



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

**RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA CIUDAD DE MANTA**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos  
establecidos para optar por el título de:  
Licenciada en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas

Profesor Guía:  
Lcdo. Yamil Bermeo

Autora:  
Fabiola Nataly Novoa Villavicencio

Año  
2012

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

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

---

Yamil Bermeo  
Licenciado  
C.I.: 170841392-5

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA 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”.

---

Fabiola Nataly Novoa Villavicencio

C.I.: 131058136-6

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a todas las personas que me apoyaron en mi carrera estudiantil.

**DEDICATORIA**

A toda mi familia en general.

## RESUMEN

El siguiente proyecto de grado se basa en la creación de una residencia universitaria para los estudiantes provenientes de otras provincias que buscan alojamiento en la ciudad de Manta.

En el capítulo uno se realiza un pequeño análisis social de la ciudad de Manta y del Ecuador, así como de los factores que influyen en la creación de la residencia, así como los objetivos generales y específicos.

En el capítulo dos se realizará un estudio más profundo de Manabí y en este caso específico de Manta y de las bondades turísticas que ofrece.

En el capítulo tres se da un diagnóstico situacional que implica un análisis del macro y micro-entorno, así como también el análisis FODA y el plan de marketing.

En el capítulo cuatro se crea una encuesta para los estudiantes de la ULEAM, con lo cual se realizará una codificación y tabulación de la información receptada para realizar el análisis.

En el capítulo cinco se da una explicación acerca de la creación e implementación de la residencia, dando a conocer su ubicación, los requerimientos para su funcionamiento y su estructura organizacional.

En el capítulo seis se presenta un análisis de mercado, donde se estudia al consumidor y de esta manera se puede decidir los precios, publicidad y todos los canales de distribución que se emplearán.

En el capítulo siete se plantea acciones para el manejo ambiental, socio cultural y económico, que permitirán evitar los posibles efectos o impactos ambientales negativos que pongan en riesgo la implementación de este proyecto.

En el capítulo ocho se presenta todo el análisis financiero del proyecto, con el cual se determinan los beneficios o riesgos en los que puede incurrir el proyecto.

En el capítulo nueve terminaremos con las conclusiones y recomendaciones.

**Palabras claves:** Residencia, hospedaje, pensionado, infraestructura, edificios, habitaciones, seguridad, comodidad, calidad y ubicación.

## ABSTRACT

The following grade project will be based on the creation of a university residence for students from other provinces seeking accommodation in the city of Manta.

In chapter one will analyze the key factors such as economic and social that influence the creation of the residence, with general and specific objectives.

In the chapter two we will make a deeper study of Manabi and in this specific case of Manta and tourism benefits it offers.

In the chapter three we give a situational diagnostic which involves an analysis of macro and micro, as well as SWOT analysis and marketing plan.

In chapter four to create a survey for students ULEAM, I will make a coding and tabulation of information received for conducting the analysis.

In the chapter five gives an explication of the creation and implementation of the residence, revealing their location, requirements for operation and organizational structure.

In chapter six presents a market analysis, which studies of the consumers and in this way can decide the pricing, advertising and all distribution channels to be used.

Chapter seven presents actions for environmental management, socio economic and workshop, which will avoid the possible effects or adverse environmental impacts that could jeopardize the implementation of this project.

In chapter eight presents all the financial analysis of the project, which will determine the benefits or risks that may be incurred by the project.

In chapter nine we end with conclusions and recommendations.

**Keywords:** Residence, lodging, boarding, infrastructure, buildings, rooms, security, comfort, quality and location.

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1	ANTECEDENTES .....	1
1.1.1	Reseña Histórica.....	1
1.1.2	Estadísticas.....	2
1.1.3	Identificación de la Oportunidad o la Problemática .....	6
1.1.4	Descripción del Servicio (Características, Información Técnica, etc.) .....	7
1.2	OBJETIVOS .....	8
1.2.1	Objetivo General .....	8
1.2.2	Objetivos Específicos.....	8
1.3	MARCO TEÓRICO.....	9
1.3.1	Aspectos Teóricos .....	9
1.3.2	Aspectos Conceptuales .....	12
1.4	NORMATIVA LEGAL.....	17
1.4.1	Leyes, Reglamentos y Normas.....	17
1.4.2	Permisos y Licencias .....	17
<b>2</b>	<b>CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO SOSTENIBLE DE DESARROLLO</b> .....	<b>19</b>
2.1	INFORMACIÓN GENERAL DE MANABÍ – CIUDAD DE MANTA.....	19
2.1.1	Época Prehispánica.....	19
2.1.2	Portoviejo Capital de Manabí .....	20
2.2	NIVELES SOCIO - ECONÓMICOS DE LA POBLACIÓN.....	21
2.3	AGENCIAS GUBERNAMENTALES Y NO GUBERNAMENTALES QUE TRABAJAN EN LA REGIÓN.....	21
2.4	LOCALIZACIÓN Y DATOS RELEVANTES.....	21
2.5	FORMA PRESENTACIÓN DE LA COMUNIDAD .....	23
2.5.1	Toponimia .....	23
2.5.2	Actividad Económica.....	23
2.6	ESTUDIO PARTICIPATIVO DE LOS PARÁMETROS DE ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO .....	23
2.6.1	Oferta Turística .....	24
2.6.1.1	Componente Natural .....	24
2.6.1.2	Componente Cultural .....	26
2.6.1.3	Componente Gastronómico .....	27
2.6.1.4	Festividades y Eventos .....	28
2.6.1.5	Actividades Recreacionales .....	29
2.6.1.6	Vías de Acceso .....	30

2.6.1.7	Seguridad, Salud, Servicios Básicos.....	31
2.6.1.8	Servicios Turísticos (Primarios y Secundarios).....	32
2.6.2	Demanda Turística.....	33
2.6.2.1	Consumidor.....	33
2.6.2.2	Diagnóstico de las Condiciones de Mercado .....	33
2.6.3	Comercialización y Promoción Turística .....	35
2.6.3.1	Análisis de la Promoción y Comercialización .....	35
2.6.3.2	Diagnóstico de la Promoción y Comercialización.....	35
2.6.3.3	Forma, Promoción y Comercialización.....	35
2.6.4	Políticas e Instituciones Administrativas .....	36
2.6.4.1	Políticas Administrativas Ambientales.....	36
2.6.4.2	Análisis de las Instituciones Administrativas (Privado).....	37
2.7	DIAGNÓSTICO EVALUATIVO DE LA SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO .....	38
2.8	DIAGNÓSTICO GLOBAL .....	38

### **3 CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL..... 39**

3.1	INTRODUCCIÓN.....	39
3.2	ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO .....	39
3.2.1	Factores Macroeconómicos .....	39
3.2.2	Factores Tecnológicos.....	41
3.2.3	Factores Culturales.....	43
3.2.4	Factores Ambientales .....	44
3.2.5	Factores Sociales .....	44
3.3	ANÁLISIS MICROENTORNO .....	45
3.3.1	Competencia.....	45
3.3.1.1	Competencia Interna (Directa) .....	45
3.3.1.2	Competencia Externa (Indirecta).....	46
3.3.2	Clientes.....	47
3.3.3	Proveedores.....	47
3.3.4	Barreras de Entrada y Riesgos .....	48
3.4	ANÁLISIS F.O.D.A. ....	48
3.4.1	Análisis Interno .....	49
3.4.1.1	Fortalezas .....	49
3.4.1.2	Debilidades .....	49
3.4.2	Análisis Externo .....	49
3.4.2.1	Oportunidades.....	49
3.4.2.2	Amenazas .....	50
3.4.3	Matriz F.O.D.A. ....	51
3.4.4	Estrategias.....	52

### **4 CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO..... 54**

4.1	INTRODUCCIÓN.....	54
-----	-------------------	----

4.2	DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN O SEGMENTO DE MERCADO .....	54
4.2.1	Segmentación de la Población Objetivo .....	55
4.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	56
4.3.1	Diseño de la Encuesta .....	56
4.3.2	Tamaño y Tipo de la Encuesta .....	56
4.4	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	56
4.5	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	67
<b>5</b>	<b>CAPÍTULO V. LA EMPRESA.....</b>	<b>69</b>
5.1	INTRODUCCIÓN.....	69
5.2	ESTRUCTURA FÍSICA .....	69
5.2.1	Localización .....	70
5.2.1.1	Criterio de Selección de Alternativas .....	71
5.2.1.2	Matriz Localizacional .....	72
5.2.2	Infraestructura.....	73
5.2.2.1	Distribución de las Áreas de la Residencia .....	73
5.2.2.2	De las Habitaciones .....	74
5.3	FILOSOFÍA CORPORATIVA.....	74
5.3.1	Misión .....	74
5.3.2	Visión .....	75
5.3.3	Valores.....	75
5.3.4	Objetivos.....	75
5.3.5	Estrategias.....	76
5.4	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	76
5.4.1	Organigrama Estructural .....	76
5.4.2	Organigrama de Personal.....	77
5.4.3	Manual de Responsabilidades.....	78
5.4.4	Cadena de Valor y Procesos .....	80
5.4.5	Políticas .....	81
<b>6</b>	<b>CAPÍTULO VI. PLAN DE MERCADEO.....</b>	<b>83</b>
6.1	INTRODUCCIÓN.....	83
6.2	OBJETIVOS DEL PLAN .....	83
6.3	MERCADO OBJETIVO .....	84
6.3.1	Descripción del Segmento de Mercado. Perfil del Mercado.....	84
6.3.2	Estimación del Tamaño de Mercado.....	85
6.3.3	Determinación de la Participación de Mercado.....	85
6.3.4	Evaluación de la Competencia.....	85
6.4	ESTRATEGIA DE MERCADEO .....	85
6.4.1	Penetración de Mercado.....	85
6.4.2	Desarrollo de Mercado.....	86
6.4.3	Desarrollo del Servicio .....	86
6.5	MEZCLA DE MERCADOTECNIA.....	86
6.5.1	Descripción del Servicio de Hospedaje.....	87

6.5.2	Estrategias de Distribución y Almacenamiento (Plaza).....	87
6.5.3	Estrategias de Promoción y Publicidad.....	87
6.5.4	Estrategias de Precio.....	88
6.6	MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	88

## **7 CAPÍTULO VII. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL, SOCIO-CULTURAL Y ECONÓMICO ..... 89**

7.1	BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.....	89
7.1.1	Ambiental.....	90
7.1.2	Agua.....	90
7.1.3	Energía.....	91
7.1.4	Áreas Naturales.....	91
7.1.5	Contaminación.....	91
7.1.6	Desechos Sólidos.....	92
7.1.7	Aguas Residuales.....	93
7.1.8	Educación Ambiental.....	93
7.1.9	Sociocultural.....	93
7.1.9.1	Contribución al Desarrollo Local.....	94
7.1.9.2	Rescate y Protección del Patrimonio.....	94
7.1.10	Económico.....	94
7.1.11	Calidad.....	95
7.1.12	Capacitación al Personal.....	95
7.1.13	Diseño y Construcción.....	95
7.2	VOLUNTARIADO.....	95
7.3	GRANJA ORGÁNICA.....	95
7.4	SISTEMA DE TRATAMIENTO DE AGUAS GRISES Y NEGRAS.....	96

## **8 CAPITULO VIII. ESTUDIO FINANCIERO ..... 97**

8.1	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	97
8.1.1	Inversión Inicial.....	97
8.1.1.1	Inversión en Activos Fijos Tangibles.....	97
8.1.1.2	Inversión en Activos Fijos Intangibles.....	101
8.2	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.....	102
8.3	FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.....	103
8.4	COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO.....	103
8.4.1	Costos Totales de la Asistencia del Servicio de Hospedaje.....	103
8.4.1.1	Costos de Producción.....	104
8.4.2	Depreciaciones.....	105
8.4.3	Amortizaciones.....	106
8.4.4	Gastos Administrativos.....	107
8.4.5	Gasto de Ventas.....	107
8.4.6	Gastos Financieros.....	108
8.5	PROYECCIÓN DE COSTOS.....	110

8.6	PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	111
8.7	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	111
8.7.1	Estado de Situación Inicial.....	111
8.7.2	Estado de Resultados.....	112
8.8	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	115
8.8.1	Valor Actual Neto (VAN) .....	115
8.8.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	116
8.8.3	Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	118
8.8.4	Punto de Equilibrio.....	119
<b>9</b>	<b>CAPITULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>120</b>
9.1	CONCLUSIONES.....	120
9.2	RECOMENDACIONES .....	121
	<b>Referencias .....</b>	<b>123</b>
	<b>Anexos .....</b>	<b>125</b>

# 1 CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

## 1.1 ANTECEDENTES

Esta iniciativa nace por las múltiples necesidades que han manifestado los estudiantes de las diferentes facultades de la Universidad Laica Eloy Alfaro con el fin de contar con una residencia universitaria que sería de gran ayuda para el desempeño académico y para la comodidad de los estudiantes.

### 1.1.1 Reseña Histórica

Manta es una ciudad que ha ido desarrollándose en todos los aspectos; existen muchas empresas y gente que se dedica a la pesca, por eso esta es su actividad principal que se da en los mares del Océano Pacífico.

Portoviejo es la capital de Manabí, pero Manta es el primer puerto marítimo del Ecuador.

En la época aborígen, Manta se llamaba Jocay, que quiere decir en la lengua maya “casa de los peces”. Los hombres de esta tribu se hacían deformaciones craneanas y también se perforaban las orejas para colocarse las orejeras.

Manta ha tenido, según una investigación del aeropuerto, a 80.000 pasajeros en el 2010 y esta cifra seguirá aumentando debido a que Manta poco a poco va creciendo como atractivo turístico y las personas se interesaran por visitar esta ciudad, pero esta no es la única vía para recibir a los turistas en Manta, ya que existe la vía marítima o terrestre que comunica a la ciudad de Manta con otras ciudades del país y la provincia, brindando una facilidad de transportación para llegar a esta hermosa ciudad.

El aeropuerto internacional Eloy Alfaro de Manta tuvo una reconstrucción que empezó en el año de 1999 y termino en Octubre del 2001, desde esa fecha

este aeropuerto es considerado el mejor aeropuerto del país debido a su pista de aterrizaje, a sus salas de espera y otros detalles que lo califican como tal. Este aeropuerto recibe aviones nacionales e internacionales, tanto de pasajeros como de carga.

En la época prehispánica el símbolo de la cultura Manteña era la famosa piedra en U, que fue encontrada por los investigadores en algunas excavaciones donde esta tribu realizaba sus ceremonias importantes.

En los años 500 a 1526 después de Cristo, los habitantes de esta tribu se dedicaban a la agricultura, la caza de venados, llamas, patos y al comercio; la mujer se dedicaba al cultivo de la yuca, fréjoles, papa, ají, zapallo, maní y a la elaboración de cerámicas. ([www.turismomanabi.gov.ec](http://www.turismomanabi.gov.ec)).

### **1.1.2 Estadísticas**

La población del Ecuador según censo del 2011 asciende a 14'483.500 personas habitantes,

... la esperanza de vida promedio al nacer es de casi 70 años, las mujeres tienen mayor esperanza de vida hasta aproximadamente 72 años, la tasa de mortalidad es de 6 por mil, el ritmo de crecimiento poblacional tiende a decrecer. A pesar del descenso de la tasa de fecundidad la población ecuatoriana es esencialmente joven, el 33% de la población es menor de 15 años, el 43.4% es menor de 20 años. La población en edad activa entre 15 y 64 años, llega al 57% y los adultos mayores representan el 4.3% de la población, es decir existe una cantidad muy baja de adultos mayores en la población. (Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE) / Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) / Centro Latinoamericano de Demografía (CELADE)).

## Población por grupos de edades

Al ser el Ecuador un país con una población joven nuestra demanda se ubica en el rango de los 20 años hasta los 34 años, que representa el 24.5% de la población (ver cuadro inferior), la razón fundamental para tomar esta decisión es que el actual sistema económico induce a los bachilleres, una vez concluida su etapa estudiantil, a buscar un trabajo; este hecho hace que la generación de ingresos hagan que los bachilleres inviertan el orden de la prioridades y los estudios superiores pueden quedar para el último.

La oferta debe por lo tanto dirigirse a este segmento de la población.

**Cuadro 1. Población por grupos de edades**

<b>AÑOS</b>	<b>TOTAL (miles)</b>	<b>%</b>
<b>15-19</b>	1.240	10,20
<b>20-24</b>	1.168	9,61
<b>25-29</b>	947	7,79
<b>30-34</b>	863	7,10
<b>35-39</b>	774	6,37
<b>40-44</b>	673	5,54
<b>45-49</b>	538	4,43
<b>+50</b>	1.904	15,66

Fuente: INEC, 2010

## Población Urbana y Rural

En el cuadro inferior podemos observar claramente el descenso en la tasa de crecimiento del Ecuador, de igual manera con la tasa de fecundidad, hasta la década de los 60 las mujeres tenían un promedio de 6.7 hijos, en el 2011 existe un promedio de 1.4 hijos por mujer, este descenso será más evidente en el sector urbano.

Este dato es importante puesto que cada familia tendrá la posibilidad y a la vez una buena oportunidad, pues podrán educar mejor a sus hijos entonces si anteriormente uno o dos hijos de cada seis culminaban la educación media, para los próximos años podrán estudiar todos, ya que dispondrán de más recursos, y éstos seguramente los destinarán a la educación que es fundamental en la actualidad de gran importancia.

**Cuadro 2. Estimaciones y proyecciones de la población total y tasas de crecimiento. 1950-2015**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN (miles)</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO (%)</b>
1950	3.387	-
1960	4.439	2.70
1970	5.970	2.96
1980	7.961	2.88
1990	10.264	2.54
1995	11.460	2.20
1998	12.174	1.99
2000	12.646	1.97
<b>2005</b>	<b>13.798</b>	<b>1.74</b>
<b>2010</b>	<b>14.899</b>	<b>1.54</b>
2015	15.936	1.35

**Fuente:** CONDE, INEC, CELADE, Ecuador, Estimaciones y Proyecciones de Población 1950-2010. 1993

### **La educación media en Ecuador**

En las ciudades del Ecuador, 4 de cada 10 personas mayores de edad había concluido sus estudios secundarios. La tasa de escolarización en educación secundaria y vocacional es del 53,2 % eso quiere decir que 5 de cada 10 ecuatorianos van a un colegio a recibir educación media, aunque el sistema muestra los mismos problemas en cuanto a calidad, todavía perduran las estructuras curriculares homogéneas provocan que en las ciudades solamente 4 de cada 10 estudiantes concluyen sus estudios secundarios. En el sector rural solamente 1 de cada 10

estudiantes logran acabar el colegio, ya que se dedican a otras actividades como ayudar a mantener el hogar, trabajan, cuidan a sus hermanos, convirtiéndose este problema en uno de los más graves dentro del círculo de la pobreza, dado que la relación entre educación, desarrollo y mejores condiciones de vida es directamente proporcional. (www.dspace.espol.edu.ec, educación post obligatoria en el Ecuador).

Según las estadísticas que maneja el CONEA en el Ecuador se registran un total de 983.859 estudiantes para el nivel medio es decir el 8.09% del total de la población del Ecuador asiste al nivel medio, el número de bachilleres que el país gradúa tiene una tasa de crecimiento proyectado por los autores de 7%, en términos reales para el 2010, el país tendrá 20.000 bachilleres, si el 88% busca un título de tercer nivel estaremos hablando de que la demanda para todas las universidades es de más o menos 18.000 bachilleres, si tuviésemos una distribución equitativa cada institución recibiría para este año 255 estudiantes extras.

**Cuadro 3. La educación media en Ecuador**

Año	Graduados	Variación %
2002	8545	
2003	32135	276
2004	11695	-64
2005*	20608	76
2006*	22183	8
2007*	23758	7
2008*	25333	7
2009*	26908	6
2010*	28483	6

\*Proyectado

**Fuente:** Informe CONEA, mayo 2004.

**Cuadro 4. Estudiantes matriculados por nivel**

Nivel de estudios	% de estudiantes
Preuniversitario	4,94
Técnico Superior	4,20
Tercer Nivel	88,44
Cuarto Nivel	2,42

**Fuente:** Informe CONEA, mayo 2010

**Cuadro 5. Distribución relativa de la población por capitales de Provincia y por niveles socioeconómicos**

Ciudades	ALTO	MEDIO ALTO	MEDIO BAJO	BAJO
Guayaquil	6.1%	26.8%	42.3%	24.8%
Tulcán	2.0%	20.0%	41.0%	37.0%
Ibarra	2.5%	21.0%	41.0%	35.5%
Quito	7.5%	28.0%	43.0%	21.5%
Latacunga	2.0%	21.0%	42.0%	35.0%
Ambato	4.0%	26.0%	42.0%	28.0%
Guaranda	1.5%	19.0%	41.0%	38.5%
Riobamba	4.0%	20.0%	40.0%	36.0%
Azogues	1.0%	20.0%	40.0%	39.0%
Cuenca	5.0%	30.0%	40.0%	25.0%
Manta	4.0%	26.0%	43.0%	27.0%

**Fuente:** Estudios de MARKOP (marketing y opinión pública) 2002,

Como análisis nos podemos dar claramente cuenta de que en el país prevalece la desigualdad económica, una mala distribución de la riqueza, la población está totalmente polarizada, más del 70% corresponde a estratos medios y bajos, la educación superior debe ser la herramienta para tratar de nivelar esta brecha tan grande.

### 1.1.3 Identificación de la Oportunidad o la Problemática

Realmente es algo satisfactorio para los ecuatorianos, ya que sabemos que la educación y la formación de las personas es la que ayuda al progreso del país,

y en las instituciones de educación superior ha aumentado en las últimas décadas la demanda en las matrículas por parte de estudiantes de diversas características económicas, sociales y culturales.

En este contexto, se origina la idea de apoyar una formación integral a los estudiantes a través de una residencia universitaria con un portafolio de servicios innovadores y personalizados de acuerdo a los requerimientos de cada uno de los estudiantes.

El proyecto consiste en una residencia universitaria denominada “PLAYA DORADA” la cual proporcionará alojamiento y promoverá la formación de los estudiantes universitarios.

El ambiente de la misma será acogedor, logrado a través de sus habitaciones, las cuales permitirán una relación más entre estudio y relajación. Por lo tanto cualquier estudiante que esté pensando venir a estudiar a Manta en la Universidad Laica Eloy Alfaro, posiblemente ya se hayan planteado el problema del alojamiento. ¿Dónde van a vivir mientras estudian la carrera?

En Manta existen muchas opciones de hospedaje, pero es necesario indicar que esta alternativa de la Residencia Universitaria “PLAYA DORADA” será diferenciada y se ajustará a los requerimientos de cada uno de los estudiantes. El Mercado de la residencia universitaria “PLAYA DORADA” está dirigido a estudiantes nacionales o extranjeros de un nivel socio económico medio, medio alto y alto de todo el país que estudien en la ciudad de Manta en la Universidad Laica Eloy Alfaro.

#### **1.1.4 Descripción del Servicio (Características, Información Técnica, etc.)**

El servicio que se proporcionará consiste en una residencia universitaria denominada “PLAYA DORADA” situada en la Provincia de Manabí, en la ciudad de Manta, Ciudadela del Maestro, localizado frente al hotel Oro Verde.

Esta será una residencia que proveerá alojamiento y promoverá la formación de los estudiantes universitarios, puesto que las residencias son autónomas generalmente.

### **Portafolio de Servicios a ofrecer**

- Alojamiento
- Atención personalizada
- Lavandería
- Limpieza
- Áreas verdes
- Parqueadero
- Seguridad
- Internet wi-fi

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Diagnosticar y focalizar el mercado donde se pueda proporcionar al “posible” cliente de la residencia; confort, comodidad y materiales indispensables para un mejor desarrollo de sus labores educativas. En un espacio familiar, pero sin perder el matiz hotelero.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Incentivar al cliente con ofertas accesibles para todos los bolsillos, premiando a los estudiantes destacados o facilitando el ingreso a personas de recursos limitados con excelente rendimiento académico.
- Calcular el costo del proyecto.

- Sustentar la rentabilidad del proyecto.
- Promediar la cantidad de estudiantes que pueden hospedar en la residencia universitaria y por cuánto tiempo.
- Manejar grupo de estudiantes del extranjero con el fin de que estudien en Manta y conozcan esta ciudad.

### 1.3 MARCO TEÓRICO

#### 1.3.1 Aspectos Teóricos

**Hospedaje:** Todas las personas han necesitado salir de su lugar habitual, es decir desplazarse a otros lados ya sea con fines comerciales o de intercambio, antiguamente se cambiaba la mercancía por el hospedaje.

Con el pasar de los años, en las vías ya se podían hospedar las personas pero las condiciones higiénicas de estos establos no eran buenas, ya que ponían los establos cerca de los caballos y del ganado. Los precios muy cómodos.

De hecho el hospedaje es uno de los primeros servicios que se ofrecen en el mundo, en el siglo XVIII ya el hospedaje iba mejorando, aunque a las personas les tocaba compartir con otras personas sus camas y habitaciones, pero ya no cerca del ganado o de los animales, pero a pesar de eso, ya los costos eran elevados.

Cuando recién se creaba la industria de la hotelería, los precios eran demasiados altos que solamente la gente de mucho dinero podían pagar, pero con el tiempo comienzan a surgir lugares para hospedarse más factibles al pagar, actualmente casi todas las personas del mundo pueden alojarse en establecimientos dignos; así mismo la hostelería junto de la mano con el turismo, son una de las industrias más poderosas del mundo.

**Internet:** Es una interconexión de redes informáticas que nos permite comunicarnos con otros usuarios a grandes distancia.

“La primera Conexión de internet se produjo en el año de 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos”.  
([www.slidesshare.net](http://www.slidesshare.net)).

Tendremos wireless en la residencia universitaria, ya que considero es esencial por lo que la tecnología debe de ir de la mano con los estudiantes y obviamente lo van a necesitar; el internet es una interconexión de redes informáticas que nos permite comunicarnos con otros usuarios a grandes distancias. Por medio de internet podemos enviar y recibir información, fotos, archivos entre otras cosas, y lo más importante es que los estudiantes podrán hacer sus investigaciones, consultas, trabajos, etc. y el internet realmente les será de gran ayuda.

Scantlebury, que era un estudiante de la universidad hablo con Roberts sobre redes de computación de paquetes para comunicación vocal segura en el ámbito militar, en 1964. Este fue un proyecto que se creó en los Estados Unidos de América. En 1964 fue la primera conexión de computadoras host con el ARPANET inicial y se hizo realidad un embrionario internet.

Esta fue la primera demostración pública de la nueva tecnología de la red que se realizo en el año de 1972, Kahn hizo una exitosa demostración de ARPANET, en este mismo año se creó el correo electrónico que fue una aplicación “fabulosa”, desde ahí en adelante las mejoras en el internet han ido desarrollándose rápidamente para beneficio de las personas.

**Seguridad:** la seguridad es un factor muy importante que tendremos en cuenta en la residencia, ya que contrataremos a un guardia por las noches y a partir del segundo año de funcionamiento de la residencia colocaremos 10 cámaras

totales en la residencia, que serán divididas de la siguiente manera: 1 en la recepción, 1 en el lobby, 4 en los pasillos, 2 en la entrada, 1 en el cuarto de lavandería, 1 en el parqueadero, tendremos 1 guardia de seguridad que trabajara especialmente en el turno de la noche, este guardia se encargara de ver quien entra y quién sale de la residencia así como de la seguridad de los que estamos en la residencia en general. En cuanto a seguridad laboral, a todos los empleados se les da los seguros otorgados por la ley.

Antiguamente los trabajadores contribuían con fondos y en el caso de que alguno tenga un accidente de trabajo, pues utilizaban los fondos para los gastos. La contribución de estos fondos no era obligatoria, es decir quien no quería simplemente no participaba.

En 1823 el estado exige a la empresa el aseguramiento de su patrimonio y el gobierno ya declara que los accidentes laborales serán cubiertos por la empresa para que de esa forma el trabajador se sienta respaldado, ya que en ese año los accidentes se incrementaron con la revolución industrial.

**Parqueadero:** tendremos un parqueadero para 20 carros, es una forma de controlar también quienes entran a la residencia; considero que no todos los estudiantes tendrán carro, pero los visitantes si, al igual que algunos de los empleados.

**Lavandería:** habrá un cuarto de lavandería con 4 lavadoras y 4 secadoras que funcionaran con monedas, es muy importante que los estudiantes tengan este servicio ya que en las habitaciones no hay un espacio donde ellos puedan lavar su ropa, ni un tendedero. En la lavandería si tendrán este espacio.

**Limpieza de las habitaciones:** esta limpieza se hará todas las mañanas únicamente, esta limpieza será realizada por las camareras a partir del 6to mes de funcionamiento de la residencia universitaria, en caso de que el huésped no desee que su habitación sea limpiada, pues solo deberá colocar una tarjeta

colgante en la puerta de su habitación. Los estudiantes tendrán sus propios juegos de sábanas y utensilios necesarios para que ellos realicen la limpieza.

### 1.3.2 Aspectos Conceptuales

**Calidad:** principalmente en esta residencia universitaria nuestro objetivo es brindar un servicio excelente, superando las expectativas del estudiante y satisfaciendo sus necesidades al máximo, debemos identificar y solucionar los problemas que aparezcan a medida que esta residencia vaya creciendo, ya que la calidad se produce por el mejoramiento del proceso.

Para brindar una buena calidad debemos de capacitar de una excelente manera al personal de empleados, eliminando el temor de ellos, marcando liderazgos, dar confiabilidad al huésped, tener predisposición para brindar ayuda al huésped, brindar seguridad, brindar una atención esmerada y personalizada a los huéspedes.

**Competencia:** Antes de escoger el tema de este proyecto, lo analizamos y sabemos que no existe otra residencia universitaria en la ciudad de Manta. Posiblemente a futuro exista alguna competencia ya que es algo que no se puede saber. Pero por el momento no existe competencia.

**Demanda:** Realmente si se va a tener una buena demanda ya que no existe otra residencia universitaria en la ciudad de Manta, y según lo que la gente conoce es que muchos estudiantes lo que hacen es rentar cuartos en casas ubicadas cerca de la universidad, debido a que dentro de la Universidad no existe la infraestructura necesaria para que los alumnos puedan vivir dentro de ella. Los precios que esta residencia va a ofrecer son alcanzables para todo tipo de target en especial para los estudiantes. Los huéspedes van a notar un buen precio, una buena infraestructura y comodidad que es lo que ellos necesitan.

**Estrategia.-** El modelo de objetivos, fines o metas y políticas fundamentales para el logro de estas metas, expresada de tal manera que se defina que clases de negocio hace la compañía o a que se va a dedicar y a la clase de compañía que es o que va a ser.

Tenemos que brindar el mejor trato al huésped ya que las recomendaciones de boca en boca son parte de los clientes que nos ayudan infinitamente a generar más ventas. Si es necesario elaborar una lista con amigos para que les cuenten sobre esta residencia y que ellos te ayuden para de esa forma darnos a conocer.

Tenemos que pedir el mail de los huéspedes para siempre recordarles que estamos a las órdenes y que no duden en visitarnos.

Tenemos que escuchar las quejas y sugerencias para captar el mensaje que hay detrás; enseguida, agradecer y analizar lo que nos han dicho para de esa forma convertirla en una oportunidad para nosotros, como residencia mejorar y poder explicarle al cliente nuestras ventajas y beneficios que ofrecemos.

Tenemos que despejar todas las dudas del huésped a través de respuestas claras, tenemos que ofrecer servicios complementarios sencillos, pero que le agraden mucho al cliente, por ejemplo el día del cumpleaños del huésped obsequiarle algo, para que de esa forma el huésped se sienta querido. Así le demostramos que en realidad nos preocupamos por él y que queremos que sea nuestro socio y amigo, no solo huésped. Por lo tanto una de nuestras metas es hacer que el cliente diga “¡Qué hermosa experiencia, volveré pronto para vivirla de nuevo, tengo definitivamente que regresar!”.

Tenemos que darle seguimiento a cada huésped para saber cuáles son las cosas que le gustan y las cosas que necesita, con el fin de que se sientan como en su hogar y que no les haga falta nada. Tenemos que siempre recordar que un cliente satisfecho es igual a más ventas.

**Empowerment.-** Debemos de Acondicionar los puestos de cada empleado con la finalidad de que se sientan cómodos y puedan tener sentido de orientación, posesión y responsabilidad, para que obtengan algunas atribuciones importantes para la residencia que son: la autoridad, el reto (lo que los empleados deseen lo cumplen), un buen rendimiento, poder para toma de decisiones como por ejemplo: en un hotel 5 estrellas una recepcionista puede tomar la decisión de bajar un poco la tarifa tomando en cuenta algunos aspectos como la ocupación del hotel, que tipo de cliente es, que tipo de habitación necesita etc., que los empleados sean poli funcionales es decir que sepan un poco de todas la áreas, con el fin de que ellos se puedan desenvolver en cualquier área de la residencia.

Es necesario incentivar al empleado, lo haremos cada año escogiendo al mejor empleado, dándole un tag que se lo coloque en la chaqueta de su uniforme y aparte una remuneración económica, por su excelente desempeño laboral, calificando algunos aspectos importantes.

Que un empleado tenga un buen empowerment significa que puede enfrentar sus conflictos sin necesidad de apelar a una autoridad más alta y hacer las cosas eficientemente.

**Feedback.-** más conocido como Retroalimentación que significa “Ida y vuelta” y lo que haremos es en las reuniones poder escuchar y compartir observaciones, sugerencias, preocupaciones, etc., que han dejado los clientes, con la finalidad de recaudar información, dando ideas para intentar mejorar el funcionamiento de la residencia.

**FODA.-** Este análisis será mencionado en el capítulo III y hablará de la “Técnica de valoración de potencialidades y riesgos organizacionales y personales, respecto a la toma de decisiones y al medio que afecta. Significa: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas”. (www.monografias.com).

**Gerencia.-** “Función mediante la cual las empresas y el Estado logran resultados para satisfacer sus respectivas demandas”. ([www.utelut.edu.ec](http://www.utelut.edu.ec)).

Hay muchas cosas que la gerencia tiene que hacer para que la residencia sea más productiva y más eficiente por ejemplo escoger los diferentes puestos de trabajo, planear los objetivos y las metas propuestas a corto y a largo plazo, cerciorarse de que los empleados brinden un buen servicio y al mismo tiempo tener una buena relación con los clientes, proveedores, compañeros, etc. Capacitar correctamente al personal para que los empleados hagan lo que tengan que hacer y no lo que quieren hacer.

**Management.-** “Es un concepto aplicado en las organizaciones, que busca transferir el conocimiento y la experiencia existente entre sus miembros, de modo que pueda ser utilizado como un recurso disponible para otros en la organización”. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).

**Marketing:** el marketing tenemos que trabajarlo con precisión, pues es muy importante tener una buena relación con el cliente. Y podemos llegar a saber muchas cosas de nuestro cliente ya que es el único negocio que deja que el huésped duerma en su casa. Pues marketing es una actividad que nos ayuda a satisfacer las necesidades y deseos de las personas y lo que tenemos que hacer es buscar datos para saber qué es lo que el huésped necesita y de esta forma que se sienta bien y que no nos cambie, que regrese brindándole experiencias positivas, creando una relación con el cliente que independientemente del precio siempre piense en nosotros.

Nuestra residencia debe tener un buen marketing para poder tener un buen posicionamiento en el mercado a futuro

**Mercado:** “Es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes”. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).

**Nicho de mercado:** El nicho de mercado que esta residencia universitaria ha escogido es para los estudiantes de la ULEAM en la ciudad de Manta, pero también se enfoca en jóvenes que desean pasar sus vacaciones en Manta por un tiempo mínimo de un mes.

**Plan:** Es el conjunto de prescripciones y normas que vamos a dictar en la residencia universitaria para alcanzar cualquier objetivo, estableciendo metas y tiempos de ejecución.

**Plan de Negocios.-** Se va a realizar el plan de negocios basándonos en el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización, de esta forma podemos saber a qué precio serán vendidas las habitaciones, el sueldo de los empleados, como trabajaremos con los proveedores, el organigrama, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, etc., el plan de negocios que realizaremos se debe estar actualizando constantemente para poder analizar los puntos críticos de la empresa y para poder evitar los futuros problemas que pueden aparecer en la residencia brindando soluciones.

**Planificación.-** Son metas y objetivos trazados individualmente u organizacionalmente con el fin de ser cumplidos a un largo o corto plazo.

**Política.-** Conjunto de estrategias, normas y parámetros que tendremos en la residencia con el fin de alcanzar los objetivos y metas ya sea a corto o largo plazo, realmente definir las políticas no es difícil, el problema es cumplirlas. Y para definir las tenemos que analizar la empresa internamente, externamente y su competencia. Pero sin ellas la empresa no controla su futuro. Sin ellas la empresa es un barco a la deriva

**Toma de decisiones:** Esto es un proceso en el cual el personal de esta residencia debe escoger entre dos o más alternativas, y para esto el personal será capacitado para tomar decisiones en momentos difíciles, siempre y cuando no perjudique a la empresa.

**Utilidades:** “Son la medida de un excedente entre los ingresos y los costos expresados en alguna unidad monetaria”. ([www.ecofinanzas.com](http://www.ecofinanzas.com)).

Se le tiene que pagar el 15% de las utilidades obtenidas durante el año pasado, el pago de las utilidades lo realizaremos desde el 1 de abril hasta el 15 de Abril ya que así es como lo estipula la ley.

## **1.4 NORMATIVA LEGAL**

La normativa legal que se requiere para el funcionamiento de una residencia universitaria es:

- Constitución legal como empresa (natural o jurídica)
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal
- Afiliación a la Cámara de Comercio de Manta
- Afiliación a la Cámara de Turismo

### **1.4.1 Leyes, Reglamentos y Normas**

En cuanto a las leyes y reglamentos necesarios para el funcionamiento es necesario lo siguiente:

- Superintendencia de Compañías
- Código de trabajo
- Número Patronal (IESS)
- Reglamento interno

### **1.4.2 Permisos y Licencias**

Los permisos y licencias que se requieren son los que se detallan a continuación.

- Permiso sanitario
- Permiso de rotulación
- Permiso del Cuerpo de Bomberos

## **2 CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO SOSTENIBLE DE DESARROLLO**

### **2.1 INFORMACIÓN GENERAL DE MANABÍ – CIUDAD DE MANTA**

#### **2.1.1 Época Prehispánica**

“En 1526, el español Bartolomé Ruiz fue uno de los primeros que llegó a lo que en ese entonces se llamaba Jocay que significa: Jo=pez y Cay=casa, casa de peces”. ([www.manta360.com](http://www.manta360.com), historia de Manta).

Manabí ya estaba poblada por otros hombres cuando los Mayas llegaron a esta encantadora ciudad en el año 500 después de Cristo. Entre los pueblos antiguos y de mayor cultura en Manabí están los Mantas, quienes eran sedentarios, pacíficos, comerciantes y pescadores.

El origen etimológico de la palabra MANABÍ proviene de dos vocablos quichuas: MANA, que significa NADA, y PHI, que quiere decir AGUA, entonces antiguamente Manabí, equivale a decir carencia de agua. Al final el resultado fue MANABÍ, que significa SIN AGUA. A Manabí se la ha conocido como: Gobierno de Cara, Tenencia de Puerto Viejo, Provincia de Manta, entre otros. ([www.dspace.espol.edu.ec](http://www.dspace.espol.edu.ec)).

La diversión para los turistas que Manta ofrece es espectacular, por tal razón los cruceros obligatoriamente realizan una parada en este puerto; aquí los turistas pueden disfrutar de la comodidad que Manta les brinda, de la alegría y calidez de su gente, bares, restaurantes con una gastronomía dispuesta a satisfacer los paladares más exigentes, la vida nocturna ya que en las noches hay eventos en las calles o simplemente se encuentra gente escuchando música en sus carros y con amigos en sus famosas playas.

Por todo lo que ofrece Manta, en la actualidad es una ciudad muy visitada por turistas nacionales e internacionales.

### **2.1.2 Portoviejo Capital de Manabí**

El 18 de octubre de 1820, Portoviejo, en representación del sentir del pueblo Manabita por la posesión de libertad, proclamó su independencia.

Portoviejo es la primera ciudad de la costa del Ecuador y fue fundada el 12 de Marzo de 1535 por el español Francisco Pacheco de 37 años de edad que era un capitán del ejército, con el nombre de Villa Nueva de san Gregorio de Portoviejo.

Portoviejo se encuentra a 35 kms de la ciudad de Manta, aproximadamente a 25 minutos y a pocos minutos de la playa de Crucita que es una playa muy visitada por los turistas ya que tiene tranquilas olas, una vista panorámica hermosa, en esta playa se practican diferentes tipos de deportes como surf con parapente o el parapente que las personas lo realizan con guía o instructor.

Portoviejo tiene lugares espectaculares tales como el Parque Vicente Amador Flor, un famoso parque dado que aquí se presentan cantantes, poetas, los enamorados realizan paseos, este parque existe desde 1910.

Otro lugar muy atractivo en Portoviejo es la Ciudad Deportiva donde su gente practica deportes como basquetbol, voleibol, ciclismo, boxeo, gimnasia, natación, entre otras.

Portoviejo complace a los paladares más exigentes, ya que su gastronomía es muy variada y deliciosa, en especial los platos se preparan con mariscos de la zona.

## **2.2 NIVELES SOCIO - ECONÓMICOS DE LA POBLACIÓN**

Manta según el censo VII de población, realizado en el año 2011, presenta una población actual de 221.280 mil habitantes, que equivale al 9.4% de habitantes del país, si nos fijamos en la cantidad de habitantes de los años anteriores, la población ha crecido de una forma significativa y esto se dio por la migración de habitantes de todos los cantones de Manabí.

Una actividad importante y que brinda muchos ingresos económicos a esta ciudad es el turismo, aquí encontramos la ruta del Spondylus o conocida también como la ruta del sol que son carreteras que unen pueblos, ciudades y balnearios turísticos de la costa ecuatoriana.

En la provincia de Manabí se ha identificado 10 parroquias pertenecientes a 8 cantones que se encuentran ubicados en áreas correspondientes al ecosistema de manglar. En estas parroquias viven 186.377 personas, Montecristi es la parroquia rural más grande, en la que habitan 41.329 personas. ([www.ccondem.org.ec](http://www.ccondem.org.ec)).

## **2.3 AGENCIAS GUBERNAMENTALES Y NO GUBERNAMENTALES QUE TRABAJAN EN LA REGIÓN**

En la ciudad de Manta existen agencias gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en pro de la región como: sindicatos, gremios, asociación de pescadores, colegios profesionales, organizaciones barriales y grupos religiosos que de alguna manera buscan el bien común de sus asociados o de la comunidad de Manta, sin ser su principal interés el económico.

## **2.4 LOCALIZACIÓN Y DATOS RELEVANTES**

La provincia de Manabí, con su capital Portoviejo, está situada en el centro de la región litoral y del país. Portoviejo, su capital provincial, está

localizada a 400 kilómetros de Quito, la capital del país y a 200 kilómetros de Guayaquil. Al norte con la provincia de Esmeraldas; al sur con la provincia del Guayas; al este con las provincias de Guayas y Pichincha y al oeste con el Océano Pacífico, Manabí tiene una extensión de 18.879 kilómetros cuadrados. La fecha de provincialización es el 25 de junio de 1824. (www.teodoro8.tripod.com).

Gráfico 1. Mapa de la Provincia de Manabí



Fuente: Mapa político de la provincia de Manabí

## **2.5 FORMA PRESENTACIÓN DE LA COMUNIDAD**

### **2.5.1 Toponimia**

Se sabe que la actual ciudad de Manta se construyó sobre los restos de una población manteña-huancavilca llamada JOCAY (JO=Pez; CAY=casa) o sea la casa de los peces.

### **2.5.2 Actividad Económica**

Manta se caracteriza por ser uno de las más importantes ciudades del Ecuador debido a que su mayor actividad que mueve millones de dólares es la actividad pesquera que se realiza en este puerto para el desarrollo de Manta.

Aunque los organismos internacionales que regulan la actividad pesquera han establecido el no incremento de la flota pesquera, se estima que Manta seguirá ocupando el lugar que se ha ganado con la pesca, estimándose incluso que la industria acelerará su potencial en la próxima década. ([www.manta360.com](http://www.manta360.com)).

## **2.6 ESTUDIO PARTICIPATIVO DE LOS PARÁMETROS DE ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO**

Manta tiene un gran posicionamiento como destino turístico ya que es visitado por muchas personas que quieren disfrutar de los atractivos de esta ciudad y la comodidad al momento de alojarse. Aparte los turistas se interesan mucho por conocer sus famosas playas que son muy frecuentadas que son: "Los Esteros", "Tarqui", El murciélago, "Barbasquillo", "San Lorenzo" y "Santa Marianita", "Liguiqui", "La Tiñosa" y "Piedra Larga".

Manta también es visitada por muchos turistas que llegan de los cruceros internacionales; la llegada de los cruceros se incrementa cada año.

## **2.6.1 Oferta Turística**

### **2.6.1.1 Componente Natural**

#### **Análisis de atractivos acuáticos (Naturales)**

Los atractivos acuáticos del puerto de Manta es el avistamiento de ballenas que llegan a reproducirse en aguas cálidas; además es posible realizar actividades de buceo y de snorkel y actividades de pesca y de surf puesto que Manta fue elegida como sede del Sexto Campeonato Sudamericano de "windsurfing"

#### **Análisis de atractivos terrestres (Naturales)**

En esta provincia se encuentra la Isla de La Plata, en la cual podemos encontrar especies únicas como los piqueros de patas azules y fragatas; esta es una playa muy visitada por turistas nacionales e internacionales; también encontramos una abundante flora y fauna similar a la de las Islas Galápagos, se pueden observar ballenas en los meses de Junio a Septiembre ya que las ballenas escogen este sitio para el apareamiento y nacimiento de sus bebés.

#### Toponimia de atractivos

Es conocidos en el mundo entero los originales y oficiales "Panamá Hats", los cuales son hechos muy cerca de Manta, en el pueblo de Montecristi. Las ventas de los Panamá Hats llegaron a su punto máximo en 1944 cuando se convirtió en el producto número uno de exportación del Ecuador, también debido a una decrecimiento del cacao.

Manabí también es famosa por su deliciosa cocina, una de las mejores en el país. Para quienes disfrutan los mariscos Manta no tiene competencia.

## **Análisis de atractivos de Flora y Fauna (Naturales)**

### Fauna endémica del área

Entre los animales nativos de Manta se tiene, micos, conejos, venados, ardillas, tigrillos, zorros, perico ligero, culebras, guacharacas, palomas, loros, pericos, diferente variedad de pájaros, los campesinos cuentan que hasta hace pocos años existió el tigre. La presencia de la flora y la fauna, es lo que le otorga vida a este hermoso paisaje. ([www.viajandox.com](http://www.viajandox.com)).

### Flora endémica del área

El bosque tropical húmedo de Pacoche se encuentra a una distancia de 26 kms y ubicado a 20 minutos de la ciudad de Manta, con una área de 190 kms<sup>2</sup> de bosque tropical húmedo y variedad de bosque, unos introducidos por el hombre como el caso de los cafetales y cítricos, paja toquilla y otros silvestre como los de la caña guadua, palo santo aramo, laurel, etc.

“En este hermoso rincón manabita, se aprecia exuberante vegetación, donde se respira aire puro, adentrándose en la naturaleza se encuentra variedad de árboles como: laurel, guaba, higuierón, caña guadua, paja toquilla, cafetal, etc.” ([www.viajandox.com](http://www.viajandox.com)).

### Diagnóstico del Componente Natural (Clima)

Según información de la Autoridad Portuaria de Manta, el clima es tropical, cálido, seco y fresco, con cambios climáticos dado por la presencia de la corriente fría de Humboldt y el fenómeno de El Niño, el variable clima puede presentar una media de 28° C. En la temporada invernal puede llegar a una temperatura máxima de 35° C y en verano la temperatura oscila entre los 20° y 22° C. Contando con un clima subtropical seco, con corrientes marinas frías.

### **2.6.1.2 Componente Cultural**

#### **Análisis de atractivos construidos o realizados por el hombre**

El sector productivo en la ciudad de Manta lo forman principalmente el Malecón Escénico y los hoteles, éstos se localizan fuera de sus instalaciones, ofreciendo diversidad de servicios con edificaciones que incluyen casinos, salas de juego, discotecas y más, con excelente infraestructura comercial y turística, puedo mencionar al hotel Oro Verde ubicado al lado de la playa el murciélago y el hotel Howard Johnson ubicado vía Santa Marianita.

A lo largo del malecón escénico se observa diferentes sitios que ofrecen al turista variedad de platos típicos del sector, además se puede adquirir diferentes artesanías, así como el comercio informal que trabaja alrededor de la playa el malecón, quienes se encuentren en el malecón escénico van a encontrar un ambiente lleno de alegría, con música y con gente amable.

#### Formas Culturales

“Está confirmado que la cultura Manteña - Huancavilca fue de agricultores, navegantes y pescadores. La agricultura intensiva, excedentes de alimentos, provocó el comercio e incentivó los viajes marinos estructurando una sociedad estratificada”. ([www.guayageek.com](http://www.guayageek.com)).

#### Diagnóstico del Componente Cultural

La cultura del pueblo Mantense es de naturaleza abierta al turismo, alegres y amables, trabajadores y notables en la actividad de pesca y turismo lo que les convierte en excelentes anfitriones.

### **2.6.1.3 Componente Gastronómico**

#### **Análisis de los Atractivos Gastronómicos**

Tiene mucha variedad de platos exquisitos que la ciudad le ofrece pero según el costeño la mejor comida típica se ofrece en los propios hogares, el cual es un plato a base de pescado y arroz.

#### Forma Gastronómica

La gastronomía que ofrece la ciudad de Manta se basa en una extensa variedad especialmente de mariscos, desde una corvina apanada hasta el popular camotillo propio de esta tierra y otras delicias como: ceviche, filete de lenguado, pez espada, cangrejo, concha, pargo, etc.

Recetas y elaboración:

La gran variedad de alimentos que se pueden encontrar en esta ciudad de Manta han permitido a los chefs de esta ciudad preparar exquisitos platos con muy amplias recetas gastronómicas. Entre los más conocidos y que se destacan por la preferencia de las personas son sopas marineras, el camotillo frito y la cazuela de mariscos, entre otros platos propios de la provincia.

#### Diagnóstico del Componente Gastronómico

La gastronomía del Ecuador es bastante variada, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (costa, sierra, oriente y región insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones diferentes; sin embargo en la ciudad de Manta, predomina la preparación de platos típicos con toda clase de mariscos. (www.wikipedia.com).

### 2.6.1.4 Festividades y Eventos

#### **Análisis de festividades y eventos**

“Las fiestas más importantes en la ciudad de Manta son las siguientes:

- Fiesta de San Pedro y San Pablo Julio, Agosto
- Festival de Música Nacional – San Lorenzo 08 de Agosto.
- Festival Internacional De Teatro Septiembre.
- Fiestas del Comercio 24 de Octubre.
- Cantonización de Manta 04 de Noviembre
- Feria Internacional del Atún y la Pesca del 3 al 11 de Noviembre”.  
([www.viajandox.com](http://www.viajandox.com)).

#### Forma festividades y eventos

Las fiestas de Manta son actividades que se realizan para distraer a los asistentes. Eventos deportivos durante Noviembre y también de Enero a Abril. Aparte de que este hermoso puerto se merece de festividades también sirve para aumentar la comercialización de manera que lleguen comerciantes desde Colombia, Perú, Panamá, y otros países que exponen sus productos en la Feria del Comercio.

Muchos comerciantes son parte de esta feria que dura hasta el 4 de Noviembre, este día se festeja la cantonización de Manta. Estas son fechas muy esperadas para la gente de Manta y de pueblos cercanos, ya que las distracciones que hay son muy interesantes, por ejemplo la FAE hace demostraciones de sus habilidades en el aire, con aviones de combate, paracaidistas y demás, hay desfiles donde la mayoría de colegios y escuelas salen a desfilas, en el agua hay competencia de skysurf, un deporte que está ganando mucho espacio en Manta. Se da la elección de la reina de Manta y del comercio con presentaciones de artistas nacionales y de renombre.

## Diagnóstico de Festividades y Eventos

Las principales festividades y eventos en la ciudad de Manta se realizan en puentes vacacionales que son propiciados por el Estado ecuatoriano, con el fin de que exista más asistencia de personas; en donde se realizan una serie de actividades y eventos artísticos, culturales y recreacionales.

### **2.6.1.5 Actividades Recreacionales**

#### **Análisis de actividades recreacionales**

Las actividades recreacionales son diversas y se dan especialmente en las playas a través de deportes playeros (futbol, voleibol); moto acuática, parapente, skysurf, paseos en barco y en lancha, visita a la isla de la plata para observación de las ballenas jorobadas, vela y surf. Existen muchos clubes en que se puede realizar muchas actividades como paseo en yate, piscina, canchas de golf, tenis, futbol.

#### Forma recreación

Una intensa forma de disfrutar en las noches de Manta son las noches de casino, bares, karaokes y discotecas abiertas (interiores y exteriores), eventos de tarima en las playas, con animaciones y diferentes tipos de concursos que se realizan en especial los fines de semana y en la temporada playera.

#### Diagnóstico de Actividades Recreacionales

El diagnóstico de las actividades recreacionales en la ciudad de Manta son los siguientes: paseos a caballo y excursiones, recorridos por senderos naturales, recorrido por los museos de Manta, show de bailes folklóricos, rodeo montubio en los pueblos cercanos, excursiones a las playas y visita a locales de artesanías entre los que se destacan los sombreros de paja toquilla que se los

venden en Montecristi, visita a la casa de Eloy Alfaro, ahora convertido en museo, quien fue uno de los presidentes de la República más recordados por los ecuatorianos.

### **2.6.1.6 Vías de Acceso**

#### **Análisis de Infraestructura (Vías de Acceso)**

Por su ubicación geográfica, la ciudad de Manta, se encuentra en la costa ecuatoriana al oeste del país, a una distancia terrestre de 419 km. de Quito, aproximadamente 8 horas, de Guayaquil 196 Kms, aproximadamente 3 horas y medias, la segunda ciudad más importante que también está en la región costa y puerto; y, a una distancia de 35 km. de la ciudad de Portoviejo, 15 minutos en carro. Capital de la provincia de Manabí. ([www.manta360.com](http://www.manta360.com)).

#### Diagnóstico de infraestructura

Actualmente la infraestructura turística es de primer orden, existen edificios remodelados de lujo y en muy buenas condiciones, hay 2 hoteles 5 estrellas para la estadía de los turistas y visitantes a la ciudad de Manta que son el Howard Johnson y el Hotel Oro Verde, Manta tiene una buena infraestructura debido a una agresiva competencia de otras playas de la provincia y del país.

#### Formas vías de acceso

Gracias al crecimiento económico que ha tenido Manta en los últimos años se vio la necesidad de implementar y construir vías de acceso que sean accesibles a todo tipo de personas. Es así que con la llegada de los americanos en el año de 1999 el aeropuerto Eloy Alfaro de Manta ubicado a 4 minutos del centro de la ciudad, se convierte en uno de los mejores del país y con lo cual la ruta de acceso por aire se ha mejorado en su totalidad, gracias a estas instalaciones.

Así mismo su Puerto Marítimo, que gracias a su ubicación permite el acceso a múltiples embarcaciones internacionales y nacionales con lo cual se elevó primeramente el comercio y posteriormente el turismo.

Finalmente las vías de acceso terrestre se convirtieron a mediados del año 2011 en la principal vía de acceso hacia esta provincia ya que la construcción de nuevas, mejoradas y ampliadas carreteras permiten a los turistas de todos los sectores del país arribar de una forma más rápida y segura.

### **2.6.1.7 Seguridad, Salud, Servicios Básicos**

#### **Seguridad**

La ciudad de Manta en los últimos años se ha vuelto muy insegura, ha aumentado el porcentaje de muertos debido al sicariato. Esto se da porque esta ciudad se ha convertido en un polo de desarrollo de la región; por lo que la Policía Nacional realiza muchas actividades para frenar la actividad delictiva

#### **Salud**

Salud es el equilibrio físico, psíquico y social. Lo contrario a esto es la enfermedad, es decir, el desequilibrio, por tal razón Manta se ha preocupado mucho por la salud de sus habitantes, en la actualidad existen más de 24 espacios para la salud, por lo que de acuerdo a datos del Ministerio de Salud en la ciudad de Manta es la que más atenciones médicas de la provincia brinda a las personas.

#### **Servicios Básicos**

“En la ciudad de Manta se cuenta con servicios básicos en el siguiente orden: Agua Potable: 70%; Red Eléctrica: 98%; Agua servidas: 35%; Alcantarillado pluvial: 8.47%; Alumbrado público: 70%; Transporte público: 70% y Teléfonos: 70%”. (Cámara del turismo de Manta).

### **2.6.1.8 Servicios Turísticos (Primarios y Secundarios)**

#### **Análisis de los Servicios Turísticos**

A partir de la llegada de los Americanos a Manta, esta ciudad experimenta en los últimos años un gran incremento turístico tanto de visitantes locales, como extranjeros, los mismos que se deleitan con las bondades que brinda esta ciudad, su cálido clima, sus hermosas playas y su variada gastronomía.

Con la remodelación del malecón escénico, las personas se deleitan de shows artísticos y en la Playa del Murciélago una gran variedad de juegos para todos los visitantes. Así mismo sus confortables y lujosos hoteles que brindan un excelente servicio.

#### Forma de servicios turísticos – planta turística

Manta siempre piensa en el progreso turístico, por esta razón se está realizando el proyecto de la construcción de un hotel de la cadena Holliday Inc. En la vía puerto-aeropuerto y hace un par de años se construyó el hotel Howard Johnson de la cadena GHL que tiene una gran inversión manejada por gente de Estados Unidos, Suiza y franceses.

Es difícil para los turistas encontrar hoteles disponibles en temporada alta, por lo tanto Manta en cuanto a hostelería iba creciendo poco a poco.

#### Diagnóstico de los servicios turísticos

Según datos de la Cámara de Turismo de Manta, sus establecimientos afiliados brindan una capacidad hotelera de 1.500 habitaciones, para alojamiento de aproximadamente 5.000 personas. Se cuenta con 60 establecimientos de alojamiento, en donde se encuentran 5 hoteles de primera categoría y 2 de lujo.

## **2.6.2 Demanda Turística**

### **2.6.2.1 Consumidor**

El perfil del consumidor turístico nacional y extranjero que visita la ciudad de Manta, se trata de una persona que busca el esparcimiento y la sana diversión junto al mar con momentos de diversión y relajación. Disfrutando de la naturaleza de esta ciudad realizando excursiones.

### **2.6.2.2 Diagnóstico de las Condiciones de Mercado**

El turismo en la ciudad de Manta es una de las actividades de mayor crecimiento y más rápida expansión, debido al crecimiento turístico que tiene esta ciudad, aunque principalmente ha estado orientado a la modalidad de *sol y playa*, por sus propagandas sobre la ruta del Spondylus, sin embargo, desde hace algunos años atrás se vienen desarrollando otras modalidades que han servido para diversificar la oferta turística en este gran escenario natural pesquero.

Entre las nuevas modalidades y actividades de turismo se tiene al turismo de naturaleza que se desarrolla principalmente en zonas de bosques de manglar, bosques secos y bosques húmedos costeros; así como en playas, bahías y estuarios en buen estado de conservación.

La observación de mamíferos marinos y aves; la práctica de actividades de aventura y deportes, y el turismo vivencial con comunidades rurales; todas vinculadas con el uso de recursos naturales en condiciones aceptables y muchas de ellas desarrolladas dentro o en zonas aledañas a las áreas protegidas.

Los mercados de origen principales son Quito, Guayaquil y Cuenca.

- Incrementa mucho la visita de turistas a Manta en la temporada alta que es de Diciembre a Abril, porque el clima se vuelve más caluroso, hay la temporada playera o carnalera la temporada baja es de Mayo a Noviembre.
- Las reservaciones a los hoteles de la costa en temporada alta hay que hacerlos con anticipación para que puedan asegurar su hospedaje.
- En la temporada alta los ecuatorianos tienen muchas opciones de hospedajes
- Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: Carnaval (Febrero), Semana Santa (Abril), Difuntos (Noviembre), Navidad (Diciembre) y Fin de Año (Diciembre).
- Los motivos principales de visita en feriados y fines de semana son principalmente:
  - Visitas a familias y amigos
  - Negocios/ motivos profesionales
  - Recreación, vacaciones
  - Compras
  - Tratamiento de salud, relajamiento
  - Estudios
  - Congresos/Conferencias
- “Los desplazamientos más comunes son fines de semana (estimado de 1/2 noches) indicándonos el 19%, puentes (estimado de 2/3 noches) 48% y vacaciones (estimado de 7 noches) 48% y los demás de (9/10 noches) 19%”. ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)).
- “El gasto promedio total por visitante (excursionista y turista) estimado por día oscila entre US\$90 y US\$120 en el 2011”. ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)).

## **2.6.3 Comercialización y Promoción Turística**

### **2.6.3.1 Análisis de la Promoción y Comercialización**

La promoción y comercialización turística de la ciudad de Manta está a cargo del Ministerio de Turismo del Ecuador MINTUR, de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR) y de la Cámara de Comercio de la ciudad de Manta. ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)).

### **2.6.3.2 Diagnóstico de la Promoción y Comercialización**

A pesar de que Manta es una ciudad que ha crecido turísticamente y en cuanto a servicio, es necesario investigar, reconocer y darse cuenta cuáles son sus recursos y otras valiosas posibilidades turísticas, para de esta manera definir la demanda, características y necesidades, al mismo tiempo hay que analizar proyectos de inversión turística en el sector hotelero así como su impacto, también hay que llevar planes de comercialización del turismo, rutas, guianza, itinerarios y atracciones turísticas.

### **2.6.3.3 Forma, Promoción y Comercialización**

Se va a establecer un primer contacto con el nicho de mercado en la Unión Europea, Estados Unidos y el Este Asiático (Japón, China); a través de exposiciones de stand en ferias de turismo o en las ferias que se realizan por las fiestas de Manta, en la que expondrá la marca país, logotipo y slogan, por medio de distintos medios visuales que funcionaran como apoyo para la comercialización del turismo al Ecuador y a la ciudad de Manta específicamente.

En cuanto al turismo nacional se realizará convenios con operadoras turísticas nacionales para que dirijan sus esfuerzos promocionales a la ciudad de Manta y se realizaran más comerciales a nivel nacional e internacional para q la gente visite Manta.

## **2.6.4 Políticas e Instituciones Administrativas**

### **2.6.4.1 Políticas Administrativas Ambientales**

Los impactos de la actividad turística de sol y playa necesitan de un estudio integrado, donde se intervenga a través de la teoría y la práctica desde distintas dimensiones como la físico- natural, el medio construido, las prácticas de sociabilidad y culturales, el plano político-institucional, la legislación y la planificación que existe en la ciudad de Manta que permitan mitigar los efectos ambientales derivados del turismo. Estos factores se expresan territorialmente en los asentamientos de las playas de Manta que también están dedicados al turismo de sol y playa. ([www.scielo.org.ar](http://www.scielo.org.ar)).

### **Análisis de las políticas administrativas locales**

La importancia que debe tomar la gobernabilidad ambiental de parte de la Gobernación de Manabí y la Municipalidad de Manta radica en el modo en que la sociedad podrá participar y llevar adelante programas y proyectos relacionados a la conservación ambiental en especial en el cuidado de las playas, cuidar la vida de los animales, entre otras cosas. El concepto es analizado por la importancia que ha tomado en las zonas costeras el turismo de sol y playa y por los impactos generados en gran parte de las urbanizaciones litorales mantenses, cuyas problemáticas ambientales y territoriales han sido abordadas por los órganos estatales relacionados, aunque bajo la ausencia de variables adecuadas y escasa participación social, este aspecto debe ser mejorado. ([www.scielo.org.ar](http://www.scielo.org.ar)).

### **Diagnóstico de las políticas administrativas**

Es necesario que la Gobernación de la Provincia de Manabí y la Municipalidad de la Ciudad de Manta, promulguen un marco legal dando ideas y actos que se

realizarán para que propicien e incentiven a las personas involucradas a la conservación y preservación del medio ambiente a través de políticas administrativas como es la práctica de la planificación, organización dirección y control de las actividades turísticas.

### **Análisis de las instituciones administrativas (Gobierno)**

La principal institución administrativa, es el Municipio de Manta la cual cuenta con la Dirección de Turismo Municipal, misma que se encarga de regular y normar el funcionamiento del turismo en la ciudad y la infraestructura hotelera de la ciudad. Además cuenta con la Autoridad Portuaria para el Puerto de Manta.

#### **2.6.4.2 Análisis de las Instituciones Administrativas (Privado)**

En la ciudad de Manta, existen 53 empresas, en su mayor parte se dedican a la actividad pesquera (atún) y hotelera de primer nivel (5 estrellas) y algunos gremios y asociaciones entre los que se destacan los siguientes:

- Asociación de Atuneros del Ecuador (ATUNEC),
- Asociación de Exportadores de Pesca Blanca del Ecuador (ASOEXPEBLA)
- Asociación de Armadores Pesqueros de Manta
- Asociación de Exportadores de Tagua
- Cooperativas de pesca artesanal
- Hotel Howard Johnson
- Hotel Oro Verde

### **Diagnóstico de las instituciones administrativas**

La ciudad de Manta está considerada como una ciudad industrial, con muchas empresas atuneras, fábricas de pescado, con una intensa actividad productiva,

sus ingresos se basan principalmente en la actividad pesquera industrial de exportación, en la producción de aceites y grasas comestibles entre otras.

Al ser Manta el principal centro procesador de productos de mar, cuenta con alrededor de 53 industrias que han sabido aprovechar las facilidades portuarias sobre todo en la exportación de productos elaborados.

## **2.7 DIAGNÓSTICO EVALUATIVO DE LA SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO**

La ciudad de Manta gracias a todas las bondades que ofrece y a su encantadora naturaleza con muchas atracciones, son factores que motivan a las personas a dejar su lugar en el que residen con el fin de disfrutar del sol, playas ríos, etc., que tiene esta ciudad.

## **2.8 DIAGNÓSTICO GLOBAL**

La ciudad de Manta cuenta con cinco parroquias urbanas (Eloy Alfaro, Los Esteros, San Mateo, San Lorenzo y Tarqui), en manta hay mucha fluencia de dinero debido a la actividad pesquera, un trabajo que realizan los mantenses, siendo manta muy destacado como balneario turístico. Manta es también uno de los principales centros urbanos de la provincia de Manabí y del Ecuador. Su importancia se consolidó con la construcción del Puerto Marítimo constituyéndose en paso obligado de los cruceros turísticos del mundo y por la fama de que manta tiene gente amigable, playas hermosas y muchos sitios turísticos.

### **3 CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **3.1 INTRODUCCIÓN**

Siguiendo con el desarrollo del proyecto de la Residencia Universitaria, es necesario realizar un diagnóstico del negocio; realizando un análisis del macroentorno y del microentorno en el cual se va a desenvolver, lo cual va a permitir conocer las fuerzas impulsoras y/o obstaculizadoras que puedan afectar a la creación de una Residencia Universitaria en la ciudad de Manta.

#### **3.2 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO**

El análisis consistirá en averiguar cómo influirá en la creación de la “Residencia Universitaria” el medio ambiente externo que rodeará a la empresa como un todo (tendencias económicas, sociales y políticas).

##### **3.2.1 Factores Macroeconómicos**

Después del 2009, año de graves consecuencias en la economía ecuatoriana debido a la severa crisis financiera en los países desarrollados del hemisferio norte, se observa una recuperación generalizada e importante del aparato productivo del país.

Este crecimiento obedeció principalmente a la dinamización de la demanda impulsado por el consumo de los hogares. También la inversión y las exportaciones contribuyeron positivamente a la recuperación, mientras que las altas importaciones limitaron el buen desempeño de la economía ecuatoriana.

La tasa de inflación anual en el mes de marzo de 2011 fue de 3,57%, mayor en 0,22% al mismo mes del 2010.

Los productos de la canasta con mayor incidencia en la inflación mensual fueron alimentos y bebidas no alcohólicas (1,52%), prendas de vestir y calzado (0,46%), restaurantes y hoteles (0,28%), educación (0,24%) y alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,22%). Adicionalmente, los bienes que contribuyeron significativamente en el aumento de la inflación mensual fueron: pescado fresco, aceite vegetal, cebolla paiteña y tomate de árbol, entre otros. (Ministerio de Coordinación de la Política Económica, 2011).

Los indicadores de mercado laboral nacional en marzo de 2011 muestran un incremento de la ocupación plena y la reducción tanto del subempleo como del desempleo con respecto al mismo mes del año anterior. El desempleo en otros dominios ha cedido, principalmente en las ciudades de la Costa, excluidas Guayaquil y Machala, registrando un descenso de 3,9%.

En Cuenca y Ambato se observó un ligero incremento en el desempleo, que responde al alza de la desocupación por razones económicas (específicamente por la terminación de los contratos ocasionales, característicos del primer trimestre del año). La situación del sector financiero en cuanto al flujo de crédito y depósitos dentro de la economía es buena.

Las colocaciones continúan expandiéndose a mayor velocidad que las captaciones, lo cual muestra el buen panorama crediticio en el país y augura una sólida posición del sector productivo, así como de suficiente liquidez de las instituciones financieras, lo que les permite seguir elevando su intermediación. Las colocaciones de los bancos privados a marzo de 2011 presentaron un crecimiento del 26,7% (USD 2.615 millones más) en relación a marzo de 2010. Igual situación se muestra con las colocaciones de las cooperativas, en las que se dio un incremento aún más pronunciado de 31,5% (USD 480 millones más) con respecto al mismo período en el 2010. A su vez, las captaciones de los bancos registraron una expansión de 18,6% (USD 2.702 millones más). (Ministerio de Coordinación de la Política Económica, 2011).

La tasa de interés activa referencial a marzo de 2011 se ubicó en 8,34%, bajando en 0,3 puntos porcentuales, luego de que el mes anterior había subido levemente, mientras que la tasa de interés pasiva fue de 4,6%, elevándose también en conformidad a la tasa activa, aunque marginalmente (0,1 puntos). (Ministerio de Coordinación de la Política Económica, 2011).

Con ello, persiste la tendencia a la reducción de la tasa activa, lo que acompañado de cierta rigidez sobre la tasa pasiva. El mercado bursátil aún no recupera los rendimientos que tuvo antes de la crisis económica, sin embargo, persiste en su tendencia acelerada a recuperar los niveles de rendimientos de 2007.

Esto se debe, ante todo, a una persistente buena situación en los rendimientos bursátiles del sector industrial, en contraposición al sector servicios, que es el que menor rendimiento y recuperación muestra.

En efecto, el sector industrial tiene rendimientos superiores a los niveles que existían en 2007, antes de la crisis financiera global, ubicándose un 13% por encima de ellos. En cambio, el sector financiero y de servicios, están 11% y 22% por debajo de ellos, respectivamente.

### **3.2.2 Factores Tecnológicos**

De acuerdo al “ranking mundial de desarrollo tecnológico a 127 países” (Foro Económico Mundial/FEM), el Ecuador se ubica en la posición 107, entre los menos desarrollados tecnológicamente.

El Ecuador ha realizado en los últimos años un esfuerzo significativo en comparación a otras décadas en el uso de la tecnología de la información, sin embargo la pobreza del sistema educativo y los bajos niveles de inversión en Investigación y Desarrollo que realizan las empresas son deficiencias

importantes a tener en cuenta para la generación de un progreso continuo de difusión y la adopción de innovación a fin de crear un valor agregado y ser más competitivo a nivel país.

Entre los factores tecnológicos se destacan los referentes a:

- En la residencia universitaria existirá una central telefónica, al momento que llamen para comunicarse con los huéspedes pues se pide el apellido de la persona con la que desean hablar o el número de habitación para poder transferir la llamada.
- Pondremos en las habitaciones un televisor LCD que nos conviene ya que aparte de su reducido grosor nos da mucho ahorro de energía, consumen menos energía que los plasma, la esperanza de vida es de 50000 a 60000 dólares, estos televisores no tienen parpadeo ya que las celdas de cristal liquido no necesitan refrescarse para mantener el color
- En la residencia habrá un cuarto en el cual estarán maquinas de lavado y secado para ropa que funcionaran con monedas y ahí mismo se pondrá tender la ropa.
- Se instalara el servicio automático de energía, esto significa que en los pasillos mientras no haya ninguna persona pues estarán apagados y cuando alguien este caminando se encenderán las luces automáticamente.
- En las habitaciones dispones de teléfono, cuentas con conexión a Internet de banda ancha gratuita, así como toma para televisión. Además, se cuenta con instalación Wifi, que facilita la navegación por internet en todo el edificio.

### 3.2.3 Factores Culturales

En el aspecto cultural en el sector urbano y rural de Manta, conserva aún las tradiciones religiosas de las fiestas de San Pablo y San Pedro, son festividades de ocho días de duración que en la mayoría de los casos son financiados por inmigrantes que viven en el extranjero.

En este grupo también se podría hablar de la gastronomía. En el sector rural de Manta, parroquias Santa Marianita y San Lorenzo su base son los mariscos, camotillo frito, estofado y cebiches, también se elaboran bollos de plátano, maní y pescado.

Los habitantes del sector rural de Manta, en épocas pasadas utilizaban el pescado ahumado o asoleado, puesto que no contaban con energía eléctrica para su conservación.

Existe la tradición que el pescado se lo consuma asado con escamas y tripas. En cuanto a los atractivos culturales de la ciudad de Manta se puede enumerar los siguientes:

1. Muelle del Puerto de Manta,
2. Museo del Banco Central,
3. Museo Etnográfico del Malecón Escénico,
4. Faro de San Lorenzo,
5. Casa de Arquitectura Valdivia – El Aromo,
6. Sector de Edificaciones Antiguas,
7. Fiesta del Comercio 23 y 24 de octubre,
8. Iglesia la Dolorosa,
9. Astillero de Manta,
10. El Faro de Manta,
11. Ruta de la Bio-arquitectura
12. Festival de Teatro.

### **3.2.4 Factores Ambientales**

La zona del cantón Manta, partiendo desde la parroquia San Mateo es muy privilegiada porque en su entorno existe el Bosque denominado Pacoche, en la cual existe un clima variado con vientos marinos, lo cual hace muy agradable para quienes residen en la ciudad de Manta.

Hasta hace diez años aproximadamente, el cultivo de la caña guadua le ayudaba a permanecer con un aire puro y de belleza inigualable, pero poco a poco los habitantes para sustentar su economía talaron este material, utilizándolo para la construcción de cabañas y hasta de viviendas particulares.

La temporada de lluvias en manta es entre los meses de Diciembre y Abril y es conocida como invierno, el resto del año es verano.

### **3.2.5 Factores Sociales**

Los indicadores sociales, se recuperaron a partir del año 2008. La pobreza se redujo, producto de programas sociales aplicados por el gobierno a través de una fuerte transferencia e inversión social en los cuatro años de gobierno de la Revolución Ciudadana y la provincia de Manabí no fue la excepción, antes que por acciones tendientes desconcentrar la riqueza. La pobreza extrema se redujo por igual.

El salario real ha venido recuperándose, por ende el poder adquisitivo de las familias mejoró. Igualmente el desempleo experimentó una mejoría el año anterior ubicándose en el 7,1 (Según el INEC), el indicador más bajo en los últimos años.

Si bien al igual que la mayoría del país los manabitas se consideran por costumbres y tradiciones mayoritariamente mestizos, esta realidad se discrepa de la realidad física del manabita promedio pero no exclusivo; esto debido a que sobre todo en esta provincia la gente en su notable mayoría

tiene piel blanca, Pero debido al criterio generalizado del ecuatoriano de que nadie es exclusivamente de una etnia, sino una mezcla de razas (mestizo), se estableció en el censo del 2010 los siguientes datos. (www.wikipedia.com).

- Mestizos: 69.7%
- Montubios: 19.2%
- Afroecuatoriano: 6%
- Blanco: 4.7%
- Indígena: 0.2%
- Otros: 0.3%

### **3.3 ANÁLISIS MICROENTORNO**

El análisis del microentorno no es otra cosa que el conjunto de fuerzas presentes en el horizonte inmediato de la Residencia Universitaria, existen seis tipos; la creación de la Residencia Universitaria en la ciudad de Manta, proveedores, intermediarios, clientes, competidores y grupos de personas con intereses comunes.

#### **3.3.1 Competencia**

##### **3.3.1.1 Competencia Interna (Directa)**

La creación de una residencia universitaria en la ciudad de Manta, es una idea original porque actualmente solo hay hoteles, hosterías, moteles y casa particulares para alojar a los estudiantes, pero no una residencia universitaria con las características distintivas que implica éste proyecto. La principal oferta hotelera que se puede considerar como la competencia directa en el sector en el que se instalará la residencia universitaria, se enuncia a continuación:

- Tierra Dorada
- Hostal Vista del Sol.

### 3.3.1.2 Competencia Externa (Indirecta)

La competencia externa, para la residencia universitaria en la provincia de Manabí es la siguiente:

**Cuadro 6. Competencia externa en la provincia de Manabí**

<b>Cantones</b>	<b>Residencias Universitarias</b>
Portoviejo	Residencia Universitaria de la ESPE
Bolívar	Residencia Universitaria de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López)
Chone	No hay
El Carmen	No hay
Flavio Alfaro	Residencia Universitaria
Jipijapa	No hay
Junín	No hay
Manta	No hay
Montecristi	No hay
Paján	No hay
Pichincha	No hay
Rocafuerte	No hay
Santa Ana	No hay
Sucre	No hay
Tosagua	No hay
24 de Mayo	No hay
Pedernales	No hay
Olmedo	No hay
Puerto López	No hay
Jama	No hay
Jaramijo	No hay
San Vicente	No hay

**Fuente:** La autora

### 3.3.2 Clientes

En 12 años que comprende el período 1996 – 2008, la población estudiantil universitaria en general pasa de 214.183 a 531.467 alumnos, con un incremento del 148.1%. En las universidades públicas este incremento se evidencia de 163.422 a 344.001 alumnos con el 110.4%.

En las universidades particulares cofinanciadas este incremento en el mismo periodo va de 50.761 a 124.377 alumnos que representa un aumento del 145.0%. Las universidades particulares no aparecen con datos de alumnos hasta el año 2007, en el año 2008 registran 63.089 alumnos. Ver el siguiente cuadro:

En cuanto al número de estudiantes de la ULEAM en el sector de influencia de la residencia universitaria es el siguiente.

**Cuadro 7. Estudiantes matriculados en la ULEAM en el año 2012**

Mujeres	Hombres	TOTAL
11.489	10.511	22.000

Fuente: ULEAM 2012

### 3.3.3 Proveedores

Los proveedores podrán ser personas o empresas que abastecerán a la residencia universitaria con existencias (productos), los cuales serán usados al ofrecer la asistencia del servicio de alojamiento a los estudiantes universitarios. Los proveedores serán los siguientes:

- El proveedor de artículos de limpieza será Ecuallimpieza, con: detergentes, desinfectantes, jabones.
- El proveedor de Internet será la empresa TELCONET la cual ofrece servicio de fibra óptica que es el mejor canalizador y tiene rapidez para las conexiones, aparte los precios son convenientes.

- El proveedor del servicio telefónico es la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), porque se conoce que es una empresa seria, en casos de algún inconveniente, ellos envían a sus técnicos de manera inmediata.
- El proveedor de electrodomésticos es la empresa LA GANGA, por tener los mejores precios del mercado y facilidades de pago, si se desea comprar uno o varios productos se puede dar la entrada y el resto pagarlo en cuotas mensuales convenientes.
- El proveedor de muebles y enseres será la empresa Ecuamadera, de la ciudad de Manta, el material que ellos utilizan es duradero, nos dejan los muebles y enseres a domicilio sin ningún cargo adicional, rebajan los precios de acuerdo a la cantidad que se compre.

### **3.3.4 Barreras de Entrada y Riesgos**

Se considera que no existen barreras de entrada y riesgo en la actualidad, debido a que éste proyecto, será el primero en instalarse en el sector de influencia en donde se encuentra la Universidad Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM); pero a futuro es posible prever el ingreso de otras residencias universitarias, que se constituirán en la competencia directa.

### **3.4 ANÁLISIS F.O.D.A.**

Es importante hacer un análisis minucioso de todas las fuerzas positivas y negativas que influirán en la residencia universitaria.

Para cumplir con este propósito es conveniente utilizar el método analítico conocido como FODA. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que por ser una técnica administrativa que cubre los aspectos más importantes para tener una evaluación completa Esta técnica divide al análisis en dos vertientes que son: análisis interno y análisis externo.

### **3.4.1 Análisis Interno**

#### **3.4.1.1 Fortalezas**

- Servicio de alojamiento innovador,
- Es posible obtener socios estratégicos por ser pioneros en el sector,
- Se encuentra todo debidamente legalizado en lo relacionado a permisos y patentes,
- Al estudiante se le otorga la responsabilidad de vivir solo, lo que llenará su ego personal sin dejar de gozar de la garantía directa de sus padres.

#### **3.4.1.2 Debilidades**

- Las líneas de crédito, tienen una alta tasa de interés en el mercado financiero,
- Que dañen los estudiantes las instalaciones por hacer mal uso de las mismas. Ej.: Provocar un incendio,
- Los costos universitarios pueden incrementarse y así bajar la demanda del segmento de mercado escogido,
- No se tiene respaldo para acceder a fuentes de financiamiento externas.

### **3.4.2 Análisis Externo**

#### **3.4.2.1 Oportunidades**

- Creciente mercado potencial de estudiantes no ha sido convenientemente explotado,

- El estudiante es vulnerable a un marketing viral en las diferentes facultades porque estaría de moda,
- El Gobierno Nacional está fomentando la inversión nacional en la educación,
- Al ser un bien inmueble, todas las mejoras se quedan a favor del estudiante.

#### **3.4.2.2 Amenazas**

- Frecuente inestabilidad política del país, puede afectar a la residencia universitaria,
- El ingreso de otras residencias universitarias, en el sector de ULEAM,
- Cambio de políticas Internas de la residencia universitaria.
- Cambio en la Política Nacional del Gobierno (CONEA), respecto a la administración de las Instituciones Educación Superior.

### 3.4.3 Matriz F.O.D.A.

Cuadro 8. Matriz FODA

		N°	Fortalezas	N°	Debilidades
<b>FODA</b>		1	Servicio de alojamiento innovador	1	Las líneas de crédito, tienen una alta tasa de interés
		2	Es posible obtener socios estratégicos	2	Que dañen los estudiantes las instalaciones por hacer mal
		3	Se encuentra todo debidamente legalizado	3	Los costos universitarios pueden incrementarse y así bajar
		4	Al estudiante se le otorga la responsabilidad	4	No se tiene respaldo para acceder a fuentes de financiamiento
N°	Oportunidades (O)	Estrategias FO		Estrategias DO	
1	Creciente mercado potencial de estudiantes	F1,D1	Un servicio innovador permite cubrir el creciente mercado potencial de estudiantes.	D2,D2	El mal uso de las instalaciones se podría combatir con un marketing viral positivo.
2	El estudiante es vulnerable al marketing viral				
3	Gobierno Nacional fomenta /inversión nacional	F2,D4	Si se obtiene socios estratégicos, cualquier mejora que se haga queda a favor del estud.		Al incrementarse los costos puede ayudar la inversión del Gobierno Nacional.
4	Todas las mejoras se quedan a favor del estudiante			D3,F3	
N°	Amenazas (A)	Estrategias FA		Estrategias DA	
1	Frecuente inestabilidad política del país	F1,A2	Un servicio de alojamiento innovador permite enfrentar con éxito el ingreso de la competencia	D3,A2	El cambio de políticas internas no permitirá que dañen los estudiantes las instalaciones de la residencia universitaria
2	El ingreso de otras residencias universitaria				
3	Cambio de políticas Internas de la residencia	F4,A3	Al estudiante se le otorga la responsabilidad de vivir solo, beneficia a las políticas internas	D1,A2	Si las tasas de interés son altas no habrá el ingreso de otras residencias universitarias
4	Cambio en la Política Nacional del Gobierno				

Fuente: La autora

### 3.4.4 Estrategias

Entre las estrategias que se ha diseñado para la residencia universitaria, para estimular demanda de los estudiantes están las siguientes:

- **El Servicio.-** Entre los atributos que sobresalen en el servicio se encuentran los siguientes:
  - Ubicación en una zona segura.
  - Infraestructura espaciosa y moderna, dotada de servicios básicos.
  - Habitaciones cómodas individuales y compartidas, con baño privado y amoblado funcionalmente para una estadía agradable.
  - Oferta de servicios complementarios adecuadamente equipados.
- **El Precio.-** En el proceso de fijación de precio, se va a considerar el rango de precios del mercado para servicios similares en la ciudad de Manta como alquiler de cuarto/habitación/departamento, casas.

El precio que se va a fijar en la residencia universitaria será de: \$150,00 mensuales por persona en habitaciones dobles. Este precio se trata de un precio de introducción al mercado.

- **Plaza y Distribución.-** La residencia universitaria estará localizada cerca al Campus de la ULEAM, en la Ciudadela del Maestro, frente al hotel Oro Verde, lote s/n, la edificación contará con una superficie de 400 m<sup>2</sup> para abarcar una infraestructura moderna con capacidad inicial de alojamiento para 60 estudiantes distribuidos en dos plantas, cada planta tiene 15 habitaciones dobles.

- **Promoción.**- La promoción se enfocará en presentar a los estudiantes y padres de familia, los beneficios de la oferta de la residencia universitaria, a través de medios publicitarios tales como:
  - Página web interactiva de la residencia universitaria.
  - Entrega de hojas volantes al ingreso de la ULEAM.
  - Stand publicitario en ferias educativas.
  - Marketing directo a los estudiantes.

## **4 CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1 INTRODUCCIÓN**

“El identificar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las exigencias del cliente nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en el producto, lo cual servirá para orientar la producción del negocio”. (Hair, Bush, Ortanau, 2005, p. 36)

Existe una gran probabilidad de que los productos y servicios puedan entrar al país con mejores precios y calidad al mercado, ya que se ha incrementado la competitividad en todos los sectores de la economía del país por el aumento de inversiones e innovaciones tecnológicas.

En la ciudad de Manta, a pesar de los problemas ocasionados por la crisis económica nacional e internacional y la presencia de fenómenos naturales adversos en el país, el desarrollo de la actividad educativa, durante los últimos años, ha sido de crecimiento y expansión, constituyéndose en un rubro importante para el desarrollo de la ciudad de Manta.

En este contexto, el estudio de mercado pretende fundamentalmente identificar y comprender cuáles son las necesidades y preferencias que los estudiantes buscan en una residencia universitaria; los factores que influyen en su decisión, así como también conocer el nivel socioeconómico, de sus padres.

### **4.2 DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN O SEGMENTO DE MERCADO**

La población para el presente estudio, que influirá en la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Manta, según datos propios de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), es de 22.000 estudiantes matriculados en el año 2011 distribuidos en 25 Facultades y 3 extensiones universitarias.

### 4.2.1 Segmentación de la Población Objetivo

Como se ha identificado la población objetivo, se puede calcular el tamaño de la muestra tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- p: Variabilidad positiva (éxito)
- q: Variabilidad negativa (fracaso)
- Z: Valor del nivel de significancia
- E: Es la precisión o el error
- N: Es el tamaño del universo

Datos para obtener la muestra:

$$N = 22000$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

Nivel de significancia = 95%

$$Z = 1.96 \text{ para } 95\%$$

$$E = 5\%$$

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

$$n = \frac{(22000) (1,96)^2 (0,50) (0,50)}{(22000-1) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{(22000) (3,8416) (0,25)}{(22000) (0,0025) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{21.128,80}{55 + 0,9604}$$

$$n = \frac{21.128,80}{55,9604} \quad n = 377,57 \Rightarrow 378 \text{ (estudiantes)}$$

El tamaño de la muestra que permitirá obtener información con un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error; es de 378 estudiantes, considerando una Población de 22000 estudiantes matriculados en el año 2011, distribuidos en 25 Facultades y 3 extensiones universitarias.

### **4.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Es necesario determinar el nivel de conocimiento científico al que espera llegar con la elaboración del proyecto de creación de una residencia universitaria en la ciudad de Manta, por ello es preciso definir qué tipo de investigación se va a desarrollar; el cual va a ser de tipo descriptiva, explicativa, de campo y documental.

Este tipo de investigación busca definir las propiedades y describir las características para el funcionamiento de la residencia universitaria, la que se encuentra sometida a un análisis minucioso.

#### **4.3.1 Diseño de la Encuesta**

La encuesta la podemos apreciar en el anexo 1.

#### **4.3.2 Tamaño y Tipo de la Encuesta**

El tamaño de la encuesta es de 10 preguntas cerradas de tipo cualitativo y cuantitativo, para ello se ha considerado las preguntas que portan datos significativos para el estudio propuesto.

### **4.4 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

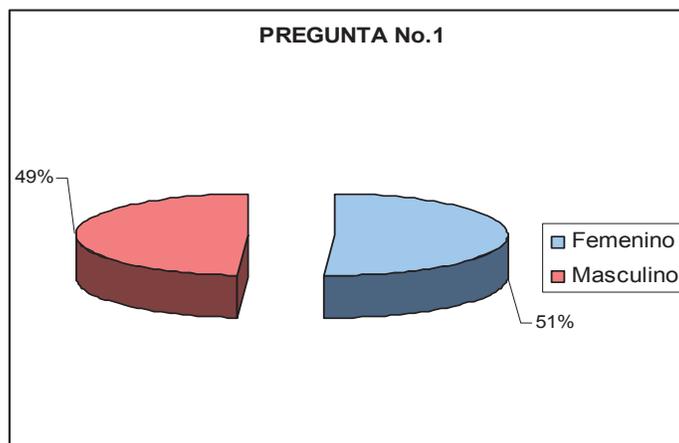
Una vez aplicadas las encuestas, se procedió a la codificación y tabulación de la información recabada, para esto se creó una base de datos en Excel, que nos permite almacenar gran cantidad de datos a través de tablas (conjunto de

registros, en nuestro caso, las respuestas de cada pregunta) e introducirlos por medio de la digitación (conjunto de campos donde pueden capturarse los datos y que son construidos a partir de las tablas).

Además de poder realizar consultas sobre información específica de forma rápida y precisa.

### 1. ¿Cuál es su sexo?

Variable: sexo	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
Femenino	193	51%
Masculino	185	49%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

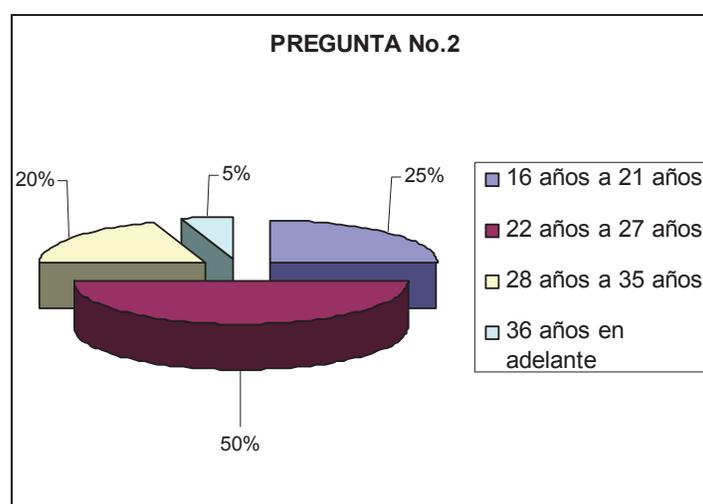


### Análisis e Interpretación:

Como se puede observar de los 378 estudiantes encuestados, el 51% pertenece al género femenino y 49% al género masculino. Esta pregunta demuestra el liderazgo femenino que se ha hecho evidente en los últimos años en las empresas ecuatorianas, debido a nuevas condiciones de trabajo que favorecen el aporte femenino (relaciones públicas, comunicación) y nuevas formas de liderazgo que valoran la capacidad de autodesarrollo ya sea hombre o mujer y esto se refleja desde la Universidad.

## 2. ¿Cuál es su edad actual?

Variable: edad	No. de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
16 años a 21 años	94	25%
22 años a 27 años	189	50%
28 años a 35 años	76	20%
36 años en adelante	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

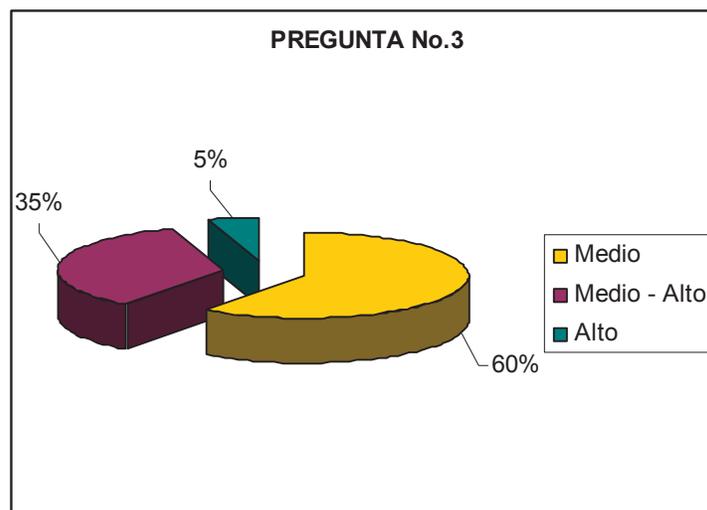


### Análisis e Interpretación:

Se puede apreciar que el 50% corresponde a estudiantes entre 22 años a 27 años de edad; seguido del 25% de estudiantes cuyas edades están comprendidas entre 16 años a 21 años. Esta pregunta confirma la tendencia a nivel nacional (según INEC), que la población de Ecuador tiene una edad promedio de 28 años; es decir es mayoritariamente joven por lo tanto tiene la necesidad de educarse.

### 3. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece usted?

Variable: estrato socioeconómico	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
Medio	227	60%
Medio – Alto	132	35%
Alto	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

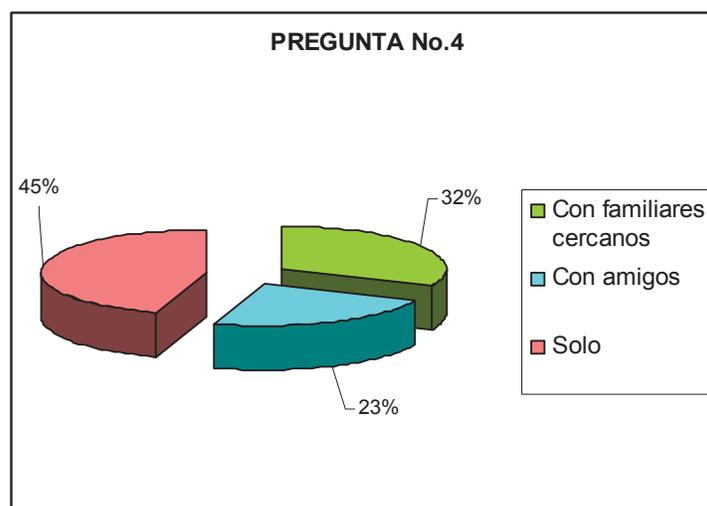


#### Análisis e Interpretación:

En cuanto a los estratos socioeconómicos a la que pertenecen los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), el 60% de los estudiantes contestan que su estrato socioeconómico es medio; a continuación el 35% de los estudiantes indican que su estrato socioeconómico es medio-alto y finalmente solo el 5% de los estudiantes pertenecen al estrato socioeconómico alto. Esta pregunta demuestra que la mayoría de estudiantes de la ULEAM pertenecen al estrato socioeconómico medio y medio alto en un 95%. Este es el estrato al cual debe dirigirse la oferta de servicios de la residencia universitaria en la ciudad de Manta.

#### 4. ¿Con quién vive usted, aquí en Manta?

Variable: con quien vive	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
Con familiares cercanos	121	32%
Con amigos	87	23%
Solo	170	45%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

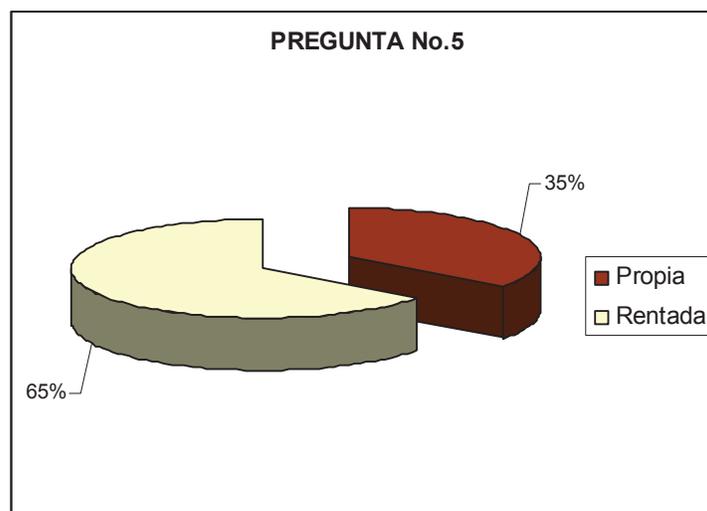


#### Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 45% de los estudiantes viven solos; mientras el 23% de los estudiantes viven con amigos. Estas son las respuestas que interesan para el estudio de un proyecto de residencia universitaria puesto que se trata de potenciales clientes (68%) que estarán gustosos de alojarse ahí. El restante 32% de los estudiantes se encuentran donde familiares cercanos, los que no serían clientes por encontrarse a gusto con sus familiares.

## 5. ¿La vivienda donde vive es?

Variable: la vivienda	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
Propia	132	35%
Rentada	246	65%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

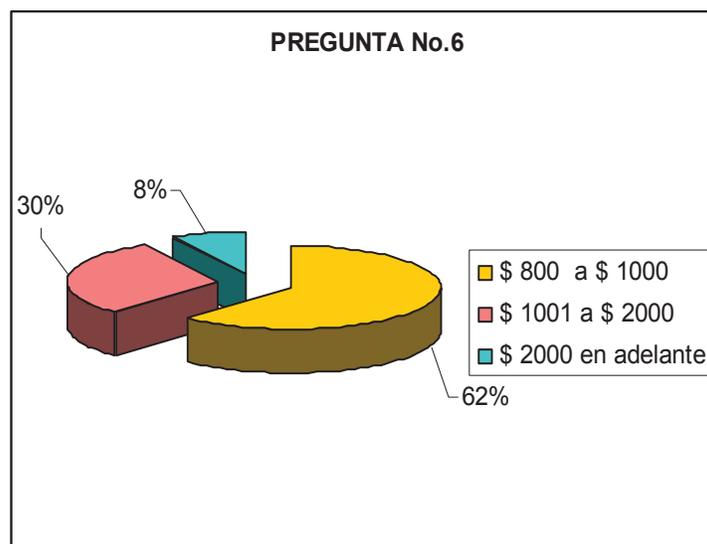


### Análisis e Interpretación

Esta pregunta confirma la pregunta anterior porque el 65% de los estudiantes contesta que su vivienda es alquilada; mientras tan solo el 35% de los estudiantes indica que su vivienda es propia. Entonces el segmento meta identificado para la oferta de servicios de alojamiento de la nueva residencia universitaria será del 65% de estudiantes entre una población de 22000 estudiantes de la ULEAM.

## 6. ¿Cuáles son los ingresos mensuales aproximados de su familia?

Variable: ingresos mensuales familiares	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
\$ 800 a \$ 1000	234	62%
\$ 1001 a \$ 2000	114	30%
\$ 2000 en adelante	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

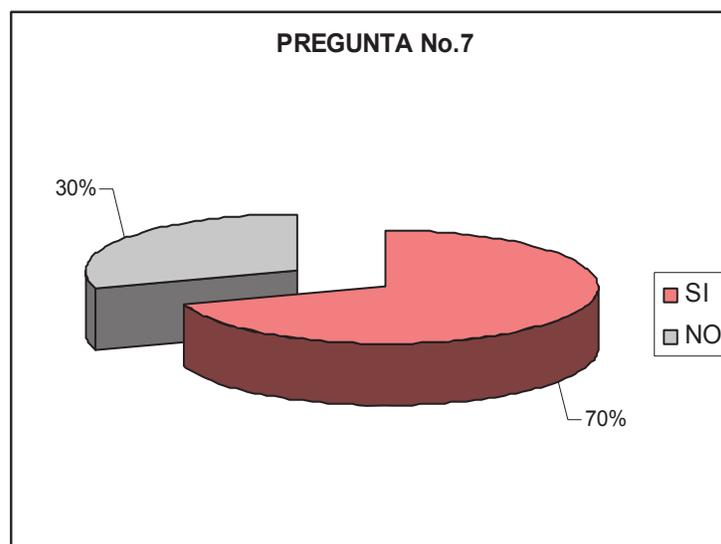


### Análisis e Interpretación

El ingreso familiar es una variable muy sensible, para los padres de familia de los estudiantes de la ULEAM, ante éstos hechos el 62% de los estudiantes indican que el ingreso mensual familiar está entre \$800 y \$1000 es decir pertenece al estrato medio de la población ecuatoriana y el 30% de los estudiantes contestan que el ingreso mensual familiar se encuentra entre \$1001 y \$2000 es decir pertenecen al estrato medio-alto. Estos son los estratos a tener en cuenta en la oferta de servicios de la residencia universitaria.

**7. ¿Si usted vive solo o con amigos, en caso de conocer que existe una buena y cómoda residencia universitaria en Manta se hospedaría ahí?**

Variable: hospedaje en una residencia universitaria	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
SI	291	77%
NO	87	23%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

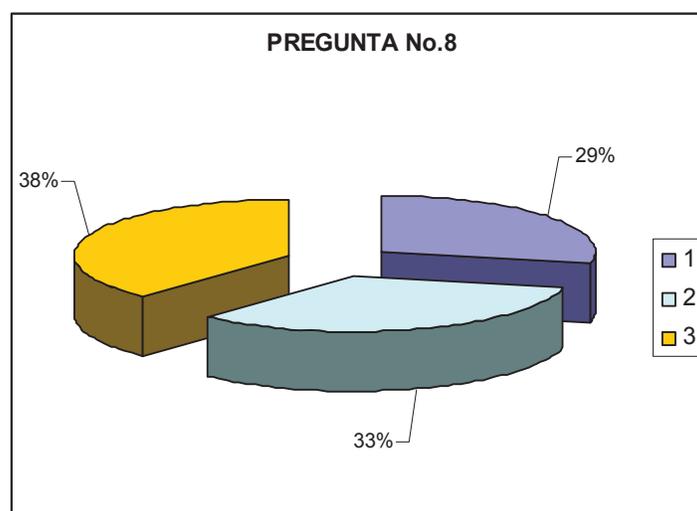


### **Análisis e Interpretación**

El 77% de los estudiantes contestan que si se hospedarían en una residencia universitaria si es buena y cómoda. Este porcentaje es alto porque inclusive los estudiantes que viven con sus familiares, les gustaría independizarse de sus familiares para estar más libres a su libre albedrío. Esta pregunta confirma que existe factibilidad de realización para la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Manta que se encuentra cerca de la ULEAM.

## 8. ¿Cuánto pagaría usted por alojamiento mensual en una residencia universitaria?

Variable: precio por alojamiento mensual	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
\$ 150	318	84%
\$ 175	34	9%
\$ 200	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

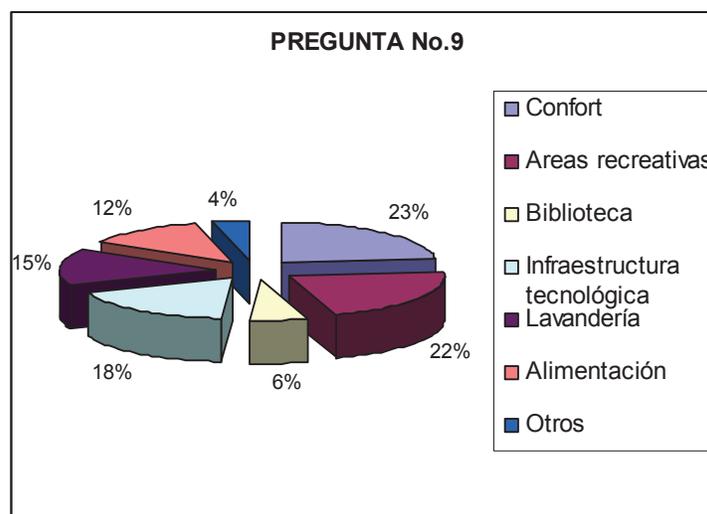


### Análisis e Interpretación

El 84% de estudiantes, contestan que podrían pagar \$150 mensuales; como costo de alojamiento en una residencia universitaria por cuánto tienen otros gastos inherentes a estudiar que les impediría cubrir una cifra más alta. El precio mensual es una variable muy sensible que se debe tener en cuenta a la hora de fijar el precio para el portafolio de servicios que se ofrecerá a los estudiantes de la ULEAM por parte de los directivos.

## 9. ¿Qué servicios le gustaría en una residencia?

Variable: servicios	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
Confort	87	23%
Áreas recreativas	83	22%
Biblioteca	23	6%
Infraestructura tecnológica	68	18%
Lavandería	57	15%
Alimentación	45	12%
Otros	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

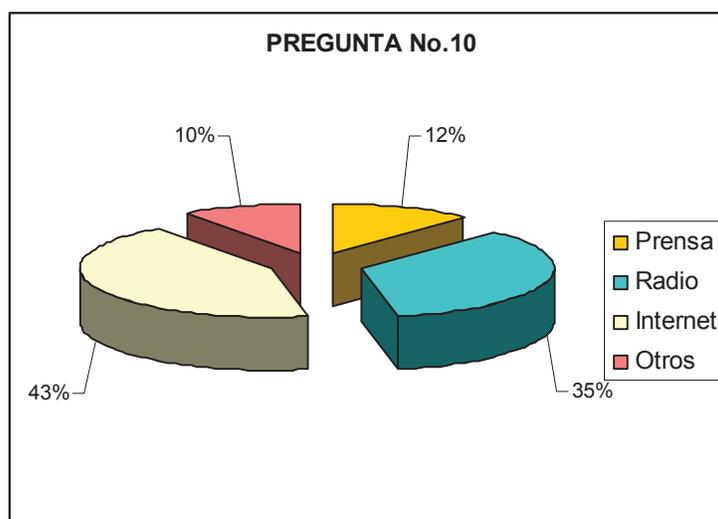


### Análisis e Interpretación

Los servicios que más se requieren según las respuestas de los estudiantes respectivamente son: 23% de los estudiantes dice que confort; el 22% de los estudiantes contesta que áreas recreativas y el 18% de los estudiantes infraestructura tecnológica. Estos son los factores críticos del éxito para la residencia universitaria que se debe tener en cuenta.

### 10. ¿Cómo le gustaría informarse de los servicios que ofrece una residencia universitaria?

Variable: precio por alojamiento mensual	No de estudiantes de la ULEAM encuestados	Valor porcentual
Prensa	45	12%
Radio	132	35%
Internet	163	43%
Otros	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>



#### Análisis e Interpretación:

En esta pregunta se inquirió a los estudiantes cuál es la manera adecuada de informarse de los servicios que ofrece la residencia universitaria; el 43% de los estudiantes indica que la manera adecuada de informarse es el Internet; seguido del 35% de los estudiantes que dice que la manera adecuada de informarse es la radio; a continuación el 12% de los estudiantes que contesta que la manera adecuada de informarse es la prensa. La forma ideal de llegar a los estudiantes con la oferta de servicios que ofrece la residencia universitaria es a través del Internet y de la radio.

#### 4.5 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- El segmento meta identificado (estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí), es amplio 22000 estudiantes, lo que garantiza la permanencia del servicio de hospedaje y servicios complementarios por parte de la Residencia Universitaria “Playa Dorada”.
- En razón de que el segmento meta es amplio, se asume que con una buena estrategia de comercialización a través del Internet y la radio se podrá dar a conocer el portafolio de servicios que oferta la Residencia Universitaria “Playa Dorada” en la ciudad de Manta.
- De acuerdo a la pregunta No.7; el 77% de estudiantes de la ULEAM si conocen que existe una residencia universitaria cómoda y con servicios complementarios se hospedarían ahí. Esta pregunta confirma la hipótesis de que existe una necesidad insatisfecha entre los estudiantes de la ULEAM.
- La mayoría de estudiantes (95%) de la ULEAM considerados como potenciales clientes pertenecen a la clase media y media alta. Este es segmento más favorable para utilizar el conjunto de servicios que ofrecerá la nueva Residencia Universitaria “Playa Dorada”.
- El rango de edad entre 22 a 27 años representa el 50% de la población de estudiantes de la ULEAM; está se constituye en la edad ideal para cursar una carrera universitaria entre las 25 facultades y 3 extensiones universitarias que cuenta la ULEAM.
- El precio máximo mensual que están dispuestos a pagar los estudiantes de la ULEAM por hospedaje y servicios complementarios es de \$150, lo que indica que la fijación del precio debe ser sensible a esta variable.

- Entre los principales servicios complementarios que buscan los estudiantes en una Residencia Universitaria, están los siguientes: confort, áreas recreativas e infraestructura tecnológica. Estos factores deben ser considerados como factores críticos para el éxito del proyecto.

## **5 CAPÍTULO V. LA EMPRESA**

### **5.1 INTRODUCCIÓN**

Se trata de la creación e implementación de una residencia universitaria en la ciudad de Manta, cuenta con un equipo humano, con vocación de servicio, unido al mejor equipo de profesionales, quienes serán los encargados de recibir, atender y cuidar a todos los estudiantes que desean formarse en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), y poder ofrecer y garantizar a los padres e hijos el mejor servicio para la consecución de sus objetivos académicos.

La residencia universitaria en la ciudad de Manta se caracteriza por un trato familiar y amable, donde el joven no se ve afectado por cambios drásticos, es como estar en su propia casa; se ofrece servicio de residencia casi completo, donde los/las estudiantes conviven con compañeros de su mismo entorno académico, en las mejores condiciones, ocupando todo su tiempo en lo que realmente cuenta: sus estudios.

Se cuenta con 2 confortables pisos de residencia, situados en la Ciudadela del Maestro, frente al hotel Oro Verde, lote s/n, lo más cercano a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM).

El servicio consta de servicio de limpieza y lavandería, mantenimiento integral y lo más importante: una atención y asesoramiento personalizado tanto en lo académico como en sus requerimientos personales; cabe indicar que solo se excluye la alimentación.

### **5.2 ESTRUCTURA FÍSICA**

La residencia universitaria a crearse en la ciudad de Manta, consta básicamente de 1 edificio diseñado para asistir a 30 varones en un piso y 30

mujeres en otro piso, ambos con capacidad de 30 habitaciones compartidas para 2 personas que tendrán espacio para dos, con mobiliario tales como: mesas para computadora y closet individual. Los servicios de baños y sanitarios se han diseñado de acuerdo al género de cada habitación.

La Residencia Universitaria contará con dos canchas deportivas: una de básquetbol, y otra de fútbol, para la práctica de los dos más populares deportes en el país.

Además cuenta con un 300 m<sup>2</sup> de espacios verdes, con 10 estacionamientos públicos para las visitas, accesos, banquetas, rejas, iluminación, servicios hidrosanitarios, sistema eléctrico, cisterna y una bodega.

### **5.2.1 Localización**

- **Macro localización.-** El lugar ideal para la macro localización de la residencia universitaria “Playa Dorada”, se encuentra localizado en la siguiente área geográfica.
  - País: Ecuador
  - Región: Costa
  - Ciudad: Manta

Gráfico 2. Mapa de la Ciudad de Manta



Fuente: Mapa de la ciudad de Manta

- **Micro localización.-** La micro localización exacta de la residencia universitaria “Playa Dorada” en la ciudad de Manta es la siguiente:

#### **Dirección:**

En la Ciudadela del Maestro, frente al hotel Oro Verde, solar s/n, ubicación los más cercano a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM).

#### **5.2.1.1 Criterio de Selección de Alternativas**

En este punto, el criterio será tomado mediante el método de puntos que nos ayudará a identificar los principales factores que determinan la ubicación óptima de la residencia; de esta forma se les podrá asignar valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que tengan.

El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador.

En el momento que se realice la comparación entre las 3 localizaciones que se tiene como opción, se podrá aplicar una ponderación de acuerdo a una escala, con lo cual se facilitará la selección adecuada del verdadero lugar en donde debe establecerse mencionada residencia.

### 5.2.1.2 Matriz Localizacional

Para una localización óptima de la residencia universitaria “Playa Dorada”, la decisión estará entre tres lugares:

Zona A: En la ciudadela Altamira al lado de la Virgen, pasando la iglesia del Divino Niño Jesús, lote s/n.

Zona B: En la Ciudadela del Maestro, frente al hotel Oro Verde, lote s/n

Zona C: En un terreno ubicado en la ciudadela la Pradera, lote s/n

**Cuadro 9. Matriz localizacional**

Factor	Peso	Zona A		Zona B		Zona C	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
MP disponible	0,35	5	1,75	5	1,75	4	1,40
Cercanía al mercado	0,10	8	0,80	3	0,30	3	0,30
Costo insumos	0,25	7	1,75	8	2,00	7	1,75
Comunicaciones	0,10	2	0,20	4	0,40	7	0,70
MO disponible	0,20	5	1,00	6	1,60	6	1,20
<b>TOTALES</b>	1,00		5,50		6,05		5,35

**Fuente:** La autora

Según los resultados obtenidos en la matriz locacional, la Zona B es la que tiene un mejor puntaje que las otras dos; por lo tanto es ahí donde se localizará la residencia universitaria “Playa Dorada” es decir en la Ciudadela del Maestro, frente al hotel Oro Verde, lote s/n.

## 5.2.2 Infraestructura

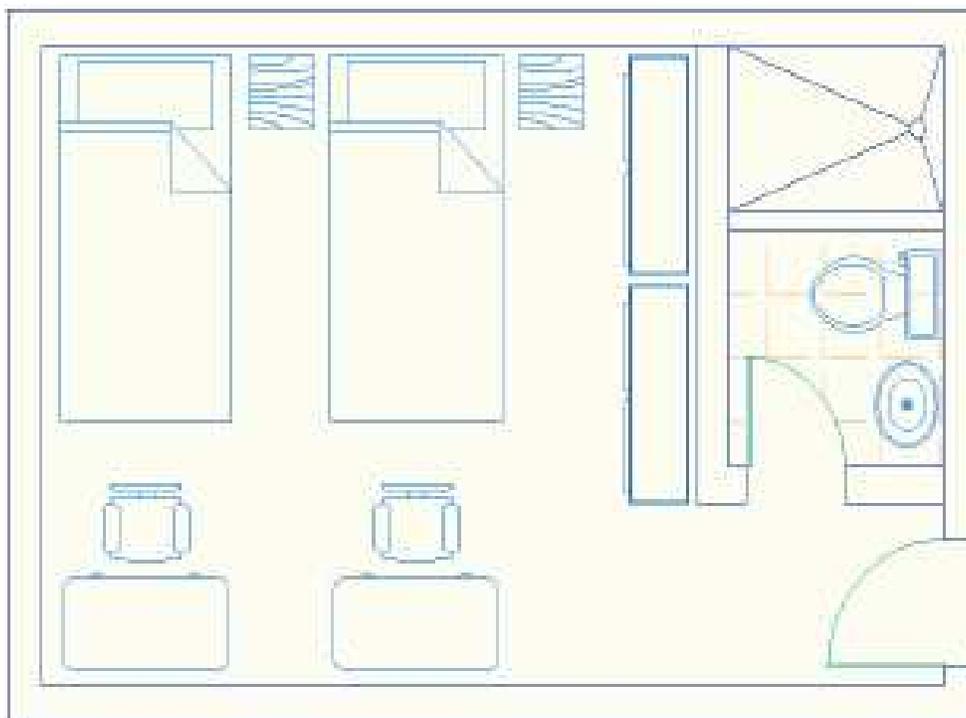
La infraestructura física que dispone la residencia universitaria en la ciudad de Manta consta de dos pisos:

### 5.2.2.1 Distribución de las Áreas de la Residencia

En la planta baja se tendrá una sala de recibiendo para estudiantes y padres de familia, una recepción y sala de espera. Seguido de 15 habitaciones dobles solo para hombres: cada una con sus respectivos baños y escritorios destinados para estudio y elaboración de deberes.

En la planta alta, con acceso a escaleras, se tendrán 15 habitaciones dobles solo para mujeres. Cada una con sus respectivos baños y escritorios destinados para estudios y elaboración de deberes.

**Gráfico 3. Dormitorio - doble**



**Fuente:** La autora

### **5.2.2.2 De las Habitaciones**

Cada habitación contiene: cama, colchón, televisor, ropero, aire acondicionado general.

Además de la ropa y objetos personales de cada uno de los estudiantes, los residentes deberán traer: toallas, mantas, almohadas, colchas, artículos de uso personal y si lo desean pueden traer cualquier otro artículo u electrodoméstico que le ayuden hacer su estancia más agradable, como: computadoras personales, mesas de dibujo entre otros.

Cabe indicar que cualquier modificación que el residente desee realizar en la habitación deberá ser notificada y aprobada por la administración de la residencia universitaria “Playa Dorada”.

## **5.3 FILOSOFÍA CORPORATIVA**

La filosofía corporativa de la residencia universitaria “Playa Dorada” se refiere a “Los principios corporativos que son el conjunto de valores, creencias, normas, que regulan la vida de una organización”. (Serna, 1994, p. 8).

Ellos son aspectos que son importantes para la residencia universitaria que tiene que ser compartidos por todos quienes conforman la residencia.

### **5.3.1 Misión**

Ofrecer a los estudiantes todos los recursos y servicios que le permitan desenvolverse de mejor manera, mientras dure su vida universitaria en la ULEAM.

### **5.3.2 Visión**

Alcanzar la preferencia y el reconocimiento entre los estudiantes de la ULEAM en unos 5 años a la vez que se construye permanente y conjuntamente las normas de convivencia de la residencia universitaria “Playa Dorada”, respetando las diferencias individuales y los acuerdos grupales que se realicen con los estudiantes.

### **5.3.3 Valores**

- Amabilidad
- Lealtad
- Transparencia
- Ética
- Amistad
- Calidad y,
- Calidez

### **5.3.4 Objetivos**

- Crear e implementar una residencia universitaria denominada “Playa Dorada” en la ciudad de Manta.
- Alcanzar posicionamiento de marca e imagen entre los estudiantes universitarios en la ciudad de Manta.
- Ofrecer un servicio diferenciado en el hospedaje de los estudiantes de la ULEAM
- Satisfacer los deseos y necesidades de los estudiantes.

### 5.3.5 Estrategias

Las estrategias genéricas son tácticas para superar el desempeño de los destinos competidores. Por lo tanto constituyen un conjunto de estrategias competitivas que tienen como principal objetivo lograr el desarrollo general de la residencia universitaria “Playa Dorada”, obteniendo una ventaja competitiva con respecto a las demás residencias y hosterías en la ciudad de Manta.

- Liderazgo en el precio (\$ 150,00)
- Diferenciación del servicio de hospedaje
- Concentración en las necesidades del estudiante

## 5.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Originalmente, la estructura organizacional de la residencia universitaria “Playa Dorada”, estará conformado por 5 personas, contando desde el administrador hasta el personal de apoyo, como se detalla a continuación:

**Cuadro 10. Descripción del personal de la residencia universitaria**

Cargo	Número
Administradora	1
Supervisor	1
Ayudante de limpieza	1
Ayudante de lavandería	1
Secretaria – recepcionista	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

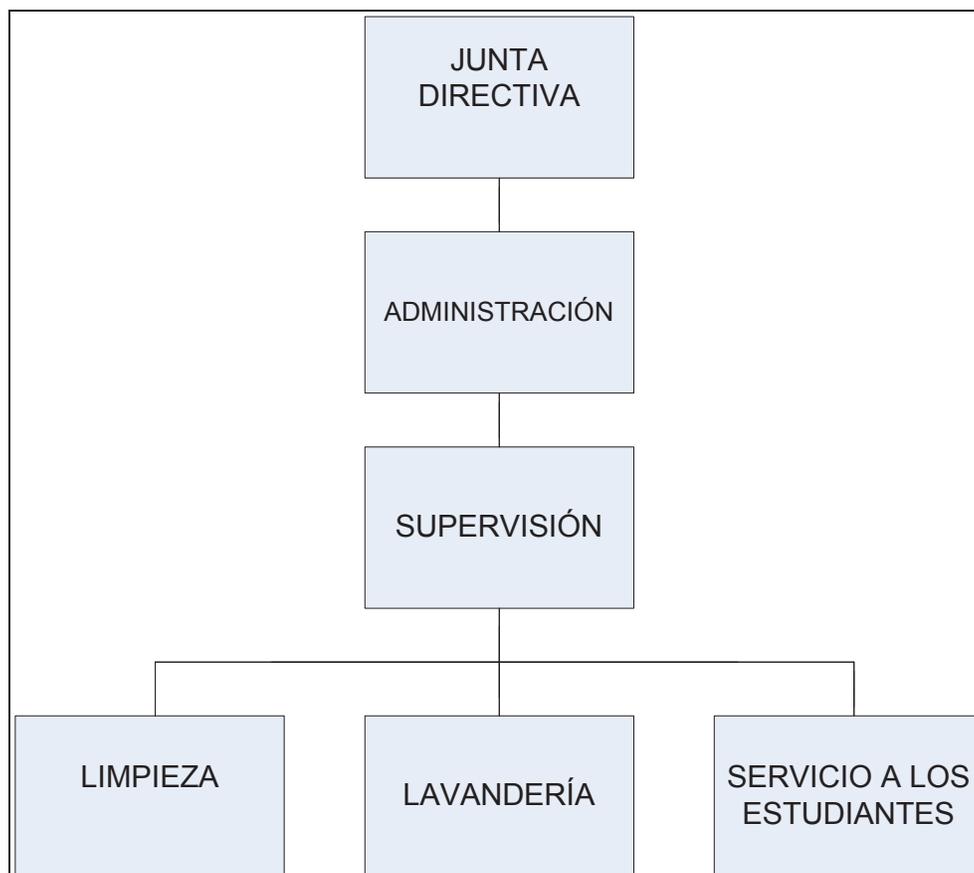
Fuente: La autora

### 5.4.1 Organigrama Estructural

Representa el esquema básico de la residencia universitaria, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades

administrativas que la conforman y la relación de dependencia que existe entre ellas.

**Gráfico 4. Organigrama estructural Residencia Universitaria  
"Playa Dorada"**

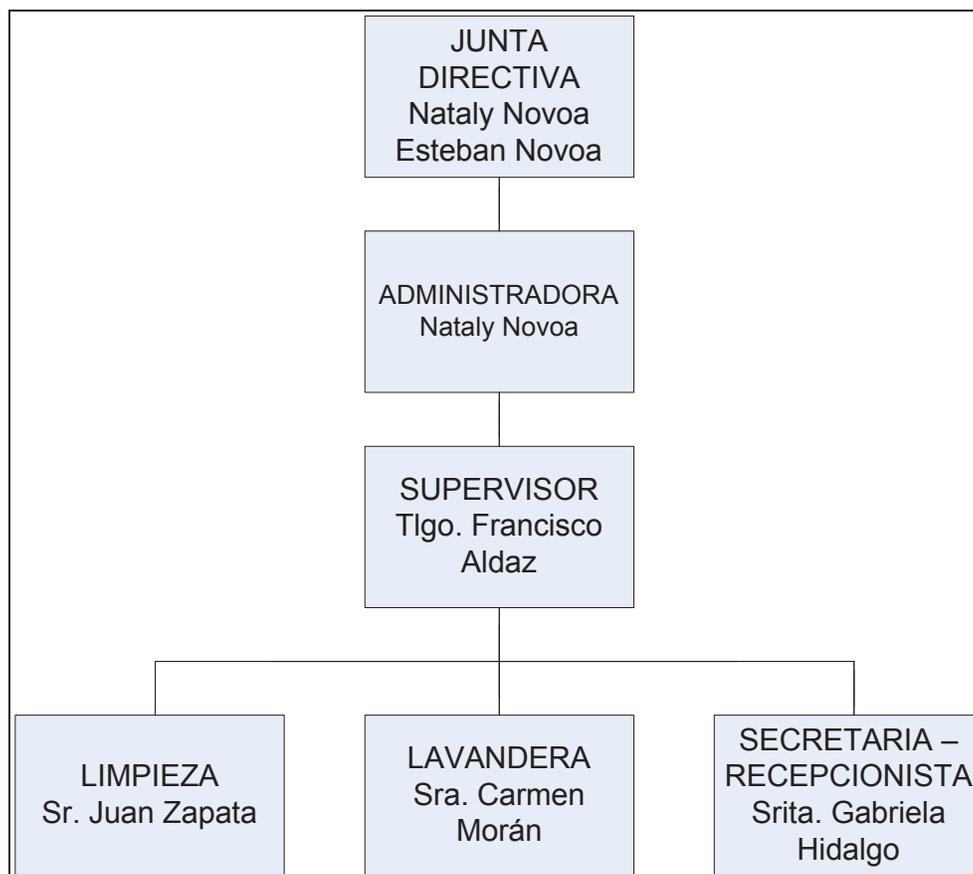


Fuente: La autora

#### 5.4.2 Organigrama de Personal

Este organigrama permitirá representar en forma objetiva, la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas.

**Gráfico 5. Organigrama de posición de personal Residencia  
Universitaria “Playa Dorada”**



Fuente: La autora

### 5.4.3 Manual de Responsabilidades

**Cargo: Administradora**

**Funciones:**

- Planificar el normal funcionamiento de la residencia universitaria.
- Evaluar mensualmente su gestión empresarial.
- Supervisar el trabajo de los empleados de los diferentes niveles.
- Controlar y evaluar, los métodos de trabajo buscando mejoras.

- Intervenir en la capacitación y entrenamiento del personal.
- Mantener la moral entre todo el personal, que propicie la generación de una cultura organizacional óptima.
- Premiar a los empleados de acuerdo a su desempeño

**Cargo: Supervisor**

**Funciones:**

- Solucionar problemas relacionados con el servicio al cliente.
- Apoyar a todo el personal de las áreas de cocina. limpieza, lavado.
- Supervisar el trabajo desempeñado por el personal.
- Gestionar la logística necesaria para el funcionamiento de la residencia universitaria.
- Cumplir otra función que se le asigne inherente al cargo.
- Vigilar el cumplimiento de las prácticas de seguridad del personal.

**Cargo: Servicio al cliente**

**Funciones:**

- Crear y mantener la relación con cada cliente y a la vez entenderlo
- Salvaguardar los derechos de los clientes, conociendo y atendiendo sus quejas e inquietudes.

- Establecer buenos contactos telefónicos con clientes, proveedores, estudiantes y público en general.
- Concertar, acoger y atender a las visitas que lleguen a la residencia universitaria.
- Realizar oficios, memos, etc. y archivarlos.

**Cargo: Operativos (limpieza y lavado)**

**Funciones:**

- Asear todas las áreas de la residencia universitaria.
- Estar pendientes de que el piso no esté sucio.
- Limpieza de las habitaciones a cierta hora indicada sin necesidad de que los estudiantes estén pidiendo limpieza, en caso de que los estudiantes no deseen que las habitaciones se limpien pues colocaran en la puerta un colgante que diga (no limpiar).
- Asear las baterías sanitarias.
- Estar pendiente cuando los estudiantes estén utilizando las maquinad de lavado de ropa.
- Planchar la ropa de los estudiantes con un precio extra que se les cobrara en recepción.

**5.4.4 Cadena de Valor y Procesos**

A continuación se va a detallar la cadena de valor del servicio de hospedaje que ofrecerá la residencia universitaria “Playa Dorada”.

Gráfico 6. Cadena de valor



Fuente: La autora

Estos son los principales procesos que realizará la residencia universitaria "Playa Dorada", en la oferta del servicio de hospedaje y servicios complementarios.

#### 5.4.5 Políticas

- **Registro y depósito de garantía.-** los estudiantes deberá presentar la matricula de ingreso anual o semestral de la universidad y un depósito de garantía cuyo valor será entregado a la Residencia equivalente a dos importes mensuales de la habitación en la que se aloja. Los pagos también podrán realizarse mes a mes mediante depósito bancario o en forma directa a la Recepción de la Residencia.
- **De la admisión.-** El estudiante deberá estar matriculado en la ULEAM. La administradora valorará las condiciones económicas, académicas y de lejanía a la ULEAM con respecto al domicilio familiar para la admisión en la residencia universitaria "Playa Dorada". La administración se encargará de la asignación a las habitaciones. Por regla general el estudiante tendrá que permanecer en la residencia al menos 6 meses. Una vez aprobada la solicitud de admisión, el estudiante recibirá a su llegada:

- Una copia de la llave de su habitación.
  - Una tarjeta magnética personal, con la que podrá acceder a la residencia universitaria “Playa Dorada”.
  - Una copia de las políticas de la residencia universitaria “Playa Dorada”.
  - Una hoja con el inventario que incluirá una lista de los objetos y bienes de la habitación.
  - Se firmará un contrato una vez comprobada la veracidad y su estado.
- **Del horario.-** La residencia:
    - Abrirá en la mañana a las 7:00 am
    - Y se cerrará en la noche a las 11:00 pm.

Los estudiantes dispondrán de la tarjeta de entrada y salida con horario indiscriminado.

**NOTA:** está terminantemente prohibido el ingreso de personas ajenas a la residencia universitaria fuera del horario de visitas, salvo que sea con fines de estudio, previa autorización de la administración.

- **De la lavandería.-** El servicio de lavandería se ofrece de 07:00 am a 19:00 pm. En lo que respecta al planchado el horario de atención es de 15:00 pm a 19:00 pm.

El pago del servicio de lavado es con monedas en las maquinas lavadoras y planchado se lo realizará en el momento de uso del servicio a la persona encargada del mismo o en la recepción del hotel.

## 6 CAPÍTULO VI. PLAN DE MERCADEO

### 6.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo vamos a analizar el marketing y a definir los objetivos comerciales que la nueva residencia universitaria desea alcanzar en su mercado meta.

Es muy importante ya tener claro cuál será nuestro mercado-meta y la demanda que estos presenten para que la residencia empiece a funcionar. También daremos a conocer los recursos humanos materiales y financieros que se aplicaran en la residencia.

### 6.2 OBJETIVOS DEL PLAN

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado del hospedaje o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los competidores existentes en el mercado. Si así no se hace, no se está generando una ventaja competitiva y sería muy riesgosa llegar al mercado.
- Conocer cuáles son los medios que se utilizan para mercadear los productos.
- Identificar las mejores formas de acercar el servicio de hospedaje al estudiante.
- Identificar el suministro de los insumos en el sector específico.
- Definir las estrategias más adecuadas para llegar con éxito al mercado.

### 6.3 MERCADO OBJETIVO

Son estudiantes universitarios de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) de la ciudad de Manta y los estudiantes provenientes de otras provincias del país.

#### 6.3.1 Descripción del Segmento de Mercado. Perfil del Mercado

Son estudiantes de otras provincias que no tienen familiares en la ciudad de Manta que les puedan acoger en sus hogares; por lo tanto se ven obligados a alquilar una vivienda de tipo económico, que facilite su rendimiento académico en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM).

#### Perfil del Mercado

Son las características demográficas, culturales, geográficas, que definen a los estudiantes que forman el mercado. De acuerdo a esta definición, estas características son las siguientes:

**Cuadro 11. Perfil del Mercado**

Demográficas	Edad: 18 a 27 años Sexo: masculino – femenino Estado civil: soltero Ocupación: estudiante
Culturales	Estudiantes que gustan del confort y tranquilidad para su estudio.
Geográficas	Estudiantes de la ciudad de Manta Estudiantes de otras provincias

**Fuente:** La autora

### 6.3.2 Estimación del Tamaño de Mercado

Se estima que el tamaño del mercado es:

Población (estudiantes ULEAM)	=	22.000 estudiantes
<u>Población que requiere hospedaje</u>	=	<u>18%</u>
Estimación del tamaño de mercado	=	3.960 estudiantes

### 6.3.3 Determinación de la Participación de Mercado

En razón de la capacidad instalada de la residencia universitaria, en la cual se dispone de 15 habitación con capacidad para 30 estudiantes; la participación del mercado inicial será de 0,008; esperando llegar a cubrir 0,02 en el segundo año.

### 6.3.4 Evaluación de la Competencia

En cuanto a la evaluación de la competencia no existe otra residencia universitaria, en el sector de influencia de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí ni en la ciudad de Manta; solo existe una competencia indirecta en hoteles, hosterías y casas particulares las que tienen una participación del mercado del 10% de la demanda de estudiantes.

## 6.4 ESTRATEGIA DE MERCADEO

### 6.4.1 Penetración de Mercado

Se enfoca en la mercadotecnia más agresiva del servicio de hospedaje que ofrece la residencia universitaria (por ejemplo, mediante una oferta de precio más conveniente que el de la competencia; así el precio mensual de hospedaje será de \$ 150). Este tipo de estrategia, por lo general, va a producir ingresos y utilidades porque:

- 1) Persuade a los estudiantes actuales a hacer uso más del servicio de hospedaje.
- 2) Atraer a los estudiantes de la competencia (hoteles, hosterías y casas particulares) y,
- 3) Persuadir a los estudiantes no decididos a transformarse en prospectos.

#### **6.4.2 Desarrollo de Mercado**

Esta estrategia tiene como finalidad atraer estudiantes a la residencia universitaria, por ejemplo, de aquellos segmentos a los que no se ha llegado aún (como nuevas facultades y escuelas de la ULEAM).

#### **6.4.3 Desarrollo del Servicio**

Incluye desarrollar nuevos servicios para atraer a los estudiantes de la competencia indirecta ya existentes, por ejemplo, desarrollando nuevos servicios como de alimentación que brinde beneficios adicionales a los estudiantes de la residencia universitaria.

### **6.5 MEZCLA DE MERCADOTECNIA**

Se lleva a cabo cuando se planifica un servicio que cumpla con las necesidades y deseos del consumidor examinadas con detenimiento y se ofrece a un precio determinado, se pone a disponibilidad en lugares o canales de distribución particulares y se lleva a cabo un plan de promoción o comunicación que genere interés y facilita los procesos de intercambio y el desarrollo de relaciones. (Belch, G. y Belch, M., 2004)

Los cuatro factores de los que nos hablan son los elementos de la mezcla de mercadotecnia conocida como las “cuatro P's. (el producto, el precio, la plaza y la promoción).

### **6.5.1 Descripción del Servicio de Hospedaje**

Entre los atributos que sobrepasan en el servicio se encuentran los siguientes:

- Ubicación en una zona segura,
- Infraestructura espaciosa y moderna, dotada de servicios básicos,
- Habitaciones cómodas individuales y compartidas, con baño de privado y amoblado funcionalmente para una estadía agradable,
- Oferta de servicios complementarios adecuadamente equipados

### **6.5.2 Estrategias de Distribución y Almacenamiento (Plaza)**

La residencia universitaria estará localizada cerca al Campus de la ULEAM, en la Ciudadela del Maestro, frente al hotel Oro Verde, lote s/n, la edificación contará con una superficie de 400 m<sup>2</sup>, con una infraestructura moderna con capacidad inicial de alojamiento para 60 estudiantes distribuidos en dos plantas.

### **6.5.3 Estrategias de Promoción y Publicidad**

La promoción se enfocará en presentar a los estudiantes y padres de familia, los beneficios de la oferta de la residencia universitaria, a través de medios publicitarios tales como:

- Página web interactiva de la residencia universitaria,
- Entrega de hojas volantes al ingreso de la ULEAM
- Stand publicitario en ferias educativas
- Marketing directo a los estudiantes.

#### **6.5.4 Estrategias de Precio**

En el proceso de fijación de precio, se va a considerar el rango de precios del mercado para servicios similares en la ciudad de Manta como alquiler de cuarto/habitación/departamento, casas. El precio que se va a fijar en la residencia universitaria será de: \$ 150,00 mensuales. Este precio se trata de un precio de introducción al mercado.

#### **6.6 MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN**

Para realizar el monitoreo adecuado, se utilizará en plan de mercadotecnia, ya que este se constituye en un valioso instrumento que sirve de guía a todas las personas que estarán a cargo de esta actividad; de esta manera, nos proporcionará una adecuada identificación de aspectos tan importantes de satisfacción de las necesidades, el cómo se las va a alcanzar, los recursos que se emplearán, el cronograma de las actividades y los métodos de control y monitoreo que se van a utilizar para realizar los ajustes que sean necesarios para obtener los adecuados beneficios.

Por lo antes indicado, se hace imprescindible que las personas que se encuentren a cargo de estas actividades, conozcan a plenitud el plan de mercadotecnia, así como, cuál es su cobertura, alcance, propósitos y contenido. De esta manera, estarán mejor capacitados para comprender la utilidad y el valor de este importante instrumento de la mercadotecnia.

## **7 CAPÍTULO VII. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL, SOCIO-CULTURAL Y ECONÓMICO**

### **7.1 BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO**

Las buenas prácticas ambientales para el turismo sostenible son un conjunto de recomendaciones y acciones sencillas con el ambiente que permite preservar el entorno natural como un factor positivo y ayuda a que las personas optimicen la productividad y ahorren tiempo y recursos. (Sosa de la Cruz, 2002, p. 75).

#### **Buenas prácticas:**

- Ahorrar al controlar el consumo de los recursos y el efectivizar los procesos productivos.
- Mejorar la imagen de la “Residencia Universitaria” gracias al respecto, el ambiente y a la sociedad.
- Acceder a nuevos mercados más exigentes y especializados.
- Ahorrar luz.
- Poner tachos de basura con el fin de seleccionarla.
- No se permitirá que las personas fumen dentro de la residencia, se puede hacer solo en las áreas libres.
- Proteger el ambiente para mantener el bienestar de la vida en el planeta Tierra.

- Mejorar las relaciones con las comunidades locales de la ciudad de Manta.

### **7.1.1 Ambiental**

El estudio ambiental en la “Residencia Universitaria” denominada “Playa Dorada” es importante porque permite conocer las características del lugar, aprovechar los recursos existentes y la energía alternativa para utilizarlos adecuadamente en los servicios de hospedaje, con ello se lograra la implementación de las buenas prácticas del turismo y del ambiente.

### **7.1.2 Agua**

El agua que llega a la “Residencia Universitaria” es potable y la provee el Ilustre Municipio de la ciudad de Manta; las recomendaciones son las siguientes:

- Instalar dispositivos que ahorren agua, utilizando ahorradores y reguladores de flujos en las llaves.
- Cerrar los grifos siempre que no se estén usando.
- Realizar mantenimiento periódico del sistema hidráulico para detectar fugas y proceder a sus respectivas reparaciones.
- Barrer periódicamente las zonas más comunes en lugar de utilizar mangueras para su limpieza de manera que se disminuya el consumo irracional de agua.
- Las tuberías de agua deberán ubicarse de manera que se requiera el menor movimiento de tierra posible, adyacentes a caminos y senderos.

### **7.1.3 Energía**

Realizar instalaciones de energía eléctrica de fácil acceso en toda la infraestructura de la “Residencia Universitaria”, para de esta manera evitar problemas al momento de la revisión periódica de instalaciones eléctricas permitiendo ahorrar tiempo y dinero. Una opción adicional para producir energía corresponde a:

- Una planta de energía eléctrica, a diesel.
- Reguladores de energía, voltaje para evitar accidentes.
- Controlador de energía en diferentes áreas.
- Focos ahorradores en todas las áreas de la residencia.

### **7.1.4 Áreas Naturales**

Una de las responsabilidades inherentes del ser humano es cuidar el medio natural que habita en la “Residencia Universitaria” como son las áreas verdes y los árboles del lugar.

Por lo tanto la acción de los estudiantes debe ser un instrumento legítimo para cuidar, proteger y preservar las áreas naturales; pues se trata de una responsabilidad colectiva.

### **7.1.5 Contaminación**

La contaminación en el lugar en donde se encuentra la “Residencia Universitaria” será de dos tipos de ruido y de recolección de basura.

Se tratara de aislar el ruido con fibra de vidrio en las ventas y paredes en donde se produzca la contaminación; en cuanto a la basura se instalará tachos de basura en cada habitación.

Colocar tachos de desperdicio de acuerdo a la organización de desechos como orgánicos, inorgánicos y peligrosos (químicos, corrosivos, vidrios).

### 7.1.6 Desechos Sólidos

El manejo de desechos sólidos se lo realiza de la siguiente manera:

- Los focos ahorradores y pilas serán enviados a empresas que promuevan el reciclaje.
- La utilización de productos biodegradables lo menos posible.
- Comprar la cantidad de productos necesarios para prevenir deterioros, ocupación innecesaria de espacios y caducidades que solo generan residuos.
- Utilizar productos con envase tetra packs.
- Promover la utilización de envases retornables.
- Adquirir productos derivados de la madera con el logotipo FSC= *forest stewardship council*. (evitando la tala indiscriminada de bosques)
- Utilizar extractor de humo con filtros que eviten malos olores y realizar una limpieza continua.
- Crear tachos de basura de cemento en diferentes lugares y colocar fundas de basura ecológicas.
- Coordinar con la comunidad vecina y gestionar la capacitación adecuada para su inserción en el manejo adecuado de los desechos.

### **7.1.7 Aguas Residuales**

Los impactos potenciales derivados de la capacidad de asistencia del servicio de hospedaje en la “Residencia Universitaria” son las aguas servidas producto de la acción de limpieza de las habitaciones, áreas de descanso y áreas verdes para mitigar su efecto se implementarán de acuerdo a la necesidad, filtros de arena y piedra pómez a través de cañerías especialmente diseñadas para tal fin, en tanto que también se instalaran recipientes de acumulación de residuos.

### **7.1.8 Educación Ambiental**

En cuanto a la educación ambiental que se inculcará a los estudiantes de la “Residencia Universitaria” está:

- Plantar árboles de sombra cerca de la “Residencia Universitaria” para mantener más fresco el clima en verano y caliente en invierno.
- Construir pequeños muros de piedra a los costados de los senderos para evitar la erosión del suelo.
- Construir pequeños canales que conduzcan hacia los ríos el agua de la lluvia para evitar deslaves o destrucción del suelo.
- Colocar papel higiénico industrial en todas las habitaciones, de esta manera evitaremos el desperdicio.

### **7.1.9 Sociocultural**

Se intentará desarrollar actividades con el fin de que exista un buen ambiente con los huéspedes de la residencia.

### **7.1.9.1 Contribución al Desarrollo Local**

Las actividades deportivas o de festival que realicen los estudiantes que se alojen en la Residencia Universitaria” debe ser sin perjudicar a la comunidad donde se está realizando esto y también hay que respetar la cultura local.

### **7.1.9.2 Rescate y Protección del Patrimonio**

La protección del patrimonio y de la cultura de la ciudad de Manta es fundamental en el accionar de la “Residencia Universitaria” Playa Dorada.

#### **Natural**

La actividad se desenvuelve considerando, a su vez, la forma en que se utiliza los recursos naturales e idealmente, aportando a su conservación y cuidado.

#### **Cultural**

Los estudiantes de la “Residencia Universitaria” cuando visiten los sitios culturales o de historia en Manta deben disfrutar y aprender al máximo, pero al mismo tiempo reducir el impacto causado por su visita, siguiendo los pasos dados en el código de comportamiento para los estudiantes.

### **7.1.10 Económico**

La actividad que desarrolla la “Residencia Universitaria” Playa Dorada beneficia a los propietarios, empleados y vecinos de la comunidad donde se desarrolla el negocio.

### **7.1.11 Calidad**

La “Residencia Universitaria” brindara un buen servicio y esto genera calidad de vida a los estudiantes para que se desarrollen bien académicamente y en su rutina diaria.

### **7.1.12 Capacitación al Personal**

Hay que dar una buena capacitación al personal de la residencia universitaria no solo para dar un buen servicio o aumentar la oferta y demanda de la residencia, sino también para proteger el medio ambiente, aumentar los niveles de salud, educación de vida, equidad social, pensando en el presente y en el futuro de la ciudad de Manta y del país.

### **7.1.13 Diseño y Construcción**

El diseño y construcción de la infraestructura de la “Residencia Universitaria” tiene que ser amigable y acorde al medio ambiente que le rodea, con espacios verdes, luz natural.

## **7.2 VOLUNTARIADO**

El programa de voluntariado que promueve “La Residencia Universitaria” se facilita el intercambio cultural entre los estudiantes y la comunidad de la ciudad de Manta sin ser obligatorio.

## **7.3 GRANJA ORGÁNICA**

Para los estudiantes que dispongan de más tiempo, un año o más. El segundo semestre se integra al programa de agricultura orgánica y en el segundo año o más, trabajará conjuntamente con una familia de una comunidad cercana a la “Residencia Universitaria. Así, aprenderá la cultura, las costumbres y la vida cotidiana campesina; con sus problemas, dificultades y logros.

#### **7.4 SISTEMA DE TRATAMIENTO DE AGUAS GRISES Y NEGRAS**

En las aguas grises y negras se implementarán de acuerdo a la necesidad de la “Residencia Universitaria”, filtros de arena y piedra pómez a través de cañerías especialmente diseñadas para el efecto.

## 8 CAPITULO VIII. ESTUDIO FINANCIERO

### 8.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

#### 8.1.1 Inversión Inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la Residencia Universitaria “Playa Dorada”, con excepción del capital de trabajo tal como lo detallo a continuación.

**Cuadro 12. Inversión total**

INVERSIÓN	TOTAL USD.
Activos Fijos	76,459.91
Activos Diferidos	1,760.00
Capital de Trabajo	5,798.36
<b>Inversión Total</b>	<b>84,018.27</b>

**Fuente:** La autora

#### 8.1.1.1 Inversión en Activos Fijos Tangibles

Son aquellos activos permanentes necesarios para el desarrollo habitual de la Residencia Universitaria. Para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciación, la cual afectará al resultado de la evaluación por su efecto sobre el cálculo de los impuestos.

Cuadro 13. Inversión en activos fijos tangibles

COSTO	TOTAL USD.
Vehículo	12,240.00
Maquinaria y Equipo	29,427.00
Utensilios y Accesorios	1,697.79
Equipos de Computación	1,876.80
Equipos de Oficina	1,454.72
Muebles y Enseres	29,763.60
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>76,459.91</b>

Fuente: La autora

Cuadro 14. Vehículo

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Camioneta	Unidad	1	12,000.00	12,000.00
<b>SUBTOTAL</b>				12,000.00
2% Imprevistos				240.00
<b>TOTAL</b>				<b>12,240.00</b>

Fuente: La autora

Cuadro 15. Maquinaria y equipo

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Planta eléctrica	Unidad	1	1,500.00	1,500.00
Lavadoras	Unidad	4	500.00	2,000.00
Secadoras	Unidad	4	550.00	2,200.00
Televisores	Unidad	30	400.00	12,000.00
Cisterna	Unidad	1	350.00	350.00
Aire acondicionado	Unidad	30	350.00	10,500.00
Bomba de agua	Unidad	1	300.00	300.00
<b>SUBTOTAL</b>				28,850.00
2% Imprevistos				577.00
<b>TOTAL</b>				<b>29,427.00</b>

Fuente: La autora

Cuadro 16. Utensilios y accesorios

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escobas	Unidad	15	4.00	60.00
Detergente	Kilos	15	3.00	45.00
Desinfectante	Galones	15	8.00	120.00
Trapeador	Unidad	15	3.00	45.00
Basurero pequeños	Unidad	30	3.00	90.00
Basureros de reciclaje	Unidad	3	45.00	135.00
Papel higiénico industrial	Unidad	60	18.00	1,080.00
Guantes	Unidad	10	1.50	15.00
Fundas de basura	Unidad	30	1.15	34.50
Recoger de basura	Unidad	10	4.00	40.00
<b>SUBTOTAL</b>				1,664.50
2% Imprevistos				33.29
<b>TOTAL</b>				<b>1,697.79</b>

Fuente: La autora

Cuadro 17. Equipos de computación

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	Unidad	2	700.00	1,400.00
Impresora multifunción	Unidad	2	220.00	440.00
<b>SUBTOTAL</b>				1,840.00
2% Imprevistos				36.80
<b>TOTAL</b>				<b>1,876.80</b>

Fuente: La autora

Cuadro 18. Equipo de oficina

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	30	12.00	360.00
Central Telefónica	Unidad	1	800.00	800.00
Fax	Unidad	1	150.00	150.00
Calculadora	Unidad	5	15.00	75.00
Papelera	Resmas	5	4.00	20.00
Esferos	Caja	1	7.20	7.20
Grapadora	Unidad	4	2.00	8.00
Perforadora	Unidad	2	3.00	6.00
<b>SUBTOTAL</b>				1,426.20
2% Imprevistos				28.52
<b>TOTAL</b>				<b>1,454.72</b>

Fuente: La autora

Cuadro 19. Muebles y enseres

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	30	50.00	1,500.00
Silla giratoria	Unidad	30	40.00	1,200.00
Juego de Sala	Unidad	1	1,200.00	1,200.00
Mesa de Centro	Unidad	1	300.00	300.00
Archivador	Unidad	1	300.00	300.00
Counter	Unidad	1	2,000.00	2,000.00
Camas	Unidad	60	230.00	13,800.00
Sábanas	Unidad	60	22.00	1,320.00
Almohadas	Unidad	60	11.00	660.00
Colchones	Unidad	60	80.00	4,800.00
Veladores	Unidad	30	50.00	1,500.00
Lámparas	Unidad	30	20.00	600.00
<b>SUBTOTAL</b>				29,180.00
2% Imprevistos				583.60
<b>TOTAL</b>				<b>29,763.60</b>

Fuente: La autora

### 8.1.1.2 Inversión en Activos Fijos Intangibles

#### Activos diferidos

Para el caso de la Residencia Universitaria los gastos en que incurrirá antes de poner en marcha el proyecto se detallan a continuación:

**Cuadro 20. Activos diferidos**

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	450,00
Gasto de Organización	885,00
Gasto de patentes	425,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.760,00</b>

Fuente: La autora

Los activos diferidos suman en total 1.760,00 para la constitución de la Residencia Universitaria “Playa Dorada”.

**Cuadro 21. Gastos puesta en marcha**

CONCEPTO	COSTO USD.
Capacitación al personal	450.00
<b>TOTAL</b>	<b>450.00</b>

Fuente: La autora

**Cuadro 22. Gastos de organización**

CONCEPTO	COSTO USD.
Honorarios de abogado	600.00
Notario	200.00
Inscripción Registro Mercantil	60.00
Publicación Registro Oficial	25.00
<b>TOTAL</b>	<b>885.00</b>

Fuente: La autora

Cuadro 23. Gasto de patente

CONCEPTO	COSTO USD.
Permiso Municipal	225.00
Derechos de patente	200.00
<b>TOTAL</b>	<b>425.00</b>

Fuente: La autora

## 8.2 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

En el presente estudio el capital de trabajo permitirá realizar las actividades propias de la Residencia Universitaria normalmente, hasta que esta genere ingresos los mismos que superen a los costos. Para efectos de la evaluación de este proyecto, el capital de trabajo inicial constituye una parte de las inversiones a largo plazo, debido a que forman parte del monto permanente de los activos corrientes necesarios para la operación del mismo.

Cuadro 24. Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	
Compras (materia prima)	0.00
Materiales Indirectos	0.00
Mano de Obra Directa	852.06
<b>TOTAL</b>	<b>852.06</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	
Mano de Obra Indirecta	0.00
Insumos	795.60
Mantenimiento	173.24
Gastos Administrativos	3,150.14
Gasto de Ventas	459.00
Seguro	368.32
<b>TOTAL</b>	<b>4,946.30</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>5,798.36</b>

Fuente: La autora

### 8.3 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Este proyecto será financiado por medio de un préstamo multisectorial otorgado por el Banco Nacional de Fomento (BNF), a ser pagaderos a cinco años a partir del primer año del proyecto, con un interés fijado en el 9,30%.

El mismo que representa el 30,01% de la inversión es decir el monto del préstamo será de 53.889,98 USD.

**Cuadro 25. Fuentes y usos**

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	76,459.91	91.00%	71.41%	60,000.00	19.59%	16,459.91
Activos Diferidos	1,760.00	2.09%	1.19%	1,000.00	0.90%	760.00
Capital de Trabajo	5,798.36	6.90%	4.76%	4,000.00	2.14%	1,798.36
<b>Inversión Total</b>	<b>84,018.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>77.36%</b>	<b>65,000.00</b>	<b>22.64%</b>	<b>19,018.27</b>

Fuente: La autora

### 8.4 COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

#### 8.4.1 Costos Totales de la Asistencia del Servicio de Hospedaje

Costos es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuada en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. (Barreno, p. 17).

**Cuadro 26. Costos totales de la asistencia del servicio de hospedaje**

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Compras y Materia Prima		0.00
Materiales Directos		0.00
Mano de Obra Directa		10,224.68
Mano de Obra Indirecta	0.00	
Insumos		9,547.20
Depreciación Costo	3,112.48	
Reparación y Mantenimiento	2,078.92	
Seguros	4,419.78	
<b>Subtotales</b>	<b>9,611.18</b>	<b>19,771.88</b>
<b>Total de Costo de Producción</b>	<b>29,383.07</b>	
Gastos Administrativos	37,801.71	
Gastos Financieros	1,659.17	
Gastos de Ventas	5,508.00	
Depreciación Gasto	6,195.43	
Amortización	352.00	
<b>Subtotales</b>	<b>51,516.31</b>	
<b>Costo Total</b>	<b>80,899.38</b>	
<b>Unidades Vendidas</b>	<b>720.00</b>	
<b>Costo Unitario</b>	<b>112.36</b>	

Fuente: La autora

#### 8.4.1.1 Costos de Producción

Los costos se clasifican en costos directos e indirectos, de esta forma es posible determinar, en forma precisa, la cantidad de materia prima (costo directo) necesaria para producir cierta cantidad de la asistencia del servicio; sin embargo no sería muy precisa y consistente la determinación en cuanto a supervisión (costo indirecto) que se requiere por cada unidad de asistencia del servicio. Esta comparación hace posible comprender la diferencia entre costo directo e indirecto.

Cuadro 27. Mano de Obra

DETALLE	PAGO MENSUAL	VALOR ANUAL
(2) Operarios	835.35	10,024.20
SUBTOTAL	835.35	10,024.20
2% Imprevistos	16.71	200.48
<b>Total</b>	<b>852.06</b>	<b>10,224.68</b>

Fuente: La autora

Cuadro 28. Insumos

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m <sup>3</sup>	70	840	300.00	3,600.00
Luz Eléctrica	Kilowatts	2,500	30,000	400.00	4,800.00
Teléfono e internet	Minutos	4,000	48,000	80.00	960.00
SUBTOTAL				780.00	9,360.00
2% Imprevistos				15.60	187.20
<b>TOTAL</b>				<b>795.60</b>	<b>9,547.20</b>

Fuente: La autora

#### 8.4.2 Depreciaciones

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{ValorActivoFijo}}{\text{VidaÚtil}}$$

Cuadro 29. Depreciaciones

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
<b>DEPRECIACIÓN COSTO:</b>				
Maquinaria y Equipos	29,427.00	10.00%	10	2,942.70
Utensilios y Accesorios	1,697.79	10.00%	10	169.78
Total Depreciación Costo				3,112.48
<b>DEPRECIACIÓN GASTO:</b>				
Vehículos	12,240.00	20.00%	5	2,448.00
Equipos de Computación	1,876.80	33.33%	3	625.60
Equipo de Oficina	1,454.72	10.00%	10	145.47
Muebles y Enseres	29,763.60	10.00%	10	2,976.36
Total Depreciación Gasto				6,195.43
<b>TOTAL</b>				<b>9,307.91</b>

Fuente: La autora

### 8.4.3 Amortizaciones

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{Amortización} = \frac{\text{Activos Diferidos}}{5}$$

Cuadro 30. Amortizaciones

DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	VALOR ANUAL
Gastos puesta en marcha	450.00	20%	5	90.00
Gastos de Organización	885.00	20%	5	177.00
Gastos de Patentes	425.00	20%	5	85.00
<b>TOTAL</b>				<b>352.00</b>

Fuente: La autora

#### 8.4.4 Gastos Administrativos

Cuadro 31. Gastos administrativos

GASTOS PERSONALES	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Propietario – Gerente	1	974.58	5,847.45	11,694.90
Asistente Planta	1	626.51	3,759.08	7,518.15
Secretaria	1	487.29	2,923.73	5,847.45
<b>TOTAL PERSONAL</b>		<b>2,088.38</b>	<b>12,530.25</b>	<b>25,060.50</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>				
Suministros de Oficina		100.00	600.00	1,200.00
Arriendo	1	900.00	5,400.00	10,800.00
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>1,000.00</b>	<b>6,000.00</b>	<b>12,000.00</b>
2% Imprevistos		61.77	370.61	741.21
<b>TOTAL</b>		<b>3,150.14</b>	<b>18,900.86</b>	<b>37,801.71</b>

Fuente: La autora

#### 8.4.5 Gasto de Ventas

Los gastos de ventas son aquellos en que incurre la Residencia Universitaria para promocionar y distribuir efectivamente la asistencia del servicio de hospedaje.

Cuadro 32. Gasto de ventas

GASTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
<b>GASTOS PERSONALES</b>				
-	1	0.00	0.00	0.00
-	2	0.00	0.00	0.00
<b>Total Personal</b>		<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>				
Promoción	1 set	100.00	600.00	1,200.00
Propaganda	1 set	200.00	1,200.00	2,400.00
Representación	1 set	100.00	600.00	1,200.00
<b>Total Generales</b>		<b>400.00</b>	<b>2,400.00</b>	<b>4,800.00</b>
<b>GASTOS DE DISTRIBUCIÓN</b>				
Gasolina	galones	50.00	300.00	600.00
<b>Total Gastos Distribución</b>		<b>50.00</b>	<b>300.00</b>	<b>600.00</b>
<b>Subtotal</b>		<b>450.00</b>	<b>2,700.00</b>	<b>5,400.00</b>
2% Imprevistos		9.00	54.00	108.00
<b>TOTAL GASTOS VENTAS</b>		<b>459.00</b>	<b>2,754.00</b>	<b>5,508.00</b>

Fuente: La autora

#### 8.4.6 Gastos Financieros

Son los intereses que se originan de las necesidades crediticias indispensables para la financiación del costo total del proyecto. Este proyecto se financiará con recursos propios y un crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento (BNF) a una tasa de interés del 9,30%

Cuadro 33. Tabla de amortización

PERIODO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				19,018.27
1	1,544.33	864.69	2,409.02	17,473.94
2	1,614.54	794.48	2,409.02	15,859.40
3	1,687.95	721.07	2,409.02	14,171.45
4	1,764.70	644.32	2,409.02	12,406.75
5	1,844.93	564.09	2,409.02	10,561.82
6	1,928.81	480.21	2,409.02	8,633.00
7	2,016.51	392.51	2,409.02	6,616.49
8	2,108.19	300.83	2,409.02	4,508.30
9	2,204.05	204.98	2,409.02	2,304.26
10	2,304.26	104.77	2,409.02	0.00

Fuente: La autora

Cuadro 34. Gastos Financieros

PERIODO	INTERÉS
0	
1	864.69
2	794.48
3	721.07
4	644.32
5	564.09
6	480.21
7	392.51
8	300.83
9	204.98
10	104.77
	<b>5,071.94</b>

Fuente: La autora

## 8.5 PROYECCIÓN DE COSTOS

Es importante proyectar los costos para poder determinar el incremento de los mismos durante el período de evaluación. Para la proyección se tomó en cuenta una proyección anual de la inflación hasta diciembre del 2012.

**Cuadro 35. Proyección de Costos**

<b>COSTOS DE ASISTENCIA DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PROYECTADOS PARA LOS 5 AÑOS POSTERIORES</b>					
<b>AÑO: 2012 – 2016</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Materia Prima	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Materiales Directos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mano de Obra Directa	10,224.68	11,144.91	12,147.95	13,241.26	14,432.98
Insumos	9,547.20	10,406.45	11,343.03	12,363.90	13,476.65
<b>VARIABLES</b>	<b>19,771.88</b>	<b>21,551.35</b>	<b>23,490.98</b>	<b>25,605.16</b>	<b>27,909.63</b>
Mano de Obra Indirecta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Reparación y Mantenimiento	2,078.92	2,266.02	2,469.96	2,692.26	2,934.57
Seguros	4,419.78	4,817.56	5,251.14	5,723.75	6,238.88
Depreciación Costo	3,112.48	3,112.48	3,112.48	3,112.48	3,112.48
<b>FIJOS</b>	<b>9,611.18</b>	<b>10,196.06</b>	<b>10,833.59</b>	<b>11,528.49</b>	<b>12,285.93</b>
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>29,383.07</b>	<b>31,747.42</b>	<b>34,324.56</b>	<b>37,133.65</b>	<b>40,195.56</b>
Gasto Administrativo	37,801.71	41,203.86	44,912.21	48,954.31	53,360.20
Gasto de Ventas	5,508.00	6,003.72	6,544.05	7,133.02	7,774.99
Gasto Financiero	1,659.17	1,365.39	1,044.30	693.34	309.74
Depreciación Gasto	6,195.43	6,195.43	6,195.43	5,569.83	5,569.83
Amortización	352.00	352.00	352.00	352.00	352.00
<b>Total Gastos</b>	<b>51,516.31</b>	<b>55,120.41</b>	<b>59,048.00</b>	<b>62,702.50</b>	<b>67,366.77</b>
<b>Costo total</b>	<b>80,899.38</b>	<b>86,867.83</b>	<b>93,372.56</b>	<b>99,836.15</b>	<b>107,562.32</b>
Unidades producidas	720.00	784.00	854.00	930.00	1,013.00
<b>Costo Unitario</b>	<b>112.36</b>	<b>110.80</b>	<b>109.34</b>	<b>107.35</b>	<b>106.18</b>

Fuente: La autora

## 8.6 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Cuadro 36. Ingreso por Ventas

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO</b>					
<b>AÑOS: 2012– 2016</b>					
<b>VENTAS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Unidades producidas	720.00	784.00	854.00	930.00	1,013.00
Precio Unitario	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
<b>Total Ingresos</b>	<b>108,000.67</b>	<b>117,600.73</b>	<b>128,100.79</b>	<b>139,500.86</b>	<b>151,950.94</b>

Fuente: La autora

## 8.7 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 8.7.1 Estado de Situación Inicial

Los activos son todos los bienes de propiedad de la Residencia Universitaria, los pasivos son todas las cuentas u obligaciones que la Residencia Universitaria contrae con terceros, y el patrimonio que está constituido por el aporte de los socios.

Cuadro 37. Estado de situación inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>Activo Disponible</b>		<b>Pasivo a largo plazo</b>	
Caja Bancos	5,798.36	Préstamo por pagar	19,018.27
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>19,018.27</b>
<b>Activo Fijo</b>			
		<b>PATRIMONIO</b>	
Vehículo	12,240.00		
Maquinaria y Equipos	29,427.00	Capital Social	<b>65,000.00</b>
Utensilios y Accesorios	1697.79		
Equipos de Computación	1,876.80		
Muebles y Enseres	29763.60		
Equipos de Oficina	1454.724		
<b>Activo Diferido</b>			
Gastos de puesta en marcha	450.00		
Gastos de organización	885.00		
Gastos de patentes	425.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>84,018.27</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>84,018.27</b>

Fuente: La autora

### 8.7.2 Estado de Resultados

Presenta la situación financiera de la Residencia Universitaria a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la Residencia Universitaria.

Cuadro 38. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
AÑOS: 2012 – 2016					
EN DÓLARES					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	108,000.67	117,600.73	128,100.79	139,500.86	151,950.94
- Costo de Producción	29,383.07	31,747.42	34,324.56	37,133.65	40,195.56
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>78,617.60</b>	<b>85,853.31</b>	<b>93,776.23</b>	<b>102,367.21</b>	<b>111,755.39</b>
- Gastos de Administración	37,801.71	41,203.86	44,912.21	48,954.31	53,360.20
- Gastos de Ventas	5,508.00	6,003.72	6,544.05	7,133.02	7,774.99
- Depreciación	6,195.43	6,195.43	6,195.43	5,569.83	5,569.83
- Amortización	352.00	352.00	352.00	352.00	352.00
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>28,760.46</b>	<b>32,098.29</b>	<b>35,772.53</b>	<b>40,358.05</b>	<b>44,698.36</b>
- Gastos Financieros	1,659.17	1,365.39	1,044.30	693.34	309.74
<b>= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN</b>	<b>27,101.29</b>	<b>30,732.90</b>	<b>34,728.23</b>	<b>39,664.71</b>	<b>44,388.62</b>
- 15% de Participación	4,065.19	4,609.93	5,209.24	5,949.71	6,658.29
Trabajadores					
<b>= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS</b>	<b>23,036.10</b>	<b>26,122.96</b>	<b>29,519.00</b>	<b>33,715.00</b>	<b>37,730.33</b>
- 25% Impuesto a la Renta	5,759.02	6,530.74	7,379.75	8,428.75	9,432.58

Fuente: La autora

**Cuadro 39. Flujo de Caja de la Residencia Universitaria “Playa Dorada”**

FLUJO DE CAJA DE LA RESIDENCIA UNIVERSITARIA “PLAYA DORADA”										
Años	Utilidad Neta	Depreciación y Amortización (+)	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización (-)	Participación e impuestos (-)	Repartición Utilidades (-)	Flujo de efectivo (=)
0					84,018.27	19,018.27				-65,000.00
1	17,277.07	9,659.91					3,158.87			23,778.11
2	19,592.22	9,659.91					3,452.65			25,799.49
3	22,139.25	9,659.91					3,773.75			28,025.42
4	25,286.25	9,034.31					4,124.70			30,195.86
5	28,297.75	9,034.31					4,508.30			32,823.76

Fuente: La autora

## 8.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de la Residencia Universitaria consiste en construir los flujos de dinero proyectados que en un horizonte temporal que serían hipotéticamente generados, para después descontarlos a una tasa adecuada de manera tal que se pueda medir (cuantificar) la generación de valor agregado y su monto.

### 8.8.1 Valor Actual Neto (VAN)

Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN), consiste en traer al presente los valores de un flujo (flujos de caja), descontándolos a una determinada tasa de descuento.

Por VAN de un proyecto se entiende el dividendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto, sabiendo que éste habrá de recuperarse y además se pagará el costo de su financiamiento. El proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, “donde el VAN es la diferencia entre todos ingresos y egresos expresados en moneda actual”. ([www.uca.edu.sv](http://www.uca.edu.sv)).

La fórmula para calcular el VAN es:

$$VAN = \sum \frac{FlujoNetoCaja}{(1+i)^n} - Inventario Inicial$$

Cuadro 40. Valor Actual Neto (VAN)

VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)		
USD.		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-65,000.00	-65,000.00
1	23,778.11	19,537.56
2	25,799.49	17,417.95
3	28,025.42	15,546.45
4	30,195.86	13,763.21
5	32,823.76	12,292.88
<b>TOTAL (VAN)</b>		<b>13,558.05</b>

Fuente: La autora

El VAN es de \$13,558.05. Por lo tanto la inversión se considera rentable, tomando como referencia la tasa de oportunidad calculada para el efecto.

### 8.8.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada. Matemáticamente quiere decir que este indicador evalúa al proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período en donde los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, alternativamente a los resultados de este indicador también se lo puede interpretar como la tasa máxima que un inversionista estaría en capacidad de cubrir sin perder dinero, en el supuesto que el 100% de la inversión fuese financiada con recursos provenientes de fondos de préstamo y las cuotas se pagaran con ingresos en efectivo producidos por la propia actividad a medida que se vayan produciendo. (Barreno, p. 81).

La TIR se la puede comparar con la tasa de descuento, si la tasa calculada (TIR) es mayor que ésta, el proyecto debe aceptarse y si es menor debe rechazarse.

La fórmula para el cálculo de la TIR es:

$$TIR = tm + (TM - tm) \left[ \frac{VANtm}{VANtm - VANTM} \right]$$

Donde:

tm = Tasa menor

TM = Tasa mayor

VAN m = Valor Neto de la Tasa menor

VAN M = Valor Neto de la Tasa mayor

**Cuadro 41. Tasa Interna de Retorno (TIR) Residencia Universitaria “Playa Dorada”**

<b>CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO</b>			
<b>INVERSIONISTA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO</b>	<b>TASA</b>	<b>TASA</b>
	<b>EFFECTIVO</b>	<b>MENOR 29%</b>	<b>MAYOR 31%</b>
0	-65,000.00	-65,000.00	-65,000.00
1	23,778.11	-18,432.64	18,151.23
2	25,799.49	-19,999.60	19,694.26
3	28,025.42	-21,725.13	21,393.45
4	30,195.86	-23,407.64	23,050.28
5	32,823.76	-25,444.77	25,056.30
		<b>-174,009.79</b>	<b>42,345.52</b>

**Fuente:** La autora

tm	0.29
TM	0.31
VAN tm	-174,009.79
VAN TM	42,345.52

$$TIR = tm + (TM - tm) \left[ \frac{VANtm}{VANtm - VANTM} \right]$$

$$TIR = 30,55\% \Rightarrow 31\%$$

La TIR es de 31%, valor que es superior a la tasa de oportunidad lo que indica que el proyecto es factible.

### 8.8.3 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Período de Recuperación (PRI), permite al inversionista saber de antemano el tiempo en el que podrá recuperar su inversión en el proyecto, mediante el PRI se determina la cantidad de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con la cantidad de períodos aceptables por la Residencia Universitaria.

El cálculo del PRI, está dado por la sumatoria de los flujos en valor actual hasta el período en que esta sumatoria es exactamente igual o superior a la inversión inicial.

**Cuadro 42. Período de Recuperación (PRI)**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO EFECTIVO</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
0	-65,000.00	-65,000.00	-65,000.00
1	23,778.11	19,537.56	-45,462.43
2	25,799.49	17,417.95	-28,044.48
3	28,025.42	15,546.45	-12,498.03
4	30,195.86	13,763.21	1,265.17
5	32,823.76	12,292.88	13,558.05

**Fuente:** La autora

El cuadro muestra que la inversión se recuperará en el cuarto año de la inversión inicial.

### 8.8.4 Punto de Equilibrio

Para el cálculo de este indicador económico-financiero se debe considerar la siguiente igualdad:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas}}}$$

**Cuadro 43. Punto de Equilibrio**

AÑOS	Ventas Totales	Gastos Fijos	Costos Fijos	Costos Variables	Unidades Producidas	Precio de vta. unitario	Pto. Equilibrio CF+GF/(Pu- CVu)
1	108,000.67	51,516.31	9,611.18	19,771.88	720	150.00	499
2	117,600.73	55,120.41	10,196.06	21,551.35	784	150.00	533
3	128,100.79	59,048.00	10,833.59	23,490.98	854	150.00	570
4	139,500.86	62,702.50	11,528.49	25,605.16	930	150.00	606
5	151,950.94	67,366.77	12,285.93	27,909.63	1,013	150.00	650

**Fuente:** La autora

Los valores que muestra el “PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES”, significa que la empresa debería vender 499 hospedajes en el primer año para llegar a un equilibrio, es decir para que no existan pérdidas ni ganancias.

## 9 CAPITULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 9.1 CONCLUSIONES

- De acuerdo al análisis y resultados obtenidos a lo largo de la creación e implementación de la Residencia Universitaria “Playa Dorada” se han hecho las siguientes conclusiones que se basaron en cada uno de los objetivos planteados.
- La ejecución del proyecto considera los aspectos importantes que toman en cuenta los estudiantes al momento de escoger un hospedaje adecuado para su comodidad y confort que logre llenar sus expectativas. Entre los servicios más relevantes para los estudiantes están la comodidad, la tecnología, la atención, las áreas verdes y recreativas.
- El estudio de mercado que se realizó a los 378 estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí permitió realizar los análisis convenientes a fin de determinar y cuantificar la demanda total para el proyecto. Se puede observar que el 77% de los estudiantes encuestados tienen mayor interés en hospedarse en la residencia Universitaria que se constituirá.
- Con la implementación de las propuestas de los diferentes servicios se pudo determinar el nivel de aceptación y preferencias de los clientes. De esta manera se gestionara todos aquellos aspectos que este plan deberá considerar al momento de ofrecer hospedaje en la “Residencia Universitaria” Playa Dorada”.
- A través de los resultados de las encuestas realizadas se logro evaluar los diferentes aspectos que influyen en los estudiantes al momento de hospedarse en una “Residencia Universitaria” y así poder proporcionar un servicio eficiente y de calidad. Como se puede observar que el 23%

valora el confort, el 22% lo determina las áreas recreativas, un 18% considera la infraestructura tecnológica como factor clave, son los principales factores que influye en las decisiones de los estudiantes.

- Con respecto a la capacidad de pago para el alquiler de las habitaciones se puede concluir que los precios que se han estimado cobrar, van acorde con los resultados obtenidos en las encuestas y éstos a su vez satisfacen los requerimientos económicos para la ejecución del proyecto. El 84% de los estudiantes puede pagar mensualmente \$ 150. El precio es un aspecto muy sensible para las familias de los estudiantes.
- El proyecto es factible y sostenible financieramente, dado los resultados del análisis del VAN: \$13,558.05, y de la TIR 31% que permitieron establecer que la Residencia Universitaria denominada “Playa Dorada” genere rentabilidades superiores a las exigidas por los inversionistas para proyectos similares.

## **9.2 RECOMENDACIONES**

- La Creación e implementación de la Residencia Universitaria “Playa Dorada” en una ubicación cercana a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí constituye un proyecto que genera buenas expectativas de crecimiento económico para los accionistas, por consiguiente se dan las siguientes recomendaciones:
- De acuerdo a los resultados positivos que se obtuvieron mediante el análisis financiero se recomienda llevar a cabo la implementación de este proyecto de creación e implementación de una Residencia Universitaria denominada “Playa Dorada” porque satisface no solo la rentabilidad esperada por los inversionistas sino también las necesidades de los estudiantes.

- Es importante dar a conocer y promocionar los servicios que brinda la Residencia Universitaria “Playa Dorada” mediante campaña de promoción y publicidad dirigida a los estudiantes y sus familias con el objetivo de posicionarse en el mercado del hospedaje de la ciudad de Manta.
- Desde el punto de vista financiero se recomienda hacer evaluaciones a largo plazo ya que las características de este proyecto en cuanto a la etapa de creación e implementación conlleva riesgos en la inversión. El análisis de proyección de resultados que se realizó a cinco años dieron resultados positivos pero es preferible considerar un horizonte a diez años para que esta manera se pueda conocer la verdadera rentabilidad que genere el proyecto.
- Llevar a cabo todas las medidas de control, evaluación, estudios y prevención que exige este tipo de proyectos.

## REFERENCIAS

### Libros:

- BARRENO, Luis. "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos". Primera Edición.
- BELCH G. y BELCH M. (2004). La mezcla de mercadotecnia.
- HAIR, BUSH, ORTINAU, (2005). Investigación de Mercados, Segunda Edición, Colección Mc Graw Hill.
- SERNA, H. (1994). Planeación y Gestión Estratégica. Colombia. Legis Editores S.A.
- SOSA DE LA CRUZ, Clifor. (2002). Como elaborar un proyecto de inversión turística, CAMDESA Editorial SA,

### Revistas y Artículos:

- CÁMARA DEL TURISMO DE MANTA, Servicios básicos en la ciudad de Manta
- CONSEJO NACIONAL DE DESARROLLO (CONADE)/ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) / CENTRO LATINOAMERICANO DE DEMOGRAFÍA (CELADE). "Ecuador: Estimaciones y proyecciones de población. Periodo 1950-2011", Quito.
- FORO ECONÓMICO MUNDIAL (FEM).
- MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA POLÍTICA ECONÓMICA. Indicadores Macroeconómicos. Abril 2011.

### Documentos de Internet:

- [www.ccondem.org.ec](http://www.ccondem.org.ec), datos socioeconómicas de la provincia de Manabí
- [www.dspace.espol.edu.ec](http://www.dspace.espol.edu.ec), educación post obligatoria en el Ecuador
- [www.dspace.espol.edu.ec](http://www.dspace.espol.edu.ec), época prehispánica de Manabí

- [www.ecofinanzas.com](http://www.ecofinanzas.com), diccionario, utilidades
- [www.guayageek.com](http://www.guayageek.com)
- [www.manta360.com](http://www.manta360.com)
- [www.manta360.com](http://www.manta360.com), historia de Manta
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com), gestión del conocimiento
- [www.scielo.org.ar](http://www.scielo.org.ar), estudios y perspectivas del turismo
- [www.scielo.org.ar](http://www.scielo.org.ar), turismo en el litoral marítimo
- [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net), historia del internet
- [www.teodoro8.tripod.com](http://www.teodoro8.tripod.com), información de Manabí
- [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec), plan integral de Marketing turismo del Ecuador
- [www.turismomanabi.gov.ec](http://www.turismomanabi.gov.ec)
- [www.uca.edu.sv](http://www.uca.edu.sv)
- [www.utelut.edu.ec](http://www.utelut.edu.ec), gerencia
- [www.viajandox.com](http://www.viajandox.com), atractivos de Manta
- [www.viajandox.com](http://www.viajandox.com), fiestas más importantes de Manta
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), gastronomía del Ecuador
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), gestión del conocimiento
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), mercado
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), provincia de Manabí, población

# ANEXOS

## ANEXO 1

### Diseño de la encuesta

La presente encuesta se realiza con el propósito de conocer su opinión acerca de la conveniencia de una residencia universitaria en las cercanías de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM). Esta encuesta se realiza como requisito del proyecto de tesis.

**Objetivo:** Conocer cuál es la necesidad insatisfecha de alojamiento que existe entre los estudiantes de la ULEAM, así como las acciones promocionales que se debe promover.

Instrucciones: A continuación se enuncian 10 preguntas en las que se debe marcar con una (X) la alternativa que crea conveniente.

#### PREGUNTAS:

##### 1. ¿Cuál es su sexo?

F

M

##### 2. ¿Cuál es su edad actual?

16 años a 21 años

22 años a 27 años

28 Años a 35 años

36 Años en adelante

**3. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece usted?**

- Medio
- Medio Alto
- Alto

**4. ¿Con quién vive usted, aquí en Manta?**

- Con familiares cercanos
- Con amigos
- Solo

**5. ¿La vivienda donde vive es?**

- Propia  Rentada

**6. ¿Cuáles son los ingresos mensuales aproximados de su familia?**

- \$ 800 a \$ 1000 ( )
- \$ 1001 a \$ 2000 ( )
- \$ 2000 en adelante ( )

**7. ¿Si usted vive solo o con amigos, en caso de conocer que existe una buena y cómoda residencia universitaria en Manta se hospedara ahí?**

- SI
- NO

