



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## DIRECCIÓN DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

**Título:**

---

**Diseño del plan de negocios para la creación de “La Quinta”  
residencia estudiantil**

---

Proyecto de desarrollo presentado previo a la obtención del título de Magíster en  
Administración de Empresas

**Autor:**

Espinosa Viera Sofía Catalina.

**Tutor:**

Villarroel Maya Ángel Alberto Mgs.

**LATACUNGA –ECUADOR**

**2020**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil” presentado por Espinosa Viera Sofía Catalina, para optar por el Título Magíster en Administración de Empresas.

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal de Lectores que se designe.

Latacunga, 23 diciembre del 2020

---

Mgs. Ángel Alberto Villarroel Maya  
CC: 0602765406

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación: Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del Título de Magíster en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Latacunga, 15 de enero del 2021

---

PhD. Walter Humberto Navas Olmedo  
C.C. 050147505-7  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PhD. Gabriel Ramírez Torres  
C.C.175860900-0  
LECTOR 2

---

PhD. Juan José Vizcaíno Figueroa  
C.C.171263807-9  
LECTOR 3

## **DEDICATORIA**

Este título lo dedico a mis hijos, espero que les sirva como motivación para alcanzar sus objetivos y recuerden que el diez de los padres es el cero de los hijos

**Sofía Catalina Espinosa Viera**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mi esposo, a mis hijos, y a mis padres que fueron mi motivación para asumir este reto y por ser mi apoyo permanente e incondicional en el transcurso de esta gran experiencia.

**Sofía Catalina Espinosa Viera**

## **RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA**

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, 23 de diciembre del 2020

---

Ing. Sofía Catalina Espinosa Viera  
C.C. 050230502-2

## **RENUNCIA DE DERECHOS**

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, 23 de diciembre del 2020

---

Ing. Sofía Catalina Espinosa Viera  
C.C. 050230502-2

## **AVAL DEL VEEDOR**

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE “LA QUINTA” RESIDENCIA ESTUDIANTIL, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, 23 de diciembre del 2020

---

PhD. Walter Humberto Navas Olmedo  
C.C. 050147505-7  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TITULO: DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE  
“LA QUINTA” RESIDENCIA ESTUDIANTIL**

**Autor:** Ing. Espinosa Viera Sofía Catalina

**Tutor:** Mgs. Villarroel Maya Ángel Alberto

El Plan de negocios busca satisfacer la necesidad de los estudiantes universitarios provenientes de varios puntos del país en especial de los cantones más alejados de la provincia de Cotopaxi que en la actualidad se encuentran cursando el proceso académicas en la universidad de las Fuerzas Armadas, campus General Guillermo Rodríguez Lara, parroquia Belisario Quevedo, cantón Latacunga para el hospedaje y residencias temporal a través de la creación de “La Quinta” residencia estudiantil. En el capítulo con los antecedentes del proyecto se establece el planteamiento del problema y su correspondiente formulación, el desarrollo de la fundamentación teórica se encuentra establecida por definición de conceptos científicos, tales como; el emprendimiento, emprendedor y sus fases, en el capítulo dos la construcción del plan de negocios, la distribución de la filosofía empresarial a través de su misión, visión, objetivos, estrategias, principios y valor conjuntamente con su estructura organizacional, con la aplicación de la prueba de campo con la toma de datos aplicado a 128 estudiantes de la universidad, muestra calculada de una población de 876 estudiantes, la oferta potencial del servicio es 20 viviendas que colindan con el campus universitario, estableciendo un precio referencial de 120,00 dólares americanos mensuales por unidad habitacional, con un presupuesto de los gastos de 60,00 dólares americanos mensuales, con una inversión de 50.745,00 dólares americanos, a recuperar en 3,51 años, con un Valor Actual Neto de 10.893,76 dólares americanos y un Tasa Interna de Retorno del 26%, con la aplicación de estrategias de marketing, con un enfoque investigativo cuantitativo, de tipo descriptivo y no experimental.

**PALABRAS CLAVE:** estudiantil, hospedaje, plan de negocios, residencia, universitario.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TITLE: DESIGN OF THE BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF “LA QUINTA” STUDENT RESIDENCE**

**AUTHOR:** Ing. Espinosa Viera Sofía Catalina

**TUTOR:** Mgs. Villarroel Maya Ángel Alberto

The Business Plan seeks to satisfy the university students necessity who come from different parts of the country, especially from the furthest cantons of Cotopaxi Province who are currently studying the academic process at Armed Forces University, Gnrl. Guillermo Rodríguez Lara Campus in Belisario Quevedo Parish, Latacunga canton for lodging and temporary residences through the creation of “La Quinta” student residence.

In chapter with the antecedents of the project, the problem statement and its corresponding formulation are established, the development of the theoretical foundation is established by definition of scientific concepts, such as; entrepreneurship, entrepreneur and their phases, in chapter two the construction of the business plan, the distribution of the business philosophy through its mission, vision, objectives, strategies, principles and value together with its organizational structure, with the application of the field test with the data collection applied to 128 university students, sample calculated from a population of 876 students, the potential offer of the service is 20 houses that adjoin to the university campus, establishing a reference price of \$ 120.00 US dollars per housing unit, with a budget of US \$ 60.00 per month, with an investment of US \$ 50,745.00, to be recovered in 3.51 years, with a Net Present Value of US \$ 10,893.76 and an Internal Rate of Return of 26%, with the application of marketing strategies, with a quantitative research approach of a descriptive and non-experimental type.

**KEY WORDS:** student, lodging, business plan, residence, university.

Yo, **MANUEL FRANCISCO BRAVO BASTIDAS** con cédula de identidad número: 0501390041, Licenciado/a en: **CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN PROFESOR DE ENSEÑANZA MEDIA, ESPECIALIDAD IDIOMAS INGLÉS Y FRANCÉS**, con número de registro de la SENESCYT: 1005-02-248152; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: **DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE “LA QUINTA” RESIDENCIA ESTUDIANTIL** de: Sofía Catalina Espinosa Viera, aspirante a Magíster en Administración de Empresas.

Latacunga, 1 de diciembre del 2020.

---

**Mg. Manuel Francisco Bravo Bastidas**  
C.C. 050139004-1

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA .....	vi
RENUNCIA DE DERECHOS.....	vii
AVAL DEL VEEDOR.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
Antecedentes .....	1
<b>CAPITULO I FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>9</b>
1.1. Antecedentes .....	9
1.2. Fundamentación Epistemológica .....	10
1.2.1. Flujograma de proceso del emprendedor .....	16
1.2.2 Plan de Negocios.....	18
1.2.2.1 Concepto .....	18
1.2.2.2 Importancia del plan de negocios.....	19
1.2.2.3 Esquema del Plan de negocios .....	20
1.2.2.4 Tipos de planes de negocio .....	21
1.2.2.5 Estructura del Plan de Negocios .....	23
1.2.2.6 Plan de negocios para empresa en marcha (Gerente).....	24
1.2.3 Tipos de Residencias.....	28
1.2.3.1 Concepto .....	28
1.2.3.2 Residencia estudiantil en la historia.....	30
1.2.3.3 Reglamento Interno.....	31
1.2.3.4 Importancia del reglamento interno .....	32
1.3 Fundamentación del estado del arte .....	32
1.4 Conclusiones Capítulo I.....	35
<b>CAPÍTULO II PROPUESTA .....</b>	<b>36</b>

2.1. Resumen Ejecutivo.....	36
2.2. Título del Proyecto.....	37
2.3. Estrategia.....	37
2.3.1. Misión .....	38
2.3.2. Visión .....	38
2.3.3. Valores, Principios y Políticas Corporativas.....	38
2.4. Mercado.....	39
2.4.1. Análisis de la Oferta.....	52
2.4.2. Ventajas competitivas .....	56
2.4.3. Posición competitiva .....	57
2.5. Pricing .....	59
2.6. Recursos claves .....	60
2.7. Gestión de Talento Humano.....	61
2.7.1. Organización Administrativa .....	61
2.7.2. Función y competencias de empleados .....	62
2.7.2.1 Análisis de Proveedores .....	62
2.8. Estrategias de Ingreso .....	64
2.8.1. Macro variables económicas .....	64
2.8.1.1. Factor Económico .....	65
2.8.1.2. Factor Social.....	66
2.8.1.3. Factor Político .....	68
2.8.1.4. Factor Tecnológico.....	68
2.8.1.5. Factor Demográfico .....	69
2.8.2. Micro variables económicas.....	70
2.8.2.1. Nombre o razón social .....	70
2.8.2.2. Estructura Legal de la Empresa.....	70
2.8.2.3. Titularidad de la propiedad de la empresa .....	71
2.8.2.4. Impuesto al Valor Agregado (IVA) .....	72
2.9. Management y operaciones.....	74
2.9.1. Socio clave .....	74
2.9.2. Actividades clave .....	74
2.9.3. Propuesta de valor .....	75

2.9.4. Tipo de relación con el cliente .....	76
2.10. Gestión de Marketing.....	77
2.10.1. Producto .....	77
2.10.2. Plaza .....	78
2.10.3. Promoción .....	78
2.10.4. Logotipo .....	79
2.10.5. Precio .....	80
2.11. Canales / Distribución .....	81
2.12. Inversión.....	82
2.12.1. Modelo de ingresos .....	84
2.12.2. Modelo de gastos .....	85
2.12.3. Sueldos y salarios.....	86
2.12.4. Criterios de Decisión.....	87
2.13. Cronograma.....	90
2.14. Conclusiones Capítulo II.....	91
<b>CAPÍTULO III APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA</b> .....	<b>92</b>
3.1. Evaluación de expertos .....	92
3.1.1. Variable Plan de Negocios .....	93
3.1.2. Matriz de consolidación de expertos.....	94
3.1.3. Información sobre los Expertos .....	95
3.2. Evaluación de usuarios.....	95
3.2.1. Variable Plan de Negocios .....	96
3.2.2. Matriz de consolidación de usuario.....	96
3.2.3. Información sobre la Usuaría .....	97
3.3. Conclusiones del capítulo III .....	97
<b>CONCLUSIONES GENERALES</b> .....	<b>99</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>101</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>105</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades a realizar para el cumplimiento de los objetivos específicos.	5
Tabla 2. Nudos críticos que ha transitado el Plan de Negocios.	6
Tabla 3. Objetivos y alcances de un plan de negocios, un estudio de factibilidad, un plan estratégico y la evaluación de proyectos.	20
Tabla 4. Modelos de estructura de planes de negocios	23
Tabla 5. Segmentos de Mercado.	39
Tabla 6. Universo.	40
Tabla 7. Población.	40
Tabla 8. Cálculo de la muestra	41
Tabla 9. Principales competidores	58
Tabla 10. Análisis de precios y Servicios de la competencia.	59
Tabla 11. Financiamiento.	60
Tabla 12. Cuadro de Insumos	63
Tabla 13. Cuadro de Proveedores	63
Tabla 14. Requisitos para sacar el RUC de una persona natural.	72
Tabla 15. Permiso del suelo otorgados por el GAD municipal de Latacunga.	73
Tabla 16. Socios clave.	74
Tabla 17. Estrategias de Producto	77
Tabla 18. Estrategia de Distribución	78
Tabla 19. Estrategia de Promoción	79
Tabla 20. Estrategia de Precio.	80
Tabla 21. Inversión.	83
Tabla 22. Proyección de ventas en dólares	84
Tabla 23. Proyección de costos de producción en dólares.	85
Tabla 24. Forma de pago al personal contratado.	86
Tabla 25. Provisiones y obligaciones patronales MID.	86
Tabla 26. Flujo de efectivo proyectado	87
Tabla 27. Indicadores Financieros.	89
Tabla 28. Cronograma capítulo II	90
Tabla 29. Matriz de Consolidación de Expertos	94

Tabla 30. Información Experta 1 .....	95
Tabla 31. Información Experta 2 .....	95
Tabla 32. Matriz de Consolidación Usuarios .....	97
Tabla 33. Información sobre Usuaría.....	97
Tabla 34. Financiamiento.....	118
Tabla 35. Principales competidores .....	118
Tabla 36. Costos de producción por mes de renta residencia estudiantil .....	119
Tabla 37. Costos de producción servicio limpieza por habitación.....	120
Tabla 38. Costos de producción servicio lavado y planchado de ropa (1 kg).....	121

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso del emprendedor.....	17
Figura 2. Esquema del Plan de negocios.....	21
Figura 3. Visión general del propósito del plan de negocios .....	24
Figura 4. Descripción de la empresa .....	25
Figura 5. Tipos de residencias estudiantiles.....	29
<i>Figura 6. Tipo de alojamiento que ha tenido.....</i>	<i>44</i>
Figura 7. Gusto por vivir.....	45
<i>Figura 8. Preferencia por vivir en una residencia estudiantil.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 9. Cercanía a la universidad.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 10. Factores importantes .....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 11. Servicios adicionales con costo .....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 12. Fondos de cobertura estudiantil .....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 13. Medios de información y publicidad.....</i>	<i>51</i>
Figura 14. Organización Estructural .....	61
Figura 15. Organigrama Funcional .....	62
Figura 16. Entorno de la empresa .....	65
Figura 17. Logotipo.....	79
Figura 18. Canal de Distribución de “La Quinta” residencia estudiantil.....	82

# INTRODUCCIÓN

## **Antecedentes**

El presente trabajo trata sobre la implementación de una residencia estudiantil universitaria desarrollando en un plan de negocios en el cual se detalla el proceso a seguir para este fin, para ello se basa en conceptos, propuestas y experiencias de varios autores, actores y sectores.

El presente trabajo se desarrolla según el artículo 21 del Reglamento del Trabajo de Titulación de Posgrados del programa de Maestría en Administración de Empresas, de la Universidad Técnica de Cotopaxi; además, se alinea con el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, se escoge como línea de investigación y eje temático a administración y economía para el desarrollo humano y social; y como sublínea se tiene a estrategias administrativas, productividad y emprendimiento, aquí se analizarán asignaturas de Legislación para los negocios, Entorno económico para los negocios e innovación y Emprendimiento es decir todo el entorno. (Chiguano, 2018).

La provincia de Cotopaxi se encuentra situada en el centro del país, la capital de Cotopaxi es la ciudad de Latacunga esta tiene 10 parroquia rurales una de ellas es Belisario Quevedo que se ubica al sur oeste de esta para llegar a la parroquia se toma la carretera panamericana norte sur vía a Salcedo, está en el kilómetro 5 a 15 minutos aproximadamente, es considerada altamente productiva en ganadería y agricultura.

En la ciudad de Latacunga existen dos universidades una de ellas es la Universidad Técnica de Cotopaxi y la otra es la Universidad de la Fuerzas Armadas sede Latacunga, la cual a su vez integra la UGT (Unidad de Gestión de Tecnologías).

También existen tres institutos superiores que son; el Instituto Superior Tecnológico Vicente León, Instituto Superior Tecnológico Victoria Vásquez Cuví, y el Instituto Superior Tecnológico Cotopaxi.

Según la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación ofertaron 15.466 cupos para estudiantes cupos que se ofertaron para el segundo proceso de admisión del 2020, ciclo Sierra 9.504 estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, 2.826 estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas sede Latacunga, 880 estudiantes de la UGT (Unidad de Gestión de Tecnologías), 900 estudiantes del Instituto Superior Tecnológico “Vicente León”, 174 estudiantes del Instituto Superior Tecnológico “Victoria Vásquez Cuví”, y 1.183 el Instituto Superior Tecnológico “Cotopaxi”, estos datos se obtuvieron al investigar a cada una de las instituciones mencionadas y fueron facilitadas para este estudio a través de procesos legales de petición y entrega con firmas y sellos de cada una de estas (Institucional, 2019).

Para realizar el presente estudio se aplicó un enfoque investigativo cuantitativo, de tipo descriptivo y no experimental tomando como referencia informativa los datos suministrados por la Universidad de las Fuerzas Armadas sede Latacunga 2.826 estudiantes, 1.524 estudiantes en el campus General Guillermo Rodríguez Lara en el barrio Forastero de la parroquia Belisario Quevedo, de estos 579 estudiantes son de carrera sumando 297 estudiantes de la UGT (Unidad de Gestión de Tecnologías). por lo que nos da un total de 876 estudiantes como población para el proyecto que se encuentran registrados en la unidad de bienestar estudiantil como estudiantes sujetos a movilidad humana población que nos servida como referencia para el Diseño del Plan de negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil, la misma que ofertara varios servicios (Institucional, 2019).

En la ciudad de Latacunga y alrededores de Universidad de las Fuerzas Armadas, Campus General Guillermo Rodríguez Lara en el barrio Forastero de la parroquia Belisario Quevedo, existen varias unidades de alojamiento temporal como hoteles, departamentos, habitaciones, pensiones y casas improvisadas que ofertan el

servicio, sin embargo con la figura de residencias estudiantiles no existen, según la jefatura de turismo de la gobernación de Latacunga en uno de sus materiales de apoyo entregados en sus instalaciones indica que existen 8 centros hoteleros bajo la calificación de hostería estas brindan servicios elementales e instalaciones limitadas como para ser considerados como residencias estudiantiles .

La indagación previa parte de la premisa que presentan los estudiantes de educación superior de otras ciudades si necesitan o no de una residencia estudiantil qué cuente con servicios de seguridad, comodidad, limpieza, lavandería que hacen una diferencia con los ofertados por la competencia a la inexistencia de residencias estudiantiles que oferten habitaciones totalmente equipadas con instalaciones modernas y servicios complementarios, donde puedan fomentar amistades y proporcionar un ambiente de estudio silencioso a la vez ofrecer seguridad y privacidad, peor aún el de acompañamiento permanente en caso de emergencia, se debe tomar en cuenta también que a muchos jóvenes no les gusta que se les diga constantemente que hacer o no saben cómo actuar al convivir con varias personas de su edad y totalmente desconocidas, todas las personas para exigir sus derechos deben estar informados, así como para cumplir con sus obligaciones, para esto se ve la necesidad de crear un documento que rija e informe la conducta a mantener dentro de la residencia y que garantice el cumplimiento de las políticas y valores de los residentes.

A nivel mundial existen residencias estudiantiles que satisfacen las necesidades de los estudiantes que provienen de diferentes ciudades o de otros países, estos llegan con otras culturas, costumbres, valores, ideas, en fin, existen muchas diferencias entre ellos, pero se trata de mantener una buena convivencia entre todos, es necesario que existan normas claras de convivencia ya que al ser los jóvenes motivo de estudio del presente trabajo se ve la necesidad de conducirlos y adaptarles a una vida ordenada y organizada puesto que muchos de ellos van a vivir solos por primera vez y sin ningún control lo que genere que estén inmersos en los diferentes vicios que les rodea.

Varias personas se han dedicado al estudio de las residencias estudiantiles a nivel mundial, pero en nuestro país hay poquísima información de estas y para este estudio nos basaremos en los estudios realizados por el Centro de Investigación Científica y Tecnológica de la Escuela Superior Politécnica de Litoral, de un Proyecto de creación de una residencia universitaria para estudiantes de la ciudad, este fue realizado para aplicar en Guayaquil.

Después de tener claro el problema se plantea la idea de negocio que va a dar solución a este, para ello se realiza un plan de negocios y se lo diseña minuciosamente, tomando en cuenta las siguientes características: capacidad de gestión del emprendedor, cumplimiento de objetivos, toma de decisiones en momentos decisivos basándose en experiencias de otros emprendedores, buscar la viabilidad del negocio que pretendemos desarrollar para ello analizaremos lo que nos sugiere (Freire, 2012).

El plan de negocio es un proceso vital para todo emprendimiento, ya que en él se detalla paso a paso lo se debe realizar en función de cada empresa.

Todo emprendedor busca permanentemente oportunidades de negocios y en este caso en particular encuentra en Belisario Quevedo, como satisfacer a una necesidad latente de vivienda temporal de larga estancia para estudiantes de la universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara, la creación de una residencia estudiantil y para ello debe diseñar un plan de negocios minucioso, el objetivo general es elaborar el Diseño del Plan de negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil, por último se espera que en mediano plazo se pueda implementar esta residencia estudiantil en el barrio Forastero basados en este diseño.

Para la realización de este Plan de Negocios seguiremos un camino marcado por la suma de varios objetivos específicos donde se fusiona un proceso marcado por lo teórico y se pretende realizar la fundamentación teórica del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil a continuación se va a diseñar los

aspectos legales y administrativos para la implementación del plan de negocios para conocer las necesidades de los clientes potencias (demanda), y la posible competencia en el mercado (demanda) se efectuara un estudio de mercado para identificar el comportamiento de los consumidores actuales y potenciales, para realizar lo antes mencionado se debe elaborar la viabilidad del estudio económico del plan de negocios, así saber con certeza el valor real del plan a ejecutar, y por último el presente trabajo se someterá análisis profundo y minucioso para validar el Diseño del Plan de Negocios de “La Quinta” residencia estudiantil con expertos en teoría y práctica, todo este proceso nos llevará a conseguir el objetivo de este trabajo.

Para el cumplimiento de esto se realizarán ejecutando varias tareas o actividades que a continuación se detallan:

**Tabla 1. Actividades a realizar para el cumplimiento de los objetivos específicos.**

<b>Objetivo</b>	<b>Actividad</b>
1.- Realizar la fundamentación teórica del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar la conceptualización de definiciones, componentes, autores, artículos científicos, libros sobre Plan de Negocios</li> <li>2. Plasmar la conceptualización de las definiciones de reglamentos reguladores que abarquen las residencias estudiantiles</li> </ol>
2. Diseñar el estudio legal y administrativo para la implementación del plan de negocios	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar el proceso administrativo del Plan de Negocios.</li> <li>2. Realizar el Reglamento Interno para el correcto funcionamiento de la residencia.</li> <li>3. Elaborar del proceso legal para implementación de la Residencia estudiantil.</li> </ol>
3. Elaborar un estudio de mercado para identificar el comportamiento de los consumidores actuales y potenciales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplicar un instrumento de investigación de mercado, donde se detalle todos los puntos necesarios a ser analizados en este.</li> <li>2. Tabular los datos e información a ser analizados.</li> <li>3. Analizar los resultados obtenidos acorde con la información recogida.</li> <li>4. Plantear la propuesta de servicio a brindar para solucionar los problemas determinados.</li> </ol>
4. Elaborar la viabilidad del estudio económico del plan de negocios	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar el estudio económico, para la implementación del Plan de Negocios.</li> <li>2. Verificar la viabilidad del Plan de Negocios.</li> </ol>
5. Validar el Diseño del Plan de Negocios de “La Quinta” residencia estudiantil con expertos en teoría y práctica.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar la evaluación de expertos en teoría y práctica para la validación del Plan de Negocios</li> <li>2. Realizar la evaluación de impactos o resultados de este Plan de Negocios.</li> </ol>

**Autoría propia**

**Tabla 2. Nudos críticos que ha transitado el Plan de Negocios.**

<b>Etapa</b>	<b>Descripción</b>
Etapa 1	Definición del Tema
Etapa 2	Temas relacionados con residencia estudiantil, siendo muy escasos las publicaciones existentes y ninguno en Ecuador
Etapa 3	Contextualización teórica del tema
Etapa 4	Determinación del proceso a seguir

***Autoría propia***

El presente trabajo es un documento en el que se exponen minuciosamente las necesidades habitacionales de los estudiantes de la universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara, la Justificación del presente trabajo se desarrolla a partir de una idea de negocio para satisfacer la necesidad existente en base a un Plan de Negocios donde se pretende plasmar cada uno de los resultados obtenidos en los estudios realizados en base a las investigaciones aplicadas a los involucrados, sus gustos, sus deseos y las preferencias de los futuros residentes de “La Quinta” residencia estudiantil. Se presentará de forma sistematizada, lógica y objetiva los resultados en correspondencia con los diferentes estudios realizados, presentados, discutidos y aprobados.

Cumple también con exigencias indispensables en cuanto a comodidad, servicio, cercanía a la institución educativa, convivencia, tecnología, originalidad, seguridad que marcan la diferencia, posesionándose como la mejor opción en las preferencias de los residentes por lo antes mencionado.

Al mismo tiempo siendo un referente para futuros estudios de investigación relacionados con este tema en el contexto provincial y nacional.

Una vez identificada la oportunidad de negocio y la necesidad vivienda temporal durante sus estudios universitarios se tendrá claro que se desea ser la primera opción en el gusto del cliente meta en base al servicio ofrecido.

Esta metodología permite definir puntos claves a la hora de desarrollar este plan de negocios. En este trabajo de titulación se realiza una descripción del emprendimiento a aplicar y del servicio, análisis de la oferta existente, análisis de consumidores y competidores, plan de marketing, plan de implementación y operaciones, gestión de personas y viabilidad económica.

Se debe tener en cuenta que existen varios tipos de Investigación en la ciencia y es necesario conocer sus características para saber cuál de ellos se ajusta mejor a la investigación que va a realizarse. Estos son: histórica, documental, descriptiva, correlacional, explicativa o causal, estudio de caso, experimental entre otros (Bernal, 2010).

Para este estudio se realizó el diseño metodológico para la investigación desde el enfoque investigativo cuantitativo, de tipo descriptivo y no experimental, ya que; se realizó una revisión analítica de los datos, estudios, registros y publicaciones existentes relacionados con el estudio y desarrollo del Diseño de un Plan de negocios para finalmente emplear el método de síntesis, se consultaron fuentes secundarias de información acerca del tema mediante la observación directa se determinó el número de viviendas que arriendan en el sector y sus características.

La población y muestra fueron establecidas con base al número de estudiantes foráneos que estudian en el campus General Guillermo Rodríguez Lara futuros usuarios del servicio de hospedaje de la empresa. La técnica de investigación utilizada fue la encuesta y como instrumento se empleó un cuestionario de 16 preguntas. Se realizará la tabulación de datos y el análisis estadístico, lo que indicará los parámetros para la creación de la empresa.

La técnica de observación que es utilizada por el investigador como procedimiento para la obtención de datos informativos de una forma directa e indirecta en el campo de acción de la investigación. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Los Instrumentos de Investigación son recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. En toda investigación cuantitativa se aplica un instrumento para medir las variables de interés (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Los cuestionarios son utilizados como herramientas en la técnica de la observación estos tienen características estructuradas o no estructuradas y la aplicación de estos dependerá del enfoque tome el investigador ya sea, cualitativo o cuantitativo. Para un enfoque cuantitativo es necesario que estos sean estructurados con el fin de obtener datos estadísticos aproximados que permitan obtener un análisis cuantitativo del estudio (Raffino, 2020).

Unidad de Análisis son elementos en los que recae la obtención de información y que deben de ser definidos con propiedad, es decir precisar, a quien o a quienes se va a aplicar la muestra para efectos de obtener la información (Centty, 2006).

## **CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.1. Antecedentes**

La idea de realizar un plan de negocios para la creación de una residencia estudiantil, nace de la necesidad de contar con alojamientos adecuados para estudiantes que por motivos de estudio tienen que trasladarse a diferentes partes del país y separarse de sus familias, lo que lleva a buscar residencias, alojamientos que permitan tener donde hospedarse en el tiempo que viven su carrera educativa.

El plan de negocios para la creación de una residencia estudiantil en las cercanías de la Universidad “Yachay”, señalan la existencia de una necesidad de alrededor del 78% de estudiantes que han mencionado que desearían un alojamiento más personalizado y con mejores servicios de los que han recibido. Se menciona que existe un grupo de mercado que son los posibles estudiantes a la espera de un cupo para ingresar, y en su mayoría provienen de diversos lugares de Ecuador. Las residencias estudiantiles han crecido un 10% y han cambiado según las necesidades de los clientes y las exigencias actuales, por lo que dicho estudio considera que es un tipo de negocio con alto potencial debido a su escasa competencia y gran auge. De igual manera, se determina viabilidad y aceptación del proyecto por su tasa interna de retorno, diversos índices financieros y el valor actual neto (Vallejos, 2016).

En el plan de negocios para la creación de la residencia universitaria de los estudiantes de la Universidad Nacional de Piura en Perú, el objetivo principal es determinar la viabilidad comercial, factibilidad técnica, rentabilidad económica y financiera y las acciones de responsabilidad social y empresarial. El instrumento

aplicado es una encuesta a más de 300 alumnos que residen en otras ciudades en donde se analizó la información obtenida y se desarrolló el mercado, plan estratégico, recursos financieros, recursos humanos, plan de marketing y el accionar de la responsabilidad social (Castro 2019).

## **1.2. Fundamentación Epistemológica**

Dentro de los protagonistas que intervienen el Plan de negocios está el emprendedor, que es aquel que toma la decisión de crear y desarrollar las técnicas y procesos para estructurar una organización que se muestre estable ante el mercado.

Por lo antes mencionado se empezará definiendo, qué es emprendimiento: El acto de emprendimiento es transformar los recursos tangibles e intangibles con miras a crear cualquier tipo de riqueza, lícita o ilícita; social, altruista o lucrativa, etc. También emprender es el arte o técnica para transformar una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los diferentes recursos necesarios para crear, inventar, descubrir o innovar nuevas formas de solucionar problemas de su entorno específico (Ibarra & Castrillo, 2011).

El emprendimiento empresarial es un proceso basado en la iniciativa de un individuo o grupo de ellos, con el propósito de llevar a cabo un proyecto de negocio generador de ingresos. Este tema despertó el interés de muchos autores; Gartnet y Carland, Joseph Schumpeter, Shaver y Scott, entre otros, en el siglo pasado asociado en especial la actividad emprendedora y al crecimiento económico.

La naturaleza de la relación se basa en el conocimiento como factor determinante, ya que se atribuye al emprendedor la capacidad de transformarlo en conocimiento con valor económico, convirtiéndolo en engranaje indispensable en la economía moderna. En el estudio realizado por el Banco Mundial (2014) se definen a los emprendedores de éxito como los individuos que tienen la capacidad de transformar

una idea en iniciativa rentable. En este proceso están presentes talentos especiales: capacidad para innovar, desarrollar o introducir nuevos productos, o explorar nuevos mercados. Junto a estas acompañan otras habilidades como: liderazgo, organizar tareas priorizando la eficiencia productiva y dar uso óptimo al empleo de los recursos (Chávez, y otros, 2017).

Después de analizar varios conceptos de emprendimiento que sugieren estos autores, se puede sintetizar diciendo que emprendimiento es desarrollar una idea de negocio o iniciativa de una persona o varias, que satisfaga las necesidades de un sector al que se va a analizar profundamente a través de un plan de negocios y que genere riqueza al emprendedor si hablamos de un emprendimiento económico, puesto que puede haber emprendimientos sociales los que podrían tener o no fines lucrativos. Todo emprendimiento combina tres componentes: idea, capital y emprendedor.

Una vez identificada la oportunidad de negocio y luego de haber decidido explotarla, se inicia el proceso de creación de empresa con un elemento muy básico y sencillo denominado la “idea” de negocio. Inicialmente, esta idea de negocio es muy genérica y poco específica, pero se debe trabajar para definirla en función al producto o servicio que se destinará al mercado que se quiere atender, a los proveedores con quienes se quiere trabajar, a los competidores con los que se tendrá que luchar y el nivel de tecnología que se piensa adquirir. En esta etapa, es importante que el empresario comience a delinear la posible empresa, y asocie sus conocimientos, experiencias, valores, orientaciones y competencias. Asimismo, es importante que esta idea se fundamente en bases sólidas, es decir, tenga proyección y no parta solamente de un entusiasmo momentáneo producto de motivaciones diversas. Esta idea debe ser creada con la firme convicción de que permanezca en el tiempo (Weinberger, 2009).

De acuerdo a lo expuesto con anterioridad uno de los tres componentes que se combinan en un emprendimiento es la idea de negocio que surge en el momento que se identifica una necesidad e inmediatamente surgen varias propuestas como

oportunidad de negocio en base a la satisfacción de esta ya sea bien o servicio y a la decisión de explotarla a cambio de una remuneración económica, valor o lucro, para el desarrollo de la idea se debe ir de lo general a lo específico (Wienberger, 2009).

Para poder determinar cómo conseguir financiamiento antes es importante saber dónde buscarlo. Por eso hay que tener en cuenta que existen diferentes fuentes para obtener el capital que haga factible la operación del proyecto. En general existen tres grandes fuentes: buscar que tus proveedores te financien a través de la compra a largo plazo de pagos; conseguir un socio capitalista que tendrá una porción del capital de la empresa a cambio de su aporte; un socio que también trabaje y que aporte capital. Si bien los Bancos constituyen una fuente de financiamiento importante para emprendedores, generalmente esto no sucede en sus etapas iniciales sino una vez que los proyectos están encaminados, con vistas a expandirse y crecer. Esto ocurre porque los bancos exigen que sus deudores cuenten con activos que respalden los créditos contraídos y que el riesgo de su recuperación sea bajo, condiciones que no cumplen los emprendimientos que recién empiezan. Pero además para el banco resulta una inversión riesgosa ya que no existe un historial que muestre la evolución del proyecto y los resultados son difíciles de predecir (Freire, 2012).

Continuando con los componentes del emprendimiento se revisa lo que piensa Freire, acerca de cómo conseguir financiamiento, para que se pueda llevar a cabo un emprendimiento y las probables formas de adquirirlo para poner en marcha el emprendimiento deseado, él menciona a tres probables fuentes: la primera se dirá que es compras a crédito a los proveedores, la segunda sugiere que sea de un socio capitalista y por último su tercera opción es que los recursos necesarios provengan de un crédito bancario y realiza un análisis a estas alternativas, no toma en cuenta que también se puede poner en marcha un emprendimiento con capital propio, algo que no es común pero si ocurre, sobre todo cuando son capitales pequeños.

Para el estudio de este Plan de Negocios se realizará una combinación entre dos de estas alternativas como son: un porcentaje de la inversión serán fondos propios y el restante se solicitará un crédito a una institución financiera de la ciudad de Latacunga para de esta manera poder cubrir la totalidad de la inversión requerida para el emprendimiento motivo de estudio.

Un emprendedor como un individuo muestra una oportunidad de negocio, además posee la habilidad de realizar y desarrollar definiciones conceptuales de negocio aprovechando sus actitudes y medios para determinar y manejar problemáticas y oportunidades (Halloran, 1992).

Un emprendedor es el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un ágil captador y aprovechador de información y recursos con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas (Hebert y Link, 1989)

De acuerdo a esto, Halloran, Hebert y Link manifiestan que el emprendedor viene siendo el tercer componente del emprendimiento y es la persona quien tiene la iniciativa o aptitud para iniciar un negocio o emprendimiento basado en su idea, lo organiza o desarrolla y busca el capital o financiamiento, generando nuevos puestos de trabajo y por último la dirige o lleva la batuta para lograr que todo salga según lo planificado e ir tomando decisiones si fuese necesario en la marcha del emprendimiento ya que le permite ser su propio jefe, y minimizando el riesgo de fracaso para mantenerse en el tiempo y generando rentabilidad, por todas estas razones se propone en este trabajo de titulación el Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil.

Los emprendedores deben realizar un estudio muy minucioso para lograr un emprendimiento sostenible en el tiempo y para ello se debe comparar con otros que ya lo hacen y ver si la idea de negocio que desean desarrollar funciona o no y que es lo que llevo al éxito esa idea y en esas condiciones o al contrario, qué fue lo que paso?, para que esa idea de negocio no funcione como se esperaba o fracase, y de

acuerdo a esas experiencias aplicar los correctivos necesarios para que la idea de negocio que se va a desarrollar sea un éxito y para que este funcione adecuadamente se debe tener el capital propio necesario, inversionista, crédito bancario, compras a crédito a proveedores o varias combinaciones entre las anteriores en porcentajes según la necesidad y tiempo de recuperación del capital.

Pero pese a todos los esfuerzos necesarios existen emprendimientos que fracasan por varias situaciones ya sea por políticas estatales o locales, leyes tributarias, fenómenos físicos, etc. Situaciones que se salen de las manos de los emprendedores y ahí es cuando los emprendimientos fracasan y el emprendedor se desmotiva y teme que otros emprendedores se enteren por miedo al qué dirán y no lo toman como experiencias enriquecedoras para un nuevo emprendimiento.

La idea de negocio es muy genérica y poco específica, pero se debe trabajar para definirla en función al producto o servicio que se destinará al mercado que se quiere atender. Sin embargo, es común encontrarse con casos donde el emprendedor siente frustración, vergüenza y pierde la confianza para seguir intentando. Aprender a lidiar con él es una habilidad que los emprendedores debemos adquirir e imitar de otras partes del mundo. En Estados Unidos, por ejemplo, existe una filosofía totalmente diferente al respecto. Allí un emprendedor que fracasa no lo esconde, al contrario, lo destaca en su CV (Curriculum Vitae) porque considera que esa experiencia le dio un valor agregado. El desafío entonces no es responder qué se aprende en un fracaso -que eso dependerá de cada caso puntual- sino que, entender que el fracaso es parte de un proceso que sólo atraviesan los que intentan, proponen y asumen riesgos (Freire, 2012).

En el momento que los emprendedores miren al fracaso como experiencia, se verá surgir más emprendimientos basadas en experiencias reales, palpables y superadas; porque se buscaran a las personas que ya fracasaron en emprendimientos pasados, se basaran en sus vivencias para empezar una nueva historia superando las falencias ya comprobadas y corregidas, así no partirán de cero, porque el camino ya lo empezó antes y conoce su entorno económico, social, político y al mercado meta,

sus gustos y las necesidades de sus clientes esto le servirá para proyectarse con pasos firmes al éxito (Freire, 2012).

El análisis precedente conduce a realizar un emprendimiento que tiene como idea el Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil, dentro de este se analizará minuciosamente todos los procesos que conllevan a la ejecución de esta idea de negocio.

El empresario es una persona que arriesga y toma decisiones, pero antes de poner en marcha su empresa, negocio o proyecto, recoge, procesa y analiza información que le permita evaluar la viabilidad económica, social y ambiental de cualquier oportunidad de negocio (Weinberger, 2009).

El proceso de recopilación y análisis de información que permita evaluar si vale la pena o no acometer una determinada actividad empresarial se presenta en lo que se denomina plan de negocios. El plan de negocios es un documento escrito, que permite resolver dudas a los empresarios o inversionistas tomando del entorno las oportunidades existentes para convertirlas en estrategias y objetivos planteados para desarrollar actividades. Esta herramienta es muy útil tanto para nuevas empresas, como para empresas ya existentes que desean incorporar a su actividad nuevos negocios.

Los planes de negocio y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias, brinda información sobre los términos frecuentemente utilizados en el inicio y mejora de actividades empresariales, ellos son los planes de negocio y proyectos de inversión con lo que describe las similitudes y diferencias, tomando en cuenta el uso de los conceptos, objetivos y estructuras para tomar en cuenta al realizar un plan de negocios (Andía & Paucara, 2013).

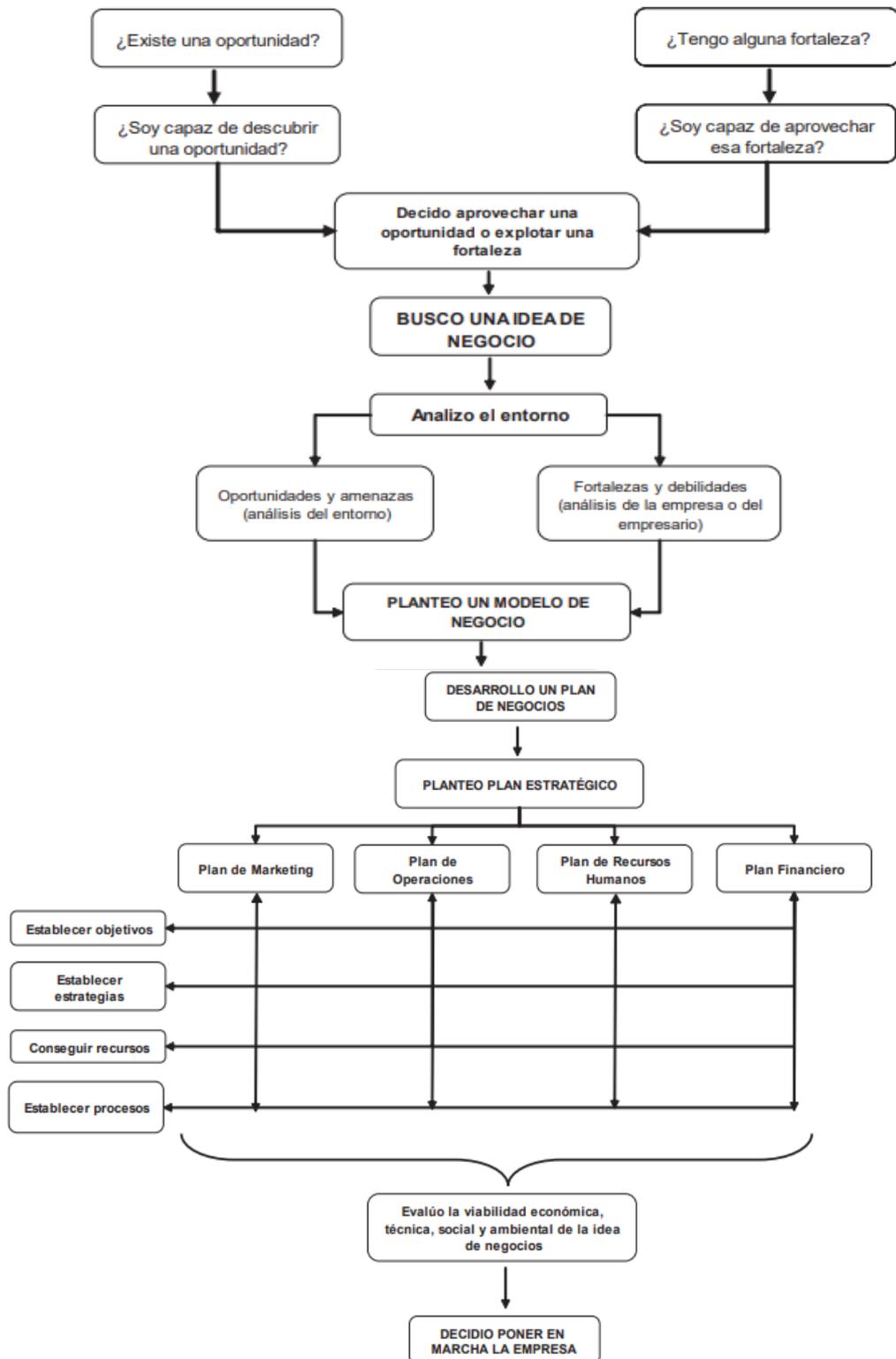
El estudio de viabilidad para la creación de una residencia estudiantil de EAE Business School sede Madrid España, tiene como objetivo crear espacios de descanso personalizados para estudiantes tanto nacionales como internacionales.

En esta parte, la misma EAE Business School sería la beneficiada con otro ingreso económico y con el prestigio de favorecer a sus estudiantes en todos los requerimientos y necesidades. Mediante el análisis se estima un presupuesto a recuperar en cuatro años la inversión. Por lo que, la corporación recibe cientos de estudiantes cada año, se espera que la rentabilidad y las ganancias sean muy sustanciosas (Eraso, Mollá & Valverde 2019).

### **1.2.1. Flujograma de proceso del emprendedor**

Un emprendedor es alguien que supera un proceso, que según Juan Carlos Valda, sólo son dos pasos:

- Encontrar el modelo de negocio: En esta etapa lo que importa es identificar el perfil del cliente, el producto o servicio a ofrecerle, el esquema de precios, los canales de ventas y la ecuación económica, costo de adquisición de un cliente vs. ingreso por cliente. El proceso termina cuando los emprendedores sienten que ya encontraron un modelo de negocio que les permitirá crecer. La clave es estar en contacto directo con quienes serán los clientes y entender de primera mano los problemas que tienen.
- Escalar el negocio: Una vez que el modelo de negocio está claro, ahora sí es tiempo de encumbrar el negocio lo más rápido posible. Aquí se destina mayor cantidad de recursos a las acciones comerciales, se incrementa el equipo de ventas, se cierran alianzas, etc. Todas estas actividades no tendrían sentido si el modelo de negocio es disfuncional, por ejemplo, si el producto no resuelve el problema de los clientes objetivo. En esta etapa la clave es ir profesionalizando la empresa: armar equipo y definir procesos. Los emprendedores empiezan a necesitar habilidades gerenciales. Un excelente esquema resumen del flujo emprendedor es el de Weinberger, quien afirma que *“la creación de una empresa es un proceso que está formado por una serie de etapas, que tienen racionalidad y permiten al empresario ir tomando las decisiones requeridas en forma secuencial y con moderados niveles de riesgo”* El flujo propuesto aparece en la Figura 1.



*Figura 1. Proceso del emprendedor.*  
 Fuente: (Weinberger Villarán, 2009)

## **1.2.2 Plan de Negocios**

El plan de negocio es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, en un servicio, a través del contenido del plan de negocio, la unidad económica trata de evaluar las características de este proyecto para su posterior propuesta de valor, esto permitirá analizar el entorno en el que se desarrollara el negocio, precisar la idea y el modelo del negocio elegido, establecer objetivos que se desean alcanzar, definir las estrategias que llevaran el negocio al éxito y detallar como se organizaran los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, todo esto para lograr la satisfacción del cliente.

### **1.2.2.1 Concepto**

Se define como el documento obtenido de un plan o planificación que posee una redacción clara y concisa. En este se define el propósito a obtener y todas las tareas necesarias para alcanzarlo (Weinberger, 2009).

El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Borrello, p.34).

En este sentido, un plan de negocios es un escrito donde se puede seguir un lineamiento en base a un estudio para conocer estrategias, análisis y acciones, que van a ayudar a planificar y alcanzar los objetivos y las metas propuestas por un investigador.

### **1.2.2.2 Importancia del plan de negocios**

El plan de negocios es una herramienta de ayuda a la unión entre la administración interna y la parte financiera o externa, las cuales son funciones de la comunicación escrita. (Weinberger Villarán, 2009, p. 34-35).

Su importancia es por el aporte a conocer los entornos a desarrollar, los cambios junto con las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, prevenir los inconvenientes, garantizar los recursos y potencializar mediante un control constante los puntos críticos que se presenten en el proceso.

Dentro de la evolución del plan de negocios se presentan varios factores que han ido mejorando del esquema tradicional de acuerdo a las necesidades particulares del emprendedor.

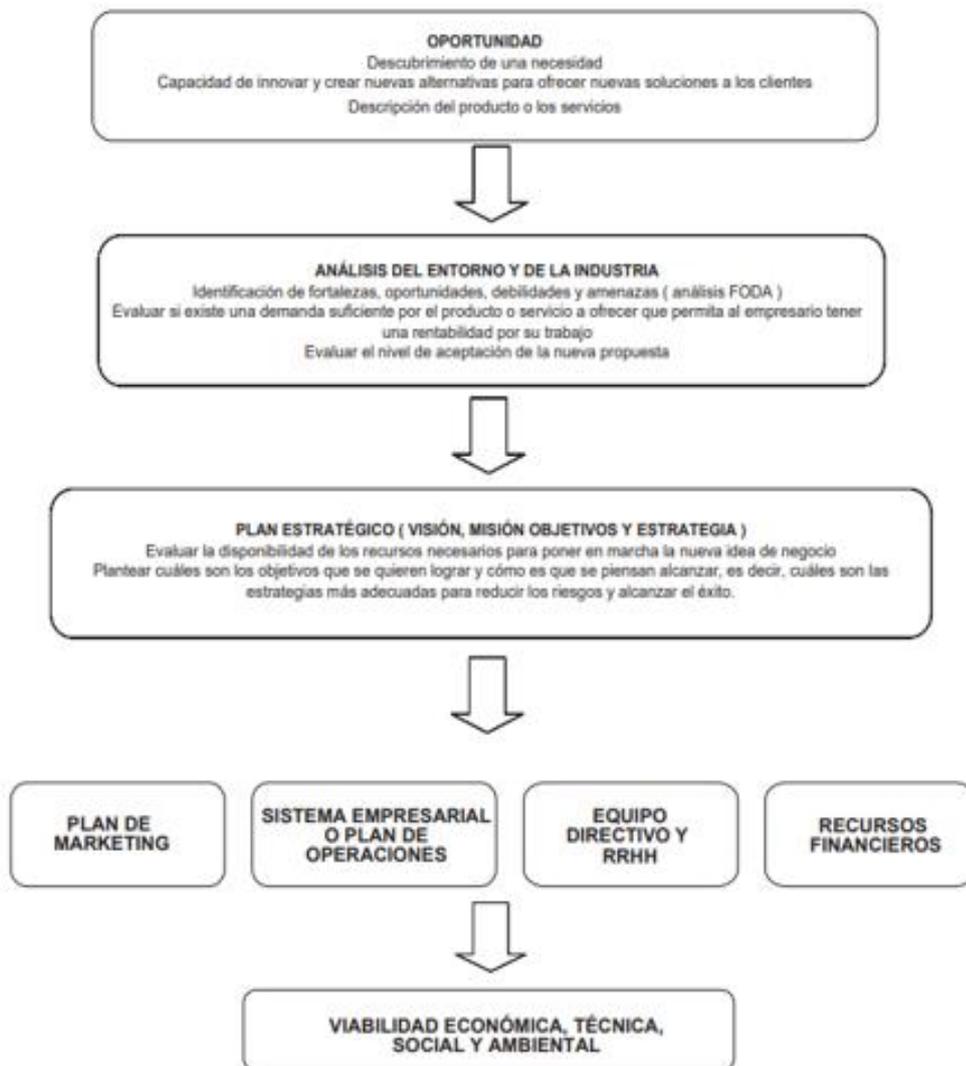
**Tabla 3. Objetivos y alcances de un plan de negocios, un estudio de factibilidad, un plan estratégico y la evaluación de proyectos.**

<b>Herramienta de planificación</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Alcance</b>	<b>Enfoque</b>
<b>Plan de negocios</b>	Identificar la oportunidad de negocio y la viabilidad técnica, económica, social y ambiental del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del entorno de</li> <li>• Análisis interno</li> <li>• Modelo de negocio</li> <li>• Plan estratégico</li> <li>• Planes de acción por áreas</li> <li>• Demostrar viabilidad de la idea de negocio.</li> </ul>	En el análisis de oportunidades y viabilidad económica, técnica y de mercado.
<b>Plan estratégico</b>	Establecer el plan de largo plazo de la empresa, en función a un análisis del entorno y del ambiente interno de la organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del entorno</li> <li>• Visión, misión, objetivos estratégicos, estrategia genérica, filosofía y valores institucionales</li> </ul>	En la proyección de la empresa.
<b>Estudio de factibilidad</b>	Conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión definiendo al mismo tiempo los principales elementos del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio de mercado.</li> <li>• Aspectos técnicos</li> <li>• Aspectos administrativos</li> <li>• Aspectos financieros</li> </ul>	En evaluar la viabilidad del proyecto en términos fundamentalmente técnicos u operativos.
<b>Evaluación de proyectos</b>	Conocer la rentabilidad económica y financiera de un proyecto de inversión. Comparar flujos de ingresos y egresos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobre la base del flujo de caja se determina el VAN y el TIR</li> </ul>	En evaluar el proyecto en términos de liquidez y rentabilidad.

*Fuente:* (Weinberger Villarán, 2009)

### 1.2.2.3 Esquema del Plan de negocios

El plan de negocios es el resultado de la planeación, en donde el objetivo es llevar a la empresa al éxito buscando la combinación entre forma y contenido, es decir, entre estructura y propuesta.



*Figura 2. Esquema del Plan de negocios*

*Fuente:* (Weinberger Villarán, 2009)

#### 1.2.2.4 Tipos de planes de negocio

Los planes de negocio presentan oportunidades, las cuales ofrecen información a potenciales inversionistas y emprendedores, como una guía para iniciar en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. En algunos casos es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis tomando en cuenta llamar la atención y el interés del inversionista.

Por tanto, es necesario que los planes de negocio muestren la factibilidad técnica, económica, ambiental y social de una organización, ya sea para un emprendimiento o una empresa en funcionamiento, presentando solo los tipos de negocio más representativos:

**a) Para organizaciones en funcionamiento**

Las organizaciones que se encuentran en funcionamiento incrementan sus negocios con el fin de obtener un crecimiento ordenado y rentable. El crecimiento no planificado ni controlado es causa de fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda empresa. Por otra parte, en las empresas en funcionamiento se evalúa una nueva unidad de negocio de forma independiente, distribuyendo los costes fijos de la organización equitativamente para todos los departamentos de negocios incluyendo el recién creado (Weinberger, 2009).

**b) Para nuevas empresas**

Constituye un instrumento de diseño que facilita la estructuración de una nueva empresa o emprendimiento en su fase inicial. En este se detalla, la descripción de los propósitos y metas a lograr, las estrategias que deben aplicarse y el plan de acción para cumplir con los objetivos propuestos.

**c) Plan de negocio para inversionistas**

Un plan de negocio para inversionistas es un documento que ha sido preparado profesionalmente, para satisfacer las necesidades de los capitalistas de riesgo como para los inversionistas ángeles. En su plan de negocio, usted deberá ser capaz de ver su propio proyecto a través del ojo del inversor. Su plan debe ser capaz de responder a las preocupaciones de un inversionista.

### 1.2.2.5 Estructura del Plan de Negocios

Es considerable el número de libros y páginas en Internet que muestran la estructura de un plan de negocios. Pero no existe una única estructura que pueda servir a los distintos usuarios, cada emprendedor o inversionista requiere un plan de negocios particular y por ello, el empresario debe definir cuál es la mejor estructura en función a la solicitud de cada destinatario, audiencia o público demandante.

**Tabla 4. Modelos de estructura de planes de negocios**

<b>Plan de negocios para empresa en marcha (Gerente)</b>	<b>Plan de negocios para una nueva empresa (Inversionista o Gerente)</b>
Resumen ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia de la empresa</li> <li>• Análisis de la industria</li> <li>• Productos y servicios ofrecidos</li> <li>• Estados financieros</li> <li>• Equipo gerencial</li> </ul>	Formulación de idea de negocio. Análisis de la oportunidad. Presentación del modelo de negocio.
	Análisis del entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.	Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda.
Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis FODA</li> <li>• Estrategias de crecimiento y expansión</li> <li>• Alianzas estratégicas</li> </ul>	Planteamiento Estratégico <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis FODA</li> <li>• Visión</li> <li>• Misión</li> <li>• Objetivos estratégicos</li> <li>• Estrategia genérica</li> <li>• Fuentes de ventajas competitivas</li> <li>• Alianzas estratégicas</li> </ul>
Estrategias de marketing y ventas	Plan de Marketing
Análisis de la infraestructura	Plan de operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa	Diseño de la estructura y plan de recursos humanos
Modelo financiero	Proyección de los estados financieros
Evaluación financiera	Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones	Conclusiones y recomendaciones
Anexos	Anexos

*Fuente: (Weinberger, 2009)*

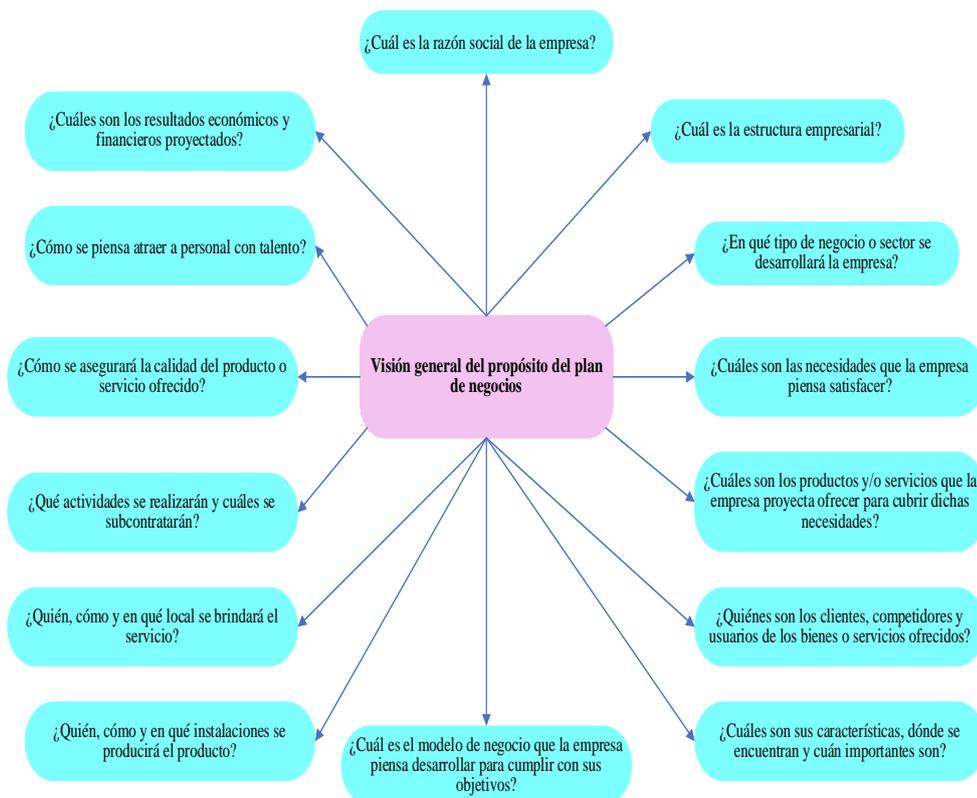
### 1.2.2.6 Plan de negocios para empresa en marcha (Gerente)

Para este punto se ha seleccionado una organización ya en funcionamiento como lo es la Residencia “La Quinta”, la cual es una empresa que está encaminada por su gran nivel de aceptación. Los pasos que deben seguir para un plan de negocio son:

#### a) Resumen Ejecutivo

Un resumen ejecutivo le abrirá las puertas al empresario y puede marcar la diferencia entre tener la posibilidad de competir o ser rechazado. Un excelente proyecto con un mal resumen ejecutivo tiene pocas probabilidades de ganar concursos de planes de negocios o atraer la atención de potenciales inversionistas.

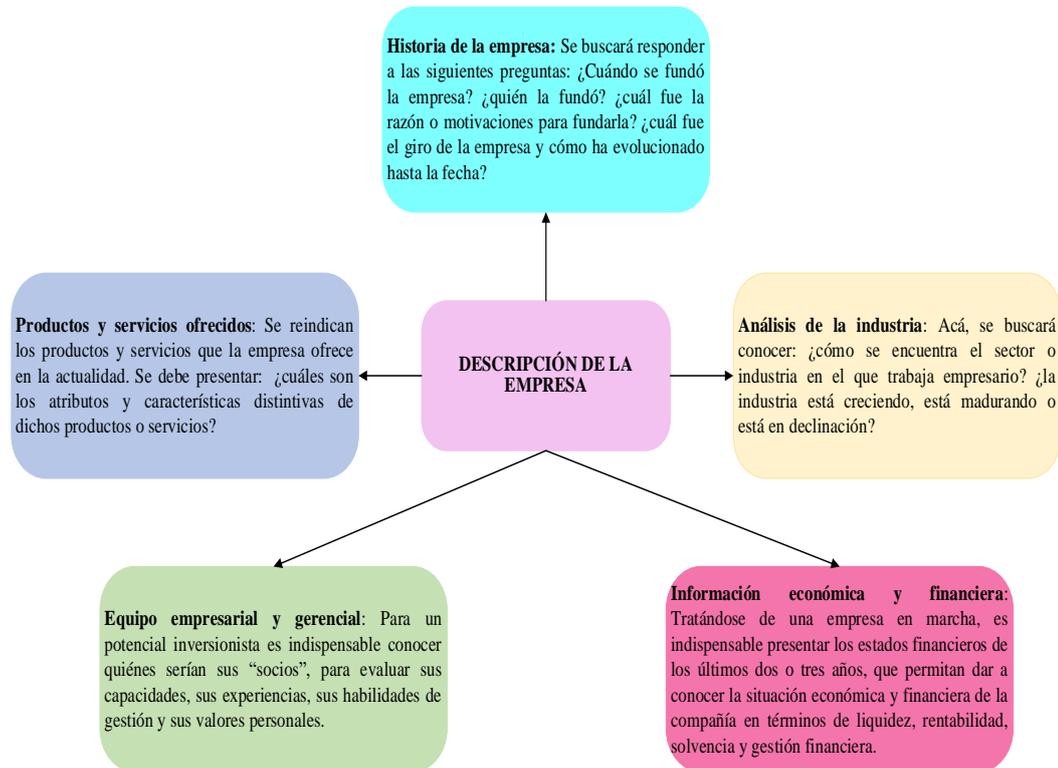
El resumen ejecutivo debe proveer a los distintos públicos, una visión general del propósito del plan de negocios. Para ello debe responder a las siguientes preguntas:



**Figura 3. Visión general del propósito del plan de negocios**  
*Autoría propia*

## b) Descripción de la empresa

Deberá incluir una breve información sobre cada uno de los párrafos que se muestran a continuación:



*Figura 4. Descripción de la empresa  
Autoría propia*

Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.

## c) Planificación estratégica

**El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas):** es un instrumento que facilita conocer las condiciones actuales de una organización. Con esta metodología se puede identificar las fortalezas y debilidades intrínsecas y las amenazas y oportunidades que se hayan en el entorno organizacional.

- **Estrategias de crecimiento y expansión:** pueden utilizarse los recursos técnicos, comerciales y económicos que utiliza la empresa en la línea de producto actual, para una eficiente ampliación del negocio estableciendo una estrecha relación con la actividad que desarrolla actualmente.
- **Estrategia de expansión:** deben realizarse bajo un concepto de diferentes relaciones tomando en consideración los mercados y productos que se quieren desarrollar con los que se encuentran desarrollados en la actualidad.
- **Alianzas estratégicas:** son utilizadas por las organizaciones para trabajar de forma colaborativa tanto en las áreas de personal y financiera, como en los departamentos tecnológicos, técnicos, comerciales, inversión, sistemas, credibilidad y prestigio que se establecen en el territorio nacional e internacional.

Es importante mencionar que cuando es una empresa nueva hay que hacer un análisis de los conocimientos, capacidades y los equipos, recursos desde su iniciación.

- **Misión.** Es la razón de ser de la empresa donde este precisa qué hacen, cómo, para quién, dónde y por qué.
- **Visión.** Es lo que la empresa quiere ser en el futuro, responde al anhelo del empresario, establecido por un período de tres años.
- **Objetivos estratégicos.** Se deben cumplir condiciones para toda la organización, de manera permanente y término cuantitativo.
- **Estrategia del negocio.** Las estrategias se refieren a cómo actuar para alcanzar las metas propuestas, considerando el liderazgo, diferenciación, enfoque de costos y enfoque de diferenciación.

- **Fuentes de ventaja competitiva.** Se refiere a buscar constantemente la posición de la empresa creando valor entre sus clientes, donde debe presentarse difícil de imitar. (Weinberger Villarán, 2009)
- **Estrategias de marketing y ventas:** es bien conocido no todos los productos poseen el mismo potencial ni rentabilidad. Por ello, es necesario tomar una decisión estratégica en relación a un servicio o producto, donde se le da prioridad a las inversiones de recursos de acuerdo a los objetivos fijados en el marketing. Para una toma de decisiones estratégica más asertiva y correcta puede utilizarse la matriz atractivo-competitividad o matriz McKinsey-General Electric.
- **Análisis de la infraestructura:** para el establecimiento de los servicios y productos que se están ofertando y que forman parte del proceso de mejora continua, es necesario realizar supervisiones o inspecciones en los departamentos que integran al negocio, mejor conocido como el entorno (distribución, mobiliarios, accesos, etc.)
- **Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa:** en esta sección se plantean los servicios y productos nuevos que permitan volver más atractivo el modelo de negocio para clientes potenciales, donde se refleje la seguridad, innovación y comodidad de los usuarios.
- **Modelo financiero:** el propósito de los modelos financieros es mostrar de una manera sencilla sin omitir la realidad de la empresa para así proyectar los estados financieros de la organización en relación a los datos históricos y actuales.
- **Evaluación financiera:** permite comparar los costes de oportunidad de los fondos con los costes en los que incurre el proyecto y los ingresos que genera, para determinar el nivel de rentabilidad de un negocio. Además,

también determina la condición de financiamiento y la estructura a la que puede acceder.

Dentro del análisis del entorno hay que tomar en cuenta los factores que pueden interferir en su ingreso y permanencia en el mercado, por lo que es necesario tener un mejor análisis y poder cambiar el rumbo de la empresa si se ve amenazada (Weinberger Villarán, 2009).

### **1.2.3 Tipos de Residencias**

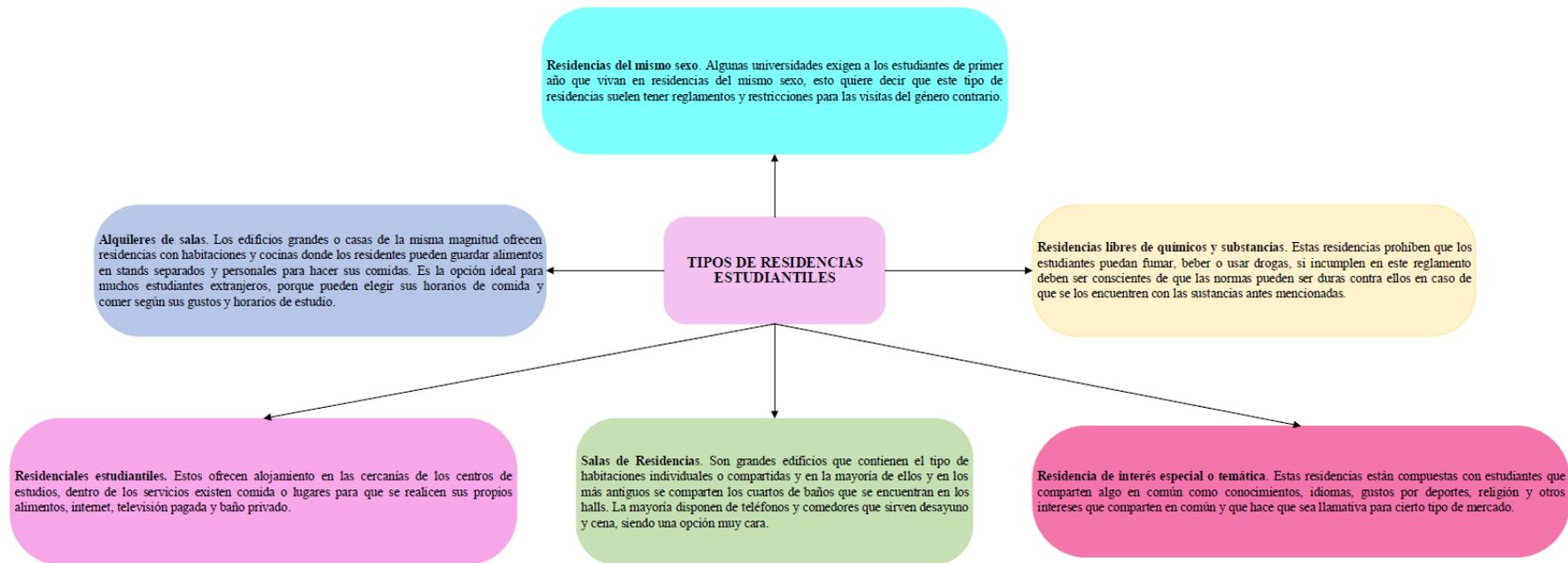
#### **1.2.3.1 Concepto**

La definición de residencia estudiantil:

Es el lugar de alojamiento para estudiantes universitarios mientras dura el proceso de su carrera, donde por vivir en diferentes pueblos, ciudades o países lejos del centro de estudios se ven obligados en buscar lugares de acogimiento que estén comprendidos dentro de los límites de las casas de estudio. (Burbano, 2007)

La residencia estudiantil necesita estar alrededor o en las cercanías del establecimiento de estudios, el tipo de actividad nace por la necesidad de un grupo de estudiantes que han tenido que dejar su vivienda para acceder a la educación, por tal motivo y lejos deben continuar con sus sueños, pero buscando lugares de acogimiento cercanos y que cumplan con los servicios básicos obligatorios.

La creación de una residencia está marcada por factores importantes que rigen a un nuevo negocio, de esta manera se evidencia que debe estar conformada por una planificación estratégica como la misión, visión, valores, políticas o reglamento interno, donde la entidad reguladora de verificar y hacer cumplir con estos requerimientos es el Ministerio de Trabajo junto con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.



**Figura 5. Tipos de residencias estudiantiles**  
**Fuente:** (Reinoso & Zambrano, 2012).

Existen diferentes tipos de residencias, el tipo de estudio al que está enfocado el presente proyecto es la residencia estudiantil en donde la finalidad del negocio es ofertar las instalaciones a un grupo de mercado como son los estudiantes en especial aquellos que se ven obligados a dejar sus viviendas y buscar lugares para hospedaje mientras dura el período de estudios.

### **1.2.3.2 Residencia estudiantil en la historia**

Desde la edad media, por el siglo XIII se conoce a las residencias estudiantiles que inician con el nacimiento de las universidades y se centran en Europa y Estados Unidos con ejemplos para los demás en cuanto a forma, estructura, servicios y programas. Se empieza a establecer este tipo de servicio y negocio después en París e Inglaterra, donde se van estableciendo cambios en cuanto a modelos, pero enfocándose a la adaptación y hospedaje a los alumnos que llegan de diferentes ciudades o países.

En el siglo XX, aparecen las tendencias que generan modelos históricos que van de la mano con el racionalismo y la manera de entender la docencia, a su vez, se expone el nuevo urbanismo entre la ciudad y el nuevo concepto de hospedaje para universitarios (Gil, 2015).

Con la evolución también existen cambios en los tipos de negocios, desde la antigüedad el hombre se ha trasladado de un lugar a otro por diferentes razones, de ahí que existen los lugares de alojamiento para que los viajeros pernocten y descansen para seguir en sus viajes, también con el cambio de ideología en las familias, los jóvenes se han visto en la necesidad de continuar con los estudios superiores y de esta manera obtener lugares seguros y confortables para alojarse mientras dure la carrera, así es como nace un negocio que se encarga de brindar los servicios necesarios que un estudiante requiere en la duración del programa de estudios.

### 1.2.3.3 Reglamento Interno

*“El reglamento interno es un documento vital en toda empresa, por ser una guía reguladora de las relaciones internas entre el trabajador y la empresa”* (Prevencionar, 2016).

En adición, el reglamento interno es un listado de normas que ayudan a que se resuelvan los posibles conflictos en la empresa, la idea es no afectar los derechos de los trabajadores y hacer cumplir con las obligaciones donde se respalde las sanciones si existiese un acto impropio, es decir, busca la armonía entre la empresa y el entorno.

El reglamento interno debe contener la siguiente información:

- Las condiciones para admitir o ingresar.
- Uso de instalaciones por temporada y duración.
- Horas de entrada y salida, horarios en la prestación de los diferentes servicios.
- Normas de control en asistencia.
- Autorizaciones y tiempos de pago y garantías.
- Normas para la permanencia en el lugar.
- Contrato de servicios.
- Indicaciones de orden y seguridad.
- Obligaciones y prohibiciones para el personal.
- Derechos y obligaciones del propietario.
- Prestación adicional de servicios y costos.
- Normas al fomento y mantenimiento de la armonía en las instalaciones.
- Medidas disciplinarias.
- Personas o dependencias encargadas de atender los servicios.
- Normas para cautelar la higiene.
- Publicación y vigencia del reglamento.

Las cláusulas dependen de la necesidad de la empresa y ninguna afectará a los involucrados, el objetivo es buscar pactos favorables entre los interesados (Ulloa, 2016).

#### **1.2.3.4 Importancia del reglamento interno**

La importancia en una empresa se debe por ser un documento con normas que regulan, rigen la convivencia y el funcionamiento entre el trabajador y la empresa, y ayuden a evitar o mitigar los problemas. Es necesario respaldar las decisiones del empresario con respecto a los trabajadores que no cumplen adecuadamente con sus funciones y mediante el reglamento interno se puede actuar de forma correcta y legal ante los entes reguladores ya que son leyes internas a ejecutarse tal cual está, así mismo el trabajador tiene derechos que el empleador debe respetar y obligaciones que cumplir para no violentar al trabajador ni a la ley que los regula (Zambano, 2014).

Las empresas deben cumplir desde su iniciación con una planificación y seguir los lineamientos emitidos por los entes reguladores, esto es crear un reglamento interno que establezca las normas, obligaciones, derechos y prohibiciones para con el establecimiento, con esto y la socialización del documento se podrá mejorar el ambiente laboral en todas sus áreas de trabajo.

### **1.3 Fundamentación del estado del arte**

Mediante el Artículo Realizado por Vallejos (2016) sobre el plan de negocios para la creación de una residencia estudiantil en las cercanías de la Universidad “Yachay”, se muestra que existe una demanda insatisfecha en el mercado de residencias universitarias, por lo que se prevé una mayor demanda a futuro por no existir instalaciones acordes a las necesidades y más personalizadas. La ayuda del estado con respecto a cubrir los pagos de alojamiento de los estudiantes, ha hecho que la zona de Yachay tome la iniciativa de construir más habitaciones que atiendan a este grupo de mercado que presenta alta viabilidad en la investigación por

demostrar buenos resultados al valor presente neto y tasa interna de retorno obtenida, a pesar de requerir una fuerte inversión. Se muestra también que al finalizar los 5 años se toma en cuenta el valor inicial del edificio y se incrementa la plusvalía en un 15%, siendo una cifra conservadora para sitios en vías de desarrollo.

En el estudio realizado por Castro (2019) sobre un “Plan de negocios para la creación universitaria para alumnos de la Universidad Nacional de Piura en Perú”, identifican la viabilidad en las partes comercial, técnico y económico. El alquiler de habitaciones de estudiantes se va incrementando anualmente en Piura en una tasa del 7,40%, y es factible por su ubicación la compra y construcción del edificio en la Urbanización Miraflores cercana a la universidad. Los estudiantes ven atractiva la propuesta primero por el precio (52%), después la ubicación seguido (24%), la comodidad (19%) y servicios (5%). También tiene gran aceptación que existan acciones de responsabilidad social empresarial, esto es el servicio de psicólogos profesionales y para reciclar desechos se presenta la financiación de tachos de basura con el proyecto.

Mediante el libro sobre “Plan de negocios una herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio” de Weinberger (2009) menciona que el empresario es una persona que arriesga y toma decisiones, pero antes de poner en marcha su empresa, negocio o proyecto, recoge, procesa y analiza información que le permita evaluar la viabilidad económica, social y ambiental de cualquier oportunidad de negocio. El plan de negocios debe responder ciertas preguntas como:

- ¿La empresa es viable en términos económicos?
- ¿La empresa es viable en términos operativos?
- ¿La empresa es viable en términos sociales?
- ¿La empresa es viable en términos ambientales?
- ¿La rentabilidad que muestra el proyecto es atractiva para los inversionistas?
- ¿Cuáles son las grandes oportunidades a las grandes amenazas que podrían modificar sustancialmente la rentabilidad del proyecto?

- ¿Cuáles son los aspectos o las condiciones indispensables para poner en marcha el proyecto?
- ¿Cuáles son los factores que permitan la creación y el desarrollo de una ventaja competitiva?

Además, la presentación de un plan de negocios se hace en power point o utilizando un vídeo de futura empresa, en el que se muestra:

- ¿Cómo surge la idea de negocio o cuál es la oportunidad que se requiere aprovechar?
- ¿Qué producto o servicio se quiere ofrecer?
- ¿Quiénes serán los clientes?
- ¿Cómo se piensa hacer el producto o brindar el servicio?
- ¿Cuál es la visión y misión de la empresa?
- ¿Qué estrategia se ha elegido y por qué?
- ¿Cuáles son los resultados económicos y financieros esperados?
- ¿Cuál es el equipo que llevará adelante el plan?

En el artículo publicado por Andía y Paucara (2013) sobre los “Planes de negocio y los proyectos de inversión”: similitudes y diferencias, brinda información sobre los términos frecuentemente utilizados en el inicio y mejora de actividades empresariales, un plan de negocios al igual que un proyecto de inversión surge debido a la existencia de oportunidades de negocios que pueden ser necesidades no satisfechas de los usuarios. Un documento que sintetice lo que se desea lograr en la implementación de una actividad empresarial, ya sea personal y/o organizacional. Los proyectos de inversión usualmente tienen una aplicación organizacional, mientras que los planes de negocio tienen una tendencia unipersonal de negocios. Ambos términos generan oportunidades de mejora del servicio, dinamismo y actualización del negocio.

En el artículo presentado por Eraso, Mollá y Valverde (2019) sobre el estudio de viabilidad para la creación de una residencia estudiantil de EAE Business School,

como debilidad se muestra la elevada inversión inicial con un proceso largo y sin beneficios a corto plazo, también existe la ventaja y la aceptación por tener instalaciones para alojamiento cerca del establecimiento. Una amenaza al que se ve enfrentada la residencia es a la política ya que con algún cambio puede afectar seriamente al sector de la construcción.

#### **1.4 Conclusiones Capítulo I**

- El proceso de movilidad humana promueve la idea de realizar un plan de negocios para la creación de una residencia estudiantil, con el fin de contar con un alojamiento adecuado para los estudiantes, la residencia estudiantil es un tipo de alojamiento dirigido a un grupo de mercado que aún no está desarrollado o explotado.
- El emprendimiento empresarial es un proceso basado en la iniciativa de un individuo o grupo de ellos, con el propósito de llevar a cabo un proyecto de negocio generador de ingresos.
- En la fundamentación teórica del plan de negocios se establece que es un documento importante y necesario al momento de iniciar un negocio ya que se puede denotar específicamente la planificación de cada actividad y tarea para el correcto funcionamiento, cabe recalcar que contiene detalles sobre la problemática, requerimientos, características, mercado, análisis financiero y las diferentes estrategias que faciliten la toma de decisiones en cada etapa del nuevo negocio.

## **CAPÍTULO II. PROPUESTA**

### **2.1. Resumen Ejecutivo**

Belisario Quevedo es una parroquia rural que se encuentra al sur oriente del cantón Latacunga, esta era considerada una de las más atractivas por su agricultura y ganadería.

Desde el 3 de septiembre del 2012 toda esta perspectiva cambia debido a que en el barrio Forastero de esta parroquia empieza a funcionar por primera vez el Campus General Guillermo Rodríguez Lara de la Universidad de las Fuerzas Armadas, lo que genera un crecimiento poblacional estudiantil flotante esto obliga a una transformación económica y social sustentada en el mejoramiento continuo y progresivo de los niveles de competitividad que permitirá el desarrollo comercial y de servicio del sector de una manera más eficiente, para esto se requiere emprendedores y empresarios que asuman oportunidades y riesgos, para ofrecer servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los estudiantes de esta universidad.

Con la progresiva construcción del campus General Guillermo Rodríguez Lara, en varias etapas se ve la necesidad latente de alojamiento temporal durante el transcurso de su vida estudiantil, a medida que el campus crece se van incorporando las carreras que funcionaban en el centro y por ende la población estudiantil se incrementa en el sector del Forastero, para los estudiantes que vienen de otros lugares del Ecuador es indispensable arrendar una habitación en el sector y en lugares aledaños a la universidad, por lo que nace la idea de ofrecer el servicio de

alojamiento, seguro, acogedor, cómodo que incluyan todos los servicios básicos y dotado de la tecnología necesaria para sus estudios.

Es por tal razón que se desea poner en marcha esta idea para lo cual se analizó a los posibles residentes: sus deseos, sus necesidades, sus gustos, valores, principios, características y la opinión de sus padres ya que el pago del servicio a los residentes lo hacen sus padres, estos se enfocan en satisfacer las necesidades de sus hijos, pero también buscan seguridad, ayuda inmediata en caso de requerirlo, entre otros.

Por otra parte, se analizó los servicios de hospedaje que se ofrece en el sector y sus alrededores, para ofertar un servicio de mejor calidad, ya que se considera que muchos de los posibles residentes vienen de las grandes ciudades y están acostumbrados a los servicios y comodidades que estas urbes brindan.

## **2.2. Título del Proyecto**

**Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil.**

## **2.3. Estrategia**

“La Quinta” residencia estudiantil se basará en un conjunto de normas y reglas, generales y claras para funcionar organizadamente en todas sus actividades diarias y la suma de estas a futuro se verán reflejadas en el crecimiento de esta, para lo cual se guiará y aplicará en valores, principios y políticas plasmadas en el Reglamento Interno de “La Quinta” residencia estudiantil, que regulará las actividades diarias de los estudiantes y trabajadores, esto generará orden entre los residentes y la administración interna de la residencia.

“La Quinta” residencia estudiantil tendrá una misión que abarque lo humano, un servicio satisfactorio, mientras que su visión buscará crecer empresarialmente en un tiempo prudencial dando servicios de calidad.

### **2.3.1. Misión**

Brindar alojamiento temporal confortable y seguro a estudiantes universitarios de otras ciudades del país y del extranjero, de la Universidad de Las Fuerzas Armadas campus General Guillermo Rodríguez Lara en un ambiente familiar, seguro y confortable, con todos los servicios y atención personalizada en instalaciones modernas, ubicada estratégicamente.

### **2.3.2. Visión**

Ser la opción idónea en alojamiento, para los estudiantes foráneos de la universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara, brindándoles un servicio satisfactorio en un ambiente familiar, seguro y confortable en la ciudad de Latacunga, parroquia Belisario Quevedo.

### **2.3.3. Valores, Principios y Políticas Corporativas**

Los valores, principios y políticas corporativas a aplicar en “La “Quinta” residencia estudiantil se encuentran plasmadas en el Reglamento Interno de esta, Ya que su aplicación y funcionamiento generarán un ambiente ordenado, disciplinado entre los residentes, los padres de estos y la administración de la residencia, todo esto se detalla minuciosamente, su base legal, los criterios de selección a los residentes, todas las reglas y procedimientos a aplicar en la residencia estudiantil, Inspecciones de rutina o de emergencia en caso de eventualidades que requieran reparaciones urgentes o enfermedad, también previa petición de los padres, conducta de los residentes donde salen a relucir los valores, sanciones a aplicar en caso de incumplimiento de este reglamento, el cual entrará en vigencia a partir de la separación de la habitación y/o firma del contrato.

## 2.4. Mercado

El mercado objetivo de “La Quinta” residencia estudiantil va dirigido al segmento de mercado que conformarán los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara, que vienen de otras provincias del Ecuador o de los cantones más alejados de Cotopaxi y que por diferentes razones no pueden viajar a diario de retorno a sus hogares, ellos tienen la necesidad de arrendar una vivienda durante el transcurso de sus estudios en esta universidad, como ya se lo había mencionado anteriormente.

Para analizar el mercado objetivo se tomó en cuenta varios segmentos para un mejor estudio y así se le segmentó en geográfico, demográfico y conductual.

**Tabla 5. Segmentos de Mercado.**

<b>Segmento Geográfico</b>	<b>Segmento Demográfico</b>	<b>Segmento Conductual</b>
Provincia	Género	Preferencia de alojamiento (sustitutos)
Cantones	Estado Civil	Preferencia de privacidad
	Edad, desde 16 años en adelante	Factor relevante para escoger
	Carrera académica	Preferencia servicios extras con costo adicional
	Nivel de estudios	Quién cubre gastos
	Tiempo en Latacunga	Valor a pagar
	Alojamiento anterior	Medios de difusión y publicidad

*Autoría propia*

En la ciudad de Latacunga cada semestre se ofertan 15.467 cupos a nivel superior, de acuerdo a la información recabada en la secretaría de cada una de las instituciones que a continuación se detalla: Universidad Técnica de Cotopaxi, Universidad de las Fuerzas Armadas y la Unidad de Gestión de Tecnologías, Instituto Tecnológico Superior Cotopaxi, Instituto Superior Vicente León e Instituto Superior Victoria Vásquez Cuví. Este número de estudiantes se constituye en el universo del plan de negocios.

**Tabla 6. Universo.**

<b>Institución Superior</b>	<b>No de estudiantes</b>
Universidad Técnica de Cotopaxi	9.504
Universidad de las Fuerzas Armadas	2.826
UGT (Unidad de Gestión de Tecnologías)	880
Instituto Tecnológico Superior Vicente León	900
Instituto Tecnológico Superior Victoria Vásquez Cuvi	174
Instituto Superior Tecnológico Cotopaxi	1.183
Total, de estudiantes en el cantón Latacunga cada semestre	<b>15.467</b>

**Fuente: (Educativa, 2019)**

Para realizar el presente estudio se aplicó un enfoque investigativo cuantitativo, de tipo descriptivo y no experimental tomando como referencia informativa los datos suministrados por la Universidad de las Fuerzas Armadas sede Latacunga 2.826 estudiantes, 1.524 estudiantes en el campus General Guillermo Rodríguez Lara en el barrio Forastero de la parroquia Belisario Quevedo, de estos 579 estudiantes son de carrera sumando 297 estudiantes de la UGT (Unidad de Gestión de Tecnologías). por lo que nos da un total de 876 estudiantes como población para el proyecto que se encuentran registrados en la unidad de bienestar estudiantil como estudiantes sujetos a movilidad humana población que nos servida como referencia para el Diseño del Plan de negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil, la misma que ofertara varios servicios (Institucional, 2019).

**Tabla 7. Población**

<b>Proceso para escoger la población</b>		
	<b>Ing. y Lic.</b>	<b>UGT</b>
Total, de estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas	2826	880
Total, de estudiantes del campus General Guillermo Rodríguez Lara	1524	540
Estudiantes que viven en el sector del campus General Guillermo R.L.	579	297
Población (sumatoria de los estudiantes que viven en el sector)	<b>876</b>	

**Fuente: (Educativa, 2019)**

Para el cálculo de la Muestra a aplicar, se tienen los siguientes datos que a continuación se detalla.

**Tabla 8. Cálculo de la muestra**

<b>Descripción</b>	<b>Variable</b>	<b>Equivalencia</b>
Total, de la población	N =	876
Nivel de confianza 95% (equivale 1,96)	Z =	1,96
Error de estimación	e =	0,08
Probabilidad de inasistencia (0,5)	p =	0,5
Probabilidad complementaria (0,5)	q =	0,5
Tamaño de la muestra	n ?	?

**Fuente: Resultados de la Investigación de campo**

#### **Aplicación de la Fórmula**

n = tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{841,3104}{6,56}$$

$$n = 128,24$$

$$n = 128,00$$

Después de aplicar la fórmula y realizar los cálculos pertinentes, se tiene que la muestra a trabajar en el presente plan de negocios es de 128 estudiantes del campus General Guillermo Rodríguez Lara.

Se evalúa al mercado objetivo para buscar, identificar y conocer las necesidades, gustos y deseos de los posibles residentes de “La Quinta” residencia estudiantil, lo que ayudará a definir el servicio a ofertar.

Para este estudio se utiliza una de las herramientas de levantamiento de información que posee la investigación cualitativa aplicada a través de la encuesta a los demandantes del servicio, en el que emiten su criterio en base a un cuestionario de preguntas que se realiza y que por lo general para su tabulación se aplica un análisis estadístico, el número de encuestas a aplicarse viene marcado por la muestra, que en este caso es de 128 personas a aplicar.

Encuesta a aplicarse a estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Rodríguez Lara que deseen vivir en el sector.

El objetivo de aplicar este instrumento es identificar la demanda insatisfecha, la oferta esperada, el valor promedio a pagar por el servicio y los medio a recibir información del servicio.

El fin de aplicar esta encuesta es contar con la premisa desde un diagnóstico que indique el porcentaje de preferencia que tienen los encuestados, aquí se utiliza las preguntas más relevantes de dicha encuesta y se toma las alternativas con los porcentajes más altos que indica en sus respuestas para partir de allí, ya que se considera el punto de inicio de la propuesta.

### **Validación del instrumento**

Para la validación del instrumento que en este caso es la encuesta, se realiza dos tipos de validación:

La primera que es validada por una profesional que tiene título de cuarto nivel de educación, es Master en Gestión de Empresas, labora en la Universidad Técnica de Cotopaxi en la Facultad de Ciencias Administrativas, es la Ing. Jirma Veintimilla Ruiz, la que valora su aplicabilidad, confiabilidad, y validez, considerada muy bueno para su aplicación. Revisar ANEXO 2.

La segunda se la realizó a través de una prueba piloto con la finalidad de verificar que las preguntas aplicadas recojan la información adecuada, para poner en marcha dicha encuesta.

Validación del instrumento de la prueba piloto para verificar que efectivamente las preguntas recogen lo que se espera de esa información.

Mientras no se demuestre lo contrario, la medida directa es la que garantiza valores más precisos de las dimensiones consideradas. El instrumento ni la técnica empleada requieren una validación especial de resultados, es aconsejable asegurar la bondad del procedimiento de medida, incluida la instrumentación, mediante una PP (Prueba Piloto), (Carmona, 2003:55).

La confiabilidad que puede ser obtenida con un instrumento de medición, es el grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto produce resultados iguales (Hernández Sampieri y otros, 2010:200).

### **Aplicación El alfa de Cronbach**

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

$$\alpha = \frac{8}{8 - 1} \left[ 1 - \frac{8,65}{14,24} \right]$$

$$\alpha = 0,44 \text{ moderada}$$

$\alpha$  = Alfa de Cronbach

K = número de ítems

Vi = varianza de cada ítem

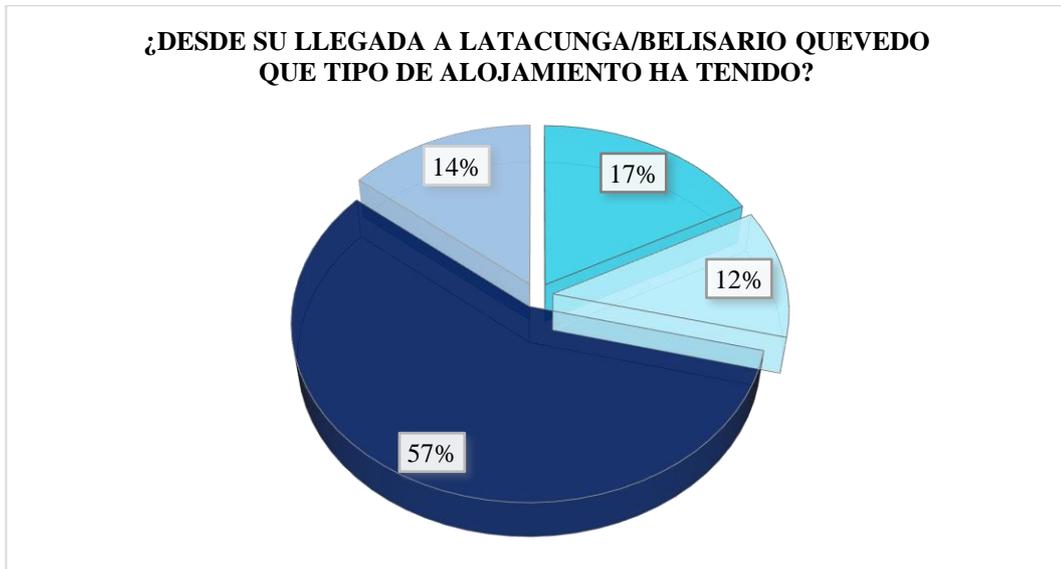
Vt = varianza total

La prueba piloto se aplica a 15 personas aplicando un muestreo aleatorio simple a la muestra de probables usuarios, el objetivo de esta es verificar que las preguntas aplicadas sean claras, fáciles de comprender, completas y recojan las necesidades, gustos, preferencias de los encuestados.

Los resultados arrojados detectaran si se debe corregir errores en la encuesta a aplicar o no.

La encuesta consta de 16 preguntas, dividida en dos grupos, el primer grupo recaba datos del encuestado y la segunda datos de las preferencias del servicio.

**Pregunta 1.**

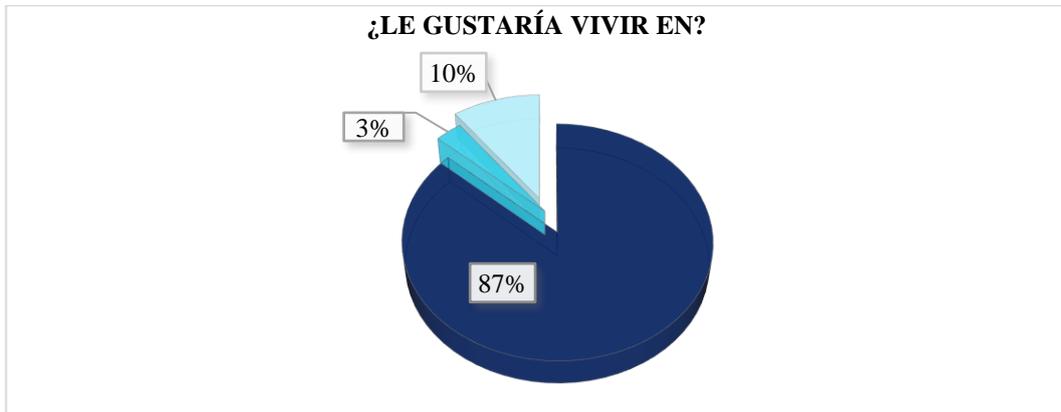


*Figura 6. Tipo de alojamiento que ha tenido*

*Fuente: Resultados de la Investigación de campo*

Aquí se puede apreciar con claridad que el porcentaje más relevante es el 57% que pertenece a arriendo de un cuarto individual, seguido pero muy distante es el 17% de hotel, seguido y muy cerca por arriendo compartido que tiene un 15%, y finalmente se encuentra el de casa de familiares con un 14%.

## Pregunta 2.



*Figura 7. Gusto por vivir*

*Fuente: Resultados de la Investigación de campo*

Al aplicar esta pregunta se presentan tres opciones muy claras de respuesta que se distribuye de la siguiente manera, como primera opción tenemos a, una residencia estudiantil con un porcentaje sumamente alto de 87%, seguido pero muy distante por un departamento compartido con un 10% y finalmente, pero con un porcentaje sumamente bajo la tercera opción de un cuarto con un 3%. Los resultados de esta resaltan, la preferencia que tienen por vivir en una residencia estudiantil estos datos se aplica en el desarrollo del presente proyecto.

### Pregunta 3.

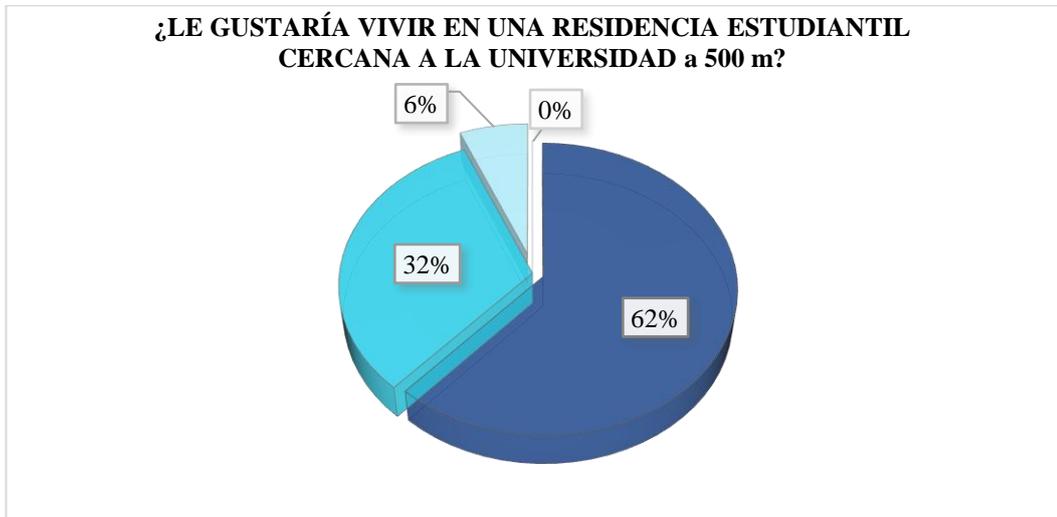


*Figura 8. Preferencia por vivir en una residencia estudiantil*

*Fuente: Resultados de la Investigación de campo*

Se aplica esta pregunta con el fin de profundizar en los gustos del consumidor, en sus preferencias, y los resultados obtenidos indican con claridad que la primera opción de, habitación individual tiene un 96% es la elegida, versus la segunda opción que es la de habitación compartida ya que ella solo tiene en 4%.

#### Pregunta 4.

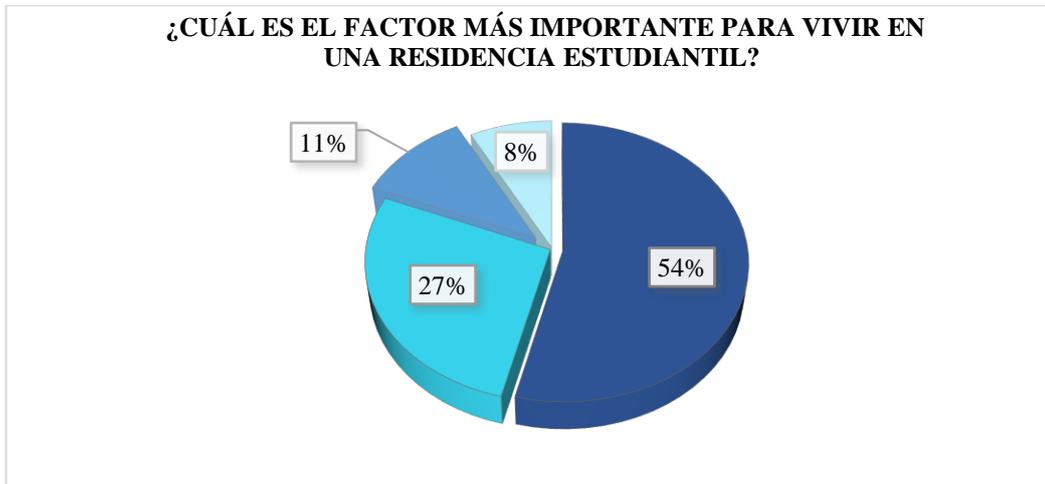


*Figura 9. Cercanía a la universidad.*

*Fuente: Resultados de la Investigación de campo*

Como se puede apreciar en las respuestas a esta pregunta, en la encuesta aplicada del 100%, el 62% está totalmente de acuerdo en vivir en un lugar cercano a la universidad, a continuación, se encuentra el grupo que está de acuerdo, pero no le resulta indispensable con un 32%, y un grupo pequeño con el 6% al que le resulta indiferente la cercanía de la vivienda a la universidad y ninguna persona mostró su desacuerdo por la cercanía a la universidad. Estos datos nos indican la preferencia que tienen por vivir en un lugar cercano a la universidad.

**Pregunta 5.**

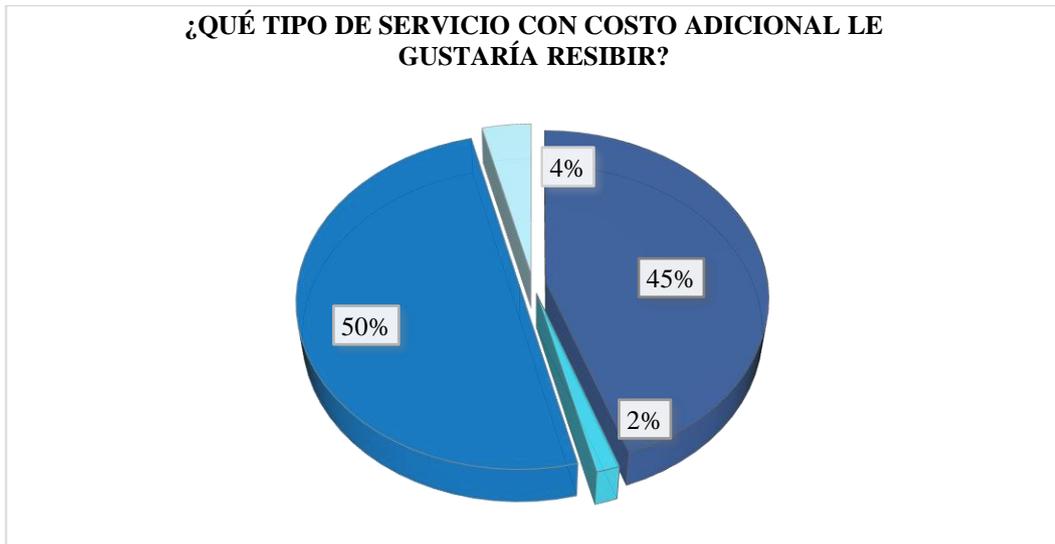


**Figura 10. Factores importantes**

**Fuente: Resultados de la Investigación de campo**

Como se puede observar, los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a un grupo de estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Rodríguez Lara nos indica que ellos buscan Comodidad en un 54%, seguido por seguridad en un 27%, vemos que el precio no es muy relevante ya que solo un 11%, y reafirmando la pregunta anterior solo un 8% se inclina por la cercanía. Estos resultados nos indican la preferencia que tienen por vivir en un lugar cómodo

**Pregunta 6.**

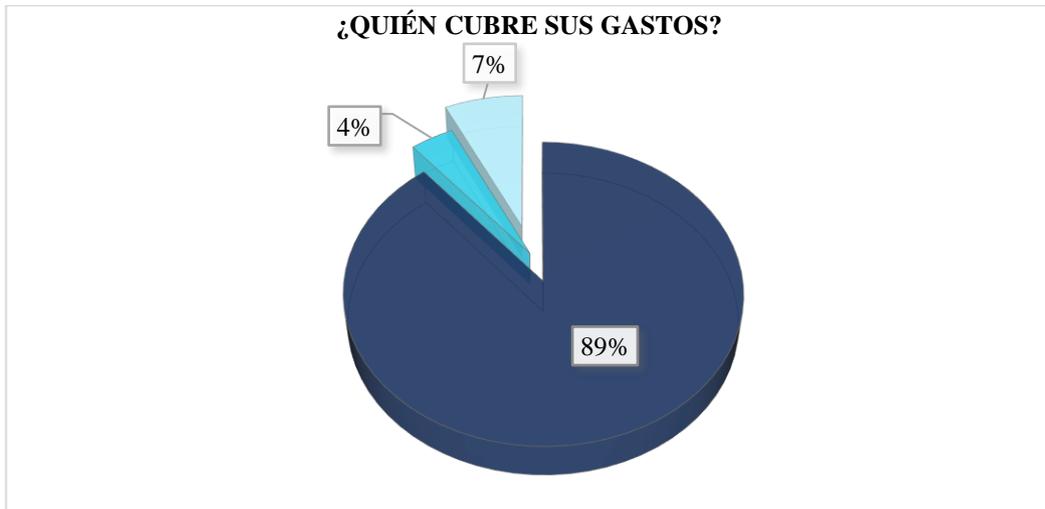


*Figura 11. Servicios adicionales con costo*

*Fuente: Resultados de la Investigación de campo*

Las respuestas a esta pregunta entre las opciones que se pone en consideración son variadas debido a que las alternativas son muy útiles y llamativas a los encuestados, es así que lavandería tiene un 45%, seguido por limpieza de habitación con un 50%, pero muy distante va TV cable con un 3% y a continuación restaurante con 2%. Estos resultados reflejan que a los clientes les interesa que se les brinde servicios complementarios.

**Pregunta 7.**

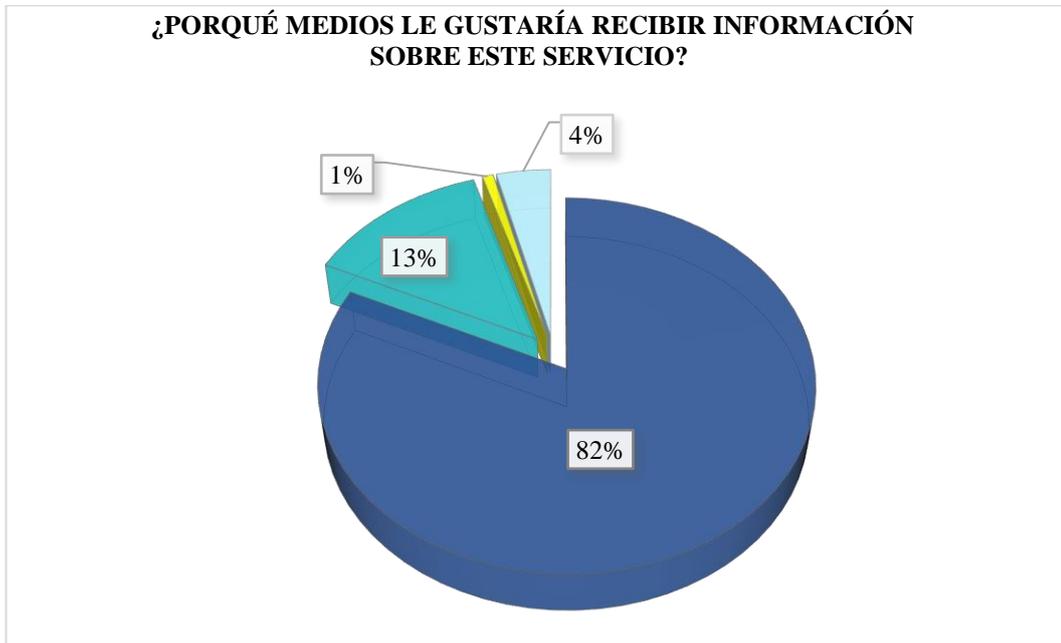


*Figura 12. Fondos de cobertura estudiantil*

*Fuente: Resultados de la Investigación de campo*

Se considera a esta pregunta muy importante porque de las respuestas que a continuación se expresan nos dan una idea clara de quién pagará por el arriendo de la habitación durante su permanencia en la residencia o en el transcurso de su carrera estudiantil, la opción con mayor porcentaje fue la de los padres que tiene un 89%, muy distante la segunda opción que es otros con un 7%, y al finalmente la opción de usted que es con un 4%, esto nos demuestra que la mayoría de los encuestados depende económicamente de sus padres para cancelar los gastos de hospedaje ya que salir a otros lugares alejados del campus generaría más gasto.

**Pregunta 8.**



**Figura 13. Medios de información y publicidad**

**Fuente: Resultados de la Investigación de campo**

Mediante la información obtenida, la mayor parte de los encuestados prefiere que sea por redes sociales con un 82%, seguido por correo electrónico con un 13%, un porcentaje mínimo por prensa con un 1% y finalmente otros con apenas un 4%, lo que confirma que los medios más comunes entre los jóvenes en la actualidad son las redes sociales y sin duda son los más económicos para ofertar productos o servicios y llegan en menos tiempo y a más seguidores. Esta información es muy útil y se toma en cuenta para el estudio a aplicar en Marketing, ya que es muy acertada en la actualidad por la relevancia e importancia de las redes sociales en el diario vivir de todos, más aún de los encuestados.

Cabe recalcar que todos los resultados obtenidos en la encuesta serán utilizados y analizados a profundidad en las diferentes etapas de estudio del presente plan de negocios ya que; son resultados de un diagnóstico efectuado a los futuros residentes.

Para analizar el mercado objetivo se tomó en cuenta varios segmentos para un mejor estudio y así se le segmenta en geográfico, demográfico y conductual.

En términos generales, la prueba piloto se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir, en este caso cuantitativamente las preguntas están enfocadas como se indicó con anterioridad identificar las necesidades, gustos, preferencias de los encuestados, la encuesta según los resultados obtenidos cumple con su función básica que es enfocarse al objetivo propuesto en cada una de sus preguntas, por lo cual; su validación de contenido es la correcta.

#### **2.4.1. Análisis de la Oferta**

En la ciudad de Latacunga y alrededores de Universidad de las Fuerzas Armadas, Campus General Guillermo Rodríguez Lara en el barrio Forastero de la parroquia Belisario Quevedo, existen varias unidades de alojamiento temporal como hoteles, departamentos, habitaciones, pensiones y casas improvisadas que ofertan el servicio, sin embargo con la figura de residencias estudiantiles no existen, según la jefatura de turismo de la gobernación de Latacunga en uno de sus materiales de apoyo entregados en sus instalaciones indica que existen 8 centros hoteleros bajo la calificación de hostería estas brindan servicios elementales e instalaciones limitadas como para ser considerados como residencias estudiantiles .

En el sector progresivamente se van incrementando casas de alquiler con cuartos para estudiantes o departamentos completos para compartir entre varios estudiantes, en los sectores más cercanos al campus General Guillermo Rodríguez Lara y dentro del barrio Forastero son 20 viviendas en funcionamiento permanente de acuerdo a la información levantada para este estudio, no solo adaptadas para esta actividad si

no ya apropiadas para hospedaje, pero cada vez son más reducidas en espacio físico y no poseen áreas comunes y complementarias para la comodidad y relajamiento de los residentes.

En el sector no se les conoce a las residencias o casas de alquiler de habitaciones por nombres corporativos, si no por el nombre del dueño o dueña de casa.

Considerando esta constante la mayoría de casas a los alrededores de la Universidad son potenciales oferentes de este servicio, a continuación; se indica algunos de estos como competidores que están en el mercado desde el inicio y poco a poco fueron mejorando y ampliando su oferta habitacional en el sector, a este grupo de ofertantes se les considera competencia directa por que son los más cercanos geográficamente a “La Quinta” residencia estudiantil.

Para este análisis se trabajó a través de una entrevista a cinco ofertantes, los más representativos del sector, según recomendación de estudiantes con movilidad humana de la Universidad.

El tamaño de la demanda que se pretende cubrir que en este caso son 10 estudiantes.

Los precios varían, según el caso:

- Ing. Iván Coral, su servicio de hospedaje se encuentra ubicado a 400 metros de distancia de la puerta principal del campus, ofrece este servicio desde hace 8 años atrás ininterrumpidamente, un total de 8 habitaciones amobladas de 25 metros cuadrados de construcción cada una, 4 de estas tiene cocina individual y las otras 4 restantes cocina compartida, todas incluyen baño individual con agua caliente, wi-fi, lavadora para que cada uno utilice de acuerdo a la necesidad no dispone de garaje, el precio del servicio de arrendamiento es de 140 dólares mensuales por cada una y el costo de mantener la habitación es de 77.91 dólares mensuales por cada una de las habitaciones por gastos de servicios básicos y de internet, y provisión

reparaciones periódicas esta información es recabada en base a la entrevista realizada al propietario.

- La Sra. Rosa Tonato, su servicio de hospedaje se encuentra ubicada al frente de la universidad, ofrece este servicio desde hace 8 años atrás ininterrumpidamente, un total de 8 habitaciones no amobladas de 22 metros cuadrados de construcción cada una, estas tiene cocina individual, baño compartido con agua caliente con ducha eléctrica, wi-fi, dispone de garaje para 6 carros, el precio del servicio de arrendamiento es de 130 dólares mensuales por cada una y el costo de mantener la habitación es de 62.50 dólares mensuales por cada una de las habitaciones por gastos de servicios básicos y de internet, y provisión reparaciones periódicas esta información es recabada en base a la entrevista realizada al propietario.
- El Sr. Ramiro Pullopaxi, su servicio de hospedaje se encuentra ubicada a 100 metros de la puerta principal del campus, ofrece este servicio desde hace 8 años atrás ininterrumpidamente, un total de 6 habitaciones no amobladas de 20 metros cuadrados de construcción cada una, tiene cocina individual, no tienen incluyen baño individual por habitación y si ofrece agua caliente, wi-fi, dispone de garaje para 2 carros, el precio del servicio de arrendamiento es de 120 dólares mensuales por cada una y el costo de mantener las habitaciones es de 48.89 dólares mensuales por cada una de las habitaciones por gastos de servicios básicos y de internet, y provisión reparaciones periódicas esta información es recabada en base a la entrevista realizada al propietario.
- La Ing. Sofía Campaña, su servicio de hospedaje se encuentra ubicada al frente de la puerta principal del campus, ofrece este servicio desde hace 8 años atrás ininterrumpidamente, un total de 4 habitaciones no amobladas de 20 metros cuadrados de construcción cada una, no tiene cocina, tienen un baño para 2 habitaciones y si ofrece agua caliente, wi-fi, dispone de garaje para 1 carros, el precio del servicio de arrendamiento es de 110 dólares

mensuales por cada una y el costo de dar los servicios es de 42,25 dólares mensuales por cada una de las habitaciones por gastos de servicios básicos y de internet, y provisión reparaciones periódicas esta información es recabada en base a la entrevista realizada al propietario.

- La Sra. Blanca Chicaiza, su servicio de hospedaje se encuentra ubicada a 400 metros de la universidad, ofrece este servicio desde hace 8 años atrás ininterrumpidamente, un total de 8 habitaciones no amobladas de 18 metros cuadrados de construcción cada una, no tiene, baño compartido con agua caliente, wi-fi, no dispone de garaje, el precio del servicio de arrendamiento es de 100 dólares mensuales por cada una y el costo de mantener la habitación es de 54.56 dólares mensuales por cada una de las habitaciones por gastos de servicios básicos y de internet, y provisión reparaciones periódicas esta información es recabada en base a la entrevista realizada al propietario.

Los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a este grupo de ofertantes del servicio que para este estudio representa el 25% del total de casas que ofertan este servicio detectado en el sector, da una idea real de la calidad del servicio, sus aciertos y carencias, las cuales permite determinar que el servicio de lavado existe en un 20% de la competencia investigada y el arreglo de la habitación no existe en un 100% de la oferta investigada en el sector, lo que demuestra que sería un acierto ofertar estos servicios posteriormente por “La Quinta” residencia estudiantil, y en las estrategias a aplicar en el presente plan de negocios.

Otro factor que influye para dar este servicio es que, con el fin de facilitarles las cosas y teniendo en cuenta que ellos vienen con el único propósito de dedicarse a sus estudios al 100 %, en muchos casos, pero también considerando que muchos de ellos se separan de sus hogares por primera vez y no tienen costumbre de arreglar sus habitaciones, se ofrece el servicio de arreglo de habitación dos días a la semana o cuando el residente lo requiera, al igual que el lavado y planchado de ropa, los día

viernes, sábado y domingo y se les entrega desde el lunes en la noche, con costo adicional.

Al ofertar 10 habitaciones a un precio de 120.00 dólares americanos en promedio cada una y mensualmente los ingresos serían de 1200.00 dólares americanos mensuales y de 14400.00 dólares americanos anuales y un gasto promedio mensual de 57.22 dólares, 572.20 dólares anuales por el manteniendo de las 10 habitaciones, 6866.40 dólares americanos durante el año.

Esta oferta no variaría en el transcurso de los 5 años posteriores a la implementación del proyecto.

#### **2.4.2. Ventajas competitivas**

Los atributos que contribuyen a tener una ventaja comparativa son innumerables. Pero podemos citar los concernientes a brindar servicios de calidad enfocados a satisfacer las necesidades principalmente de los estudiantes, que han sufrido el fenómeno de la movilidad humano por circunstancias propias del desarrollo social que estamos sujetos todos los individuos, cumpliendo la filosofía empresarial establecidos en el presente proyecto.

“La Quinta” residencia estudiantil, pretende brindar servicios con una cumpliendo los siguientes agregadores de valor en relación a su potencial competencia:

- Tener espacios físicos en común para socializar entre residentes.
- Un café al mes para festejar los cumpleaños de los residentes.
- En caso de enfermedad acompañamiento a la institución de salud durante el episodio o hasta que lleguen los familiares a la casa de salud.

- Contacto con la naturaleza, paz y tranquilidad, propiciando un ambiente tranquilo y relajado, ideal para que se concentren en sus estudios.
- Promocionar en redes sociales en el período de vacaciones entre semestre y semestre el servicio de alojamiento en “La Quinta” residencia estudiantil.
- Contactar vía telefónica, visitas y entrevistas a futuros residentes.
- Recorrido, presentación y socialización del reglamento interno de la residencia, al residente y a la persona encargada de realizar los pagos.

### **2.4.3. Posición competitiva**

Se considera que los principales competidores de “La Quinta” residencia estudiantil son las casas de alquiler de habitaciones para estudiantes, que ofertan este servicio desde que el campus General Rodríguez Lara inicio su actividad en este sector.

Todos los ofertantes del servicio han ido mejorando e incrementado su oferta, pero aún no ofrecen servicios complementarios a los tradicionales como es solo el de hospedaje y se pretende con el presente plan de negocios entregar un servicio completo que incluya servicios extras para ser más llamativos que la competencia y lograr ser la primera opción en el gusto de los futuros residentes.

**Tabla 9. Principales competidores**

<b>Cant</b>	<b>Competidores</b>	<b>Años en el mercado</b>	<b># de habitaciones</b>	<b>Distancia aproximada</b>	<b>Ingresos promedio mensual</b>	<b>Egresos promedio mensual</b>	<b>Utilidad promedio mensual</b>
1	Ing. Iván Coral	8	8	400 metros Frente a la	1680,00	623,28	1056,72
2	Sra. Rosa Tonato	8	8	Universidad Frente a la	1040,00	500,00	500,00
3	Sr. Ramiro Pullopaxi	8	6	Universidad Frente a la	720,00	293,34	426,66
4	Ing. Sofía Campaña	8	4	Universidad	440,00	169,00	271,00
5	Sra. Blanca Chicaiza	8	8	400 metros	800,00	436,48	363,52

**Autoría propia**

## 2.5. Pricing

El precio se definirá tomando en cuenta varios aspectos entre los más relevantes están:

**Tabla 10. Análisis de precios y Servicios de la competencia.**

<b>Cantidad</b>	<b>Competidores</b>	<b>Distancia aproximada</b>	<b>Precio por habitación</b>
1	Ing. Iván Coral	400 metros	140
2	Sra. Rosa Tonato	Frente a la U	130
3	Sr. Ramiro Pullopaxi	Frente a la U	120
4	Ing. Sofía Campaña	Frente a la U	110
5	Sra. Blanca Chicaiza	400 metros	100

*Autoría propia*

En base a la competencia, para lo cual se analizó al sector oferente de este servicio o similares como podemos observar en la tabla anterior, hay similitud del servicio ofertado por el Ing. Coral.

El otro aspecto que se tomará en cuenta y el cual nos ayudó a definir el precio fue el resultado obtenido en la encuesta hecha a 128 posibles residentes en la pregunta 15 que dice: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar para vivir en la residencia estudiantil? A la que 120 encuestados contestan que la opción de 90-120 dólares americanos que representa el 94%, considerándose que este es el valor competitivo para determinar que el precio al público.

Y por último analizamos los costos totales más la utilidad, donde nos da como resultado 120 dólares americanos el precio por el servicio de arrendamiento de la habitación en “La Quinta” residencia estudiantil.

Al hacer el mismo análisis también tenemos que el precio del arreglo de la habitación es de 9.56 dólares americanos y el precio del kilo de ropa lavada y planchada es de 3.44 dólares americanos. De esta forma queda establecidos los precios con los que se va a trabajar en “La Quinta” residencia estudiantil.

## 2.6. Recursos claves

**Recurso Intelectual.** - La administradora de la residencia será una profesional, que posea título de tercer nivel en la carrera de Administración de Empresas, la cual se hará cargo de la organización, dirección, y control de la residencia.

**Recurso Físico.** - Se planifica tener una infraestructura amplia, moderna, cómoda y segura.

**Recurso Financiero.** - Para la compra del terreno donde se edificará la residencia y para la construcción de la misma se realizará un crédito en la cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre Cía. Ltda. Del 20 % de la inversión que es de 10.149,00, se contará con un capital propio de 40.596,00 dólares que equivalen al 80% del costo del proyecto.

*Tabla 11. Financiamiento*

FINANCIAMIENTO		
CAPITAL DE LA PROPIETARIA	80,00%	40.596,00
CRÉDITO BANCARIO	20,00%	10.149,00
<b>TOTAL, INVERSIÓN</b>	<b>100,00%</b>	<b>50.745,00</b>

*Autoría propia*

**Recurso Humano.** – El talento humano que laborará en la residencia estudiantil debe ser capacitado, responsable, motivado y le gusta trabajar en está, aportando y cumpliendo con las tareas a ellos encomendadas de una manera responsable.

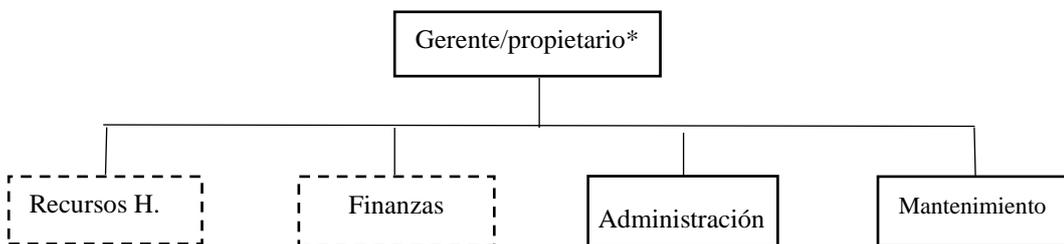
**Recurso Tecnológico.** - se dotará a todos los residentes de Internet, con claves individuales para que cada uno tenga el mismo número de gigas por cable y por wi-fi.

## 2.7. Gestión de Talento Humano

### 2.7.1. Organización Administrativa

En “La Quinta” residencia estudiantil, para su buen funcionamiento dispondrá de una estructura organizacional lineal, por que determinará una relación directa que permitirá una comunicación vertical, basada en planificar, organizar, direccionar y controlar todo el sistema administrativo, con el propósito de lograr los resultados deseados. La residencia se visibiliza en el futuro por lo que presenta un organigrama proyectado en los departamentos de Recursos Humanos y Finanzas hasta cuando el crecimiento de la organización lo vea pertinente ejecutar y exista los recursos económicos necesarios.

Esta organización tiene



*\*la función de gerente y administrador la realizará la misma persona.*

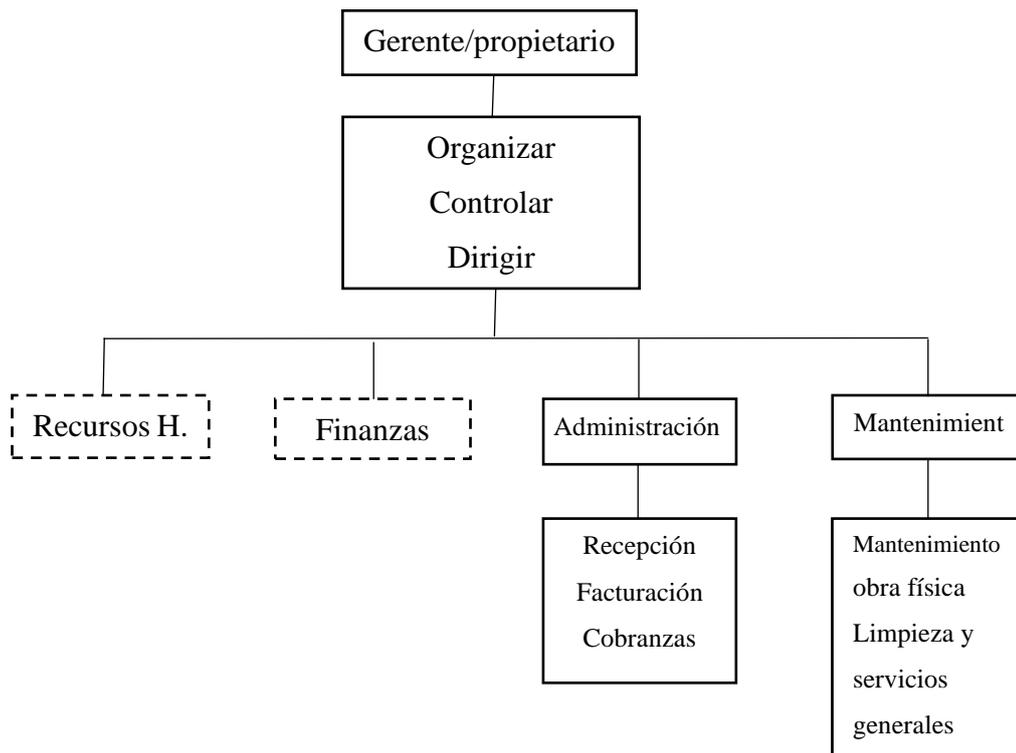
**Figura 14. Organización Estructural**  
*Autoría propia*

La estructura organizacional de “La Quinta” residencia estudiantil poseerá el siguiente personal:

**Gerente/Administrador:** Una persona que posea una adaptabilidad a las circunstancias, que aplique todos sus conocimientos para la correcta administración y dirección de la residencia estudiantil, habilidad de interrelacionarse con todos los involucrados. Se encarga de la planificación, organización, dirección y control, garantizando los recursos necesarios para su ejecución.

**Mantenimiento:** Una persona que cumplirá a cabalidad con de actividades de plomería, electricidad, reparaciones sencillas, actividades de aseo de corredores, espacios de BBQ, taller, lavado y planchado de ropa, limpieza de las habitaciones y limpieza de los jardines.

### 2.7.2. Función y competencias de empleados



*Figura 15. Organigrama Funcional  
Autoría propia*

#### 2.7.2.1 Análisis de Proveedores

Para la operación de la residencia estudiantil se necesita materiales e insumos los cuales deben ser de buena calidad para garantizar el buen funcionamiento y su durabilidad, en Ecuador se fabrican productos que cumplen normas de calidad y seguridad, esto permite ser competitivos a nivel nacional e internacional, estos productos son comercializados acatando todos los lineamientos que el SRI impone para su venta y distribución a nivel nacional para estar al alcance de los clientes,

por lo que para poner en marcha a “la Quinta” residencia estudiantil, se realizará las adquisiciones en empresas de la localidad.

**Tabla 12. Cuadro de Insumos**

Insumos
<b>Edificación</b>
Habitaciones y pasillos (construcción terminada)
Área de BBQ (construcción terminada)
Bodega taller (construcción terminada)
<b>Maquinaria y equipo</b>
Lavadora-secadora
Plancha semiprofesional
<b>Muebles y Enseres</b>
Cama de 1 1/2 plazas
Colchón de 1 1/2 plazas
Edredón de 1 1/2 plazas
Juego de sábanas de 1 1/2 plazas
Almohada de plumón
Cortina para la ventana
Mesa pequeña de MDF
Silla tapizada
Cocina de 2 quemadores
Juego de accesorios de baño
Espejos
Sistema de conducción gas
Calefón (1 unidad para 5 habitaciones)

*Autoría propia*

En la ciudad de Latacunga se cuenta con gran variedad de proveedores y distribuidores de los artículos a utilizar en la residencia estudiantil, la adquisición de estos productos sería de fácil y rápida adquisición, esto facilitará el óptimo funcionamiento de la residencia en el futuro.

Entre los proveedores con los que se laborará están:

**Tabla 13. Cuadro de Proveedores**

EMPRESA	DETALLE DE ADQUISICIONES
Ferretería San Sebastián	Material de construcción y terminados
Comercial Los Nevados	Material de construcción y terminados
Muebles el Dorado	Camas, colchones, sábanas, almohadas, cortinas, mesas, sillas, entre otros
Vialpaz	aluminio y vidrio
Enlace net	Internet
Artefacta distribuidora de gas "Carlitos"	Lavadora industrial gas
Almacén agrícola el Huerto	Abonos
Vivero Belisario Quevedo	Plantas

*Autoría propia*

Como se aprecia en el cuadro se realizó una investigación de campo, donde se verificó la calidad y los precios de los artículos a emplear en la residencia estudiantil, constatando que en la ciudad de Latacunga existe todo lo necesario y de varias marcas, teniendo la posibilidad de escoger a precios competitivos.

## **2.8. Estrategias de Ingreso**

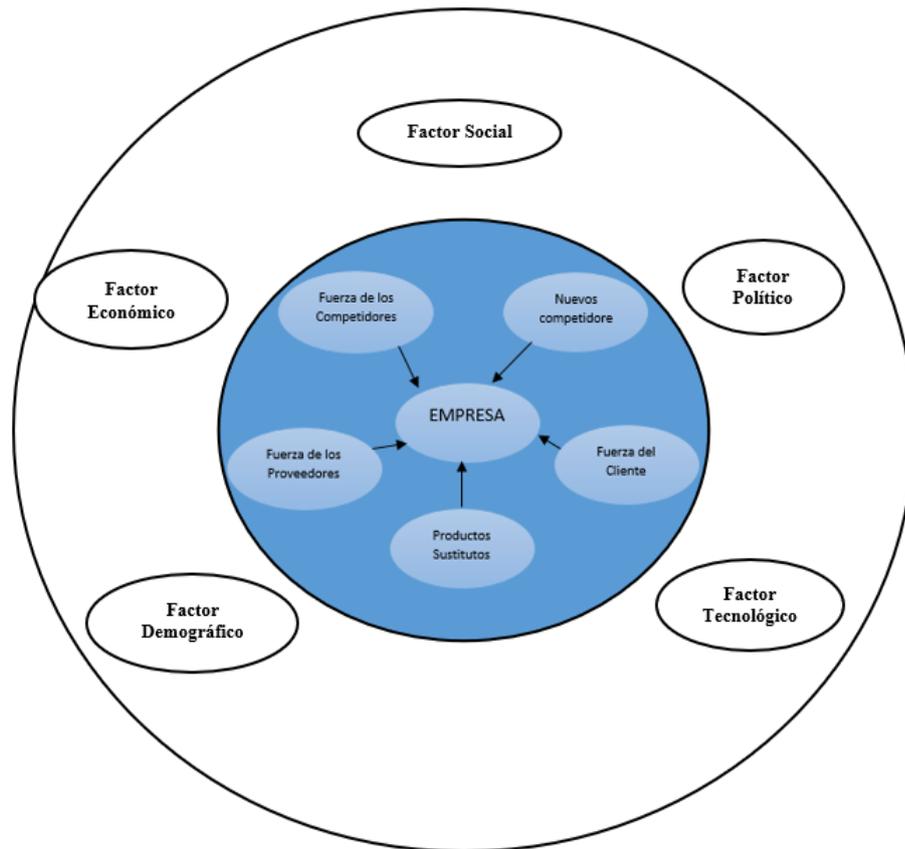
Se aplicará una estrategia, de precios mediante el precio constante del servicio de hospedaje de 120,00 dólares americanos, durante los cinco primeros años de funcionamiento añadiendo progresivamente los servicios complementarios, las estrategias diferenciadoras con respecto a la competencia para lo cual; pondremos énfasis en el valor agregado y el mejoramiento continuo de los servicios en el lavado y planchado de ropa, así como en el arreglo de habitaciones.

### **2.8.1. Macro variables económicas**

El análisis de las macro variables económicas es necesario porque sobre este se basará el Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil, se debe ir adaptando a los cambios constantes del PIB, inflación, tecnología, tendencias de mercado, político-legales, tributarias, etc. O solo adaptarse a los cambios que dan las autoridades nacionales y locales en el marco de gobernabilidad, en rubros económicos, monetarios o fiscales.

Todo esto ayuda a dar forma e implementar este diseño demostrando la capacidad competitiva de la empresa.

Para el estudio del ambiente externo que rodea a esta, analizaremos y aplicaremos las fuerzas de Porter que a continuación se exponen:



*Figura 16. Entorno de la empresa  
Autoría propia*

### 2.8.1.1. Factor Económico

**Inflación:** Ecuador cerró el año 2019 con una inflación negativa: -0,07%. Así lo informó hace pocos minutos el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Estos fenómenos de signo negativo (que significan que los precios se han reducido) no se habían producido desde 1963, Además, la inflación mensual en diciembre 2019, respecto a noviembre 2019, fue de -0,01% informó el ente oficial. Entre los grupos de productos que más incidieron en este resultado inflacionario del mes de diciembre están el grupo de alimentos y bebidas y de restaurantes y hoteles.

**Análisis:** La inflación para el año 2019 es negativa, mantener una inflación controlada es importante para cualquier economía porque brinda estabilidad y mantiene un alto poder adquisitivo de los ciudadanos al momento de adquirir bienes

y servicios. Sin embargo, cuando la inflación alcanza niveles negativos muestra que la economía no está creciendo y que los precios de los productos caen por la falta de consumo en la mayoría de los casos, que no es conveniente para la unidad económica que pretendemos crear.

**Riesgo País:** El Riesgo País del Ecuador, que el 21 de noviembre pasado llegó a su pico más alto con 1418 puntos, ya va en descenso, aunque aún no ha logrado bajar de la barrera de 1000 puntos. En esa fecha, el índice se disparó luego de que la Asamblea negara el proyecto de Ley de Crecimiento Económico enviado por el Ejecutivo; ahora, una vez que aprobó la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria, bajó a 1001 puntos, el 10 de diciembre. Es decir, la cifra ha caído 417 puntos en 20 días. Es decir, si el Ecuador decidiera emitir deuda en el mercado internacional, a través de bonos estatales, la tasa que le cobrarían podría bordear el 10,23% o más, según el plazo que ofrezca (El Universo, 2019).

**Análisis:** El riesgo país mide la probabilidad de incumplimiento de las obligaciones financieras de una nación debido a factores que van más allá de los riesgos inherentes a un préstamo. De esta manera, cuanto mayor sea el riesgo, peor calificación recibirá el país, para la empresa es una oportunidad que el Riesgo País se encuentre en descenso, porque brinda seguridad tanto a los padres de familia que podrán pagar una residencia para sus hijos en otra ciudad en donde se más seguros al poder escoger una residencia que brinde las facilidades y comodidades a sus hijos, de la misma manera para la empresa en un futuro se puede pensar en incrementar las habitaciones en la residencia, lo que ayudaría a incrementar una plaza más de trabajo en la localidad.

#### **2.8.1.2. Factor Social**

**Pobreza:** El globo retórico se pincha con facilidad. Según el INEC, el nivel de pobreza a junio de 2019 alcanzó al 25,5 % de los ecuatorianos. Es el más alto de los últimos 6 años. La pobreza extrema vivir con menos de 1 dólar con 60 centavos por día después de haber bajado hasta el 7,7 % en diciembre de 2014 (la cifra más

baja de la historia) ascendió al 9,5 % en junio de 2019. Es, también, el más alto de los últimos 6 años. La desigualdad retrocedió a los niveles de diciembre del 2012. La pobreza en Quito es apenas comparable con la de diciembre del 2009 (12,1 %).

**Análisis:** Esto se convertiría en una Amenaza, lógicamente la pobreza frena el crecimiento sustentable de la sociedad limitando el acceso en este caso a la educación por falta de recursos económicos es descabellado pensar que con nivel de pobreza en un hogar común se podría arrendar una habitación para un estudiante, o simplemente no tienen trabajo y por ende se limitaría al momento de acceder a un buen servicio de hospedaje para su hijo universitario.

**Desempleo:** El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) emitió un informe indicando que Ecuador llegó al nivel más alto de desempleo en los últimos tres años. El informe detalla que cinco millones de ecuatorianos no tienen un empleo adecuado. La falta de empleo es lo que más les preocupa a los ecuatorianos para iniciar el 2020, según las encuestas realizadas por el organismo.

Para el año 2020, de las 8.379.355 personas que conforman la Población Económicamente Activa (PEA) en el país, sólo 3.228.032 tienen un empleo adecuado, mientras que, 5.151.323 están sin un empleo adecuado.

**Análisis:** Si al inicio del año 2020 solo un 30% de los ecuatorianos tenían trabajo estable, la situación era muy difícil pero esto no terminó ahí ya que a nivel mundial se daba a conocer la presencia de una pandemia conocida como COVID-19 que no solo generaba una crisis en el sistema de salud del Ecuador sino de todo el mundo, a esto se añade la crisis económica generada por el cierre definitivo de empresas, quiebra de empresas, despidos masivos, sueldos suspendidos y en otros casos reducidos a más de la crisis social que deja dolor en las familias por la muerte de algunos miembros y en muchos casos ellos eran los encargados de mantener económicamente al hogar por todas estas circunstancias se considera que es una gran amenaza para nuestra empresa ya que no hay liquidez hay mucho desempleo y ese reduce el poder de adquisitivo de los padres de familia, viéndose en la

necesidad de retirarles a sus hijos no solo de la residencia e incluso de la Universidad en muchos casos.

### **2.8.1.3. Factor Político**

**Gobierno:** Ha ido preparando el terreno para un acuerdo con el FMI, claro está que será su último recurso, porque la mayor parte de la población no ve bien un acuerdo con organismos multilaterales, debido a las exigencias que solicita. En otros países se pide reducción de salarios en el sector público, reducir el gasto de Gobierno, eliminar subsidios, privatizar o concesionar empresas públicas. Habrá una mayor reducción del aparato estatal, revisión de otros subsidios, etc (Calderón, 2018).

**Análisis:** El Ecuador ha estado atravesando problemas políticos y legales muy fuerte actos de corrupción en todas las áreas del gobierno que salieron a la luz y malas decisiones tomadas por el ejecutivo, la reducción de subsidios y del gasto corriente, que le llevan a bajar el déficit, pero que le ha generado una visión negativa de la ciudadanía a parte de todo esto ha sido uno de los países más golpeados durante el tiempo de propagación del coronavirus en América Latina y el mundo, organismos internacionales sostienen la gravedad de las consecuencias económicas nunca antes vista a lo largo de la historia, por todo esto se considera una amenaza para la empresa ya que va a existir una recesión mundial es decir una fuerte crisis económica, la credibilidad de gobierno genera inestabilidad económica, política y social.

### **2.8.1.4. Factor Tecnológico**

Actualmente estamos viviendo una gran revolución de la información sin darnos cuenta y sin conocer totalmente la tecnología que nos rodea. Nuevos cambios hacen que tengamos que actualizarnos constantemente en conocimientos relacionados con las nuevas plataformas tecnológicas.

**Análisis:** En el caso de la residencia es necesario, desarrollar mecanismos e instrumentos que permitan publicitarla por canales poco tradicionales entre los que encontramos las redes sociales, planes comunicaciones, estrategias de marketing digital, entre otros, por lo que esta empresa se encuentre en procesos de mejora permanentemente en lo concerniente a herramientas tecnológicas de escala global.

#### **2.8.1.5. Factor Demográfico**

En el territorio cotopaxense habitan 488.716 personas, según la proyección demográfica del INEC para el 2020, siendo la décima segunda provincia más poblada del país. La Provincia de Cotopaxi está constituida por 7 cantones, de las cuales se derivan sus respectivas parroquias urbanas y rurales.

Latacunga con una población de 170.489 personas se encuentra en el centro del Ecuador, en la Región Interandina del Ecuador, al sureste de la provincia de Cotopaxi, al sur del volcán Cotopaxi, en la hoya del Patate, a 2750 metros sobre el nivel del mar. La ciudad se ha extendido sobre su eje longitudinal. El río Cutuchi y la Panamericana atraviesan la ciudad y la dividen en 2 partes, siendo la parte oriental más poblada y extensa.

Según el GAD parroquial Belisario Quevedo “se ubica en el suroeste del Cantón Latacunga, aunque actualmente existen varios accesos, el principal es tomando la vía panamericana Latacunga - Salcedo hasta el kilómetro 5 a unos 15 minutos de la ciudad ingresando por el Comunidad Illuchi”, tiene una población de 7145 habitantes al 2014, una superficie de 37,9 Km<sup>2</sup> según esta misma institución, tiene 19 barrios y 4 comunidades, en los barrios se encuentra Forastero.

**Análisis:** Forastero en un barrio rural de la Parroquia Belisario Quevedo donde se encuentra el campus General Guillermo Rodríguez Lara de la Universidad de las Fuerzas Armadas, para esta empresa es una Oportunidad ya que, la población estudiantil se incrementa constantemente, así como la necesidad de vivienda para

estudiantes en el sector, con parámetros psicosociales y culturales diversos, por lo cual; debemos establecer parámetros de convivencia adecuados.

## **2.8.2. Micro variables económicas**

### **2.8.2.1. Nombre o razón social**

“La Quinta” Residencia Estudiantil, tomará este nombre en base a la arquitectura clásica y zona geográfica en la que se ubica esta, es una propiedad de 800 m<sup>2</sup> de superficie, poseerá una casona grande de arquitectura clásica de 240 m<sup>2</sup> de construcción en una planta, a parte una área de BBQ de 56 m<sup>2</sup> de construcción finalmente una bodega y/o taller de 36 m<sup>2</sup> de construcción, garaje, amplios jardines, jardineras, estableciendo armonía entre los huéspedes y la naturaleza, dando el ambiente de una Quinta como se denomina.

Es un nombre que hará referencia al lugar, pero con toques modernos, cómodos y atractivos para los jóvenes que van a vivir en esta, durante su estadía universitaria y alejados de su ambiente familiar.

### **2.8.2.2. Estructura Legal de la Empresa**

Para la constitución de la empresa “La Quinta” residencia estudiantil seguirán ciertos pasos que impone la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), sobre las Sociedades por Acciones Simplificadas que en el Ecuador rigen a partir del 28 de febrero de 2020 que entró en vigor la nueva Ley de Emprendimiento e Innovación, ya que se está promoviendo los negocios y la reactivación económica, a través de la creación de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, que da facilidades para la creación de empresas en un tiempo reducido y sin costo, puede ser constituida e implementada por actos y documentos privados. Se elimina la obligación de hacerlas por medio de escrituras públicas y por lo tanto, se eliminan los costos notariales, reduce de tiempo en sus procesos de registro, tanto en el proceso de constitución como en las actividades posteriores, se

reduce los requisitos burocráticos y tiempo de espera, puede ir desde uno a varios accionista para su constitución, se pueden establecer restricciones a la transferencia de acciones en los estatutos de constitución, agilizando así el manejo del gobierno corporativo para este tipo de entidades, esta nueva estructura permite que otros tipos de sociedades se transformen en una SAS, a menos que tengan un tratamiento legal particular o especial.

Entre los puntos más importantes de esta ley está la creación de un Consejo Nacional de Emprendimiento e Innovación para apoyar el desarrollo comercial en Ecuador y promover la educación y cultura del emprendimiento.

Las sociedades anónimas simplificadas (SAS) son un tipo de sociedad cuyos accionistas son responsables hasta el monto de sus respectivos aportes de capital a la entidad solamente. Los accionistas pueden decidir por renunciar a esta limitación para asegurar con sus propios activos cualquier operación de este tipo de entidad.

Es importante mencionar que la SAS no puede cotizar en la bolsa de valores, se constituye mediante un documento privado que será inscrito en un nuevo Registro de Sociedades por la Superintendencia de Compañías, no tienen un requisito de capital mínimo, los accionistas son responsables hasta el monto de sus respectivos aportes de capital a la entidad solamente.

El proceso de registro y los requisitos los podemos encontrar a detalle en el ANEXO 3 extraído textualmente de la página web de la (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020).

### **2.8.2.3. Titularidad de la propiedad de la empresa**

“La Quinta” Residencia Estudiantil propiedad de los esposos Sr. Eddy Ulloa y Sofía Espinosa, autora de la tesis, iniciará sus labores con 10 habitaciones.

La Ley de Régimen Tributario Interno señala que: Personas Naturales son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Los ingresos anuales de esta empresa no son mayores a \$100.000, el capital inicial por lo que no está obligada a llevar contabilidad.

El 80% de la inversión inicial son fondos propios y el 20% restante será financiado por la Cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre Cía. Ltda. de esta ciudad.

“La Quinta” Residencia Estudiantil estará constituida como Persona Natural está representada por la Ing. Sofía Espinosa, no obligada a llevar Contabilidad, por lo que la presente empresa se rige bajo el mismo concepto.

El Servicio de Rentas Internas es uno de los entes reguladores en Ecuador, toda persona natural que realice actividad económica debe sacar el RUC (Registro Único de Contribuyente), para poder emitir comprobantes de venta autorizados.

***Tabla 14. Requisitos para sacar el RUC de una persona natural.***

---

- 1.- Original y fotocopia de la Cédula de Identidad
  - 2.- Original y fotocopia del certificado de votación hasta de un año posterior a los comicios electorales.
  - 3.- Última factura de luz o agua para acreditar el domicilio.
  - 4.- Formulario de inscripción correspondiente a la actividad debidamente llenado.
- 

**Fuente:** (Servicio de Rentas Internas, 2020)

#### **2.8.2.4. Impuesto al Valor Agregado (IVA)**

Según el Artículo 56, literal 3, de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno señala que el IVA, grava a todos los servicios, a excepción de:

“Los de alquiler o arrendamiento de inmuebles destinados, exclusivamente, para vivienda”. Para el caso de “La Quinta” residencia estudiantil gravará IVA 0%, y su declaración se la tendrá que realizar semestralmente en los meses de julio y enero, pero como también se ofrece el servicio de limpieza de la habitación y lavado y

planchado de ropa estos otros servicios si graban impuestos tarifa 12% y su declaración es mensual por tal razón se unen las tres actividades y las declaraciones se realizan mensualmente.

Entre otros requisitos que, "La Quinta" Residencia Estudiantil deberá obtener son:

***Tabla 15. Permiso del suelo otorgados por el GAD municipal de Latacunga.***

1.-	Solicitud del Informe de Compatibilidad de Usos (ICUS) en hoja valorada dirigida al señor Director de Planificación, (ver nota 2)
2.-	Copia del impuesto predial vigente, legible.
3.-	Copia de la cédula y papeleta de votación, legible
4.-	Copia del RUC, legible.
5.-	Copia del Permiso Ambiental, (emitido por el Concejo Provincial de Cotopaxi, además adjuntará la Guía de Buenas Prácticas Ambientales, descargada de la página del SUIA, de forma obligatoria). Ofi No. GADPC-DIA-AAAr-2017-153
6.-	Ubicación específica realizado en un Croquis georreferenciado en formato INEN A3 o superior, basado en la aplicación Google Maps, coordenadas UTM WGS84.
7.-	Levantamiento fotográfico interno y externo.
8.-	1 carpeta con documentación original.
<b>Nota:</b>	
9.-	En el caso de disponer de Patente o Uso de Suelo de años anteriores al 2019 de la actividad solicitada, adjuntar una copia
10.-	Permiso de los Bomberos de Latacunga
11.-	Copia pago impuestos predial (municipio 2019)
12.-	Copia pago contribución de bomberos 2019
13.-	Copia del RUC O RISE
14.-	Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación
15.-	Copia de uso de suelo 2019.
16.-	Informe favorable de inspección.

**Fuente:** (GAD Parroquial Belisario Quevedo, 2019)

## 2.9. Management y operaciones

### 2.9.1. Socio clave

*Tabla 16. Socios clave.*

Socio Clave	Requerimiento	Alianza
Ferretería San Sebastián	Compra de pintura de interiores y exteriores para la edificación y el mantenimiento del misma	Por comprar todo lo necesario para pintar la residencia por dentro y fuera y hacerlo cada 6 meses por dentro y coger fallas por fuera ellos aportaran con la mano de obra de un pintor por una semana.
La casa del EDREDÓN	Lencería para cama (colchones, almohadas, sábanas, fundas de almohadas, cobijas y edredones)	Bordado de logotipo de la residencia Estudiantil, en las sábanas, fundas de almohadas y edredones
Comunidad	Vecinos del sector	Alianza con los vecinos del sector para el ornato del entorno de la residencia para esto la residencia entrega las plantas y los vecinos se encargan de plantar y cuidar de estas.
Responsabilidad social	GAD parroquial y provincial	Se contrata mano de obra local Para la limpieza de las habitaciones se contrata a madres de familia de la comunidad La residencia gestiona la limpieza y adecentamiento de vidas de segundo orden ante los organismos competentes

*Autoría propia*

### 2.9.2. Actividades clave

Entre las actividades clave para el buen funcionamiento de “La Quinta” residencia estudiantil tenemos:

- Promocionar en redes sociales en el período de vacaciones entre semestre y semestre el servicio de alojamiento cómodo y seguro en “La Quinta” residencia estudiantil.
- Contactar vía telefónica, hacer citas y programar visitas y entrevistas a futuros residentes.

- Presentación de la administradora, responsable del recorrido por las instalaciones y socialización de los servicios que oferta, socialización del reglamento Interno de “La Quinta” residencia estudiantil a cumplir y tiempos de vigencia de este.
- Firma y cierre de contratos de arrendamiento.

### **2.9.3. Propuesta de valor**

Con la progresiva construcción del campus General Guillermo Rodríguez Lara, en varias etapas se ve la necesidad latente de alojamiento temporal durante el transcurso de su vida estudiantil, a medida que el campus crece se van incorporando las carreras que funcionaban en el centro y por ende la población estudiantil se incrementa en el sector del Forastero, para los estudiantes que vienen de otros lugares del Ecuador es indispensable arrendar una habitación en el sector y en lugares aledaños a la universidad, por lo que nace la idea de ofrecer el servicio de alojamiento, seguro, acogedor, cómodo que incluyan todos los servicios básicos y dotado de la tecnología necesaria para sus estudios.

Con esta consigna lo que se busca es precautelar la seguridad de los estudiantes a través de una residencia temporal, como una estrategia de “La Quinta” residencia estudiantil, con las mejores instalaciones y dotaciones con personas capaces de transmitir profesionalidad y honestidad en lo que hacen, que permite la relación de la calidad humana por encima de cualquier otra consideración.

Para la creación de la Residencia se dará en un espacio físico donde se concentran numerosos porcentajes de los alumnos beneficiarios de las prestaciones de estos servicios que ofrece la empresa, brindará los servicios básicos para la comodidad de los estudiantes, será una edificación moderna y acogedora la cual se convertirá a nivel competitiva con el resto de modelos de residencias universitarias del país.

Por otra parte, se analizó los servicios de hospedaje que se ofrece en el sector y sus alrededores, para compararse con ellos, mejorarlos y aumentarlos, ya que se considera que muchos de los posibles residentes vienen de las grandes ciudades y están acostumbrados a los servicios y comodidades que estas urbes brindan.

#### **2.9.4. Tipo de relación con el cliente**

La relación comercial que se mantendrá con el cliente es de asistencia personalizada, ya que se seguirá un protocolo de recorrido por las instalaciones de la residencia y se dará información resaltando nuestras ventajas competitivas.

Las estrategias a emplear para fidelizar a los residentes en esta empresa son:

- Una relación de información y cordialidad, desde el momento que se ponen en contacto por vía telefónica, para saber con mayor detalle lo que este servicio ofrece, luego se coordina la cita para la difusión y presentación de la propuesta de servicio.
- Al ser ya parte de los residentes de la “La Quinta” se ofrece un cafecito para la presentación de todos los que ahí residen y promover el compañerismo entre todos al igual que recordar las reglas y compromisos de las dos partes.
- Difundir los servicios que como “La Quinta” residencia estudiantil, ofrece de manera gratuita estos son: servicio de compra de comida o lo que necesiten en la noche, viajes sin costo al centro de Latacunga por las mañanas sin costo de lunes a viernes y sábados a las 8 am. Al terminal de Latacunga. Confianza ante sus dudas y necesidades, facilidades para que lleguen a un centro de salud cuando sea necesario.
- Y al momento de terminar cada semestre a los residentes que se van hacerles una entrevista, para determinar la satisfacción por nuestro servicio, lo que a nosotros como empresa nos sirve para mejorar permanentemente.

## 2.10. Gestión de Marketing

De acuerdo al diagnóstico realizado en la pregunta 16 de la encuesta aplicada se identificó los medios por los que les gustaría recibir información de este servicio, complementario a eso se realizará un estudio de marketing para posiciona su marca, por ello se propone los siguientes elementos corporativos y que sea reconocida en el por los futuros residentes y empiecen a identificarla por su nombre e imagen, para ello utiliza las estrategias de Marketing Mix para llegar a los residentes y atraerlos dándoles a conocer el servicio de alojamiento y afianzarlos.

### 2.10.1. Producto

“La Quinta” residencia estudiantil ofrecerá a los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara, habitaciones de alquiler cómodas, acogedoras que satisfagan de las necesidades de los residentes, esta cuenta con 10 habitaciones individuales y amobladas cada una con baño privado y cocina, también dará internet (wifi), gas y garaje sin costo a sus residentes durante su permanencia en esta, y para mayor comodidad, además ofrecerá el servicio de lavado y planchado de ropa y arreglo de habitaciones esto con costo adicional y para quien lo requiera.

**Tabla 17. Estrategias de Producto**

Objetivo	Satisfacer la necesidad de alojamiento para estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara
Estrategia	Internet, gas y garaje sin costo y con costo arreglo de habitación y lavado y planchado de ropa.
Política	Todos los residentes tienen derecho
Acciones	Internet banda ancha, centralinas de gas, garaje para residentes, lavadora industrial.
Presupuesto	\$750 dólares americanos
Tiempo	Durante su estadía en la residencia
Responsable	Administrador de la residencia

**Autoría propia**

### 2.10.2. Plaza

El servicio de alojamiento está dirigido a los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara ubicado en la Parroquia Belisario Quevedo, del barrio Forastero, denominada “La Quinta” residencia estudiantil, Para esto las habitaciones se alquilarán directamente a los padres de los residentes, después de darles a conocer los servicios que ésta presta, con un recorrido por todas las áreas y previa una entrevista y el registro de sus datos en la ficha de ingreso.

**Tabla 18. Estrategia de Distribución**

Objetivo	Vender el servicio al cliente en el momento del recorrido por la residencia
Estrategia	Entrega del servicio al cliente directamente sin intermediarios
Política	Cierre del negocio y firma del contrato
Acciones	Facilitar las copias de los documentos personales para la firma inmediata
Presupuesto	10
Tiempo	1 hora por visitante
Responsable	Administrador de la residencia

*Autoría propia*

### 2.10.3. Promoción

“La Quinta” residencia estudiantil, para promocionar sus servicios y posicionarse en la mente de los clientes y de los padres diseña su logotipo para que las personas se vayan identificando con este y al verlo sepan de que se trata, se diseña un sitio web de “La Quinta” residencia estudiantil, con su descripción, servicios que ofrece, fotografías, y números de contacto para consultas y citas. Como principal fuente de difusión de los servicios que ofrece son las redes sociales (Olx. Facebook, WhatsApp, Instagram) que es el boom en los jóvenes en la actualidad, aquí se incluye información detallada y otras como tarjetas de presentación, trípticos, hojas volantes, afiches y dos gigantografías ubicadas en la carretera a la entrada y la salida a la universidad.

#### 2.10.4. Logotipo



*Figura 17. Logotipo  
Autoría propia*

Como se puede apreciar en el logotipo, se forma de un techo de una casa grande, que va a acoger a varios residentes, estos son estudiantes universitarios que buscan alcanzar un título profesional, tiene por nombre “La Quinta” porque se va a encontrar en el campo, rodeada de naturaleza.

El Color Verde significa naturaleza, crecimiento, fertilidad, aire libre, vida y el color café expresa equilibrio, es acogedor y cálido, al igual que el verde se lo asocia con naturaleza, tierra y madera.

Esto es el inicio de una imagen corporativa que se irá desarrollando, conforme se vaya realizando las actividades de publicidad y teniendo en cuenta que el logotipo debe ir en los documentos que se llenen dentro de la residencia.

**Tabla 19. Estrategia de Promoción**

Objetivo	Dar a conocer los servicios que presta la residencia estudiantil a muchos estudiantes en menor tiempo
Estrategia	Bombardeo publicitario del sitio web en varias redes sociales.
Política	Seguir en las redes sociales como amigos a los diferentes grupos de estudiantes de la Universidad de la Fuerzas Armadas
Acciones	Compartir la publicidad de la residencia en los grupos de amigos en las diferentes redes sociales y solicitar que a su vez ellos compartan, durante 60 días antes de empezar el nuevo ciclo académico
Presupuesto	60 dólares
Tiempo	se empezará a publicitar en las redes sociales con 45 días antes del inicio del nuevo periodo
Responsable	Administrador de la residencia

*Autoría propia*

### 2.10.5. Precio

Los precios se establecieron considerando los precios que tiene la competencia en relación al servicio que ofrecen, la cercanía a la Universidad y en base a lo que los padres de los residentes están dispuestos a pagar después de valorar si ofrece el servicio que los residentes necesitan para estar a gusto en “La Quinta” residencia estudiantil durante su estadía en la universidad.

**Tabla 20. Estrategia de Precio**

Objetivo	Ofrecer un precio accesible que justifique el valor a pagar por el servicio a recibir por parte del residente.
Estrategia	Mostrar a los padres de los residentes los beneficios de los servicios ofertados de “La Quinta” residencia estudiantil frente a la competencia
Política	Mantener el precio durante los primeros 5 años de funcionamiento
Acciones	Entregar el servicio ofertado
Presupuesto	10
Tiempo	5 años
Responsable	Administrador de la residencia

#### **Autoría propia**

Tomando como referencia la media aritmética del precio referencial en relación a los oferentes de este servicio en se encuentran posicionados en el mercado (Ing. Iván Coral, Sra. Rosa Tonato, Sr. Ramiro Pullopaxi, Ing. Sofía Campaña, Sra. Blanca Chicaiza), por lo que en base a estos resultados se establece que el precio que los residentes pagarán mensualmente será de 120 dólares por una habitación individual, con baño completo privado, cocina privada y con gas, que además tenga internet y garaje, en una residencia segura, moderna y cerca de la universidad, en este ya se incluye los costos por servicios básicos como luz, agua e internet, gas y garaje para los residentes que poseen vehículo propio, sin agregar ningún otro valor adicional por este servicio.

Se toma en cuenta también el total del costo de la infraestructura física y el valor del terreno, lo que nos da 46.625,00 entre las 10 habitaciones y esto entre los 60 meses del período proyectado que equivale al período de recuperación de la inversión de aproximadamente 4 años.

El precio de los servicios complementarios con costo que ofrece la residencia es de 3.44 dólares americanos el kilogramo de ropa, este valor se obtiene después de cotizar en varias lavadoras de ropa del centro de la ciudad de Latacunga.

El precio de arreglo de la habitación se toma de tres cotizaciones realizadas a personas encargadas de limpieza de habitaciones en el centro de la ciudad de Latacunga estableciendo un precio 9,56 dólares americanos por habitación.

### **2.11. Canales / Distribución**

Para llegar a los clientes será preciso tener claro que los usuarios son jóvenes y ellos crecieron con la tecnología, es por tal razón que cuando necesitan algo siempre acuden a las redes sociales para cualquier tipo de información.

Es por esta razón que se optó por hacer publicidad por las redes sociales como: Facebook, OLX, WhatsApp, entre varias personas e incluso varios grupos de personas, así compartir la información y multiplicar con menos costos y menos tiempo.

Luego que la información es recibida por la parte interesada se pondrán en contacto vía teléfono, online, videollamadas, correo electrónico y se programará una cita entre el futuro residente, el padre y la administradora, para dar a conocer el servicio y todo lo que “La Quinta” residencia estudiantil ofrece, se socializará el Reglamento Interno donde se verá el grado de aprobación por parte del futuro residente y su padre.

Después de cerrar el trato se procederá a llenar una ficha con el historial del joven y a firmar el contrato de arrendamiento entre las dos partes.

Es decir, se aplicará un canal de distribución directo del proveedor del servicio al residente y el padre de familia.



**Figura 18. Canal de Distribución de “La Quinta” residencia estudiantil**  
*Autoría propia*

## 2.12. Inversión

Para poder poner en marcha este proyecto es necesario contar con un capital de 50.745,00 dólares americanos, con este monto se realizará la compra del terreno, la construcción de la infraestructura física y acondicionamiento de la residencia, se comprará el mobiliario y todo lo necesario para la correcta ambientación y puesta en marcha de esta.

Se detalla a continuación los elementos que forman parte de la inversión, sus cantidades y sus correspondientes montos para el desarrollo.

Se edificará una construcción en un área de terreno de 700 metros cuadrados valor 14.000,00 Dolarea americanos con una construcción de 175 metros cuadrados con un costo de 28.875,00 dólares americanos, dividida en 10 habitaciones, cada una de ellas con baño completo, accesorios de baño en color cromo, espejos en aluminio cromo, cortinas de baño en aluminio con acrílicos transparentes, juego completo de inodoro y lavamanos con grifería y desagües; cocina con un mesón de porcelanato el mismo que cubrirá todo el piso y paredes de esta, cocina de dos quemadores, muebles aéreos y bajos de MDF, fregadero de acero inoxidable, con escurridor y grifería cromada, toma de gas; el piso de la habitación es piso flotante vetado color roble claro, ventanas de aluminio color madera, vidrio claro, puertas de aluminio café con vitral bond en color roble, cerradoras llave-llave, la iluminación de estas tres áreas es independiente para cada una de ellas y posee un sistema eléctrico en todo el circuito de la habitación, esto se evidencia en la estructura de la inversión.

Estas son las especificaciones de la construcción y los materiales a utilizar en esta, para ello se le consultó al Ingeniero Civil Fabián Romero, profesional que estará a cargo de la construcción quién nos manifestó que:

El metro cuadrado de construcción terminada y de acuerdo a los materiales y marcas utilizadas y a la calidad de los terminados va desde 165 dólares por metro cuadrado para la edificación de la residencia y del BBQ y taller desde 50 dólares el metro puesto que se va a dar un estilo rustico y elemental a estas áreas complementarias.

**Tabla 21. Inversión.**

<b>INVERSIÓN</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Gastos de constitución</b>				<b>200,00</b>
Trámites varios	Unidad	1	200,00	200,00
<b>Edificación</b>				<b>32.625,00</b>
Habitaciones y pasillos (construcción terminada)	m2	175	165,00	28.875,00
Área de BBQ (construcción terminada)	m2	45	50,00	2.250,00
Bodega taller (construcción terminada)	m2	30	50,00	1.500,00
<b>Terreno</b>				<b>14.000,00</b>
Terreno	m2	700	20,00	14.000,00
<b>Maquinaria y equipo</b>				<b>350,00</b>
Lavadora-secadora	Unidad	1	300,00	300,00
Plancha semiprofesional	Unidad	1	50,00	50,00
<b>Muebles y Enseres</b>				<b>3.500,00</b>
Cama de 1 1/2 plazas	Unidad	10	65,00	650,00
Colchón de 1 1/2 plazas	Unidad	10	40,00	400,00
Edredón de 1 1/2 plazas	Unidad	10	20,00	200,00
Juego de sábanas de 1 1/2 plazas	Unidad	10	15,00	150,00
Almohada de plumón	Unidad	10	5,00	50,00
Cortina para la ventana	Unidad	10	15,00	150,00
Mesa pequeña de mdf	Unidad	10	40,00	400,00
Silla tapizada	Unidad	10	15,00	150,00
Cocina de 2 quemadores	Unidad	10	25,00	250,00
Juego de accesorios de baño	Unidad	10	30,00	300,00
Espejos	Unidad	10	15,00	150,00
Sistema de conducción gas	Unidad	1	50,00	50,00
Calefón (1 unidad para 5 habitaciones)	Unidad	2	300,00	600,00
<b>Efectivo-Caja</b>				<b>70,00</b>
<b>TOTAL, INVERSIÓN</b>				<b>50.745,00</b>

*Autoría propia*

La Inversión es de 50.745,00 dólares americanos para poner en marcha el presente proyecto se lo realizará de la siguiente manera: el 80% (40.596,00 dólares americanos) será capital propio y el restante 20% (10.149,00 dólares americanos) será con un crédito bancario realizado a la cooperativa 29 de octubre Cía. Ltda. de la ciudad de Latacunga.

### 2.12.1. Modelo de ingresos

A continuación, se detalla el modelo de ingresos por ventas de servicio de arrendamiento de una habitación en “La Quinta” con todos los servicios básicos, incluye (wi-fi, gas, garaje), a 500 metros de distancia aproximadamente de la universidad por un valor constante de 120,00 dólares americanos mensuales por cada unidad habitacional, también los servicios complementarios el servicio de lavado y planchado de ropa que tiene un precio de 3.44 dólares americanos cada kilogramo y el arreglo y limpieza de la habitación con un precio de 9.56 dólares americanos estos datos son relevantes del cálculo de los costos de producción proyectados para la consecución del proyecto en los próximos 5 años, dicha proyección se lo realizo por medio de una regresión lineal simple con un grado de confianza del 95%.

El cálculo se detalla a continuación en la tabla y estos se los darán cuantas veces el residente lo requiera.

**Tabla 22. Proyección de ventas en dólares**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Renta Residencia Estudiantil	14.400,56	15.552,61	16.796,81	18.140,56	19.591,80
Servicio de lavado y planchado de ropa	3.968,53	4.500,31	5.103,35	5.787,20	6.562,68
Servicio de limpieza por habitación	2.754,43	3.123,52	3.542,07	4.016,71	4.554,95
<b>TOTALES</b>	<b>21.123,51</b>	<b>23.176,43</b>	<b>25.442,24</b>	<b>27.944,47</b>	<b>30.709,44</b>

*Autoría propia*

La proyección de los ingresos de "La Quinta" residencia estudiantil está compuesta por 3 líneas de negocio, la principal y más representativa es el servicio de renta de por arrendamiento de 10 unidades habitacionales para los estudiantes esto representa el 68% de los ingresos por servicios de la empresa, seguida de los servicios complementarios de lavado y planchado de ropa sumado el servicio de limpieza por habitación con un valor aproximado del 32% de los ingresos brutos, ingresos son proporcionales al crecimiento en las ventas proyectadas de los servicios complementarios manteniendo un valor constante el valor del arrendamiento del hospedaje.

### 2.12.2. Modelo de gastos

Los gastos que a continuación se detallan son los que incurrirá la empresa para poder brindar los servicios, en la oferta de residencia sus costos fijos, en lavado y planchado de ropa, la variación será creciente según la proyección elaborada, en el servicio de limpieza de la habitación lo que variará son los precios de los desinfectantes y ceras de piso, que estas subirán sus precios por la inflación del mercado, son factores que inciden directamente en el costo de producción y se los toma en cuenta.

**Tabla 23. Proyección de costos de producción en dólares**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Renta Residencia Estudiantil	5.848,33	5.965,29	5.965,29	5.965,29	5.965,29
Servicio de lavado y planchado de ropa	1.854,45	1.947,17	2.044,53	2.146,76	2.254,10
Servicio de limpieza por habitación	1.252,01	1.314,61	1.380,34	1.449,36	1.521,83
<b>TOTALES</b>	<b>8.954,79</b>	<b>9.227,08</b>	<b>9.390,17</b>	<b>9.561,41</b>	<b>9.741,22</b>

*Autoría propia*

Los valores proyectados de los costos son una relación directamente proporcionada al crecimiento en las ventas proyectadas de los servicios complementarios manteniendo un valor constante el valor del arrendamiento del hospedaje.

### 2.12.3. Sueldos y salarios

La empresa cancelará los sueldos y las remuneraciones a los colaboradores de la siguiente manera:

**Tabla 24. Forma de pago al personal contratado.**

RUBROS	PAGO MENSUAL	MESES	Pagos Contrataciones				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal de limpieza de habitaciones (Facturación)	80	12	960,00	969,60	998,69	1.028,65	1.059,51
Personal de lavado y planchado (Facturación)	80	12	960,00	969,60	998,69	1.028,65	1.059,51
Albañil (Facturación)	20	12	240,00	242,40	249,67	257,16	264,88
Jardinero (Facturación)	20	12	240,00	242,40	249,67	257,16	264,88
<b>Total</b>			<b>2.400,00</b>	<b>2.424,00</b>	<b>2.496,72</b>	<b>2.571,62</b>	<b>2.648,77</b>

*Autoría propia*

Al personal de limpieza, albañilería y jardinería se le cancelará por el día de trabajo a 20 dólares el día, se le contratará de acuerdo a la necesidad, el albañil trabajaría en el cambio de semestre o en caso de ser necesario, el jardinero trabaja 1 veces por mes o se le llamará en caso de ser necesario, la señora de la limpieza trabajará 2 o 1 día a la semana de igual manera se cancelará de la lavada y planchada 1 día por semana o dependiendo de la necesidad, para el cálculo se le tomó a todos como si trabajaran un día por semana y se les cancelará a través de facturas.

**Tabla 25. Provisiones y obligaciones patronales MID**

RUBROS	Provisiones y obligaciones patronales MID				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Provisiones MID (Administrativos)	700,00	715,00	730,45	746,36	1.525,51
Obligaciones Patronales IESS MID (Administrativos)	291,60	300,35	309,36	318,64	656,40
<b>Provisiones y obligaciones patronales MID</b>	<b>991,60</b>	<b>1.015,35</b>	<b>1.039,81</b>	<b>1.065,00</b>	<b>2.181,91</b>

*Autoría propia*

A la administradora que laborará a medio tiempo, en horario a convenir por las partes de acuerdo a la necesidad se le cancelará el proporcional a tiempo con todas las obligaciones de Ley.

#### 2.12.4. Criterios de Decisión

El flujo de efectivo permite realizar previsiones, posibilita una buena gestión en las finanzas, en la toma de decisiones y en el control de los ingresos, con la finalidad de tener una buena rentabilidad.

A continuación, se muestra el flujo de efectivo con proyección a 5 años de ejecución:

*Tabla 26. Flujo de efectivo proyectado*

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>		5.396,09	12.577,56	21.890,95	33.559,42
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>					
Caja – Bancos	21.193,51	23.176,43	25.442,24	27.944,47	30.709,44
(-) Dep. acumulada activos fijos		2.016,25	2.016,25	2.016,25	2.016,25
<b>TOTAL, INGRESOS DE EFECTIVO</b>	<b>21.193,51</b>	<b>28.572,53</b>	<b>38.019,80</b>	<b>49.835,41</b>	<b>64.268,86</b>
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>					
Costos de Producción	8.954,79	9.227,08	9.390,17	9.561,41	9.741,22
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>8.954,79</b>	<b>9.227,08</b>	<b>9.390,17</b>	<b>9.561,41</b>	<b>9.741,22</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>12.238,72</b>	<b>19.345,45</b>	<b>28.629,63</b>	<b>40.274,00</b>	<b>54.527,64</b>
<b>GASTOS</b>					
Mano de Obra Directa (Honorarios contrataciones)	2.400,00	2.424,00	2.496,72	2.571,62	2.648,77
Mano de Obra indirecta (Administrativos)	2.175,60	2.240,87	2.308,09	2.377,34	4.897,31
Provisiones y obligaciones patronales MID	991,60	1.015,35	1.039,81	1.065,00	2.181,91
Suministros y materiales	50,00	51,50	53,05	54,64	56,28
Intereses bancarios	903,43	704,51	505,59	306,67	107,75
Impuestos, contribución y otros	200,00	206,00	206,00	206,00	206,00
Pago servicios públicos	102,00	105,06	108,21	111,46	114,80
Pago por otros servicios	20,00	20,60	21,22	21,85	22,51
<b>TOTAL, GASTOS</b>	<b>6.842,63</b>	<b>6.767,89</b>	<b>6.738,69</b>	<b>6.714,58</b>	<b>10.235,33</b>
<b>TOTAL, COSTOS Y GASTOS</b>	<b>15.797,42</b>	<b>15.994,96</b>	<b>16.128,85</b>	<b>16.275,99</b>	<b>19.976,54</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>5.396,09</b>	<b>12.577,56</b>	<b>21.890,95</b>	<b>33.559,42</b>	<b>44.292,32</b>

*Autoría propia*

Teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutarla en lugar de otras inversiones.

Antes de invertir siempre se debe tener en cuenta que en todo negocio debe haber una (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) TMAR que para este caso es del 18%, es el porcentaje que como inversionista se desea ganar por lo menos.

Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no. Así pues, si el proyecto no tiene una tasa de rendimiento superior a la TMAR, no será aprobado por el inversor.

Esta tasa se escogió en base al interés máximo que una institución bancaria paga de interés por poner ahorros a plazo fijo, que es el máximo del 12% anual y teniendo en cuenta que el margen de utilidad en varios negocios es del 25% como ventas de productos por catálogo, margen de ganancia en productos de ferretería al por menor, etc. Se sacó un promedio y nos dio el 18%, que se asume. Por tal razón se considera que el proyecto es Factible.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto. El VAN se evaluó considerando la tasa del 18% que representa la tasa de oportunidad o rendimiento mínimo que se espera ganar.

Al analizar el Valor Actual Neto vemos que es positivo y es de 10.893,76 dólares americanos esto indica que el proyecto es Factible, quiere decir que después de recuperar la inversión tendré una ganancia de 10.893,76 dólares americanos.

La Tasa Interna de Retorno TIR es la tasa de descuento, que en este proyecto de inversión fue del 26% y es la ganancia de todo el proyecto, esta tasa es mayor que la TMAR que es del 18% y por lo tanto a menor tasa, el proyecto sería cada vez más rentable. Por lo que se comprueba que la TIR es mayor que la TMAR el proyecto se acepta y es Viable.

El periodo de recuperación para el presente proyecto es de 3.5 años de acuerdo al análisis financiero desarrollado, el cálculo de la probabilidad de éxito está desarrollada a través del Modelo de Montecarlo, con la probabilidad valor menor a

10.893,76 dólares americanos del 12.28% y la probabilidad valor mayor del 87.72%, modelo generado con proyecciones del VAN.

**Tabla 27. Indicadores Financieros.**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>ACUMULADOS SIN TASA DE DESCUENTO PAYBACK (PB)</b>	<b>FLUJOS NETOS A VALOR PRESENTE (VP)</b>	<b>ACUMULADOS CON TASA DE DESCUENTO - PAYBACK DESCONTADO (DPB)</b>
0	(50.745,00)	(50.745,00)	(50.745,00)	(50.745,00)
1	5.396,09	(45.348,91)	4.692,26	(46.052,74)
2	12.577,56	(32.771,34)	9.510,45	(36.542,30)
3	21.890,95	(10.880,39)	14.393,65	(22.148,65)
4	33.559,42	22.679,03	19.187,71	(2.960,94)
5	44.292,32			(2.960,94)
	<b>TMAR</b>	18%		
	<b>VAN</b>	\$ 10.893,76		
	<b>TIR</b>	26%		
	<b>TASA DE DESCUENTO</b>	15%		
	<b>PB</b>	3,50		
	<b>DPB</b>	4,54		

*Autoría propia*

## 2.13. Cronograma

Tabla 28. Cronograma capítulo II

CRONOGRAMA DE TRABAJO DE "LA QUINTA" RESIDENCIA ESTUDIANTIL				
ACTIVIDAD	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4
Establecer los aspectos legales, estructura administrativa y la elaboración de un reglamento interno para la correcta implementación a través de un estudio administrativo y organizacional.				
Propuesta				
2.1 Resumen ejecutivo.	■			
2.2 Título del Proyecto		■		
2.3 Estratégica			■	
Definir los requisitos técnicos para la ejecución del Diseño del Plan de Negocios para la creación de "La Quinta" residencia estudiantil				
2.4 Modelo de Negocios				
Descripción de Clientes				
Análisis de la demanda				
Modelo de ingresos				
Modelo de gasto				
Recursos claves				
Gestión de Talento Humano				
Función y competencias de empleados				
Disponibilidad de materiales e insumos requeridos				
Análisis de la competencia				
Canales / Distribución				
2.5 Inversión				
2.6 Ventajas competitivas.				
2.7 Posición competitiva				
2.7 Pricing				
2.9 Estrategias de Ingreso				
2.10 Mercado				
Macro variables económicas				
Micro variables económicas				
2.11 Management y operaciones				
Socios clave				
Actividades clave				
Propuesta de valor				
Tipo de relación con el cliente				
2.12 Gestión de Marketing				
2.13 Cronograma				
2.14 Conclusiones Capítulo II				

Autoría propia

## 2.14. Conclusiones Capítulo II

- Con la elaboración del proceso administrativo del Plan de Negocios se logró establecer la filosofía empresarial de la empresa para poder definir su identidad, de su personalidad y de sus límites conjugada con los valores, sólida en lo que concierne al sistema legal y administrativo, ajustada a su estructura organizacional.
- Con la aplicación de un instrumento de investigación de mercado, se determinó que “La Quinta” residencia estudiantil va dirigido al segmento de mercado que conformarán los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara, que vienen de otras provincias del Ecuador o de los cantones más alejados de Cotopaxi y que por diferentes razones no pueden viajar a diario de retorno a sus hogares, ellos tienen la necesidad de arrendar una vivienda durante el transcurso de sus estudios en esta Universidad.
- En el sector poco a poco se van incrementando casas de alquiler con cuartos para estudiantes o departamentos completos para compartir entre varios estudiantes, en los sectores más cercanos al campus General Guillermo Rodríguez Lara y dentro del barrio Forastero son 20 viviendas, en muchas ocasiones improvisadas para hospedaje temporal, pero cada vez son más reducidas en espacio físico y no poseen áreas comunes y complementarias para la comodidad y relajamiento de los residentes.
- La Elaboración del estudio económico, para la implementación del Plan de Negocios permitió identificar los montos proyectados que generara el giro del negocio, presentando en el mercado local tres servicios uno de hospedajes y dos complementarios de limpieza y de lavado de ropa.

## **CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

### **3.1. Evaluación de expertos**

Para la evaluación de expertos se tomó en cuenta a 3 profesionales con la experiencia pertinente para obtener el aval del tema planteado como Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil. Para realizar la evaluación de expertos se realizó el siguiente procedimiento:

1. Se investigó a dos profesionales que están ligadas a la actividad docente:
  - La primera profesional es docente universitaria, labora en la Universidad de las Fuerzas Armadas en la carrera de Contabilidad y Auditoría, desde el año 2007 hasta la actualidad, domina el tema tratado en esta tesis.
  - La segunda profesional es docente universitaria, labora en la Universidad de las Fuerzas Armadas en la carrera de Contabilidad y Auditoría, desde el año 2006 hasta la actualidad, domina el tema tratado en esta tesis.
2. Se buscó a profesionales que tengan los conocimientos y experticia en la administración de proyectos de factibilidad y en Planes de Negocios, de acuerdo a los perfiles profesionales brindados por las instituciones de educación superior de la localidad, con amplia trayectoria y pertinencia en el campo señalado. Por estas razones se tomó en cuenta el criterio de docentes universitarias probas en el tema que impartan su cátedra sobre este.

3. Se elaboró una matriz con elementos que especifican los componentes a evaluar por el experto conjuntamente con el puntaje y porcentaje.

### **3.1.1. Variable Plan de Negocios**

La variable Plan de Negocios, abarca un documento completo para la creación de una empresa, que va desde la parte técnica hasta la económica, por tal razón, se escogió a profesionales expertos las áreas de Proyectos, administración, finanzas y contabilidad que se encuentre en capacidad de emitir un juicio pertinente en el tema tratado.

Los determinantes de la propuesta, generan la intervención y el análisis de un experto en PYMES, Proyectos, finanzas, contabilidad y carreras afines para dar su criterio profesional en relación a todos los temas propuestos en este trabajo.

En este sentido, el acompañamiento del entendido en la materia hace que se fortalezca el estudio y eleve su impacto.

El aval del experto, emitirá un valor pertinente, respetando su experiencia, técnicas, conocimientos y destrezas, en las diferentes áreas de estudio correspondiente al presente Plan de Negocios.

Para lo cual, el instrumento de validación de expertos contiene los siguientes componentes, que se detallan a continuación:

- Componente 1.- Potencial Económico y Factibilidad.
- Componente 2.- Potencial de Impacto Económico – Social.
- Componente 3.-Evaluación de los Aspectos Legales y Administrativos.

El juicio de los expertos no generó recomendaciones que den criterios focalizados a la propuesta y validez de este Plan de Negocios.

### 3.1.2. Matriz de consolidación de expertos

A continuación, se detalla los puntajes emitidos por la experta en función de los componentes antes mencionados, y sus promedios correspondientes.

Una vez culminada la respuesta individual de los expertos, se diseñó una matriz consolidando todas las respuestas de estos, en la que se establece los puntajes por componente y porcentajes por componente de cada experto para luego obtener el promedio general de puntaje por componente y el porcentaje general por componente, si el puntaje promedio obtenido es mínimo de 15 y el porcentaje promedio es mínimo 50%, la propuesta sería considerada como “Válida.”

**Tabla 29. Matriz de Consolidación de Expertos**

EXPERTO	EXPEFRTO 1		EXPEFRTO 2	
	PUNTAJE X COMP	% X COMP	PUNTAJE X COMP	% X COMP
COMPONENTES A EVALUAR				
COMPONENTE 1: POTENCIAL ECONÓMICO Y FACTIBILIDAD	12	30%	12	30%
COMPONENTE 2: POTENCIAL DE IMPACTO ECONÓMICO -SOCIAL	9	40%	9	40%
COMPONENTE 3. EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	9	30%	8	27%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>97%</b>
<b>PROMEDIO GENERAL</b>	<b>PROMEDIO PUNTAJE X COMPONENTE</b>	<b>PROMEDIO % X COMPONENTE</b>		
	30	99%		

*Autoría propia*

Los dos expertos señalan una aprobación con un puntaje de 29.5 al que se le aproxima y nos da 30 puntos promedio y un porcentaje de 99% en los componentes analizados, por lo tanto, se consideró como validada la propuesta.

### 3.1.3. Información sobre los Expertos

**Tabla 30. Información Experta 1**

<b>Información sobre el Experto 1</b>	
Sexo	Femenino
Nombres	Moreno Mora María Verónica
Cargo	Docente universitaria
Años de experiencia laboral	13 años en la docencia
Institución a la que representa	Universidad de las Fuerzas Armadas

*Autoría propia*

**Tabla 31. Información Experta 2**

<b>Información sobre el Experto 2</b>	
Sexo	Femenino
Nombres	Cevallos Recalde Carla Paulina
Cargo	Docente universitaria
Años de experiencia laboral	14 años en la docencia
Institución a la que representa	Universidad de las Fuerzas Armadas

*Autoría propia*

### 3.2. Evaluación de usuarios

Para la evaluación de usuarios se tomó en cuenta a la Administradora de residencia estudiantil “Chez Amelie”, quién en base a su experiencia evaluara la aplicabilidad del tema planteado como Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil. Para realizar la evaluación de usuarios se realizó el siguiente procedimiento:

1. Se investigó a un administrador de una residencia estudiantil, que se encuentre laborando en el mercado, aplicara su experiencia y que pueda dar su criterio con relación a la aplicación de Plan de Negocios en su actividad laboral, ya que se encuentra trabajando en esta área permanentemente, la Sra. Administradora, labora desde el año 2017 hasta la actualidad en forma ininterrumpida en servicio de alojamiento para estudiantes universitario.

2. Se buscó a las personas que tengan la misma actividad a este Plan de Negocios por que se considera que en base a su experiencia evaluaran la aplicabilidad de este trabajo.
3. Se elaboró una matriz con elementos que especifican los componentes a evaluar por el usuario conjuntamente con el puntaje y porcentaje.

### **3.2.1. Variable Plan de Negocios**

La variable Plan de Negocios, abarca un documento completo para la creación de una empresa, que va desde la parte técnica hasta la económica, por tal razón, se escogió a expertos usuarios del Plan de Negocios en su actividad diaria aplique estos procesos y que se encuentre en capacidad de emitir un juicio pertinente en el tema tratado en base a su experiencia.

El aval del experto, emitirá un valor pertinente, respetando su experiencia, técnicas, conocimientos y destrezas en su actividad diaria.

Para lo cual, el instrumento de validación de usuarios contiene los siguientes componentes, que se detallan a continuación:

- Componente 1.- Potencial Económico y Factibilidad.
- Componente 2.- Potencial de Impacto Económico – Social.
- Componente 3.-Evaluación de los Aspectos Legales y Administrativos.

El juicio de la usuaria no generó recomendaciones que den criterios focalizados a la propuesta y validez de este Plan de Negocios.

### **3.2.2. Matriz de consolidación de usuario**

A continuación, se detalla los puntajes y porcentajes, emitidos por la usuaria en función de los componentes antes mencionados, para ello se detalla una matriz en

la que, si el puntaje promedio obtenido es mínimo de 15 y el porcentaje promedio es mínimo 50%, la propuesta sería considerada como “Válida.”

**Tabla 32. Matriz de Consolidación Usuarios**

USUARIA	EXPEFRTO 1	
	PUNTAJE X COMP	% X COMP
<b>COMPONENTES A EVALUAR</b>		
COMPONENTE 1: POTENCIAL ECONÓMICO Y FACTIBILIDAD	12	30%
COMPONENTE 2: POTENCIAL DE IMPACTO ECONÓMICO -SOCIAL	9	40%
COMPONENTE 3. EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	9	30%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Autoría propia*

La usuaria señala una aprobación con un puntaje de 30 puntos y un porcentaje de 100% en los componentes analizados, por lo tanto, se consideró como validada la propuesta.

### 3.2.3. Información sobre la Usuaria

**Tabla 33. Información sobre Usuaria**

Información sobre el Usuario	
Sexo	Femenino
Nombres	Amores Jimena
Cargo	Administradora de residencia estudiantil
Años de experiencia laboral	3 años
Institución a la que representa	Chez Amelie

*Autoría propia*

### 3.3. Conclusiones del capítulo III

- Con el aporte brindado por tres profesionales con la experiencia pertinente para poder valorar el presente proyecto denominado Diseño del Plan de Negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil, se logró obtener la valía necesaria para establecer el proyecto como procedente, de acuerdo a su experticia y experiencia gerencial en proyectos de factibilidad.

- Para la evaluación de usuarios se tomó en cuenta a la Administradora de residencia estudiantil “Chez Amelie”, quién en base a su experiencia, indica que el Presente Diseño de Plan de Negocios para la creación de “La Quinta”, es factible.

## CONCLUSIONES GENERALES

- El diseño del plan de negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil requiere de un desarrollo teórico y práctico, el primero con el manejo de conceptos y términos científicos, ya que; la idea de negocio es interesante, en monto de la inversión es relativamente asequible, la estructura del plan debe ser de forma ordenada y sistemática y el segundo con el manejo de instrumentos y herramientas de análisis administrativo, financiero, estadístico.
- La aplicación de una metodológico que se ajuste a las necesidades del proyecto cubre el desarrollo del presente trabajo investigativo y sobre todo de la propuesta que es el Plan de negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil.
- Para la implementación del plan de negocios de la residencia estudiantil se deben cumplir con varios aspectos legales y trámites en las instituciones reguladoras de la ciudad y del país, para cumplir con todo lo requerido y ser un ente de referencia para futuros emprendimientos en el sector.
- El estudio de mercado es clave para toda empresa ya que lleva a cabo una investigación real, para entender las necesidades, tendencias, y preferencias de los residentes y detectar la verdadera oportunidad de negocio.
- El Diseño del Plan de negocios para la creación de “La Quinta” residencia estudiantil se basa en su direccionamiento estratégico que orientará a la empresa a su desarrollo, con buenas expectativas de crecimiento económico, así como determinó el análisis económico y financiero que la inversión para esta empresa es adecuada, ya que el Valor Actual Neto (VAN) es de 10.893,76 dólares americanos siendo positivo para la inversión; la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) es del 18% y; la Tasa Interna de

Retorno (TIR) es del 26% reflejando un importante rendimiento que tiene la empresa, con un periodo de recuperación de 3.5 años.

- La validación del presente proyecto se la realizó con la participación de tres profesionales con la experiencia pertinente y un usuario de estos servicios, se logró obtener la valía necesaria para establecer el proyecto como precedente.

## REFERENCIAS

- Andía, W., & Paucara, E. (2013). Los planes de negocio y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84. Recuperado el 3 de junio de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3a ed.). Bogotá, Colombia: Pearson.
- Burbano, M. (2007). *Residencia para estudiantes universitarios: Cohesión entre lo Público y lo Privado*. Quito: Universidad San Francisco de Quito. Recuperado el 7 de junio de 2020, de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/436/1/88031.pdf>
- Calderón, J. (30 de diciembre de 2018). Cinco "miradas" de académicos al futuro de la economía del Ecuador en 2019. *El Universo*, págs. 1-1. Recuperado el 6 de enero de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/30/nota/7116816/cinco-miradas-futuro-economia-ecuador-2019>
- Castro, D. (2019). *Plan de negocio para la creación de una residencia universitaria para alumnos de Universidad Nacional de Piura*. Piura: Universidad Nacional de Piura. Recuperado el 6 de enero de 2020, de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1818/ADM-CAS-PAC-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Centy, D. (2006). *Manual metodológico para el Investigador Científico* (1a ed.). Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Chávez, K., Traverso, P., Merizalde, D., Espinoza, D., Solis, J., Reyes, N., & Giler, L. (2017). *El Emprendimiento en Ecuador. Visión y Perspectivas* (1a ed.). Samborondón, Ecuador: Universidad ECOTEC.
- Chiguano, N. (2018). *Instructivo de trabajo de titulación. Maestría: Administración de Empresas*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- El Universo. (12 de diciembre de 2019). Riesgo país va en descenso, pero aún se mantiene sobre la barrera de los 1000 puntos. *El Universo*, págs. 1-1. Recuperado el 5 de junio de 2020, de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/12/nota/7643327/riesgo-pais-descenso-ecuador-ley-simplificacion-tributaria>

- Eraso, S., Mollá, J., & Valverde, S. (2019). *Estudio de viabilidad para la creación de una residencia estudiantil EAE Business School sede Madrid*. Madrid-España: EAE Business School. Recuperado el 8 de enero de 2020, de <https://eae.xebook.es/xmlui/bitstream/handle/123456789/1759/181025710%20-%20Grupo%204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Freire, A. (6 de agosto de 2012). *El emprendedor debe dejar de esperar la gran iluminación y pasar rápido a la acción*. Recuperado el 30 de marzo de 2020, de <https://pulsosocial.com>: <https://pulsosocial.com/2012/08/16/andy-freire-el-emprendedor-debe-dejar-de-esperar-la-gran-iluminacion-y-pasar-rapido-a-la-accion/#:~:text=Andy%20Freire%3A%20%20C2%ABE1%20emprendedor%20debe.pasar%20r%C3%A1pido%20a%20la%20acci%C3%B3n%20B&text=En%20la%20vi>
- GAD Parroquial Belisario Quevedo. (6 de marzo de 2019). *Datos generales de la parroquia "Belisario Quevedo"*. Recuperado el 6 de enero de 2020, de <https://belisarioquevedo.gob.ec>: <https://belisarioquevedo.gob.ec/cotopaxi/datos-generales/>
- Gil, M. (2015). *Residencias Universitarias: Historia, arquitectura y ciudad. Tesis Doctoral*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado el 6 de enero de 2020, de <https://riunet.upv.es/handle/10251/54132>
- Halloran, J. (1992). *The Entrepreneur's Guide to Starting a Successful Business* (2a ed.). Nueva York, Estados Unidos de América: McGraw-Hil.
- Hebert, R., & Link, A. (1989). In Search of the Meaning of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1(1), 39-49. Recuperado el 6 de enero de 2020, de [https://www.researchgate.net/publication/226596509\\_In\\_Search\\_of\\_the\\_Meaning\\_of\\_Entrepreneurship/link/54f492690cf2ba61506365e6/download](https://www.researchgate.net/publication/226596509_In_Search_of_the_Meaning_of_Entrepreneurship/link/54f492690cf2ba61506365e6/download)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). México, México: McGRAW-HILL.

- Ibarra, A., & Castrillo, A. (2011). *Emprendimiento para creación de empresas con Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Metodología y aplicación del Modelo GEM* (1a ed.). Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Institucional, B. d. (2019). *Base de datos Institucional*. Latacunga.
- Prevencionar. (23 de mayo de 2016). *Reglamento interno del trabajo: Obligación para las empresas*. Recuperado el 6 de enero de 2020, de <https://prevencionar.com.co>:  
<https://prevencionar.com.co/2016/05/23/empleadores-obligados-reglamento-interno-del-trabajo/>
- Raffino, M. (4 de agosto de 2020). *Técnicas de Investigación*. Recuperado el 1 de septiembre de 2020, de <https://concepto.de>: <https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/>
- Reinoso, E., & Zambrano, N. (2012). *Creación de una Residencia Universitaria en la Universidad Estatal de Milagro para contribuir a la excelencia académica y el desarrollo socio-económico de la colectividad y la región*. Milagro: Tesis Universidad Estatal de Milagro. Recuperado el 1 de agosto de 2020, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/239/Creaci%20de%20una%20residencia%20universitaria%20en%20la%20Universidad%20Estatal%20de%20Milagro%20para%20contribuir%20a%20la%20excelencia%20acad%20mica%20y%20el%20desarrollo%20>
- Servicio de Rentas Internas. (16 de junio de 2020). *Requisitos de Sociedades*. Recuperado el 1 de agosto de 2020, de <https://www.sri.gob.ec>:  
<https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (28 de febrero de 2020). *Crear compañías S.A.S (Sociedades por Acciones Simplificadas) es una realidad en el Ecuador*. Recuperado el 20 de mayo de 2020, de <https://portal.supercias.gob.ec>:  
<https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/NoticiasSCVS/Noticias!/ut/p/a1/pVTbcqJAEP0aHnGaGa77hop4J-pqAi9bAwxISgYcQnN9->

h2pra2VbExSzlt3ndOXc7oGBegJBZyespQ2WcHp4RIH-  
g\_VnYGrujD1FroJtrnUJmv8QMDTBMAXAHjn2XDND0fGSCSXWHE  
Uh6iY\_OG\_A\_CwcpOvK7f5lwZ38fV

- Ulloa, D. (2016). El Reglamento Interno de Trabajo como fuente de Derecho: importancia y visión jurisprudencial. *IUS ET VERITAS*, 1(53), 90-100. Recuperado el 20 de enero de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6083510>
- Vallejos, J. (2016). *Plan de negocios para la creación de una residencia universitaria en las carcanías de la Universidad "Yachay"*. Quito: Universidad de las Américas. Recuperado el 6 de enero de 2020, de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5002/1/UDLA-EC-TIC-2016-28.pdf>
- Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de Negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio* (1a ed.). Lima, Perú: USAID.
- Zambano, M. (2014). *Reglamento interno para el personal propio y subcontratado de la empresa SEMAICA C.A.* Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial. Recuperado el 5 de junio de 2020, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1204/1/58859\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1204/1/58859_1.pdf)

## **ANEXOS**

## **Anexo 1. Reglamento interno de “La Quinta” residencia estudiantil**

Está dirigida a estudiantes universitarios de la universidad de las Fuerzas Armadas, campus General Guillermo Rodríguez Lara, “La Quinta” residencia estudiantil, brindará vivienda temporal por semestres, segura, cómoda, en un ambiente armónico con la naturaleza tendrá una estructura física colonial, aquí los residentes aplicarán y compartirán los valores que cada uno trae desde su casa.

Los residentes se comprometerán a acatar y ejecutar lo establecido en este documento.

Todas las personas que estén ligadas a la residencia deben dirigirse a las demás con respeto, educación, tolerancia y cordialidad, en cuanto a las creencias, ideologías, culturas, raza y pensamientos, generando un buen ambiente.

Las actividades a realizar entre residentes serán transparentes, integra y honradas en beneficio de todos.

Al ingreso de los residentes se dará a conocer el reglamento interno, el mismo que se cumplirá y ejecutará, para vivir en armonía y sin afectar a ningún residente, esto definirá la disciplina en la residencia.

Al convivir entre varios residentes mejorará sus relaciones humanas, lo que será un factor determinante de éxito en la vida social, esta convivencia requiere la aceptación y conocimiento de determinado número de reglas mínimas, indispensables para ofrecer un ambiente acogedor y placentero. Se establece normas que sirvan de referencia al residente para que conozca cuáles son sus derechos y deberes dentro en “La Quinta” residencia estudiantil.

## **Disposiciones generales**

### **Artículo 1.- Base Legal**

Este Reglamento Interno de “la Quinta” residencia Estudiantil tiene como base legal las disposiciones contenidas en la Ley de Inquilinato de la República del Ecuador. El incumplimiento de este Reglamento Interno por parte de cualquier residente tiene consecuencias como: el término del contrato de arrendamiento, la pérdida de la garantía y cancelación económica si el daño es mayor a la garantía.

### **Artículo 2. – Criterios de Selección**

**Sección 2.1. Admisión:** Debe ser estudiante permanente de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Guillermo Rodríguez Lara.

**Sección 2.2. Requisitos:** Copia a color de la cédula de ciudadanía del futuro residente, Copia a color de la cédula de ciudadanía de la persona encargada en realizar el pago de la mensualidad, Llenar la ficha de ingreso.

Firma del Contrato de Arrendamiento por parte del residente, persona que realizará los pagos y administrador de la residencia. Dicho contrato estipulará el costo por el semestre y las mensualidades que pagará. A la terminación del período de vigencia del contrato de residencia, el residente entregará al administrador las llaves de la habitación y verificarán las dos partes interesadas el estado de esta.

Cuando se acerque al término del semestre contratado y si desea quedarse o no en la residencia debe comunicar verbalmente para que el administrador sepa con cuantas habitaciones disponibles cuenta para el siguiente período.

Si el residente pierde el llavero que se le entrega al ingreso a la residencia o éstas se han dañado, deberá cancelar el valor del nuevo llavero o el de reemplazar las cerraduras según sea el caso, como penalidad.

**Sección 2.3. Pago:** El pago es de ciento veinte dólares americanos (120 USD), cada mes y se lo cancelará hasta el 4 de cada mes.

La garantía es el equivalente a un mes, es decir de ciento veinte dólares americanos (120 USD), que deberá ser depositado junto a la mensualidad del primer mes en el momento de la firma del contrato de arrendamiento y se lo devolverá al finalizar el contrato, luego de constatar en qué estado queda la habitación, el baño y la cocina, si se encuentran en óptimas condiciones, se procederá a su devolución.

En el caso de que algún residente hubiera causado algún daño premeditado o no en las instalaciones o mobiliario de la residencia se debe realizar el pago o reposición inmediata de este.

En el caso de dar por terminado el contrato antes de terminar el semestre contratado, el residente perderá su garantía.

Después de dar a conocer las reglas y procedimientos verbalmente, solicitar al residente su criterio y calificación sobre 10 a la residencia, en el caso de que diera una calificación de 7 o menor, no se le alquilará porque claramente muestra desconformidad con lo expuesto y a lo posterior será un residente problema.

### **Artículo 3. – Reglas y Procedimientos**

**Sección 3.1. Ambiente:** Dar al residente un ambiente tranquilo que propicie el desempeño óptimo de su estudio.

Participar una vez por mes en el cafecito de integración y festejo de los cumpleaños del mes, para fomentar la práctica de buenas relaciones sociales dentro de la residencia, ofrecido por la administración.

En el caso de sentirse mal o tener algún dolor, haber sufrido algún accidente, se debe comunicar de manera inmediata a la hora que sea, para brindarle la ayuda

médica necesaria o trasladarle al centro médico más cercano, hasta que los familiares puedan llegar.

El residente tendrá libre acceso a la residencia las 24 horas del día, ya que se le entregará un juego de llave de todos los ingresos a excepción del garaje si no tuviera vehículo, si el residente posee vehículo se incluye la llave del garaje; si por alguna razón tuviera visitas y ellos poseen vehículo, lo parquearan en la parte anterior a la residencia de visitas.

**Sección 3.2. Seguridad:** Promover las condiciones de seguridad dentro de la residencia tales como: Crear una conciencia social donde todos cuidamos de todos.

Informar y facilitar el uso de las alarmas y sirenas de la residencia en caso de ser necesario.

**Sección 3.3. Seguridad en caso de siniestros por fenómenos naturales:** En el caso de un temblor o terremoto etc. los residentes del primer piso deben salir con precaución por las ventanas, los residentes del segundo y tercer piso deben bajar con cuidado por las gradas y dirigirse de manera ágil hacia el huerto que se encuentra libre de todo peligro.

**Sección 3.4. Seguridad contra incendios:**

- En el caso de algún siniestro de incendio, se debe romper el vidrio de la puerta del mueble del extintor, para utilizarlo.
- Los números de auxilio se debe usar con responsabilidad.

**Sección 3.5. Bioseguridad por COVID – 19:**

- Uso obligatorio de mascarilla hasta el ingreso a la habitación
- Antes de ingresar a la residencia se debe desinfectar los zapatos en la parte externa de la residencia.

- Al momento de ingresar se debe desinfectar con alcohol, toda la ropa y lavarse las manos.
- Desinfectar permanentemente todas las áreas de la residencia por parte de la administración todo lo externo y por parte de los residentes sus habitaciones y sus utensilios personales.
- Mantener el distanciamiento social reglamentario entre residentes.
- El lavado de la ropa debe ser lo más pronto posible en el área de lavado, donde se dotará de lo necesario por parte de la administración, por emergencia COVID - 19.
- Los guantes y mascarillas se deberán poner en una funda plástica cerrada y en los basureros externos.

**Sección 3.6. Orden Institucional:** Propiciar que los residentes contribuyan con el orden, cuidado el buen funcionamiento de la residencia, mediante los reglamentos y las normas establecidas.

**Sección 3.7. Convivencia:** Propiciar la interacción del grupo para fomentar el respeto a las normas, al orden y a la consideración recíproca entre sus miembros, como:

- Cada uno es responsable. del cuidado, protección y de la seguridad tanto de la propiedad de uso individual de su habitación por lo que cada uno cerrara con llave su habitación, como de la de uso general.
- Solo podrán tener acceso a internet los estudiantes residentes con sus claves personales.
- Escuchar música en volumen moderado para no incomodar a otros residentes y puedan descansar o estudiar sin ninguna molestia.
- Si yo ensucio, yo limpio, para que otro residente también pueda hacer uso.

- Si necesito algo ocupo, pero vuelvo a dejar en el puesto.
- Mantener en perfectas condiciones las instalaciones del edificio con énfasis las áreas comunes, en estas áreas el mobiliario permanecerá en el lugar que ha sido colocado y se usará con la mayor corrección.
- No se admitirán riñas entre los residentes.
- No se permite el ingreso y consumo de bebidas alcohólicas a las instalaciones de la residencia.
- No fumar dentro de la casa, si fuma debe hacerlo en los espacios verdes.
- No se permite bajo ningún motivo el consumo de drogas o sustancias estupefacientes.
- No está autorizado realizar fiestas, pachangas, caídas o agasajos en las instalaciones de la residencia.
- No se permiten mascotas de ningún tipo, raza o especie.
- No se permite el acceso de más de tres personas incluido el residente a las habitaciones a realizar deberes o trabajos de grupo y/o equipo.
- El residente es responsable de la conducta de sus invitados y de los daños que puedan causar durante su visita.
- Cuando la presencia de un residente atente contra la vida o la seguridad personal o de otras personas se notificará inmediatamente a la administración de la residencia, éste decida la acción que se seguirá, según amerite la situación.

#### **Artículo 4. - Inspecciones de rutina o de emergencia**

La administración de la residencia podrá hacer inspecciones en las habitaciones siempre y cuando sea a verificar probables quebrantamientos físicos de los residentes o si se presentase algún daño en las instalaciones, o a petición verbal de un padre de familia de los residentes.

Las inspecciones de las habitaciones tienen como único propósito salvaguardar la salud, la seguridad y la buena convivencia de los residentes, así como la integridad de la propiedad de la residencia estudiantil contribuyendo a un ambiente de estudio óptimo. El residente de la habitación que sea objeto de la inspección rutinaria tendrá derecho a estar presente en la habitación desde el comienzo hasta el final de la inspección.

#### **Artículo 5.- Conducta de los residentes**

En caso de que un residente detecte la presencia de una persona que no es residente en las áreas de uso exclusivo de residentes, lo notificará inmediatamente a la administración para que éste intervenga.

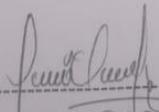
#### **Artículo 6. – Sanciones y vigencia**

**Sección 6.1. Sanciones:** Cualquier violación al Reglamento Interno de “La Quinta” residencia estudiantil podrá conllevar a tomar las siguientes medidas:

- Probatoria por un tiempo definido durante el cual otra violación podrá conllevar la suspensión del servicio por un tiempo definitivo.
- Reparación mediante restitución o reembolso por daños o apropiación indebida de la propiedad.

**Sección 6.2. Vigencia:** Este Reglamento Interno tendrá vigencia a partir de la separación de la habitación y/o firma del contrato.

## Anexo 2. Validación del Instrumento

	Universidad Técnica de Cotopaxi		Posgrado
Solicitud de Validación del Instrumento de Investigación.			
Aplicabilidad.		MB	-----
Confiabilidad		MB	-----
Validez		MB	-----
Utilizando la siguiente escala:			
Excelente	E		-----
Muy bueno	MB	X	-----
Bueno	B		-----
Regular	R		-----
Deficiente	D		-----
Nombre y Apellidos		Ing. Yirma Quintanilla Ruiz	-----
Centro de Trabajo		CCAA	-----
Título de cuarto nivel		Maestría en Gestión de Empresas	-----
Firma			-----
Cédula de ciudadanía		0502969577	-----

**Anexo 3. Encuesta**



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi



Posgrado

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**ENCUESTA**

Encuesta a estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas del campus General Rodríguez Lara que deseen vivir en el sector.

El objetivo de aplicar este instrumento es identificar la demanda insatisfecha, la oferta esperada, el valor promedio a pagar por el servicio

Tema: Diseño del Plan de Negocios para la creación de "La Quinta" residencia estudiantil

Fecha: Belisario Quevedo, a                      de febrero del 2020

Datos del encuestado			
1.-	¿Cuál es su género?		
	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer <input type="checkbox"/>
2.-	¿Cuál es su estado civil?		
	Soltero	<input type="checkbox"/>	Casado <input type="checkbox"/>
3.-	¿Qué edad tiene?		
	entre 16 -18	<input type="checkbox"/>	Entre 26 - 30 años <input type="checkbox"/>
	Entre 18 - 25 años	<input type="checkbox"/>	Otras <input type="checkbox"/>
4.-	¿De qué provincia proviene?		
	Imbabura	<input type="checkbox"/>	Sto. Domingo de los Tsachilas <input type="checkbox"/>
	Pichincha	<input type="checkbox"/>	Otra Especifique <input type="checkbox"/>
5.-	¿Qué carrera está cursando?		
	Tecnología Superior Mecánica Aeronáutica		<input type="checkbox"/>
	Tecnología Superior en Redes y Telecomunicaciones		<input type="checkbox"/>
	Tecnología Superior en Logística y Transporte		<input type="checkbox"/>
	Ing. Electrónica y Automatización		<input type="checkbox"/>
	Ing. Automotriz		<input type="checkbox"/>
	Ing. Electromecánica		<input type="checkbox"/>
	Ing. Software		<input type="checkbox"/>
	Ing. Mecatrónica		<input type="checkbox"/>
	Ing. Petroquímica		<input type="checkbox"/>
6.-	¿Qué nivel está cursando?		
	Tecnología		<input type="checkbox"/>
	Ingeniería		<input type="checkbox"/>

Primer Nivel	<input type="checkbox"/>	Primer Nivel	<input type="checkbox"/>
Segundo Nivel	<input type="checkbox"/>	Segundo Nivel	<input type="checkbox"/>
Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>
Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>
Quinto Nivel	<input type="checkbox"/>	Quinto Nivel	<input type="checkbox"/>
Sexto Semestre	<input type="checkbox"/>	Sexto Nivel	<input type="checkbox"/>
		Séptimo Nivel	<input type="checkbox"/>
		Octavo Nivel	<input type="checkbox"/>
<b>Datos de la vivienda</b>			
7.- ¿Desde hace qué tiempo estudia o reside en Latacunga?			
De 1 a 6 meses	<input type="checkbox"/>	desde 19 en adelante	<input type="checkbox"/>
de 7 A 18 meses	<input type="checkbox"/>		
8.- ¿Desde su llegada a Latacunga/Belisario Quevedo que tipo de alojamiento ha tenido?			
Hotel	<input type="checkbox"/>	Arriendo de cuarto	<input type="checkbox"/>
Casa de Familiares	<input type="checkbox"/>	Arriendo compartido	<input type="checkbox"/>
9.- ¿Le gustaría vivir en?			
Una residencia estudiantil	<input type="checkbox"/>	un departamento compartido	<input type="checkbox"/>
Un cuarto	<input type="checkbox"/>		
10.- ¿Cómo preferiría vivir en una residencia estudiantil?			
Habitación individual	<input type="checkbox"/>	Habitación compartida	<input type="checkbox"/>
11.- ¿Le gustaría vivir en una residencia estudiantil cercana a la universidad (a 500 m.)?			
totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>	Indiferente	<input type="checkbox"/>
de acuerdo	<input type="checkbox"/>	Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
12.- ¿Cuál es el factor más importante para vivir en una residencia estudiantil?			
Comodidad	<input type="checkbox"/>	Precio	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Cercanía a la Universidad	<input type="checkbox"/>
13.- ¿Qué tipo de servicio con costo adicional le gustaría recibir?			
Lavandería	<input type="checkbox"/>	limpieza de la habitación	<input type="checkbox"/>
Restaurante	<input type="checkbox"/>	TV cable	<input type="checkbox"/>
14.- ¿Quién cubre sus gastos?			
Padres	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Usted	<input type="checkbox"/>		
15.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar para vivir en la residencia estudiantil?			
Entre 90 - 130	<input type="checkbox"/>	Entre 140 – 160	<input type="checkbox"/>
16.- ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre este servicio?			
Redes Sociales	<input type="checkbox"/>	Prensa	<input type="checkbox"/>
Correo electrónico	<input type="checkbox"/>	otros, especifique	<input type="checkbox"/>

*Autoría propia*

#### Anexo 4. Ficha de Ingreso

<b>"LA QUINTA" RESIDENCIA ESTUDIANTIL</b>	
<b>FICHA DE INGRESO</b>	
<b>Datos personales del residente</b>	
Nombre del residente:	Nombres _____ Apellidos _____
Cédula de Ciudadanía No	_____
Teléfono Celular No	_____
Tipo de sangre	_____
Alergia a algún medicamento	_____
Ciudad de procedencia	_____
Carrera a seguir	_____
Semestre al que va	_____
<b>Datos personales del padre del residente</b>	
Nombre del Padre	_____
Cédula de Ciudadanía No	_____
Teléfono Celular No	_____
Teléfono convencional de la casa dónde vive	_____
Entidad Bancaria con la que va a trabajar	_____
<b>Datos personales de la madre del residente</b>	
Nombre del Madre	_____
Cédula de Ciudadanía No	_____
Teléfono Celular No	_____
Teléfono convencional de la casa dónde vive	_____
Compromiso: Yo..... estoy dispuesto/a cumplir con las normas, reglas y disposiciones que rigen en el reglamento interno de la "La Quinta" residencia estudiantil, para mantener una cordial y buena convivencia entre todos.	
_____ Firma del residente	_____ Firma del Contrate

*Autoría propia*

*Fuente: Resultados de la Investigación de campo*

## Anexo 5. Económico y Financiero

**Tabla 34. Financiamiento**

FINANCIAMIENTO		
CAPITAL DE LA PROPIETARIA	80,00%	40.596,00
CRÉDITO BANCARIO	20,00%	10.149,00
<b>TOTAL, INVERSIÓN</b>	<b>100,00%</b>	<b>50.745,00</b>

*Autoría propia*

**Tabla 35. Principales competidores**

Cant.	Competidores	Años en el mercado	# de habitaciones	Distancia aproximada	Ingresos promedio mensual	Egresos promedio mensual	Utilidad promedio mensual
1	Ing. Iván Coral	8	8	400 metros Frente a la	986,05	77,91	908,14
2	Sra. Rosa Tonato Sr. Ramiro	8	8	Universidad Frente a la	837,33	106,00	731,33
3	Pullopaxi Ing. Sofía	8	6	Universidad Frente a la	253,33	38,89	214,44
4	Campaña Sra. Blanca	8	4	Universidad	280,00	30,00	250,00
5	Chicaiza	8	8	400 metros	408,44	54,56	353,89

*Autoría propia*

**Tabla 36. Costos de producción por mes de renta residencia estudiantil**

Servicios	Detalle	Unidad de medida	Cant	Valor unit	Subtotal
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Edificación	Edificación	Unidad	1,00	6,80	6,80
	<b>Subtotal</b>				<b>6,80</b>
	Cama de 1 1/2 plazas	Unidad	1,00	0,54	0,54
	Colchón de 1 1/2 plazas	Unidad	1,00	0,33	0,33
	Edredón de 1 1/2 plazas	Unidad	1,00	0,17	0,17
	Juego de sábanas de 1 1/2 plazas	Unidad	1,00	0,13	0,13
	Almohada de plumón	Unidad	1,00	0,04	0,04
	Cortina para la ventana	Unidad	1,00	0,13	0,13
Muebles y Enseres	Mesa pequeña de mdf	Unidad	1,00	0,33	0,33
	Silla tapizada	Unidad	1,00	0,13	0,13
	Cocina de 2 quemadores	Unidad	1,00	0,21	0,21
	Juego de accesorios de baño	Unidad	1,00	0,25	0,25
	Espejos	Unidad	1,00	0,13	0,13
	Sistema de conducción gas	Unidad	1,00	0,00	0,00
	Calefón (1 unidad para 5 habitaciones)	Unidad	1,00	0,05	0,05
	<b>Subtotal</b>				<b>2,43</b>
Servicios Básicos para cada habitación	Luz	Global	30,00		3,00
	Agua	Global	15,00		1,50
	Gas	Global	12,00		1,20
	Internet	Global	30,00		3,00
	<b>Subtotal</b>				<b>8,70</b>
Mantenimiento Habitaciones y Áreas Verdes	Jardinería	Global	25,00		0,21
	Albañilería	Global	25,00		0,21
	<b>Subtotal</b>				<b>0,42</b>
<b>TOTAL, COSTOS DIRECTOS</b>					<b>18,34</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
	Administrador	Unidad deducible	1,00	26,39	26,39
Administrativo	Albañil (Facturación)	Unidad deducible	1,00	2,00	2,00
	Jardinero (Facturación)	Unidad deducible	1,00	2,00	2,00
	<b>Subtotal</b>				<b>30,39</b>
<b>TOTAL, COSTOS INDIRECTOS</b>					<b>30,39</b>
<b>TOTAL, COSTOS</b>					<b>48,74</b>
<b>UTILIDAD POR VENTA</b>		<b>146,31%</b>			<b>71,31</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>					<b>120,00</b>

*Autoría propia*

**Tabla 37. Costos de producción servicio limpieza por habitación**

SERVICIOS	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
	Luz	Global	30,00	0,03	0,75
	Agua	Global	20,00	0,02	0,33
Insumos	Detergente	Gramos por Kg de ropa	10,00	0,05	0,50
	Desinfectante	Gramos por Kg de ropa	10,00	0,05	0,50
	<b>Subtotal</b>				<b>2,08</b>
Mano de Obra	Personal de limpieza de habitaciones (Facturación)	Unidad deducible	1,00	2,00	2,00
	<b>Subtotal</b>				<b>2,00</b>
<b>TOTAL, COSTOS DIRECTOS</b>					<b>4,08</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
Administrativo	Administrador	Unidad deducible	1,00	0,26	0,26
	<b>Subtotal</b>				<b>0,26</b>
<b>TOTAL, COSTOS INDIRECTOS</b>					<b>0,26</b>
<b>TOTAL, COSTOS</b>					<b>4,35</b>
<b>UTILIDAD POR VENTA</b>		<b>120,00%</b>			<b>5,22</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>					<b>9,56</b>

*Autoría propia*

**Tabla 38. Costos de producción servicio lavado y planchado de ropa (1 kg)**

SERVICIOS	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Maquinaria	Lavadora-secadora	Unidad	0,10	0,25	0,03
	Plancha semiprofesional	Unidad	0,10	0,04	0,00
<b>Subtotal</b>					<b>0,03</b>
Insumos	Luz	Global	10,00	0,01	0,08
	Agua	Global	10,00	0,01	0,08
	Detergente	Gramos por Kg de ropa	10,00	0,05	0,50
	Suavizante	Gramos por Kg de ropa	5,00	0,05	0,25
	<b>Subtotal</b>				
Mano de Obra	Personal de lavado y planchado (Facturación)	Unidad deducible	1,00	0,40	0,40
<b>Subtotal</b>					<b>0,40</b>
<b>TOTAL, COSTOS DIRECTOS</b>					<b>1,35</b>
<b>COSTOS INDERECTOS</b>					
Administrativo	Administrador	Unidad deducible	1,00	0,26	0,26
<b>Subtotal</b>					<b>0,26</b>
<b>TOTAL, COSTOS INDIRECTOS</b>					<b>0,26</b>
<b>TOTAL, COSTOS</b>					<b>1,61</b>
<b>UTILIDAD POR VENTA</b>		<b>114,00%</b>			<b>1,84</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>					<b>3,44</b>

*Autoría propia*

## Anexo 6. Validación de Expertos (María Verónica Moreno Mora)

### VALIDACIÓN DE EXPERTOS

#### INFORME DE VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Latacunga 20 de noviembre del 2020

Yo, María Verónica Moreno Mora, con cédula de identidad No. 050174735-6, en calidad de Profesional docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas, con 13 años de experiencia en la carrera de Contabilidad y Auditoría, me permito validar el presente proyecto de emprendimiento que lleva por título **DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE “LA QUINTA” RESIDENCIA ESTUDIANTIL**, el mismo que se analizó y se calificó de la siguiente manera:

EXPERTO	EXPEFRTO 1	
COMPONENTES A EVALUAR	PUNTAJE X COMP	% X COMP
COMPONENTE 1: POTENCIAL ECONÓMICO Y FACTIBILIDAD	12	30%
COMPONENTE 2: POTENCIAL DE IMPACTO ECONÓMICO -SOCIAL	9	40%
COMPONENTE 3. EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	9	30%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

En conclusión, señalo que este proyecto de emprendimiento reúne las condiciones para ser desarrollado.



Firmado electrónicamente por:

**MARIA  
VERONICA  
MORENO MORA**

-----  
Ing. María Verónica Moreno Mora.

## Anexo 8. Validación de Expertos (Carla Paulina Cevallos Recalde)

### VALIDACIÓN DE EXPERTOS INFORME DE VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Latacunga 20 de noviembre del 2020

Yo, Cevallos Recalde Carla Paulina, con cédula de identidad N°0502409675, en calidad de Profesional docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas, con 14 años de experiencia en la carrera de Contabilidad y Auditoría, me permito validar el presente proyecto de emprendimiento que lleva por título **DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE “LA QUINTA” RESIDENCIA ESTUDIANTIL**, el mismo que se analizó y se calificó de la siguiente manera:

EXPERTO	EXPEFRTO 1	
	PUNTAJE X COMP	% X COMP
COMPONENTES A EVALUAR		
COMPONENTE 1: POTENCIAL ECONÓMICO Y FACTIBILIDAD	12	30%
COMPONENTE 2: POTENCIAL DE IMPACTO ECONÓMICO -SOCIAL	9	40%
COMPONENTE 3. EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	8	27%
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>97%</b>

En conclusión, señalo que este proyecto de emprendimiento reúne las condiciones para ser desarrollado.



Firmado electrónicamente por:  
**CARLA PAULINA  
CEVALLOS  
RECALDE**

-----  
Ing. Cevallos Recalde Carla Paulina Carla.

## Anexo 9. Validación de Usuario (Irlanda Jimena Amores Parra)

### VALIDACIÓN DE USUARIOS

#### INFORME DE VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Latacunga 20 de noviembre del 2020

Yo, Amores Parra Irlanda Jimena, con cédula de identidad No. 0501294367 y RUC N°. 0501294367001, en calidad de propietaria de la residencia estudiantil “Chez Amelie”, que se encuentra prestando sus servicios en el mercado desde con 3 años, me permito validar el presente instrumento del proyecto de emprendimiento que lleva por título **DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE “LA QUINTA” RESIDENCIA ESTUDIANTIL**, el mismo que se analizó y se calificó de la siguiente manera:

EXPERTO	EXPEFRTO 1	
	PUNTAJE X COMP	% X COMP
<b>COMPONENTES A EVALUAR</b>		
COMPONENTE 1: POTENCIAL ECONOMICO Y FACTIBILIDAD	12	30%
COMPONENTE 2: POTENCIAL DE IMPACTO ECONÓMICO -SOCIAL	9	40%
COMPONENTE 3. EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	9	30%
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

En conclusión, señalo que este proyecto de emprendimiento es aplicable en la creación de residencias estudiantiles y reúne las condiciones para ser desarrollado.



-----  
Dra. Amores Parra Irlanda Jimena.