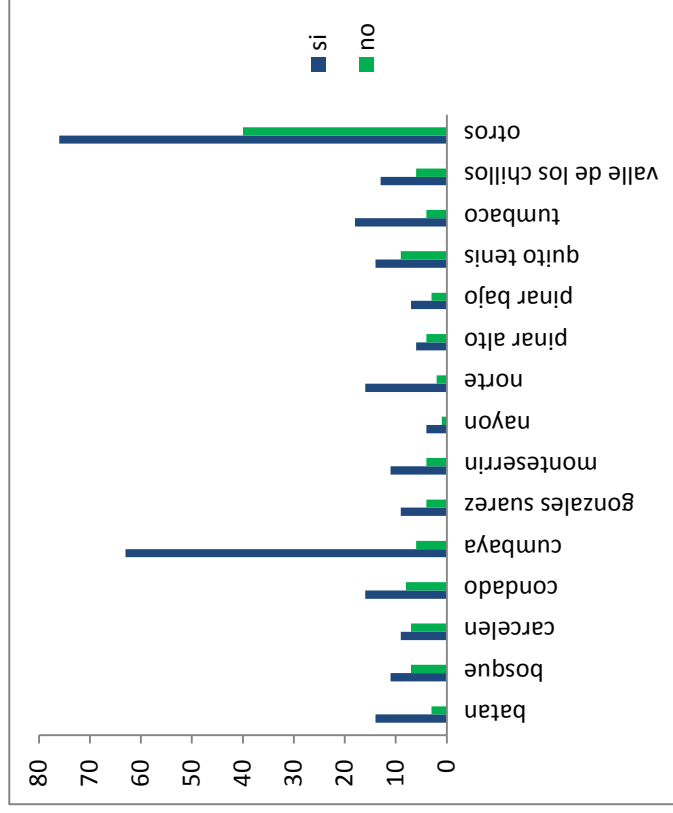
	P7 le gustaría vivir en el sector de Cumbayá		Total
	si	no	
¿ tiene vehículo?	216	79	295
	74	30	104
Total	290	109	399



4. SECTOR DONDE VIVE VS SECTOR DE CUMBAYA

Tabla de contingencia Sector donde vive * ¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?

Sector donde vive	Recuento	¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?		Total
		si	no	
	batan	14	3	17
	bosque	11	7	18
	Carcelén	9	7	16
	condado	16	8	24
	Cumbayá	63	6	69
	Gonzales Suarez	9	4	13
	monteserrin	11	4	15
	nayon	4	1	5
	norte	16	2	18
	pinar alto	6	4	10
	pinar bajo	7	3	10
	quito tenis	14	9	23
	tumbaco	18	4	22
	valle de los chillos	13	6	19
	otros	76	40	
	total	287	108	395

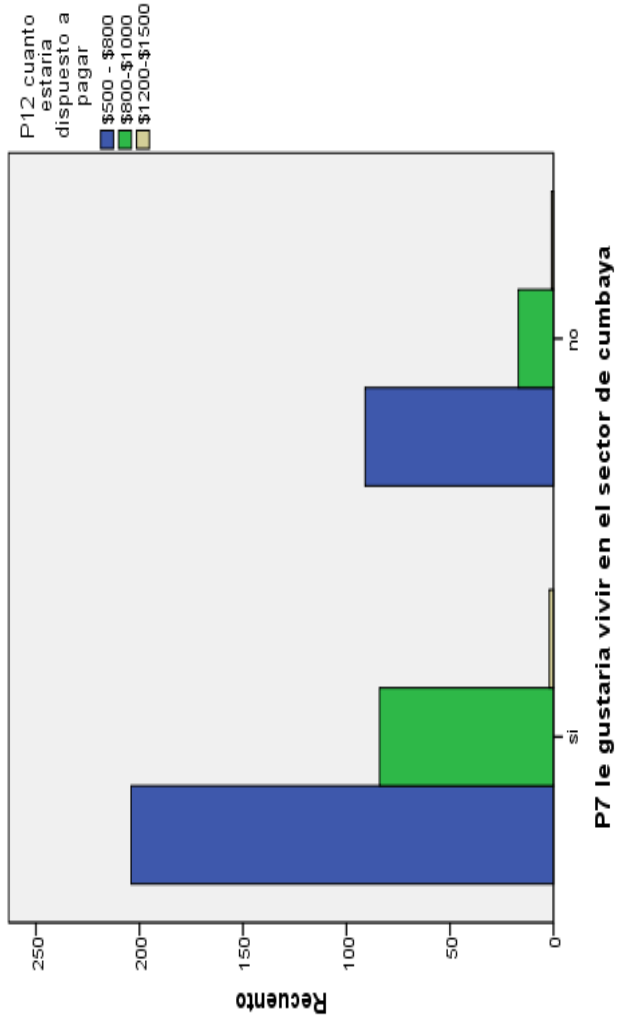


5. SECTOR DE CUMBAYA VS PRECIO

Tabla de contingencia ¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá * ¿cuánto estaría dispuesto a pagar

Recuento	¿Le gustaría vivir en el sector de Cumbayá?	¿cuánto estaría dispuesto a pagar?			Total
		\$500 - \$800	\$800-\$1000	\$1200-\$1500	
	si	204	84	2	290
	no	91	17	1	109
	Total	295	101	3	399

Gráfico de barras



Anexo 10 - Estratificación de Nivel Socioeconómico

Clase A:

Representa el 1,9% de la población.

Característica de la vivienda

- El material predominante del piso de estas viviendas son de duela, parquet, tablón o piso flotante
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- Todos los hogares disponen de servicio de teléfono convencional.
- Todos los hogares de esta clase cuentan con refrigeradora.
- Más del 95% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares de este estrato tienen dos televisiones a color.
- Más del 80% de los hogares tiene hasta dos vehículos de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología

- El 99% de los hogares de este nivel cuentan con servicio de internet.
- La mayoría de los hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil
- En promedio disponen de cuatro celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.
- Los hogares de este nivel utilizan internet.
- El 99% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo).
- El 92% de los hogares utiliza alguna página social en internet.
- El 76% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe de Hogar tiene un nivel de instrucción superior y un número considerable alcanza estudios de post grado.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de empresas.
- El 95% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.

- El 79% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

Clase B

Representa el 11,2% de la población investigada.

Características de la vivienda

- En el 46% de los hogares, el material predominante del piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 97% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 99% de los hogares cuenta con refrigeradora.
- Más del 80% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares tienen dos televisiones a color.
- En promedio los hogares tienen un vehículo de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología

- El 81% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet y computadora de escritorio.
- El 50% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de tres celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 98% de los hogares utiliza internet.
- El 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 76% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 69% de los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción superior.

Economía

- El 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
- El 92% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.

- El 47% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización; seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

Clase C+

Representa el 22,8% de la población.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de cerámica, baldosa, vinil o marmetón.
- En promedio tienen un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 83% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 96% de los hogares tiene refrigeradora.
- Más del 67% de los hogares tiene cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio tienen dos televisiones a color.

Tecnología

- El 39% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet.
- El 62% de los hogares tiene computadora de escritorio
- El 21% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de dos celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- El 38% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 90% de los hogares utiliza internet.
- El 77% de los hogares tiene correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 63% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 46% de los hogares han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.
- El 77% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 20% de los hogares cuenta con seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales.

Clase C-

Representa el 49,3% de la población.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son ladrillo o cemento.
- En promedio tienen un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 52% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- Más del 84% tiene refrigeradora y cocina con horno.
- Menos del 48% tiene lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio tienen una televisión a color.

Tecnología

- El 11% de hogares tiene computadora de escritorio.
- En promedio disponen de dos celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- El 14% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 43% de los hogares utiliza internet.
- El 25% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 19% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 22% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel C- se desempeñan como trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
- El 48% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 6% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

Clase D

Representa el 14,9% de la población.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de ladrillo o cemento, tabla sin tratar o tierra.
- El 31% de hogares tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 12% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- Menos del 43% tiene refrigeradora y cocina con horno.
- El 5% de los hogares tiene lavadora.
- El 10% tiene equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio tienen un televisor a color.

Tecnología

- En promedio disponen de un celular en el hogar.

Hábitos de consumo

- El 9% de los hogares utiliza internet.
- El 9% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel D se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
- El 11% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.

Anexo 11 – muebles y enseres

HABITACIONES			
PRODUCTO	CANT	PRECIO U	PRECIO
CAMAS 2 PLAZAS METAL C/MADERA NEGRA	81	\$188,00	\$15.228,00
COLCHON DOBLE PLAZA OPHELIA	81	\$241,00	\$19.521,00
VELADOR MADERA METAL	81	\$67,50	\$5.467,50
LAMPARA DE MESA 33X33X59CM	81	\$89,99	\$7.289,19
SILLA DE OFICINA	81	\$34,90	\$2.826,90
MICROONDAS 700W GENERAL ELECTRIC	48	\$117,99	\$5.663,52
LCD 32" RIVIERA	48	\$699,00	\$33.552,00
TELEFONO INALAMBICO	48	\$33,90	\$1.627,20
AIRE ACONDICIONADO ELECTROLUX	48	\$576,99	\$27.695,52
ARMARIO CON ESCRITORIO INCLUIDO (MODULAR)	15	\$1.000,00	\$15.000,00
ESCRITORIO MODULAR PARA 2 PERSONAS	33	\$852,00	\$28.116,00
DECODIFICADOR DIGITAL L12	50	\$28,00	\$1.400,00
AREA COMUNAL			
SOFA 3 LUGARES	8	\$599,00	\$4.792,00
MESAS DE TRABAJO 6 PERSONAS	8	\$1.222,00	\$9.776,00
SILLAS FIJAS	60	\$248,00	\$14.880,00
FUTBOLIN 0.70X1.40 CM	4	\$350,00	\$1.400,00
BILLAR	4	\$650,00	\$2.600,00
LAVADORA GENERAL ELECTRIC 33 LB	1	\$609,00	\$609,00
SECADORAS GENERAL ELECTRIC 33 LB	1	\$613,65	\$613,65
PLANCHA BLACK&DECKER CERAMICA	1	\$72,90	\$72,90
TABLA DE PLANCHAR	1	\$25,80	\$25,80
SILLA PEREZOSA 131X49.5X84CM	30	\$209,00	\$6.270,00
SILLA PARA JARDIN	30	\$83,80	\$2.514,00
PARASOLES 200 CM NYLON MULTICOLOR	30	\$13,61	\$408,30
MESAS DE VIDRIO PARA PATIO	30	\$35,90	\$1.077,00
PARRILA/ASADOR A GAS	1	\$543,90	\$543,90

CAMINADORA	5	\$1.000,00	\$5.000,00
MAQUINA ELIPTICA	5	\$450,00	\$2.250,00
GIMNASIO 3 C/PESAS 120 LBS	5	\$ 491,99	\$2.459,95
MAQUINA DISPENSADORA DE CAFÉ	1	\$ 1.800,00	\$1.800,00
COCINA			
VAJILLA 20 PCS NA8530	17	\$35,90	\$610,30
JUEGO DE CUBIERTOS 24 PZS	17	\$14,20	\$241,40
VASOS X 4 PCS 473 ML	20	\$17,90	\$358,00
JUEGO DE COMEDOR 7 PCS	17	\$579,00	\$9.843,00
REFIGERADORA MABE 16 PIES SILVER	1	\$923,40	\$923,40
COCINA 32" HACEB INOX	1	\$552,00	\$552,00
JUEGO DE OLLAS 7PZS	2	\$37,90	\$75,80
OLLA DE PRESION	2	\$46,30	\$92,60
JUEGO DE IMPLEMNTOS DE COCINA CROMADO X4	3	\$15,20	\$45,60
OLLA DE PRESION	1	\$14,00	\$14,00
TOTAL			\$233.235,43
15% DESCUENTO			\$ 34.985,31
SUBTOTAL			\$ 198.250,12
12% IVA			\$ 23.790,01
TOTAL A PAGAR			\$ 222.040,13

COMOHOGAR S.A.
SUKASA BOSQUE
RUC. 1790746119001

QUITO , 23 de Octubre de 2011

SRTA. PAMELA PEREZ
1713654414

PRESENTE.-

Tenemos el agrado de cotizar la siguiente mercaderia:

CODIGO	DESCRIPCION	REFERENCIA
CANT	MARCA	U.U.DOL
7861106301865	1650 334 AIRE ACO	ESK12C160W/B
AS- 180	576.99 103.858.20	12000BTU SPLIT/BASE
7576386048262	1811 367 MICROONDAS 0	MEX JES710WK
.7'	700W GEN ELECT	21.238.20
180	117.99	BLANCO SEGURO P/NIN
-NE-		

TOTAL:\$ 125,096.

40

En los precios señalados anteriormente Y A ESTA INCLUIDO EL 12% DE IVA. COMOHOGAR S.A. es contribuyente especial, por lo tanto no corre retencion sobre el 12% de IVA. Resol. 5368 del 02-JUN-95.

Adicionalmente concederemos el 10% de descuento con tarjeta SUPERMAXI ILIMITADA o EMPRESARIAL. SUKASA, TODOHOGAR. Esta proforma tiene validez por el tiempo de ocho dias sujeta a inventario de almacen.

SRA BRENDA AVILES
GERENTE SUKASA BOSQUE
ELABORADO POR JUAN CARLOS HERRERA
SECCION ELECTRODOMESTICOS
CEL 084426069
69072
HORA: 15:12

ORIGINAL



PYCCA S. A.
BOYACA No 1205 y 9 DE OCTUBRE TELEFONO: 2327950
GUAYAQUIL-ECUADOR
R.U.C. 0990000530001

PROFORMA No.
004-013-0008294
Fecha: 10/23/2011
Hora: 14:59:03

ALMACEN ORIGEN: PYCCA EL BOSQUE DIRECCION: AV. OCCIDENTAL 510 Y EL BOSQUE TELEFONO: (593) (02) 2435867

PROFORMA # 004-013-0008294	FECHA EMISION: 10/23/2011	FECHA VIGENCIA: 10/30/2011
PAMELA PEREZ	RUC : 1713654414	CLIENTE # 20550
CALLE SEXTA Y AVENIDA EL PARQUE #71	TELF.: 2460853	
OBSERVACIONES: EL DESCUENTO SE APLICARA POR LA CANCELACION EN EFECTIVO O CHEQUE		
ELABORADO POR: ALEXANDRA DE LAS MERCEDES HERRERA AVENDA		

PRECIOS VIGENTES A LA FECHA Y HORA							
CODIGO	ARTICULO	IVA	CANTIDAD	PRECIO	%	DESCUENTO	TOTAL
A00558	JGO. DE OLLAS 7PZS	S	2	\$37.90	15.00	\$11.37	\$64.43
A02048	ESPATULA 35CM CROMADO C/NEGRO	S	2	\$3.80	15.00	\$1.14	\$6.46
A02219	CUCHARA PARA SPAGUETTI 28 SCM	S	2	\$4.00	15.00	\$1.20	\$6.80
A02276	ESPUJADERA 35CM CROMADO C/NEGR	S	2	\$4.50	15.00	\$1.35	\$7.65
A07135	MICROONDA 0.7 700W SILVER DIGI	S	180	\$124.00	15.00	\$3,348.00	\$18,972.00
A31374	TRINCHE DE COCINA	S	2	\$2.90	15.00	\$0.87	\$4.93
A37724	COCINA 32" HACEB INOX	S	1	\$552.00	15.00	\$82.80	\$469.20
A39305	REFRIGERADORA MABE 16 PIES SIL	S	1	\$923.40	15.00	\$138.51	\$784.89
A39327	LAVADORA G.E. 33 LB	S	18	\$609.00	15.00	\$1,644.30	\$9,317.70
A39338	SECADORA DE ROPA G.E. 33LBS	S	18	\$613.65	15.00	\$1,656.86	\$9,388.84
A67776	OLLA DE PRESTION 6 LTR. TV	S	2	\$46.30	15.00	\$13.89	\$78.71
G96819	VASOS 4 PCS 473ML	S	72	\$17.90	15.00	\$193.32	\$1,095.48
D00643	CAJA FUERTE 32X23X21.5	S	260	\$54.90	15.00	\$2,141.10	\$12,132.90
D19417	COLCHON OPHELIA 2 PL 135X190	S	100	\$241.00	15.00	\$3,615.00	\$20,485.00
D27441	LCD 32" RIVIERA 32CV5	S	260	\$699.00	15.00	\$27,261.00	\$154,479.00
D28065	TABLA DE PLANCHAR	S	3	\$25.80	15.00	\$11.61	\$65.79
D41893	TELEFONO ITALAMBRICO	S	180	\$33.90	15.00	\$915.30	\$5,186.70
D42427	COLCHON IMPERIAL 1PL 90X190X23	S	160	\$88.00	15.00	\$2,112.00	\$11,968.00
D43177	MINI COMPONENTE LG RAD226	S	1	\$237.00	15.00	\$35.55	\$270.75
D49106	PLANCHA BLACK&DECKER CERAMICA	S	3	\$72.90	15.00	\$2.80	\$185.90
E05968	LAMPARA DE MESA 33X33X59CM	S	260	\$89.99	15.00	\$3,509.61	\$19,887.79
L14158	JUEGO DE CUBIERTOS 24PZS	S	72	\$14.20	15.00	\$153.36	\$869.04
L31786	VAJILLA 20 PCS NAB530	S	72	\$35.90	15.00	\$387.72	\$2,197.08
M84064	CAMA 1 PLAZA METAL C/MADERA	S	160	\$144.00	15.00	\$3,456.00	\$19,584.00
M84417	VELADOR MADERA C/METAL	S	260	\$67.50	15.00	\$2,632.50	\$14,917.50
M92029	SOFA 3 LUGARES	S	5	\$599.00	15.00	\$449.25	\$2,545.75
M92918	CAMA 2 PLAZAS	S	100	\$188.00	15.00	\$2,820.00	\$15,980.00
M99381	JUEGO DE COMEDOR 7 PCS	S	44	\$579.00	15.00	\$3,821.40	\$21,654.60
P66203	SILLA DE OFICINA AZUL	S	260	\$34.90	15.00	\$1,361.10	\$7,712.90
S59947	ASADOR A GAS BRQ	S	1	\$543.90	35.00	\$190.36	\$353.54
S60701	SILLA PARA JARDIN	S	40	\$83.80	15.00	\$502.80	\$2,849.20
S62827	MESA DE VIDRIO PARA PATIO	S	40	\$35.90	15.00	\$215.40	\$1,220.60
S63839	SILLA PEREZOSA 131X49.5X84CM	S	40	\$209.00	15.00	\$1,254.00	\$7,106.00
S63943	TERMO 1.2 LT 13X19CM	S	44	\$14.90	15.00	\$98.34	\$557.26

PROFORMA # 004-013-0008294 ESTO NO ES UNA FACTURA PAGINA # 1 DE 2
PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS

St. Javier Ramon
2922800



COMERCIAL KYWI S.A.
Maiziz Av. 10 de Agosto N24-59
Y Luis Cordero. Quito
Telf. 3987900

RUC 1790041220001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL - RESOL. SRI 5368
P R O F O R M A D O L A R E S
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

AGENCIA 013 (EL BOSQUE) QUITO
AV. DEL PARQUE 0E7-110 Y ALONSO DE LA TORRE
Fono: 022267994/ 022267996

RUC: 888885
Vend: 22 VENTAS ALMACEN
Fecha de Emisión: 23/10/2011
Pag. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL
43125	MC. INODORO BELINI BLANCO F.V.	180	\$282.64	\$50.875,20
138703	LAV. AVIGNON 65CM C/MUEBLE BL F	180	\$243.87	\$43.896,60
157635	HONORANDO P/DUCHA TINA CR BEL	180	\$69,78	\$12.560,40
249424	PARASOL 200CM NYLON MULTICOLOR	40	\$13,61	\$544,40
EFFECTIVO				\$107.876,60
CONDICIONES				\$0,00
SUBTOTAL				\$107.876,60
DESCUENTO				\$0,00
TOTAL				\$107.876,60
Vta.tarifa 12		Vta.tarifa 0	Vta Tar. 12	TOTAL A PAGAR
\$96.318,39		\$0,00	\$11.558,21	\$0,00
				\$107.876,60

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A.
En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiantes
oficiales que afecten al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el
momento de la facturación previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma SI incluyen I.V.A.

FIRMA: ESTABLECIMIENTO _____ CLIENTE _____

Anexo 12 – materiales principales de la construcción

arena fina y gruesa	tubería hidro3 (agua caliente)	manguera de poliuretano
pedra bola	tubería hidro3 sist. Centralizado	bordillos
Ripio	cajetines	canaletas
Cemento	Focos	adoquín
hierro en diferentes dimensiones	toma corrientes	tubería de cemento
clavos	bloque en diferentes direcciones	grava
alambre	Ladrillo	poliuretano expansible
madera de monte	Bondex	rejillas de piso ventilación
madera de eucalipto	Cerámica	plancha de triplex
Cuartones	Emporadores	
Rieles	Estuco	
Pingos	pintura interior y exterior	
tierra buena	viga de madera	
tubería PVC	canaletas de ventilación de aluminio	
tubería MST 50 ml- 100 ml y 150 ml	Gypsu	
Tubos	rieles para gypsu	
Sifones	malla para juntas	
Conectores	chova impermeabilizante	
pegas	plástico negro	
Abrazaderas	madera decorativa	
Tornillos	perfilaría de aluminio	
tubería de cobre para agua potable 1 1/2 pul	Pernos	
codos conectores	tira fondos	
T's	Capuchones	
desvíos	pieza sanitaria	
Neplos	lavabo	
pisos de madera	Inodoro	
pisos de cerámica	Urinario	
Porcelanato	Duchas	
cables eléctricos de cobre	Grifería	
Barrederas	Vidrio	
Enchufes	perfilería para vidrio	

Anexo 13 – Proforma AQUAMAN

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
SKIMMER HAYWARD	2	\$ 37,00	74
DRENAJE DE FONDO COMPLETO 1 1/2 HAYWARD	2	\$ 29,97	59,94
BOQUILLA RETORNO 1 1/2 X 1/2	6	\$ 2,00	12,00
ESCALERA ACERO 3 PELDAÑOS	1	\$ 147,00	147,00
NICHO GRANDE A/P	2	\$ 49,43	98,86
FARO 300W - 12V PENTAIR METALICO	2	\$ 157,38	314,76
TRANSFORMADOR 300 A 110V CHINO	2	\$ 78,01	156,02
CALENTADOR GAS 400.000A BTU PLUS SIERRA	1	\$ 2.605,00	2605,00
CAJA DE CONEXION PLASTICA HAYWARD	2	\$ 10,56	21,12
FILTRO 26" SD80 PENTAIR	1	\$ 10,56	10,56
BOMBA PISCINA 1.5 HP SUPERFLO	1	\$ 502,81	502,81
MAT FILTRANTE ARENA POR SACO	3	\$ 4,20	12,60
MAT FILTRANTE GRAVA #2 POR SACO	3	\$ 4,20	12,60
COBERTOR 20 X 40 = 6.1m x 12.2m	1	\$ 211,00	211,00
CERNIDERA HOJAS PENTAIR 12PK	1	\$ 9,00	9,00
SUBTOTAL			4247,27
IMPUESTO			509,67
TOTAL			4756,94

Anexo 14 – Martinizing



Quito, DN 18 de julio del 2012

SEÑORITA
PAMELA PEREZ
PRESENTE

Reciba un cordial y afectuoso saludo de quienes hacemos LAVANDERIAS ECUATORIANAS C.A. "MARTINIZING".

Queriendo facilitar la vida de los estudiantes de van a vivir en la residencia estudiantil en Cumbaya, hemos pensado en una opción que les fuera de mucha ayuda.

Si ustedes nos entregan un espacio físico para instalar una lavandería, es decir, nosotros instalar 4 lavadoras y 4 secadoras para el uso de los que viven en la residencia. Estas máquinas son \$600.000, las cuales trabajan con monedas de dos dólares.

En lo que a la ropa al seco, podemos ir dos días a la semana para dejar y retirar la ropa de los estudiantes.

Adjunto encontrará la propuesta de servicios.

Muchos hoteles, restaurantes y hospitales nos están prefiriendo por nuestro servicio, puntualidad y calidad, permítanos incluirnos dentro de nuestra lista de clientes VIP.

Sinceramente,

CARMEN MARIA DAVALOS
RELACIONES PUBLICAS
MARTINIZING



PROPUESTA DE SERVICIOS
CLIENTE: RESIDENCIA ESTUDIANTIL CUMBAYA
FECHA: JULIO 2012
SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS

1. INFORMACION MARTINIZING

Como usted ya nos conoce, somos la primera cadena en el Ecuador en brindar el servicio de lavado en agua y al seco. Contamos con la tecnología más avanzada para garantizar el mejor cuidado y servicio para sus prendas. Estamos afiliados al IFI (Internacional Fabricare Institute), al Association of Wedding Gown Specialists y al Sewing, Care and Green Sewers and Leather Care (SCGS) las cuales nos capacitan y actualizan constantemente sobre novedades, técnicas y procedimientos con el fin de brindar un servicio de alta calidad.

Nuestra experiencia de 45 años como líderes en el mercado a nivel nacional garantiza su satisfacción. Contamos con 150 locales a nivel nacional en Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Maná, Santo Domingo de los Colorados, Salinas, Ibarra, Riobamba, Ambato, Latacunga lo que nos permite estar siempre mas cerca de nuestros clientes.

2. DETALLES DE NUESTROS SERVICIOS

RECEPCION Y ENTREGA.-

La recepción-entrega de prendas se realizará en un lugar asignado en las instalaciones de la residencia por una persona calificada y capacitada en todos los procesos, donde identificaremos y revisaremos cualquier anomalía de las prendas recogidas.

Nuestro servicio incluye también servicios adicionales que las prendas necesiten, tales como: zuncio natural, zuncio invisible, obolillos, cambio de cuellos y puños en camisas, cambio de cierre, cambio de juego de botones etc.



HORARIOS DE SERVICIO.-

El servicio se presta dos días a la semana, pudiendo ser los martes y jueves en la mañana para que dejen y recojan las prendas lavadas al seco.

Los horarios se pueden acomodar a sus necesidades.

En lo que a las lavadoras y secadoras se refiere, estas quedaran instaladas en sus instalaciones para el uso 24 horas los 365 días al año. Uso personal de cada estudiante a la hora que quieran.

PRECIOS.-

Ustedes recibirán en el lavado de la ropa al seco el 20% de descuento de la lista de precio al público en el lavado de cualquier prenda.

Las lavadas en las máquinas cuesta usd 2.

La secada en las máquinas cuesta usd 0.25 los 10 minutos.

FORMA DE PAGO.-

Los servicios prestados al seco serán facturados personalmente y cancelados por cada persona.

Las máquinas se pagan al momento de ser usadas.

VIGENCIA DEL CONTRATO.-

Para la prestación de nuestros servicios, se requiere formalizar una relación contractual con un plazo no menor a un año, contado a partir de la firma del convenio. Las condiciones del servicio y los precios se mantendrán durante este mismo período de tiempo.

Anexo 15 - CNT



CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

ACOMETIDAS TELEFONICAS AL INMUEBLE ESPECIAL

RUC: 1768152560001

Resolución No. 1398 del 11/11/2008

Todo inmueble que requiera la instalación de cinco o más líneas telefónicas debe solicitar una acometida.

El cliente deberá realizar todos los trabajos para la construcción de su red interna y serán realizados bajo la dirección de un Ing. Eléctrico o Electrónico colegiado y registrado en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Área de Proyectos Planta Externa.

Dirección: Av. Eloy Alfaro N25-26 y 9 de Octubre Edif. Doraf Of. 121 para la obtención de la Carta de Recepción de la Red Interna emitida por Fiscalización.

REQUISITOS PARA SOLICITAR LA CONSTRUCCION DE ACOMETIDAS

- 1.- Solicitud de Acometida.- Pago de Fiscalización de Constr. De Redes Internas
- 2.- Croquis de ubicación del inmueble con nombre de calles y nomenclatura
- 3.- Persona Natural: Copia de cédula más papeleta de votación.
- 4.- Persona Jurídica: Copia de cédula, Papeleta de votación copia de RUC y Nombres del Representante legal.
- 5.- Acta del Nombres de Administrador o Presidente del inmueble en caso de que exista.
- 6.- Original y copia de la Carta de Recepción de la Red Interna (emitida por el área de Fiscalización).

INFORMACION IMPORTANTE

La CNT mantendrá reserva de recursos de red (red y números) únicamente por el lapso de **TRES MESES a partir de la entrega de la acometida.**

TABLA DE TARIFAS DESCUENTO DE ACOMETIDA DE ACUERDO AL PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN			
CANTIDAD DE PARES	PRECIO UNITARIO	IVA	TOTAL
10	60,96	7,32	682
20	60,96	7,32	1365,5
30	60,96	7,32	2048,26
40	60,96	7,32	2731,01
50	60,96	7,32	3413,76
60	60,96	7,32	4096,51
70	60,96	7,32	4779,26
80	60,96	7,32	5462,02
90	60,96	7,32	6144,77
100	60,96	7,32	6827,52

AGENCIA LA LUZ.- (Francisco Guarderas y Luis Calixto esq) Telf. 2416405 (M^{ra} Luisa Guerrero)
 maria.guerrero@cnt.gob.ec Quito-Ecuador



CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

SOLICITUD DE ACOMETIDA TELEFONICA

RUC: 1768152560001

Resolución No. 1398 del 11/11/2008

Quito,

Señores:

CNT E.P

Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente solicito a ustedes se sirvan tramitar la construcción de acometida telefónica para el Edificio/Conjunto

Ubicado en las calles por pares
 Sector.....

Atentamente,

FIRMA

NOMBRES Y APELLIDOS.....

NUMERO DE CEDULA O RUC.....

TELEFONOS DE CONTACTO.....

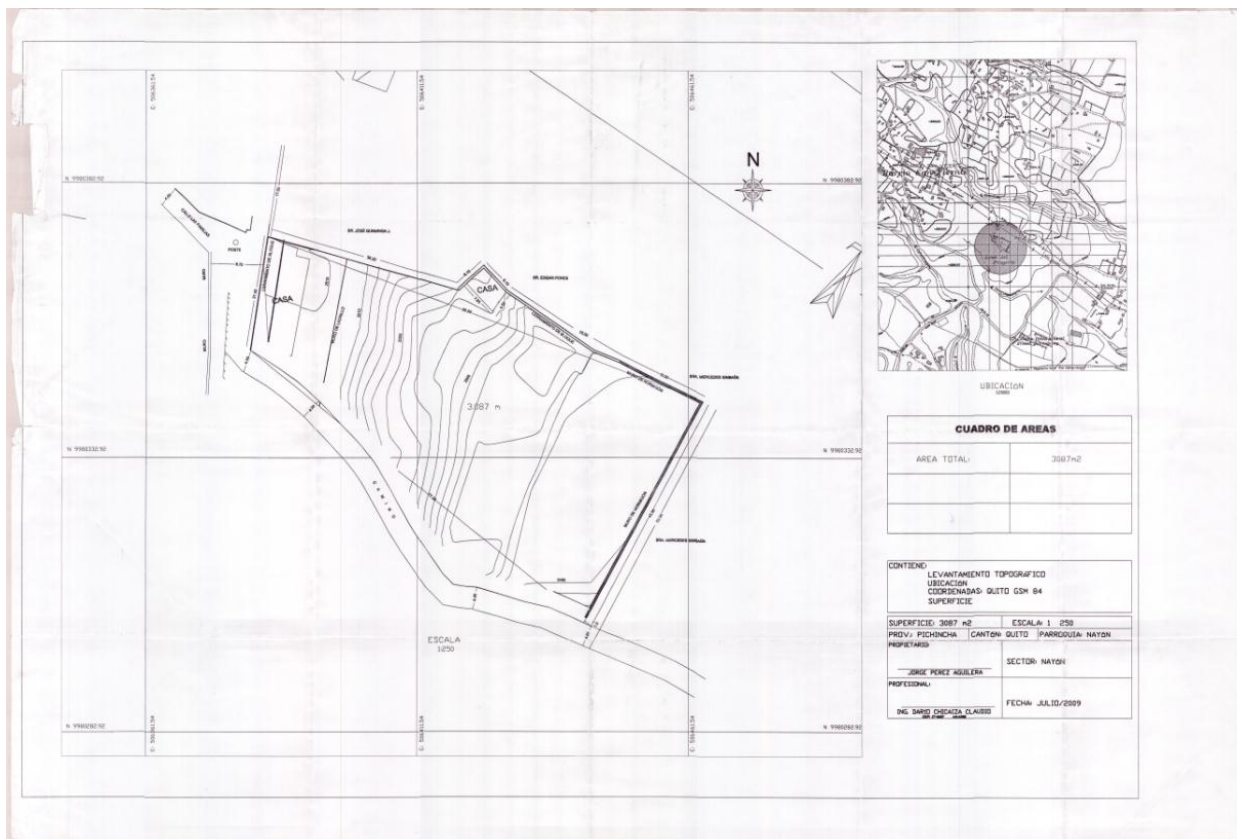
TELEFONO CERCANO AL INMUEBLE.....

Anexo 16 - Maquinaria

Camiones plataforma	Espátula
Volqueta	Palas
Retroexcavadores	Mequiadores
palas mecánicas	Perro
Bulldoizer	Diablo
bobcat pequeño	Burro
Grúas	Escaleras
Montacargas	Andamios
moto guadaña	Amarradores
sierra eléctrica	Sogas
alisadores de piso	Piolas
Enlucidora	Tizas
taladro mecánico	Plomadas
Vibradores	niveles de mano
Moladora	baldes hormigoneros
Caladora	martillo mecánico
Pulidora	punta mecánica
martillo mecánico	Combos
baldes de 25 litros	Bailejos

FIG.65 – Elaborado por: El autor

Anexo 17- Plano terreno



Anexo 18 – Equipo de trabajo

CARGO:		GERENTE GENERAL	
# DE PERSONAS A CARGO			
1			
SUELDO BASE	1.700,00		
REPORTA A:		DIRECTORIO	
		AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	1.700,00		20.400,00
DECIMO TERCERO	141,67		1.700,00
DECIMO CUARTO	24,33		292,00
FONDOS DE RESERVA	141,67		1.700,00
VACACIONES	70,83		850,00
GASTO APORTE PATRONAL	206,55		2.478,60
TOTAL COSTO REAL	2.285,05		27.420,60
PERFIL			
<p>Persona visionaria con gran capacidad de liderazgo. Debe ser profesional titulado en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, Marketing o Finanzas, y que posea experiencia en el manejo de este tipo de puestos por lo menos 3 años.</p>			
FUNCIONES			
<p>GESTION Designar todas las posiciones gerenciales de la empresa o negocio. Realizar evaluaciones periódicas y constantes acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y realizar las proyecciones de dichas metas. Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. Responsable de liderar y coordinar las funciones de planeamiento estratégico.</p> <p>MARKETING Participar en la toma de decisiones respecto del plan de marketing a implantarse. Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.</p> <p>FINANZAS La asignación eficiente de fondos dentro de cada departamento y actividad. Coordinar con el departamento de finanzas todos los balances o cuentas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. Abrir, cerrar y administrar las cuentas bancarias.</p>			

JEFE DE OPERACIONES			
CARGO:			
# DE PERSONAS A CARGO	1		
SUELDO BASE	1.200,00		
REPORTA A:	GERENTE GENERAL		
	AL MES	AL AÑO	
SUELDO BASE	1.200,00	14.400,00	
DECIMO TERCERO	100,00	1.200,00	
DECIMO CUARTO	24,33	292,00	
FONDOS DE RESERVA	100,00	1.200,00	
VACACIONES	50,00	600,00	
GASTO APORTE PATRONAL	145,80	1.749,60	
TOTAL COSTO REAL	1.620,13	19.441,60	
PERFIL			
Profesional titulado en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas o Marketing, experiencia en el manejo de inventarios, compras y procesos de distribución.			
FUNCIONES			
Recepción, inventario, almacenaje y control de suministros, alimentos, materia prima. Disponibilidad de habitaciones además de mantenimiento de cada una. Control, capacitación y supervisión del personal a cargo. Sueldos de todo el personal de la empresa. Verificación y control de herramientas, equipos, maquinas, parqueaderos, y todo lo que haga falta para que en la residencia funcione de manera optima. Mantenimiento y funcionalidad de la piscina.			

EMPLEADA DOMESTICA		
CARGO:		
# DE PERSONAS A CARGO	8	
SUELDO BASE	292,00	
REPORTA A:	GERENCIA GENERAL	
DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	2.336,00	28.032,00
DECIMO TERCERO	194,67	2.336,00
DECIMO CUARTO	194,67	2.336,00
FONDOS DE RESERVA	194,67	2.336,00
VACACIONES	97,33	1.168,00
GASTO APORTE PATRONAL	283,82	3.405,89
TOTAL COSTO REAL	3.301,16	39.613,89
PERFIL		
Persona con título de bachiller y que posea experiencia y referencias. Deben ser mujeres.		
FUNCIONES		
Los trabajadores domésticos tienen como principal tarea cuidar la residencia. Entre las tareas específicas se encuentran el lavado, el planchado de la ropa blanca, y la limpieza de la residencia y pasear al perro o mascota si existiera.		

CHOFER / MENSAJERO		
CARGO:		
# DE PERSONAS A CARGO	1	
SUELDO BASE	292,00	
REPORTA A:	GERENCIA GENERAL	
DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	292,00	3.504,00
DECIMO TERCERO	24,33	292,00
DECIMO CUARTO	24,33	292,00
FONDOS DE RESERVA	24,33	292,00
VACACIONES	12,17	146,00
GASTO APORTE PATRONAL	35,48	425,74
TOTAL COSTO REAL	412,64	4.951,74
PERFIL		
Persona con título de bachiller y que posea experiencia y referencias. Debe ser hombre		
FUNCIONES		
Realizar mandados dentro y fuera de la residencia, transportar a los estudiantes a las universidades cuando se solicite.		

CARGO: JEFE DE MARKETING			
# DE PERSONAS A CARGO	1		
SUELDO BASE	1.000,00		
REPORTA A:	GERENCIA GENERAL		
	DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE		1.000,00	12.000,00
DECIMO TERCERO		83,33	1.000,00
DECIMO CUARTO		24,33	292,00
FONDOS DE RESERVA		83,33	1.000,00
VACACIONES		41,67	500,00
GASTO APORTE PATRONAL		121,50	1.458,00
TOTAL COSTO REAL		1.354,17	16.250,00
PERFIL			
Profesional titulado en, Administración de Empresas o Marketing. Experiencia en la elaboración de planes de producto, precio, plaza y promoción y servicio al cliente, emprendedora, que tenga habilidades para comunicar			
FUNCIONES			
marketing mix del producto o servicio, además de desarrollar un plan de marketing con sus respectivos presupuestos. Servicio al cliente			

CARGO: ASISTENTE MKT			
# DE PERSONAS A CARGO	1		
SUELDO BASE	700,00		
REPORTA A:	GERENCIA GENERAL		
	DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE		700,00	8.400,00
DECIMO TERCERO		58,33	700,00
DECIMO CUARTO		24,33	292,00
FONDOS DE RESERVA		58,33	700,00
VACACIONES		29,17	350,00
GASTO APORTE PATRONAL		85,05	1.020,60
TOTAL COSTO REAL		955,22	11.462,60
PERFIL			
Profesional titulado en, Administración de Empresas o Marketing. Experiencia en la elaboración de planes de producto, precio, plaza y promoción y servicio al cliente, emprendedora, que tenga habilidades para comunicar			
FUNCIONES			
Marketing mix del producto o servicio, además de desarrollar un plan de marketing con sus respectivos presupuestos. Servicio al cliente			

CARGO:		JEFE ADMINISTRATIVO	
# DE PERSONAS A CARGO	1		
SUELDO BASE	1.000,00		
REPORTA A:	GERENCIA GENERAL		
	DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	1.000,00	12.000,00	
DECIMO TERCERO	83,33	1.000,00	
DECIMO CUARTO	24,33	292,00	
FONDOS DE RESERVA	83,33	1.000,00	
VACACIONES	41,67	500,00	
GASTO APORTE PATRONAL	121,50	1.458,00	
TOTAL COSTO REAL	1.354,17	16.250,00	
PERFIL			
Profesional titulado en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas o Marketing, psicología empresarial, Coaching, que se desenvuelva en este campo. Profesional graduado en Administración de empresas o finanzas			
FUNCIONES			
<p>Motivación y funcionamiento de los trabajadores, se encarga principalmente del reclutamiento y selección y capacitación del personal. Equilibrar los resultados traducido a números reales, y también diseñar estrategias económicas para el área de ventas y compras Planifica Establecer los objetivos organizacionales, metas parámetros, políticas y trayecto por la cual la empresa se rige. Definir de qué manera la empresa se realizará todos los planes u objetivos, y establecer quiénes son los responsables de cada función o trabajo. Relacionar los objetivos empresariales con los objetivos del personal, de manera de lograr conseguir motivación y gran participación de los empleados de la empresa. Verificar que las funciones establecidas se estén cumpliendo, así como corregir o implementar nuevas alternativas. Equilibrar los resultados traducido a números reales, y también diseñar estrategias económicas para el área de ventas y compras.</p>			

ANEXO 19 – Proyección de ventas & costos

36	100,00%
Escenario Optimista	5,0%
Escenario pesimista	5,0%
	Investigación de mercados
	Investigación de mercados

Escenario Esperado	PRECIO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Ventas		Ventas		Ventas		Ventas		Ventas	
Unidades anuales proyectadas hab simple	\$ 1.150,00	15		15		15		15		15	
Unidades anuales proyectadas hab doble	\$ 1.610,00	33		33		33		33		33	
TOTAL		\$ 373.060,00		\$ 844.560,00		\$ 844.560,00		\$ 844.560,00		\$ 844.560,00	

Escenario Optimista	PRECIO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Ventas		Ventas		Ventas		Ventas		Ventas	
Unidades anuales proyectadas hab simple	\$ 1.150,00	16		16		16		16		16	
Unidades anuales proyectadas hab doble	\$ 1.610,00	35		35		35		35		35	
TOTAL		\$ 391.713,00		\$ 886.788,00		\$ 886.788,00		\$ 886.788,00		\$ 886.788,00	

Escenario Pesimista	PRECIO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Ventas		Ventas		Ventas		Ventas		Ventas	
Unidades anuales proyectadas hab simple	\$ 1.150,00	14		14		14		14		14	
Unidades anuales proyectadas hab doble	\$ 1.610,00	31		31		31		31		31	
TOTAL		\$ 354.407,00		\$ 802.332,00		\$ 802.332,00		\$ 802.332,00		\$ 802.332,00	

Escenario Esperado	100,00%	Investigación de mercados
Escenario Optimista	105,00%	5,0%
Escenario pesimista	95,00%	Investigación de mercados

5,50% inflación

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Costos		Costos		Costos		Costos		Costos	
costo unitario	\$	4,00	\$	4,22	\$	4,45	\$	4,70	\$	4,96
alimentación desayunos unidades		81		81		81		81		81
TOTAL		3.888,00		4.101,84		4.327,44		4.565,45		4.816,55

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Costos		Costos		Costos		Costos		Costos	
costo unitario	\$	4,00	\$	4,22	\$	4,45	\$	4,70	\$	4,96
alimentación desayunos unidades		85		85		85		85		85
TOTAL		4.082,40		4.306,93		4.543,81		4.793,72		5.057,38

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Costos		Costos		Costos		Costos		Costos	
costo unitario	\$	4,00	\$	4,22	\$	4,45	\$	4,70	\$	4,96
alimentación desayunos unidades		77		77		77		77		77
TOTAL		3.693,60		3.896,75		4.111,07		4.337,18		4.575,72

Anexo 20 – Estado de resultados

Año 1		Año 2	
Ventas	\$ 373.060,00	Ventas	\$ 844.560,00
-Costo de ventas	\$ 3.888,00	-Costo de ventas	\$ 4.101,84
Utilidad Bruta	\$ 369.172,00	Utilidad Bruta	\$ 840.458,16
-Gastos Operacionales	\$ 328.845,61	-Gastos Operacionales	\$ 324.806,50
Gastos de Ventas	\$ 53.698,04	Gastos de Ventas	\$ 43.288,04
Desarrollo e investigación de producto	\$ 860,00	Desarrollo e investigación de producto	\$ 860,00
Inversión en canal de distribución	\$ -	Inversión en canal de distribución	\$ -
Inversión en comunicación	\$ 52.838,04	Inversión en comunicación	\$ 42.428,04
Gastos administrativos	\$ 275.147,57	Gastos administrativos	\$ 281.518,46
Teléfono	\$ 840,00	Teléfono	\$ 840,00
Agua	\$ 9.600,00	Agua	\$ 9.600,00
Internet	\$ 3.600,00	Internet	\$ 3.600,00
Servicios Mantenimiento Piscina	\$ 960,00	Servicios Mantenimiento Piscina	\$ 960,00
Cable (Directv)	\$ 9.233,28	Cable (Directv)	\$ 9.233,28
Seguridad	\$ 22.713,60	Seguridad	\$ 22.713,60
Electricidad	\$ 2.400,00	Electricidad	\$ 2.400,00
Suministros de oficina	\$ 1.200,00	Suministros de oficina	\$ 1.200,00
Suministros de limpieza	\$ 2.400,00	Suministros de limpieza	\$ 2.400,00
Nómina	\$ 100.758,85	Nómina	\$ 107.129,73
Depreciacion	\$ 121.441,85	Depreciacion	\$ 121.441,85
UII	\$ 40.326,39	UII	\$ 515.651,66
Intereses	\$ 129.813,88	Intereses	\$ 126.039,53
UI	\$ 89.487,49	UI	\$ 389.612,14
Participacion Trabajadores	\$ 6.048,96	Participacion Trabajadores	\$ 77.347,75
Total antes de impuesto a la renta	\$ 95.536,45	Total antes de impuesto a la renta	\$ 312.264,39
Impuesto a la Renta	\$ 23.884,11	Impuesto a la Renta	\$ 78.066,10
Utilidad o Pérdida Neta	\$ 71.652,34	Utilidad o Pérdida Neta	\$ 234.198,29

Año 3		Año 4	
Ventas	\$ 844.560,00	Ventas	\$ 844.560,00
-Costo de ventas	\$ 4.327,44	-Costo de ventas	\$ 4.565,45
Utilidad Bruta	\$ 840.232,56	Utilidad Bruta	\$ 839.994,55
-Gastos Operacionales	\$ 345.120,10	-Gastos Operacionales	\$ 322.395,24
Gastos de Ventas	\$ 43.288,04	Gastos de Ventas	\$ 43.288,04
Desarrollo e investigación de producto	\$ 860,00	Desarrollo e investigación de producto	\$ 860,00
Inversión en canal de distribución	\$ -	Inversión en canal de distribución	\$ -
Inversión en comunicación	\$ 42.428,04	Inversión en comunicación	\$ 42.428,04
Gastos administrativos	\$ 301.832,06	Gastos administrativos	\$ 279.107,20
Teléfono	\$ 840,00	Teléfono	\$ 840,00
Agua	\$ 9.600,00	Agua	\$ 9.600,00
Internet	\$ 3.600,00	Internet	\$ 3.600,00
Servicios Mantenimiento Piscina	\$ 960,00	Servicios Mantenimiento Piscina	\$ 960,00
Cable (Directv)	\$ 9.233,28	Cable (Directv)	\$ 9.233,28
Seguridad	\$ 22.713,60	Seguridad	\$ 22.713,60
Electricidad	\$ 22.713,60	Electricidad	\$ 2.400,00
Suministros de oficina	\$ 1.200,00	Suministros de oficina	\$ 1.200,00
Suministros de limpieza	\$ 2.400,00	Suministros de limpieza	\$ 2.400,00
TABLA.77 – Elaborado por: El Autor		Nómina	\$ 107.129,73
	\$ 107.129,73	Depreciacion	\$ 119.030,59
Depreciacion	\$ 121.441,85	UII	\$ 517.599,31
UII	\$ 495.112,46	Intereses	\$ 117.102,98
Intereses	\$ 121.820,06	UI	\$ 400.496,33
UI	\$ 373.292,40	Participacion Trabajadores	\$ 77.639,90
Participacion Trabajadores	\$ 77.313,91	Total antes de impuesto a la renta	\$ 322.856,43
Total antes de impuesto a la renta	\$ 295.978,50	Impuesto a la Renta	\$ 80.714,11
Impuesto a la Renta	\$ 73.994,62	Utilidad o Pérdida Neta	\$ 242.142,32
Utilidad o Pérdida Neta	\$ 221.983,87		

Año 5	
Ventas	\$ 844.560,00
-Costo de ventas	\$ 4.816,55
Utilidad Bruta	\$ 839.743,45
-Gastos Operacionales	\$ 322.395,24
Gastos de Ventas	\$ 43.288,04
Desarrollo e investigación de producto	\$ 860,00
Inversión en canal de distribución	\$ -
Inversión en comunicación	\$ 42.428,04
Gastos administrativos	\$ 279.107,20
Teléfono	\$ 840,00
Agua	\$ 9.600,00
Internet	\$ 3.600,00
Servicios Mantenimiento Piscina	\$ 960,00
Cable (Directv)	\$ 9.233,28
Seguridad	\$ 22.713,60
Electricidad	\$ 2.400,00
Suministros de oficina	\$ 1.200,00
Suministros de limpieza	\$ 2.400,00
Nómina	\$ 107.129,73
Depreciacion	\$ 119.030,59
UII	\$ 517.348,21
Intereses	\$ 105.934,34
UI	\$ 411.413,87
Participacion Trabajadores	\$ 77.602,23
Total antes de impuesto a la renta	\$ 333.811,64
Impuesto a la Renta	\$ 83.452,91
Utilidad o Pérdida Neta	\$ 250.358,73

Anexo 22 – Escenarios de flujos de efectivo

ESCENARIO DESAPALANCADO

- Pesimista

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		354.407,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00
TOTAL INGRESOS		354.407,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00
EGRESOS						
Costos		3.693,60	3.896,75	4.111,07	4.337,18	4.575,72
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.539,21	328.703,24	328.917,57	326.732,42	326.970,97
UAI		21.867,79	473.628,76	473.414,43	475.599,58	475.361,03
Intereses		-	-	-	-	-
UAI		21.867,79	473.628,76	473.414,43	475.599,58	475.361,03
Part. Trabajadores 15%		3.280,17	71.044,31	71.012,17	71.339,94	71.304,16
Total antes Imp. Renta		18.587,62	402.584,44	402.402,27	404.259,64	404.056,88
Imp. a la Renta 25%		4.646,90	100.646,11	100.600,57	101.064,91	101.014,22
UN		13.940,71	301.938,33	301.801,70	303.194,73	303.042,66
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	1.698.425,98					
Principal Deuda						
Total	1.698.425,98	135.382,56	423.380,18	423.243,55	422.225,32	422.073,25

Valor Actual Neto	620.790,16
Tasa Interna de Retorno	2,23%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD					
Utilidad neta después impuesto / Ventas	3,93%	37,63%	37,62%	37,79%	37,77%
Retorno sobre la Inversión Total	0,82%	17,78%	17,77%	17,85%	17,84%

- Esperado

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		373.060,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00
TOTAL INGRESOS		373.060,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00
EGRESOS						
Costos		3.888,00	4.101,84	4.327,44	4.565,45	4.816,55
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.733,61	328.908,34	329.133,94	326.960,69	327.211,79
UAIL		40.326,39	515.651,66	515.426,06	517.599,31	517.348,21
Intereses		-	-	-	-	-
UAI		40.326,39	515.651,66	515.426,06	517.599,31	517.348,21
Part. Trabajadores 15%		6.048,96	77.347,75	77.313,91	77.639,90	77.602,23
Total antes Imp. Renta		34.277,43	438.303,91	438.112,15	439.959,41	439.745,98
Imp. a la Renta 25%		- 8.569,36	- 109.575,98	- 109.528,04	- 109.989,85	- 109.936,49
UN		25.708,07	328.727,94	328.584,11	329.969,56	329.809,48
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	-1.698.425,98					
Principal Deuda						
Total	-1.698.425,98	147.149,92	450.169,78	450.025,96	449.000,15	448.840,07

Valor Actual Neto	- 571.303,64
Tasa Interna de Retorno	4,23%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD					
Utilidad neta después impuesto / Ventas	6,89%	38,92%	38,91%	39,07%	39,05%
Retorno sobre la Inversión Total	1,51%	19,35%	19,35%	19,43%	19,42%

• Optimista

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		391.713,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00
TOTAL INGRESOS		391.713,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00
EGRESOS						
Costos		4.082,40	4.306,93	4.543,81	4.793,72	5.057,38
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.928,01	329.113,43	329.350,31	327.188,97	327.452,62
UAI		58.784,99	557.674,57	557.437,69	559.599,03	559.335,38
Intereses		-	-	-	-	-
UAI		58.784,99	557.674,57	557.437,69	559.599,03	559.335,38
Part. Trabajadores 15%		8.817,75	83.651,19	83.615,65	83.939,86	83.900,31
Total antes Imp. Renta		49.967,24	474.023,39	473.822,04	475.659,18	475.435,07
Imp. a la Renta 25%		- 12.491,81	- 118.505,85	- 118.455,51	118.914,79	- 118.858,77
UN		37.475,43	355.517,54	355.366,53	356.744,38	356.576,30
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	- 1.698.425,98					
Principal Deuda						
Total	- 1.698.425,98	158.917,27	476.959,38	476.808,37	475.774,98	475.606,90

Valor Actual Neto	- 521.817,13
Tasa Interna de Retorno	6,17%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD						
Utilidad neta después impuesto / Ventas		9,57%	40,09%	40,07%	40,23%	40,21%
Retorno sobre la Inversión Total		2,21%	20,93%	20,92%	21,00%	20,99%

ESCENARIO APALANCADO

- **Pesimista**

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		354.407,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00
TOTAL INGRESOS		354.407,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00	802.332,00
EGRESOS						
Costos		3.693,60	3.896,75	4.111,07	4.337,18	4.575,72
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.539,21	328.703,24	328.917,57	326.732,42	326.970,97
UAI		21.867,79	473.628,76	473.414,43	475.599,58	475.361,03
Intereses		129.813,88	126.039,53	121.820,06	117.102,98	105.934,34
UAI		- 107.946,09	347.589,23	351.594,38	358.496,60	369.426,70
Part. Trabajadores 15%		3.280,17	71.044,31	71.012,17	71.339,94	71.304,16
Total antes Imp. Renta		- 111.226,26	276.544,92	280.582,21	287.156,66	298.122,54
Imp. a la Renta 25%		27.806,56	- 69.136,23	- 70.145,55	- 71.789,17	- 74.530,64
UN		- 83.419,69	207.408,69	210.436,66	215.367,50	223.591,91
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	-1.698.425,98					
Principal Deuda	1.173.425,98					
Total	- 525.000,00	38.022,15	328.850,53	331.878,50	334.398,09	342.622,50

Valor Actual Neto	23.999,52
Tasa Interna de Retorno	34,62%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD					
Utilidad neta después impuesto / Ventas	-23,54%	25,85%	26,23%	26,84%	27,87%
Retorno sobre la Inversión Total	-15,89%	39,51%	40,08%	41,02%	42,59%

• Esperado

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		373.060,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00
TOTAL INGRESOS		373.060,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00
EGRESOS						
Costos		3.888,00	4.101,84	4.327,44	4.565,45	4.816,55
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.733,61	328.908,34	329.133,94	326.960,69	327.211,79
UAI		40.326,39	515.651,66	515.426,06	517.599,31	517.348,21
Intereses		129.813,88	126.039,53	121.820,06	117.102,98	105.934,34
UAI		- 89.487,49	389.612,14	393.606,00	400.496,33	411.413,87
Part. Trabajadores 15%		6.048,96	77.347,75	77.313,91	77.639,90	77.602,23
Total antes Imp. Renta		- 95.536,45	312.264,39	316.292,10	322.856,43	333.811,64
Imp. a la Renta 25%		23.884,11	- 78.066,10	- 79.073,02	- 80.714,11	- 83.452,91
UN		- 71.652,34	234.198,29	237.219,07	242.142,32	250.358,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	- 1.698.425,98					
Principal Deuda	1.173.425,98					
Total	- 525.000,00	49.789,51	355.640,14	358.660,92	361.172,91	369.389,32

Valor Actual Neto	62.896,16
Tasa Interna de Retorno	38,68%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD						
Utilidad neta después impuesto / Ventas	-19,21%	27,73%	28,09%	28,67%	29,64%	
Retorno sobre la Inversión Total	-13,65%	44,61%	45,18%	46,12%	47,69%	

- Optimista

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		391.713,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00
TOTAL INGRESOS		391.713,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00	886.788,00
EGRESOS						
Costos		4.082,40	4.306,93	4.543,81	4.793,72	5.057,38
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.928,01	329.113,43	329.350,31	327.188,97	327.452,62
UAI		58.784,99	557.674,57	557.437,69	559.599,03	559.335,38
Intereses		129.813,88	126.039,53	121.820,06	117.102,98	105.934,34
UAI		71.028,89	431.635,05	435.617,63	442.496,05	453.401,04
Part. Trabajadores 15%		8.817,75	83.651,19	83.615,65	83.939,86	83.900,31
Total antes Imp. Renta		79.846,64	347.983,86	352.001,98	358.556,20	369.500,74
Imp. a la Renta 25%		19.961,66	86.995,97	- 88.000,49	- 89.639,05	- 92.375,18
UN		59.884,98	260.987,90	264.001,48	268.917,15	277.125,55
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	1.698.425,98					
Principal Deuda	1.173.425,98					
Total	525.000,00	61.556,87	382.429,74	385.443,33	387.947,74	396.156,14

Valor Actual Neto	101.792,80
Tasa Interna de Retorno	42,62%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD					
Utilidad neta después impuesto / Ventas	-15,29%	29,43%	29,77%	30,32%	31,25%
Retorno sobre la Inversión Total	-11,41%	49,71%	50,29%	51,22%	52,79%

Anexo 23 – Punto de Equilibrio

COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO					
DESPRICIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alimentación Habitación simple	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Alimentación Habitación doble	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00

PRECIO POR PRODUCTO					
DESPRICIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Habitación simple	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00
Habitación doble	1.610,00	1.610,00	1.610,00	1.610,00	1.610,00

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN					
DESPRICIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Habitación simple	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00
Habitación doble	1.346,00	1.346,00	1.346,00	1.346,00	1.346,00
TOTAL	2.436,00	2.436,00	2.436,00	2.436,00	2.436,00

COSTOS FIJOS TOTALES					
Teléfono	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Agua	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Internet	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Servicios Mantenimiento Piscina	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Cable	9.233,28	9.233,28	9.233,28	9.233,28	9.233,28
Seguridad	22.713,60	22.713,60	22.713,60	22.713,60	22.713,60
Electricidad	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Suministros de oficina	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Suministros de limpieza	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Nómina Administrativa	100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Inversión en mercadeo	53.698,04	43.288,04	43.288,04	43.288,04	43.288,04
Total Costos Fijos	207.403,77	203.364,65	203.364,65	203.364,65	203.364,65

COSTOS FIJOS POR PRODUCTO						
DESPRIPCIÓN	% VTAS POR PRODUCTO / VTAS TOTALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Habitacion simple	4,62%	9.590,19	9.403,42	9.403,42	9.403,42	9.403,42
Habitacion doble	14,24%	29.537,77	28.962,54	28.962,54	28.962,54	28.962,54
Total Costos Variables		39.127,96	38.365,96	38.365,96	38.365,96	38.365,96

PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)						
DESPRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Habitacion simple	9	9	9	9	9	9
Habitacion doble	22	22	22	22	22	22
Total Costos Fijos	31	30	30	30	30	30

PUNTO DE EQUILIBRIO (DÓLARES)						
DESPRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Habitacion simple	10.118,09	9.921,04	9.921,04	9.921,04	9.921,04	9.921,04
Habitacion doble	35.331,22	34.643,15	34.643,15	34.643,15	34.643,15	34.643,15
Total Costos Fijos	45.449,30	44.564,19	44.564,19	44.564,19	44.564,19	44.564,19

	Punto Equilibrio en unidades	Punto Equilibrio en \$
Año 1	31	\$ 45.449,30
Año 2	30	\$ 44.564,19
Año 3	30	\$ 44.564,19
Año 4	30	\$ 44.564,19
Año 5	30	\$ 44.564,19

Anexo 24 – Sensibilidad en el precio, unidades y costos & gastos

SENSIBILIDAD COSTOS Y GASTOS

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		373.060,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00
TOTAL INGRESOS		373.060,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00	844.560,00
EGRESOS						
Costos		5.346,00	5.640,03	5.950,23	6.277,49	6.622,76
Gastos		146.636,77	132.323,02	132.323,02	132.323,02	132.323,02
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		374.183,46	366.534,62	366.844,82	364.760,83	365.106,09
UAII		- 1.123,46	478.025,38	477.715,18	479.799,17	479.453,91
Intereses		129.813,88	126.039,53	121.820,06	117.102,98	105.934,34
UAI		- 130.937,34	351.985,85	355.895,12	362.696,19	373.519,57
Part. Trabajadores 15%		-	71.703,81	71.657,28	71.969,88	71.918,09
Total antes Imp. Renta		- 130.937,34	280.282,05	284.237,84	290.726,31	301.601,48
Imp. a la Renta 25%		-	- 70.070,51	- 71.059,46	- 72.681,58	- 75.400,37
UN		- 130.937,34	210.211,53	213.178,38	218.044,73	226.201,11
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	- 1.698.425,98					
Principal Deuda	1.173.425,98					
Total	- 525.000,00	- 9.495,49	331.653,38	334.620,23	337.075,33	345.231,70

Valor Actual Neto	\$ 39,63
Tasa Interna de Retorno	32,06%
Costo de Oportunidad	32,06%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD						
Utilidad neta después impuesto / Ventas	-35,10%	24,89%	25,24%	25,82%	26,78%	
Retorno sobre la Inversión Total	-24,94%	40,04%	40,61%	41,53%	43,09%	

INCREMENTO COSTOS Y GASTOS
37,5%

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Incremento máximo	Incremento máximo en costos	\$5.346,00	\$5.640,03	\$5.950,23	\$6.277,49	\$6.622,76
	Incremento máximo en gastos	\$146.636,77	\$132.323,02	\$132.323,02	\$132.323,02	\$132.323,02

Sensibilidad Precio

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		343.065,98	776.657,38	776.657,38	776.657,38	776.657,38
TOTAL INGRESOS		343.065,98	776.657,38	776.657,38	776.657,38	776.657,38
EGRESOS						
Costos		3.888,00	4.101,84	4.327,44	4.565,45	4.816,55
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.733,61	328.908,34	329.133,94	326.960,69	327.211,79
UAI		10.332,36	447.749,04	447.523,44	449.696,68	449.445,58
Intereses		129.813,88	126.039,53	121.820,06	117.102,98	105.934,34
UAI		- 119.481,51	321.709,51	325.703,38	332.593,70	343.511,25
Part. Trabajadores 15%		1.549,85	67.162,36	67.128,52	67.454,50	67.416,84
Total antes Imp. Renta		- 121.031,37	254.547,16	258.574,86	265.139,20	276.094,41
Imp. a la Renta 25%		30.257,84	- 63.636,79	- 64.643,72	- 66.284,80	- 69.023,60
UN		- 90.773,53	190.910,37	193.931,15	198.854,40	207.070,81
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	- 1.698.425,98					
Principal Deuda	1.173.425,98					
Total	- 525.000,00	30.668,32	312.352,21	315.372,99	317.884,99	326.101,40

Valor Actual Neto	\$ 777.379,92
Tasa Interna de Retorno	32,06%
Costo de Oportunidad	32,06%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD						
Utilidad neta después impuesto / Ventas	-26,46%	24,58%	24,97%	25,60%	26,66%	
Retorno sobre la Inversión Total	-17,29%	36,36%	36,94%	37,88%	39,44%	

Reducción en el Precio	
0,9196	1
	8,04%

Sensibilidad Unidades

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
uni. Hab simples		12	12	12	12	12
uni. Hab dobles		26	26	26	26	26
precio hab simples		\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
precio hab dobles		\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
Ingresos Operativos		373.060,00	762.339,24	762.339,24	762.339,24	762.339,24
TOTAL INGRESOS		373.060,00	762.339,24	762.339,24	762.339,24	762.339,24
EGRESOS						
Costos		3.888,00	4.101,84	4.327,44	4.565,45	4.816,55
Gastos		106.644,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92	96.234,92
Nómina		100.758,85	107.129,73	107.129,73	107.129,73	107.129,73
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
TOTAL EGRESOS		332.733,61	328.908,34	329.133,94	326.960,69	327.211,79
UAI		40.326,39	433.430,90	433.205,30	435.378,55	435.127,45
Intereses		129.813,88	126.039,53	121.820,06	117.102,98	105.934,34
UAI		- 89.487,49	307.391,38	311.385,24	318.275,57	329.193,11
Part. Trabajadores 15%		6.048,96	65.014,64	64.980,80	65.306,78	65.269,12
Total antes Imp. Renta		- 95.536,45	242.376,74	246.404,45	252.968,78	263.923,99
Imp. a la Renta 25%		23.884,11	- 60.594,19	- 61.601,11	- 63.242,20	- 65.981,00
UN		- 71.652,34	181.782,56	184.803,34	189.726,59	197.943,00
Depreciaciones y Amortizaciones		121.441,85	121.441,85	121.441,85	119.030,59	119.030,59
Inversiones	- 1.698.425,98					
Principal Deuda	1.173.425,98					
Total	- 525.000,00	49.789,51	303.224,40	306.245,18	308.757,18	316.973,59

Valor Actual Neto	-\$ 34,92
Tasa Interna de Retorno	32,06%
Costo de Oportunidad	32,06%

ÍNDICES DE RENTABILIDAD						
Utilidad neta después impuesto / Ventas	-19,21%	23,85%	24,24%	24,89%	25,97%	
Retorno sobre la Inversión Total	-13,65%	34,63%	35,20%	36,14%	37,70%	

Reducción en Unidades	
0,7946	1
	20,54%

Anexo 25 – Riesgo

RIESGO PRIMER AÑO						
X	Probabilidad Px	Flujo de caja Ax	Px*Ax	Ax - Ax	Ax-Ax) ² *Px	
Optimista	0,3333	\$ 61.556,87	20517	11772	46191349	
Esperado	0,3333	\$ 49.789,51	16595	5	8	
Pesimista	0,3333	\$ 38.022,15	12673	-11762	46113238	
		Ax =	49785	Varianza	92304595,1	
				DS	9607,5	
				S	19,30%	

RIESGO CUARTO AÑO						
X	Probabilidad Px	Flujo de caja Ax	Px*Ax	Ax - Ax	Ax-Ax) ² *Px	
Optimista	0,3333	\$ 387.947,74	129303	26811	239584937	
Esperado	0,3333	\$ 361.172,91	120379	36	435	
Pesimista	0,3333	\$ 334.398,09	111455	-26739	238295687	
		Ax =	361137	Varianza	477881059,3	
				DS	21860,5	
				S	6,05%	

RIESGO SEGUNDO AÑO						
X	Probabilidad Px	Flujo de caja Ax	Px*Ax	Ax - Ax	Ax-Ax) ² *Px	
Optimista	0,3333	\$ 382.429,74	127464	26825	239839224	
Esperado	0,3333	\$ 365.640,14	118535	36	422	
Pesimista	0,3333	\$ 328.850,53	109606	-26754	238569023	
		Ax =	355605	Varianza	478408668,8	
				DS	21872,6	
				S	6,15%	

RIESGO QUINTO AÑO						
X	Probabilidad Px	Flujo de caja Ax	Px*Ax	Ax - Ax	Ax-Ax) ² *Px	
Optimista	0,3333	\$ 396.156,14	132039	26804	239456594	
Esperado	0,3333	\$ 369.389,32	123117	37	455	
Pesimista	0,3333	\$ 342.622,50	114196	-26730	238138408	
		Ax =	369352	Varianza	477595456,6	
				DS	21854,0	
				S	5,92%	

RIESGO TERCER AÑO						
X	Probabilidad Px	Flujo de caja Ax	Px*Ax	Ax - Ax	Ax-Ax) ² *Px	
Optimista	0,3333	\$ 385.443,33	128468	26818	239716054	
Esperado	0,3333	\$ 358.660,92	119542	36	429	
Pesimista	0,3333	\$ 331.878,50	110615	-26747	238435408	
		Ax =	358625	Varianza	478151890,4	
				DS	21866,7	
				S	6,10%	

RIESGO VAN						
X	Probabilidad Px	Flujo de caja Ax	Px*Ax	Ax - Ax	Ax-Ax) ² *Px	
Optimista	0,3333	\$ 101.792,80	33928	38903	504428806	
Esperado	0,3333	\$ 62.896,16	20963	6	13	
Pesimista	0,3333	\$ 23.999,52	7999	-38890	504102646	
		Ax =	62890	Varianza	1008531464,9	
				DS	31757,4	
				S	50,50%	

RIESGO TOTAL DEL PROYECTO 9%

Anexo 26 – Cuadros Financieros (otros)

Inversión de mercadeo

INVERSIÓN EN MERCADERO (PRIMER AÑO)													
Descripción	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
DESARROLLO EN INVESTIGACIÓN DE PRODUCTO	\$860,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$860,00
INVERSIONES EN CANAL DE DISTRIBUCIÓN	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
COMUNICACIÓN	\$11.162,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$4.894,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$4.894,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$4.894,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$3.374,17
Publicidad	\$3.638,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00
Relaciones públicas	\$5.850,00	\$0,00	\$0,00	\$1.520,00	\$0,00	\$0,00	\$1.520,00	\$0,00	\$0,00	\$1.520,00	\$0,00	\$0,00	\$10.410,00
Marketing Directo	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$1.440,00
Promociones	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$12.000,00
CRM	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$554,17	\$6.650,04
TOTAL MERCADERO	\$12.022,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$4.894,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$4.894,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$4.894,17	\$3.374,17	\$3.374,17	\$53.698,04

INVERSIÓN EN MERCADERO (ANUAL)					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desarrollo e investigación de producto	\$860,00	\$860,00	\$860,00	\$860,00	\$860,00
Inversión en canal de distribución	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Inversión en comunicación	\$52.838,04	\$42.428,04	\$42.428,04	\$42.428,04	\$42.428,04
TOTAL MERCADERO	\$53.698,04	\$43.288,04	\$43.288,04	\$43.288,04	\$43.288,04

ROL DE PAGOS											ROL DE PROVISIONES												
MES 5						MES 5						MES 5						MES 5					
CARGO	SBU mensual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones											
Gerente General	1.700,00	158,95	1.541,05	-	1.541,05	-	-	-	-	-	-	-											
Jefe de Operaciones	1.000,00	93,50	906,50	-	906,50	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente de mercadeo	700,00	65,45	634,55	-	634,55	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-											
TOTAL	4.276,00	399,81	3.876,19	-	3.876,19	-	-	-	-	-	-	-											

ROL DE PAGOS											ROL DE PROVISIONES												
MES 6						MES 6						MES 6						MES 6					
CARGO	SBU mensual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones											
Gerente General	1.700,00	158,95	1.541,05	-	1.541,05	-	-	-	-	-	-	-											
Jefe de Operaciones	1.000,00	93,50	906,50	-	906,50	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente de mercadeo	700,00	65,45	634,55	-	634,55	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-											
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-											
TOTAL	4.568,00	427,11	4.140,89	-	4.140,89	-	-	-	-	-	-	-											

ROL DE PAGOS											ROL DE PROVISIONES										
MES 11											MES 11										
CARGO	SBU mensual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones									
Gerente General	1.700,00	158,95	1.541,05	-	1.541,05	-	-	-	-	-	-	-									
Jefe de Operaciones	1.000,00	93,50	906,50	-	906,50	-	-	-	-	-	-	-									
Jefe Administrativo	1.000,00	93,50	906,50	-	906,50	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente de mercadeo	700,00	65,45	634,55	-	634,55	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
Chofer/mensajero	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-									
TOTAL	7.028,00	547,91	5.312,09	-	5.312,09	-	-	-	-	-	-	-									

ROL DE PAGOS												
AÑO 12												
ROL DE PROVISIONES												
AÑO 12												
CARGO	SBU mensual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones
Gerente General	1.700,00	158,95	1.541,05	-	1.541,05	-	-	-	-	-	-	-
Jefe de Operaciones	1.000,00	93,50	906,50	-	906,50	-	-	-	-	-	-	-
Jefe Administrativo	1.000,00	93,50	906,50	-	906,50	-	-	-	-	-	-	-
Asistente de mercadeo	700,00	65,45	634,55	-	634,55	-	-	-	-	-	-	-
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
Asistente domestica	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
Chofer/mensajero	292,00	27,30	264,70	-	264,70	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	7.028,00	657,12	6.370,88	-	6.370,88	-	-	-	-	-	-	-

ROL DE PAGOS												ROL DE PROVISIONES				
AÑO 1												AÑO 1				
CARGO	SBU mensual	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones			
Gerente General	1.700,00	20.400,00	1.907,40	18.492,60	-	18.492,60	1.700,00	296,00	-	770,53	15,00	2.478,60	5.245,13			
Jefe de Operaciones	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	-	453,25	15,00	1.458,00	3.207,25			
Jefe Administrativo	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	-	453,25	15,00	1.458,00	3.207,25			
Asistente de mercadeo	700,00	8.400,00	785,40	7.614,60	-	7.614,60	700,00	296,00	-	317,28	15,00	1.020,60	2.333,88			
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
Chofer/mensajero	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15,00	425,74	1.146,09			
TOTAL	7.028,00	84.336,00	7.885,42	76.450,58	-	76.450,58	7.028,00	3.848,00	-	3.185,44	15,00	10.246,82	24.308,27			
Total a Pagar Anualmente												\$100.758,85				

ROL DE PAGOS											ROL DE PROVISIONES				
AÑO 3											AÑO 3				
CARGO	SBU mensual	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones		
Gerente General	1.700,00	20.400,00	1.907,40	18.492,60	-	18.492,60	1.700,00	296,00	1.541,05	770,53	15,00	2.478,60	6.786,18		
Jefe de Operaciones	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	906,50	453,25	15,00	1.458,00	4.113,75		
Jefe Administrativo	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	906,50	453,25	15,00	1.458,00	4.113,75		
Asistente de mercadeo	700,00	8.400,00	785,40	7.614,60	-	7.614,60	700,00	296,00	634,55	317,28	15,00	1.020,60	2.968,43		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente doméstica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Chofer/mensajero	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
TOTAL	7.028,00	84.336,00	7.885,42	76.450,58	-	76.450,58	7.028,00	3.848,00	6.370,88	3.185,44		10.246,82	30.679,15		
Total a Pagar Anualmente															
														\$107.129,73	

ROL DE PAGOS											ROL DE PROVISIONES				
AÑO 4											AÑO 4				
CARGO	SBU mensual	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Liquidado a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones		
Gerente General	1.700,00	20.400,00	1.907,40	18.492,60	-	18.492,60	1.700,00	296,00	1.541,05	770,53	15,00	2.478,60	6.786,18		
Jefe de Operaciones	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	906,50	453,25	15,00	1.458,00	4.113,75		
Jefe Administrativo	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	906,50	453,25	15,00	1.458,00	4.113,75		
Asistente de mercadeo	700,00	8.400,00	785,40	7.614,60	-	7.614,60	700,00	296,00	634,55	317,28	15,00	1.020,60	2.968,43		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Asistente domestica	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
Chofer/mensajero	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	264,70	132,35	15,00	425,74	1.410,78		
TOTAL	7.028,00	84.336,00	7.885,42	76.450,58	-	76.450,58	7.028,00	3.848,00	6.370,88	3.185,44		10.246,82	30.679,15		
Total a Pagar Anualmente		\$107.129,73													

GASTOS GENERALES (ANUAL)						
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Teléfono	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
Agua	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Servicios Mantenimiento Piscina	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Cable (Directv)	\$ 9.233,28	\$ 9.233,28	\$ 9.233,28	\$ 9.233,28	\$ 9.233,28	\$ 9.233,28
Seguridad	\$ 22.713,60	\$ 22.713,60	\$ 22.713,60	\$ 22.713,60	\$ 22.713,60	\$ 22.713,60
Electricidad	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Suministros de oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Suministros de limpieza	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Inversión Mercadeo	\$ 53.698,04	\$ 43.288,04	\$ 43.288,04	\$ 43.288,04	\$ 43.288,04	\$ 43.288,04
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 106.644,92	\$ 96.234,92	\$ 96.234,92	\$ 96.234,92	\$ 96.234,92	\$ 96.234,92

Depreciaciones

VALORES DE RESCATE	
Descripción	Tasa
Equipos de Oficina	0%
Muebles y enseres	0%
Inmueble	0%

VALORES DE RESCATE		
Descripción	Cantidad	Total
Equipos de Oficina	7.233,76	-
Muebles y enseres	222.040,13	-
Inmueble	1.492.451,32	-
TOTAL		-

DEPRECIACIONES					
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres	\$44.408,03	\$44.408,03	\$44.408,03	\$44.408,03	\$44.408,03
Equipos de Oficina	\$2.411,25	\$2.411,25	\$2.411,25	0	0
Inmueble	\$74.622,57	\$74.622,57	\$74.622,57	\$74.622,57	\$74.622,57
Total	\$121.441,85	\$121.441,85	\$121.441,85	\$119.030,59	\$119.030,59

TOTAL DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$121.441,85	\$121.441,85	\$121.441,85	\$119.030,59	\$119.030,59
--	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Aporte de financiamiento

MONTO DE LA INVERSIÓN TOTAL	
Total	1.698.425,98

CAPITAL DE SOCIOS		
Accionistas	Monto	Porcentaje
Socio 1	75.000,00	14,29%
Socio2	75.000,00	14,29%
Socio 3	75.000,00	14,29%
Socio 4	75.000,00	14,29%
Socio 5	75.000,00	14,29%
Socio 6	75.000,00	14,29%
Socio 7	75.000,00	14,29%
Total	525.000,00	100,00%
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
Descripción	Valor	Porcentaje de Participación
Capital Socios	525.000,00	30,91%
Inversiones	1.698.425,98	
Crédito Necesario	1.173.425,98	69,09%

DATOS DE APALANCAMIENTO

D/	1.173.425,98
E	1.698.425,98
V = D+E	2.871.851,96

D/V 0,41

E/V 0,59

CALCULO DEL CPPC apalancado

Kd	14,57%
Ke ap	24,03%
T	36,25%
CPPC nominal	18,00%

*inflación Ecuador 5,00%

CPPC real 13,00%

*Inflación según banco central

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Amortización del préstamo

Número de Pagos	Cuota	Interés	Principal	Monto
0				1.173.425,98
1	- 13.484,86	10.951,98	- 2.532,89	1.170.893,09
2	- 13.484,86	10.928,34	- 2.556,53	1.168.336,57
3	- 13.484,86	10.904,47	- 2.580,39	1.165.756,18
4	- 13.484,86	10.880,39	- 2.604,47	1.163.151,71
5	- 13.484,86	10.856,08	- 2.628,78	1.160.522,93
6	- 13.484,86	10.831,55	- 2.653,31	1.157.869,62
7	- 13.484,86	10.806,78	- 2.678,08	1.155.191,54
8	- 13.484,86	10.781,79	- 2.703,07	1.152.488,47
9	- 13.484,86	10.756,56	- 2.728,30	1.149.760,16
10	- 13.484,86	10.731,09	- 2.753,77	1.147.006,40
11	- 13.484,86	10.705,39	- 2.779,47	1.144.226,93
12	- 13.484,86	10.679,45	- 2.805,41	1.141.421,52
13	- 13.484,86	10.653,27	- 2.831,59	1.138.589,92
14	- 13.484,86	10.626,84	- 2.858,02	1.135.731,90
15	- 13.484,86	10.600,16	- 2.884,70	1.132.847,20
16	- 13.484,86	10.573,24	- 2.911,62	1.129.935,58
17	- 13.484,86	10.546,07	- 2.938,80	1.126.996,79
18	- 13.484,86	10.518,64	- 2.966,22	1.124.030,56
19	- 13.484,86	10.490,95	- 2.993,91	1.121.036,65
20	- 13.484,86	10.463,01	- 3.021,85	1.118.014,80
21	- 13.484,86	10.434,80	- 3.050,06	1.114.964,74
22	- 13.484,86	10.406,34	- 3.078,52	1.111.886,22
23	- 13.484,86	10.377,60	- 3.107,26	1.108.778,96
24	- 13.484,86	10.348,60	- 3.136,26	1.105.642,71
25	- 13.484,86	10.319,33	- 3.165,53	1.102.477,18
26	- 13.484,86	10.289,79	- 3.195,07	1.099.282,10
27	- 13.484,86	10.259,97	- 3.224,90	1.096.057,21
28	- 13.484,86	10.229,87	- 3.254,99	1.092.802,21
29	- 13.484,86	10.199,49	- 3.285,37	1.089.516,84
30	- 13.484,86	10.168,82	- 3.316,04	1.086.200,80
31	- 13.484,86	10.137,87	- 3.346,99	1.082.853,81
32	- 13.484,86	10.106,64	- 3.378,23	1.079.475,59
33	- 13.484,86	10.075,11	- 3.409,76	1.076.065,83
34	- 13.484,86	10.043,28	- 3.441,58	1.072.624,25
35	- 13.484,86	10.011,16	- 3.473,70	1.069.150,55
36	- 13.484,86	9.978,74	- 3.506,12	1.065.644,43
37	- 13.484,86	9.946,01	- 3.538,85	1.062.105,58
38	- 13.484,86	9.912,99	- 3.571,88	1.058.533,70
39	- 13.484,86	9.879,65	- 3.605,21	1.054.928,49
40	- 13.484,86	9.846,00	- 3.638,86	1.051.289,63
41	- 13.484,86	9.812,04	- 3.672,82	1.047.616,80
42	- 13.484,86	9.777,76	- 3.707,10	1.043.909,70
43	- 13.484,86	9.743,16	- 3.741,70	1.040.167,99
44	- 13.484,86	9.708,23	- 3.776,63	1.036.391,37
45	- 13.484,86	9.672,99	- 3.811,88	1.032.579,49
46	- 13.484,86	9.637,41	- 3.847,45	1.028.732,04
47	- 13.484,86	9.601,50	- 3.883,36	1.024.848,67

48	- 13.484,86	9.565,25	- 3.919,61	1.020.929,07
49	- 13.484,86	9.528,67	- 3.956,19	1.016.972,88
50	- 13.484,86	9.491,75	- 3.993,11	1.012.979,76
51	- 13.484,86	9.454,48	- 4.030,38	1.008.949,38
52	- 13.484,86	9.416,86	- 4.068,00	1.004.881,38
53	- 13.484,86	9.378,89	- 4.105,97	1.000.775,41
54	- 13.484,86	9.340,57	- 4.144,29	996.631,12
55	- 13.484,86	9.301,89	- 4.182,97	992.448,15
56	- 13.484,86	9.262,85	- 4.222,01	988.226,14
57	- 13.484,86	9.223,44	- 4.261,42	983.964,72
58	- 13.484,86	9.183,67	- 4.301,19	979.663,53
59	- 13.484,86	9.143,53	- 4.341,34	975.322,19
60	- 13.484,86	9.103,01	- 4.381,85	970.940,34
61	- 13.484,86	9.062,11	- 4.422,75	966.517,59
62	- 13.484,86	9.020,83	- 4.464,03	962.053,55
63	- 13.484,86	8.979,17	- 4.505,69	957.547,86
64	- 13.484,86	8.937,11	- 4.547,75	953.000,11
65	- 13.484,86	8.894,67	- 4.590,19	948.409,92
66	- 13.484,86	8.851,83	- 4.633,04	943.776,88
67	- 13.484,86	8.808,58	- 4.676,28	939.100,60
68	- 13.484,86	8.764,94	- 4.719,92	934.380,68
69	- 13.484,86	8.720,89	- 4.763,98	929.616,71
70	- 13.484,86	8.676,42	- 4.808,44	924.808,27
71	- 13.484,86	8.631,54	- 4.853,32	919.954,95
72	- 13.484,86	8.586,25	- 4.898,62	915.056,34
73	- 13.484,86	8.540,53	- 4.944,34	910.112,00
74	- 13.484,86	8.494,38	- 4.990,48	905.121,52
75	- 13.484,86	8.447,80	- 5.037,06	900.084,46
76	- 13.484,86	8.400,79	- 5.084,07	895.000,38
77	- 13.484,86	8.353,34	- 5.131,52	889.868,86
78	- 13.484,86	8.305,44	- 5.179,42	884.689,44
79	- 13.484,86	8.257,10	- 5.227,76	879.461,68
80	- 13.484,86	8.208,31	- 5.276,55	874.185,13
81	- 13.484,86	8.159,06	- 5.325,80	868.859,33
82	- 13.484,86	8.109,35	- 5.375,51	863.483,82
83	- 13.484,86	8.059,18	- 5.425,68	858.058,14
84	- 13.484,86	8.008,54	- 5.476,32	852.581,82
85	- 13.484,86	7.957,43	- 5.527,43	847.054,39
86	- 13.484,86	7.905,84	- 5.579,02	841.475,37
87	- 13.484,86	7.853,77	- 5.631,09	835.844,28
88	- 13.484,86	7.801,21	- 5.683,65	830.160,63
89	- 13.484,86	7.748,17	- 5.736,70	824.423,93
90	- 13.484,86	7.694,62	- 5.790,24	818.633,70
91	- 13.484,86	7.640,58	- 5.844,28	812.789,42
92	- 13.484,86	7.586,03	- 5.898,83	806.890,59
93	- 13.484,86	7.530,98	- 5.953,88	800.936,71
94	- 13.484,86	7.475,41	- 6.009,45	794.927,25
95	- 13.484,86	7.419,32	- 6.065,54	788.861,71
96	- 13.484,86	7.362,71	- 6.122,15	782.739,56
97	- 13.484,86	7.305,57	- 6.179,29	776.560,27

98	- 13.484,86	7.247,90	- 6.236,97	770.323,30
99	- 13.484,86	7.189,68	- 6.295,18	764.028,13
100	- 13.484,86	7.130,93	- 6.353,93	757.674,19
101	- 13.484,86	7.071,63	- 6.413,24	751.260,96
102	- 13.484,86	7.011,77	- 6.473,09	744.787,86
103	- 13.484,86	6.951,35	- 6.533,51	738.254,36
104	- 13.484,86	6.890,37	- 6.594,49	731.659,87
105	- 13.484,86	6.828,83	- 6.656,04	725.003,83
106	- 13.484,86	6.766,70	- 6.718,16	718.285,67
107	- 13.484,86	6.704,00	- 6.780,86	711.504,81
108	- 13.484,86	6.640,71	- 6.844,15	704.660,66
109	- 13.484,86	6.576,83	- 6.908,03	697.752,63
110	- 13.484,86	6.512,36	- 6.972,50	690.780,13
111	- 13.484,86	6.447,28	- 7.037,58	683.742,55
112	- 13.484,86	6.381,60	- 7.103,26	676.639,29
113	- 13.484,86	6.315,30	- 7.169,56	669.469,72
114	- 13.484,86	6.248,38	- 7.236,48	662.233,25
115	- 13.484,86	6.180,84	- 7.304,02	654.929,23
116	- 13.484,86	6.112,67	- 7.372,19	647.557,04
117	- 13.484,86	6.043,87	- 7.441,00	640.116,04
118	- 13.484,86	5.974,42	- 7.510,45	632.605,60
119	- 13.484,86	5.904,32	- 7.580,54	625.025,06
120	- 13.484,86	5.833,57	- 7.651,29	617.373,76
121	- 13.484,86	5.762,16	- 7.722,71	609.651,06
122	- 13.484,86	5.690,08	- 7.794,78	601.856,27
123	- 13.484,86	5.617,33	- 7.867,54	593.988,73
124	- 13.484,86	5.543,89	- 7.940,97	586.047,77
125	- 13.484,86	5.469,78	- 8.015,08	578.032,69
126	- 13.484,86	5.394,97	- 8.089,89	569.942,80
127	- 13.484,86	5.319,47	- 8.165,40	561.777,40
128	- 13.484,86	5.243,26	- 8.241,61	553.535,79
129	- 13.484,86	5.166,33	- 8.318,53	545.217,27
130	- 13.484,86	5.088,69	- 8.396,17	536.821,10
131	- 13.484,86	5.010,33	- 8.474,53	528.346,57
132	- 13.484,86	4.931,23	- 8.553,63	519.792,94
133	- 13.484,86	4.851,40	- 8.633,46	511.159,48
134	- 13.484,86	4.770,82	- 8.714,04	502.445,44
135	- 13.484,86	4.689,49	- 8.795,37	493.650,07
136	- 13.484,86	4.607,40	- 8.877,46	484.772,61
137	- 13.484,86	4.524,54	- 8.960,32	475.812,29
138	- 13.484,86	4.440,91	- 9.043,95	466.768,35
139	- 13.484,86	4.356,50	- 9.128,36	457.639,99
140	- 13.484,86	4.271,31	- 9.213,55	448.426,43
141	- 13.484,86	4.185,31	- 9.299,55	439.126,89
142	- 13.484,86	4.098,52	- 9.386,34	429.740,54
143	- 13.484,86	4.010,91	- 9.473,95	420.266,59
144	- 13.484,86	3.922,49	- 9.562,37	410.704,22
145	- 13.484,86	3.833,24	- 9.651,62	401.052,60
146	- 13.484,86	3.743,16	- 9.741,70	391.310,89
147	- 13.484,86	3.652,23	- 9.832,63	381.478,27

148	- 13.484,86	3.560,46	- 9.924,40	371.553,87
149	- 13.484,86	3.467,84	- 10.017,03	361.536,84
150	- 13.484,86	3.374,34	- 10.110,52	351.426,33
151	- 13.484,86	3.279,98	- 10.204,88	341.221,44
152	- 13.484,86	3.184,73	- 10.300,13	330.921,32
153	- 13.484,86	3.088,60	- 10.396,26	320.525,05
154	- 13.484,86	2.991,57	- 10.493,29	310.031,76
155	- 13.484,86	2.893,63	- 10.591,23	299.440,53
156	- 13.484,86	2.794,78	- 10.690,08	288.750,44
157	- 13.484,86	2.695,00	- 10.789,86	277.960,59
158	- 13.484,86	2.594,30	- 10.890,56	267.070,02
159	- 13.484,86	2.492,65	- 10.992,21	256.077,82
160	- 13.484,86	2.390,06	- 11.094,80	244.983,01
161	- 13.484,86	2.286,51	- 11.198,35	233.784,66
162	- 13.484,86	2.181,99	- 11.302,87	222.481,79
163	- 13.484,86	2.076,50	- 11.408,36	211.073,42
164	- 13.484,86	1.970,02	- 11.514,84	199.558,58
165	- 13.484,86	1.862,55	- 11.622,31	187.936,27
166	- 13.484,86	1.754,07	- 11.730,79	176.205,48
167	- 13.484,86	1.644,58	- 11.840,28	164.365,20
168	- 13.484,86	1.534,08	- 11.950,79	152.414,41
169	- 13.484,86	1.422,53	- 12.062,33	140.352,09
170	- 13.484,86	1.309,95	- 12.174,91	128.177,18
171	- 13.484,86	1.196,32	- 12.288,54	115.888,64
172	- 13.484,86	1.081,63	- 12.403,23	103.485,40
173	- 13.484,86	965,86	- 12.519,00	90.966,40
174	- 13.484,86	849,02	- 12.635,84	78.330,56
175	- 13.484,86	731,09	- 12.753,78	65.576,79
176	- 13.484,86	612,05	- 12.872,81	52.703,97
177	- 13.484,86	491,90	- 12.992,96	39.711,02
178	- 13.484,86	370,64	- 13.114,23	26.596,79
179	- 13.484,86	248,24	- 13.236,62	13.360,17
180	- 13.484,86	124,69	- 13.360,17	0,00
TOTAL INTERESES		606.606,05		

AÑOS	Gastos Anuales Por Interés	Gastos Anuales Por Capital
AÑO 1	129.813,88	32.004,46
AÑO 2	126.039,53	35.778,81
AÑO 3	121.820,06	39.998,28
AÑO 4	117.102,98	44.715,36
AÑO 5	105.934,34	49.988,73
AÑO 6	105.934,34	55.884,00
AÑO 7	99.343,82	62.474,51
AÑO 8	91.976,08	69.842,26
AÑO 9	83.739,44	78.078,90
AÑO 10	74.531,44	87.286,90
AÑO 11	64.237,52	97.580,82
AÑO 12	52.729,62	109.088,72
AÑO 13	39.864,56	121.953,78
AÑO 14	25.482,31	136.336,03
AÑO 15	9.403,93	152.414,41
TOTAL ES	1.247.953,82	1.173.425,98

Pago	- 13.484,86
Interés tasa activa**	11,20%
Número pagos Anual	12
N	180
Años	15
VA	1.173.425,98

** Tasa referencial para PYMES según Banco Central

Costo de Oportunidad

Empresas dedicadas a la hotelería de EE.UU.	Coefficiente Beta	D/P	IMPUESTO
Hoteles USA	1,20	0,69	24%

Empresas dedicadas a la hotelería de EE.UU.	Coefficiente Beta	Coefficiente Beta Apalancado
Hoteles USA	1,2	1,8

Bono del Tesoro EE.UU. 5 años	0,187%
Riesgo País	8,54%
Prima de Mercado	12,75%
Costo de oportunidad Desapalancado	<u>24,03%</u>
Costo de oportunidad Apalancado	<u>32,06%</u>

$$\beta_A = \beta_D * \left[1 + (1-t) * \frac{D}{P} \right]$$

$$\beta_D = \frac{\beta_A}{\left[1 + (1-t) * \frac{D}{P} \right]}$$

Anexo 27 - Residencia Villa Asur

