



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CENTRO DE INVESTIGACION CIENTIFICA Y TECNOLOGICA**



**PROYECTO DE CREACION DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA PARA
ESTUDIANTES EN LA CIUDAD**

Msc. Ivonne Moreno Agui
Cynthia María Benítez Espinoza
María Elena Parra Trujillo
Sandy Liliana Quishpillo Pilco
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

imoreno@espol.edu.ec, cbenitez@espol.edu.ec, mareparr@espol.edu.ec, sanliqui@espol.edu.ec

Resumen

El incremento acelerado de la demanda educativa de nivel superior en las últimas dos décadas ha generado que miles de bachilleres de todas las provincias se movilicen hacia las grandes ciudades en busca un ambiente académico y formación de calidad. Consecuentemente, la oferta de alternativas inmobiliarias para alojamiento de larga estancia, concretamente aquellas dirigidas a estudiantes universitarios, ha sido escasamente explotada y desarrollada, por lo que la oferta actual es reducida y no supe las necesidades reales de la creciente población universitaria.

El presente proyecto está definido como una propuesta parcialmente nueva, diseñada en base a las actuales necesidades del mercado local, puesto que el lugar donde la persona va a vivir es un factor muy importante para que pueda obtener una mejor experiencia fuera de su ciudad. Con este se busca incentivar el desarrollo de alternativas privadas de alojamiento de larga estancia para estudiantes universitarios, cuya oferta de servicio sea de niveles superiores en calidad y capacidad a precios accesibles, los cuales brinden además, servicios complementarios como valor agregado que genere beneficios a sus residentes, instaurando un ambiente más cómodo y agradable que optimice el desarrollo académico y personal de sus residentes.

Palabras Claves: *Creación de Residencia universitaria.*

Abstract

The rapid increase in the demand for higher-level education in the last two decade has produced thousands of graduates from all provinces are mobilized towards the big cities for an academic environment and quality training. Consequently, the supply of real estate alternatives to long stay accommodation, particularly those aimed at college students, has hardly been exploited and developed, so the current supply is slow and does not replace the real needs of the growing student population.

This project is partially defined as a new proposal, designed based on current local market needs, since the place where the person will live is very important so you can get a better experience out of town. This seeks to encourage the development of private alternatives to long stay accommodation for university students, whose service offering is of higher levels in quality and capacity at affordable prices, which provide further value added services such as generating benefits to residents by establishing a comfortable and pleasant environment that maximizes academic and personal development of its residents.

Keywords: *Creating a residence hall*

1. Introducción

La educación es un factor importante en la formación del ser humano, y este busca diversas formas para instruirse. La universidad es demandada por una gran cantidad de estudiantes pero estos no necesariamente van a las instituciones educativas más cercanas. Por cuanto hay una gran movilización de jóvenes desde pueblos, ciudades e incluso países cercanos para acceder a la educación universitaria en la ciudades más importantes del país.

Guayaquil posee una lista de universidades algo extensa para suplir la demanda de estudios superiores tanto de jóvenes guayaquileños como de aquellos provenientes de otras ciudades. Se estima que un porcentaje considerable de estos estudiantes universitarios proceden de provincias del país, muchos de los cuales, al no tener familia en la ciudad, buscan una vivienda temporal en Guayaquil por el tiempo que duren sus estudios.

De las necesidades específicas de este gran grupo de estudiantes surge el Proyecto para la Creación de una Residencia para Estudiantes Universitarios en la ciudad de Guayaquil; en el cual se estudiará la viabilidad de la creación de la residencia mediante diversos análisis de la demanda y del entorno con el fin de determinar la factibilidad del proyecto que se enfoca a suplir la gran demanda de un lugar adecuado para vivir.

2. Marco de Referencia

La escasez de la oferta de alternativas inmobiliarias para alojamiento de larga estancia ha generado una oportunidad para la creación de una residencia universitaria. Se desea crear una residencia exclusivamente para aquellos estudiantes universitarios que provienen de otras provincias en busca de un nivel académico competitivo. Encontrarán un acogedor y cómodo departamento con modernas instalaciones; el cual además de contar con los servicios básicos, se adicionara el servicio de internet ilimitado. Su creación se hará en la ciudad de Guayaquil, por ser uno de los polos comerciales más fuertes en el Ecuador.

3. Planteamiento del Problema

Guayaquil es uno de los principales centros económicos del Ecuador, cuenta con centros universitarios de prestigio y calidad, motivo por el cual miles de estudiantes de todas las provincias; que al finalizar su instrucción secundaria viene a esta ciudad en busca de un título profesional, con la finalidad de adquirir una educación de efectiva e incrementar sus oportunidades laborales.

La oferta de pensionados universitarios es muy escasa, por lo que los estudiantes se ven obligados a alquilar lugares que les resultan poco adecuados y que no les da todas las facilidades para el acceso a la vida estudiantil a problemas de movilización o dificultades para hallar los servicios necesarios que se acoplen a sus horarios, sin mencionar los altos costos que resultan del alquiler de una vivienda en zonas seguras.

4. Objetivo General

El principal objetivo del proyecto es medir la factibilidad económica y financiera de la creación de una residencia universitaria para los estudiantes que necesitan un servicio integral de alojamiento en la ciudad de Guayaquil.

Este objetivo se lograra cumplir dado que actualmente las exigencias del mercado laboral son mayores, lo que implica que actualmente los jóvenes busquen una Educación superior de calidad y tiendan a moverse hacia las grandes ciudades como Guayaquil para su preparación.

Ofrecer un servicio integral de alojamiento, alimentación y recreación para estudiantes universitarios que necesitan un lugar para alojarse en la ciudad de Guayaquil, mientras cursan sus estudios superiores, brindando una estancia cómoda, satisfaciendo la demanda de nuestros residentes con compromiso y responsabilidad social, incrementando así su crecimiento personal y mejorando la calidad de vida de sus residentes, a través de la variedad más completa de servicios de alojamiento.

Promocionar la Residencia universitaria y darlo a conocer en el entorno geográfico y alrededores, llegando a ser para los clientes su punto de confianza y primera opción en el momento que necesiten este tipo de servicios.

4.1. Objetivos Específicos

A fin de dar cumplimiento con los objetivos antes expuestos se han establecidos los siguientes objetivos específicos; los mismos que se confirmaran de acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta.

-  Definir el alcance de los servicios a ofrecerse en la residencia de forma precisa.
-  Investigar el entorno en el que se desenvolverá el proyecto y realizar un análisis de la demanda existente para el servicio.
-  Estipular el monto aproximado de inversión necesaria para la realización del presente

proyecto y los gastos y costes en los que incurra el mismo.

- 
 Determinar la rentabilidad de la creación del proyecto en relación a la situación actual del país.
- 
 Establecer el lugar adecuado para la ubicación de la Residencia por medio de un Estudio de Localización.

5. Estudio Organizacional, Estudio de Mercado y Estudio Técnico

5.1. Estudio Organizacional

5.1.1. Misión

Ofrecer a los residentes de la zona y los que provengan de otras provincias, todos los recursos y servicios que le permitan desenvolverse como en casa, mientras se encuentran sus estudios en la ciudad de Guayaquil.

5.1.2. Visión

Convertirse en un referente a nivel de América latina, en la prestación de servicios de alojamiento para estudiantes universitarios, sean estos nacionales o internacionales.

5.1.3. Logo y Slogan



“El Placer de Sentirte como en Casa”

5.1.3. Organigrama



5.1.4. Análisis FODA

En esta primera parte empezaremos por identificar los problemas y oportunidades que se presentan en la implementación de nuestro servicio a través del Análisis FODA; como se muestra en la Figura 1.

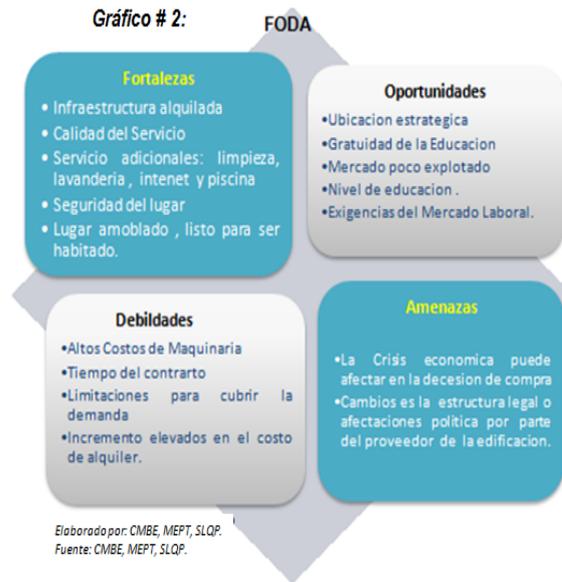


Figura 1: Análisis FODA

5.2. Estudio de Mercado

5.2.1. Población Objetivo

La población objetivo se encuentra conformada por todos aquellos estudiantes universitarios provenientes de la zona y otras ciudades, que realizan sus estudios universitarios en ciudad de Guayaquil, lo que equivale a los 120.000 estudiantes, dado que es una población finita se aplica factor de correlación. Se aplico la siguiente formula en el cálculo de la muestra

5.2.2. Tamaño de la Muestra

Para su determinación se trabajará con un nivel de confianza del 95%. El error establecido de la muestra es del 5%.

$$n = Z^2 * \left(\frac{P * Q}{e^2} \right)$$

$$n = 1.96^2 * \left(\frac{0.5 * 0.5}{0.05^2} \right)$$

$$n = 384,16 \approx 396$$

Donde:

Población infinita > 100.000

Nivel de Confianza del 95%

Un error Muestral del 5%

Probabilidad de éxito:50%

Probabilidad de fracaso:50%

5.2.4. Conclusiones del Estudio de Mercado

De conformidad con los resultado arrojados de la aplicación de las diferentes metodologías de investigación de mercado en la realización del Estudio

Exploratorio y Descriptivo, se determinó la existencia de una necesidad de un servicio alojamiento integral de larga estancia para todos aquellos jóvenes universitarios de clase media y media alta recién graduados, jóvenes extranjeros que llegan a esta ciudad en busca de nuevas expectativas de estudios y a la vez como intercambio cultural, jóvenes que ya residen en la ciudad por motivos académicos y alquilan un cuarto, este servicio de residencia de llamara “La Casona”.

Dicho resultados obtenidos del muestro realizado fueron los siguientes: El 84.1% de los encuestados si están dispuestos a obtener un servicio de alojamiento en la residencia universitaria la “La Casona”. Lo que indica que tenemos un alto índice de aceptación.

La gran mayoría de los jóvenes encuestados si están dispuestos a obtener un servicio de residencia universitaria, sobre todo los estudiantes de la ESPOL con nivel de aceptación del 44.7% seguido de la Universidad Laica con un 22.5% (como se muestra en la figura 2).

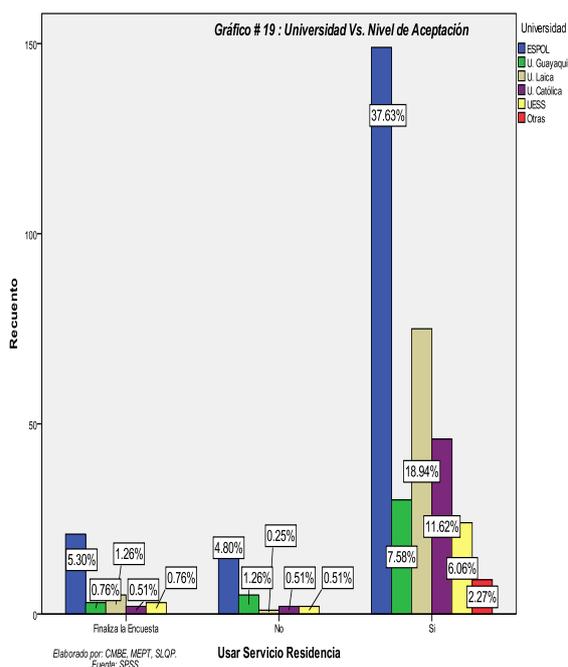


Figura 2: Universidades Vs. Nivel de Aceptación

La característica más valorada al momento de obtener un servicio de alojamiento integral son: habitación amoblada con un nivel de aceptación del 56.1%, Servicio de Seguridad está entre una media de Muy Importante (41.9%) e Importante (30.6%), Servicio completo de limpieza de la habitación con un 31.3%, servicio de lavandería con un 32.3% y servicio de internet con un 66.7%.

Además se pudo determinar que el mercado meta serán los jóvenes universitarios comprendidas en el rango de edades entre los 17 – 19 años, dado que ellos recién inician su etapa de educación superior por lo que son los que obtendrían este servicio por más tiempo.

Otro punto importante determinado mediante las metodologías de investigación aplicadas, es la disponibilidad económica de los clientes potenciales, los cuales estarían dispuestos a pagar entre \$ 250 a \$ 350 dólares americanos de forma mensual por alquilar una habitación individual en la residencia universitaria debido a las comodidades y complementos que esta les ofrece.

5.2.5. Plan de Marketing

Analizando el mercado de Guayaquil, se puede concluir que el servicio se encuentra en la etapa de Introducción, ya que existen varios indicadores para identificarla, la cobertura gradual del servicio dentro del sector que se establecieron como metas.

La mayor parte de los esfuerzos se concentrarán en Promoción, Retailing and Merchandising y supervisión del personal, inicio de comunicación de Publicitaria y principalmente de su Posicionamiento. Estableciendo parámetros de calidad de servicio y estableciendo métodos para que los residentes den evaluación al servicio recibido.

5.2.5.1. Matriz de Boston Consulting Group (BCG)



Se basa en la teoría del ciclo de vida del producto, en nuestro caso del servicio. Nosotros al ser una empresa nueva la cual recién va a iniciar sus actividades entraremos al mercado como un servicio INTERROGANTE ya que no tendremos la certeza del grado de aceptación que tendremos por parte del target al cual nos vamos a dirigir por ese motivo nos tocara invertir fuertemente, el cual permitirá determinar las prioridades que se deben dar en la cartera de productos de una unidad de negocio.

5.2.5.3. Marketing Mix

5.2.5.3.1. Precio

En el proceso de fijación del precio, se considero como factor vital los resultados obtenidos en las fuentes secundarias (encuestas), como también los costos en los que incurriremos en la realización de nuestro centro.

Debido a la existencia de gran variedad de competidores informales indirectos, consideramos que el precio que cobraremos por nuestro servicio debe estar dentro del mismo rango, tomando en consideración que nuestro servicio ofrecerá además servicios adicionales que podrán ser adquirido por los estudiantes universitarios de clase media a media alta.

Los precios serán establecidos en base a un análisis comparativo con las opciones existentes en la actualidad y a las encuestas realizadas a la población, ya que los estudiantes buscaran la opción más acorde al promedio del mercado.

5.2.5.3.2. Plaza

La plaza es el elemento que utilizamos para conseguir que nuestro servicio llegue exitosamente a nuestros posibles residentes. El servicio se brindara en la ciudad de Guayaquil para los jóvenes universitarios de clase media a Media Alta que busquen un alojamiento de larga estancia. A través del estudio de localización se considero al sector de Los Ceibos como zona segura, accesible y cercana a las principales universidades de la ciudad.

5.2.5.3.3. Promoción

Buscaremos dar a conocer el servicio resaltando nuestros atributos diferenciadores mediante expo ferias, stands publicitarios en diferentes universidades de la ciudad resaltando la calidad del servicio a ofrecerse y la ubicación estratégica, logrando así el impulso de la residencia.

5.2.5.3.4. Publicidad

La publicidad será nuestra forma de difundir nuestro servicio a través de técnicas de Marketing consistente en el empleo de formas de comunicación no masivas dirigidas a segmentos específicos desarrolladas para el impulso o promoción de la residencia.

Podremos utilizar diferentes tipos de soportes que existen para llegar a nuestro residente objetivo, Los soportes serian:

-  Volantes
-  Radio
-  Revistas Universitarias
-  Redes Sociales.
-  Prensa

5.2.5.3.5. Producto

Nuestro Servicio se basa en satisfacer la necesidad de obtener un servicio de alojamiento integro por parte de los jóvenes universitarios de clase media a media alta quienes siguen sus estudios superiores en la ciudad de Guayaquil.

La estrategia que se utiliza dentro del servicio es ofrecer un servicio integral de alojamiento.

5.2.6. Análisis de la Demanda

El Mercado meta serán los jóvenes universitarios comprendidos en el rango de edades entre los 17 – 19 años. La gran parte de los jóvenes encuestados si están dispuestos a obtener un servicio de residencia universitaria, sobre todo los estudiantes de la ESPOL con nivel de aceptación del 44.7% seguido de la Universidad Laica con un 22.5%

5.2.7. Análisis de la Oferta

Se considera de vital importancia el conocer aquellas circunstancias en la que se está prestando el servicio de residencias universitarias dentro del mercado. Por lo que detallaremos las siguientes condiciones:

5.2.7.1. La Competencia

En el mercado local, no existe un servicio competidor de manera directa que haya sido registrado con las mismas características a las que “LA CASONA” se va a enfocar, solo están las residencias dentro de ciertas universidades de la ciudad pero no de manera especializada y con todas las comodidades que se debería brindar a un estudiante; derivándose así la oportunidad de posicionamiento estratégico en el mercado local del presente proyecto.

5.2.7.2. Rivales

-  Residencias propias de ciertas universidades (ESPOL, UESS).
-  Otras residencias ubicadas en la ciudad de Guayaquil

5.2.7.3. Sustitutos

-  Hoteles
-  Hostales
-  Casas que alquilan Cuartos para Estudiantes.
-  Familiares de los estudiantes provenientes de otras Ciudades.

5.2.7.4. Nuevos Competidores

Actualmente no se ha determinado que nuevos competidores quieran incursionar en este servicio, sin embargo la probabilidad de que estas surjan es baja (Barreras de Entrada Altas). Dado que la obtención de la infraestructura o la construcción de la misma requiere de una inversión extremadamente alta.

5.2.7.5. Poder de Negociación de los Compradores

Los compradores – estudiantes tienen poder adquisitivo por la clase de sector económico al cual va dirigido el Centro. Lo que hay que considerar que dentro de la cercanía de la ubicación de LA CASONA no existen sustitutos cercanos con las mismas características por lo que la negociación de los compradores es baja. LA CASONA garantizará que el servicio y la atención a los estudiantes siempre conserven los mejores niveles de calidad, mediante investigaciones periódicas y pruebas exploratorias al mercado.

5.2.7.6. Poder de Negociación de los Proveedores

Los insumos, equipos y materiales que son necesarios para la prestación de los servicios en la residencia universitaria LA CASONA, se pueden encontrar en diversas empresas locales. No existe limitación de aprovisionamiento.

5.2.8. Análisis de Precios

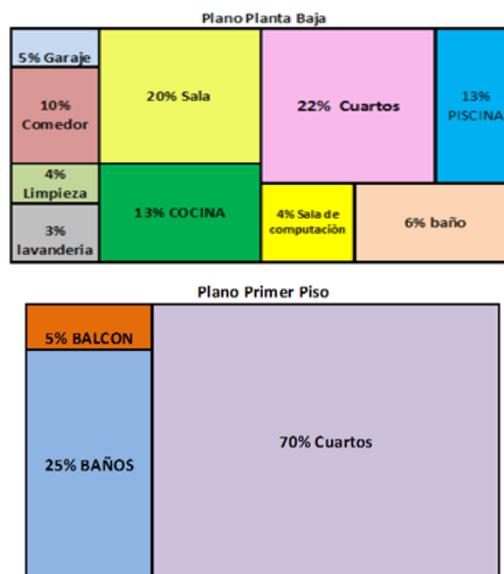
Para poder entrar al mercado de la Ciudad de Guayaquil, se estableció los precios preliminares con que podemos llegar a ocupar una posición que no se encuentre ni dominada, ni amenazada por la competencia. El precio determinado es : \$ 325; este valor esta dado de forma mensual y incluye el costo de todos los servicios brindados como por ejemplo, limpieza de cuarto, lavandería, internet, lugar amoblado, alojamiento, servicios básicos a excepción de la alimentación, y \$ 100; adicionales si adquiere el servicio de alimentación(opcional).

6. Estudio de Localización

Para la determinación de una optima localización de nuestra residencia, la efectuamos a través del método del Método Cualitativo por Puntos .Si bien es cierto que vamos a alquilar las instalaciones, no es menos real que hay algunas edificaciones que cumplen los requisitos por empezar este servicio.

Lugares Prospectos	FACTOR	PESO	Samanes		Ceibos		Samborondon	
			Calif.	Ponder.	Calif.	Ponder.	Calif.	Ponder.
Medios y costos transporte		15%	5	0,75	6	0,9	2	0,3
Costo y disponibilidad alquiler		25%	6	1,5	5	0,75	1	0,15
Acceso a Servicios Básicos		20%	6	1,2	7	1,05	8	1,2
Cercanía de la Universidad		15%	5	0,75	8	1,2	4	0,6
Cercanía a lugares de interés		5%	8	0,4	6	0,9	5	0,75
Seguridad		20%	3	0,6	7	1,05	8	1,2
TOTALES		100%		5,2		5,85		4,2

De acuerdo al método por punto la puntuación mayor es el lugar óptimo para instalar el producto o servicio, por cuanto la zona de Ceibos obtuvo un 5.85 tal como se observa en la tabla el lugar específico para la instalación de la residencia es en la Cda. Los Ceibos. Calle primera No. 121 y Avenida principal. Dicha infraestructura consta de 1 planta como detalla a continuación:



7. Estudio Financiero

7.1. Inversión Inicial

Para el inicio de las operaciones de la Residencia Universitaria necesitaremos de la inversión en activos fijos tangibles como intangibles así como también de capital de trabajo; necesaria para la puesta en marcha de la residencia y su operación normal calculada durante un ciclo productivo de un año.

Inicialmente no necesitaremos de la compra de un bien inmueble para su establecimiento, porque se ha decidido rentar las instalaciones de un inmueble de propiedad del IESS, esta entidad no tiene fines de lucro. A continuación se expondrá los diferentes tipos

de inversión que deben ser incluidos en la elaboración y evaluación de los flujos de caja.

Resumen de la Inversión Inicial		
Capital de Trabajo	Activo Fijo	Inversión Inicial
\$ 6,460.90	\$ 7,323.52	\$ 13,784.42

7.2. Fuentes de Financiamiento

Financiamiento de la Inversión Inicial	
Patrimonio	60%
Préstamo	40%

7.3. Costos del Proyecto

Resumen de Costos Totales					
	1	2	3	4	5
Alquiler del Local	\$ 12,600.00	\$ 13,230.00	\$ 14,586.08	\$ 16,885.21	\$ 20,524.07
Servicios Básicos	2049.40	2049.40	2049.40	2049.40	2049.40
Mano de Obra Directa	8161.82	8469.82	8469.82	8469.82	8469.82
Sueldos Administrativos	7493.00	7666.67	7666.67	7666.67	7666.67
Internet	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00
Guardiania (Cuota)	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Insumos Limpieza	100.40	100.40	100.40	100.40	100.40
Productos Limpieza	185.40	185.40	185.40	185.40	185.40
Sumin. Oficina	40.20	40.20	40.20	40.20	40.20
Gastos de Alimentación	375.00	450.00	514.29	600.00	739.29
Depreciaciones	1148.28	1302.60	1148.28	803.73	803.73
Gastos de Constitución	300.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Publicidad	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Gastos de Adecuaciones	3399.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	\$ 36,586.50	\$ 34,228.49	\$ 35,494.53	\$ 37,534.82	\$ 41,312.97

7.4. Ingresos Totales del Proyecto

Resumen de Ingresos Totales					
	1	2	3	4	5
Ingresos por Alquiler	\$ 25,675.00	\$ 28,275.00	\$ 32,500.00	\$ 39,000.00	\$ 45,825.00
Ingresos por Alimentación	3,500.00	4,200.00	4,800.00	5,600.00	6,900.00
Total	\$ 29,175.00	\$ 32,475.00	\$ 37,300.00	\$ 44,600.00	\$ 52,725.00

7.5. Flujo de Caja del Proyecto

Impuesto	25%
Tmar	17.46%
Tir	22.54%
Van	4,005.28

7.6. Flujo de Caja del Inversionista

Impuesto	25%
Wacc	12.43%
Tir	26.90%
Van	11,079.47

7.8. Análisis de Sensibilidad

Esta sección tiene como objetivo construir y analizar algunos escenarios claves sobre el futuro de LA CASONA S.A. a fin de poder vincular dichos escenarios con el Plan Estratégico de la Organización.

El propósito principal del análisis de escenarios es ayudar a visualizar los mismos y a tomar decisiones estratégicas sobre el futuro del negocio en aquellos temas sobre los cuales existe incertidumbre. El análisis de escenarios permite contrastar los objetivos y las estrategias propuestas con las principales incertidumbres que presenta la residencia. El análisis de escenarios permitirá diseñar planes de contingencia frente a determinadas circunstancias.

7.8.1. Sensibilidad Van vs TIR respecto los Ingresos

ANALISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A INGRESOS				
		VAN	TIR	RESULTADO
VARIACION	5%	\$ 13,333.87	33.41%	FACTIBLE
	0	\$ 4,005.28	22.54%	FACTIBLE
	-5%	\$ (5,323.30)	10.14%	NO FACTIBLE
	-10%	\$ (14,651.89)	-5.28%	NO FACTIBLE
	-15%	\$ (23,980.47)	-	NO FACTIBLE
	-20%	\$ (33,309.05)	-	NO FACTIBLE

En este análisis se cálculo las variaciones del Van ante distintas variaciones de los ingresos, de lo que se puede concluir que a medida que los ingresos se incrementan el Van obtiene un valor mayor, de igual manera la TIR incrementa. A medida que los ingresos disminuyen, el VAN también disminuye por ende la TIR.

7.8.2. Sensibilidad Van vs. TIR respecto los Costos

ANALISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A COSTOS				
		VAN	TIR	RESULTADO
VARIACION	20%	\$ (30,621.33)	-	NO FACTIBLE
	15%	\$ (21,964.68)	-	NO FACTIBLE
	10%	\$ (13,308.03)	-1.64%	NO FACTIBLE
	5%	\$ (4,651.37)	11.26%	NO FACTIBLE
	0	\$ 4,005.28	22.54%	FACTIBLE
	-5%	\$ 12,661.93	32.96%	FACTIBLE

En este punto se analiza la variación del Van para distintos niveles de variación de los Costos, donde se puede observar que el flujo no es resistente ni a un incremento del 5% de los Costos, lo que indica que somos muy sensibles ante los cambios.

8. Conclusiones

La Residencia Universitaria ‘La Casona S.A.’ después de haber realizado los diferentes estudios se puede concluir que:

✓ La residencia “La Casona” apoya la misión de las instituciones universitarias de formar profesionales de excelencia, líderes emprendedores con sólidos valores morales, puesto que brinda un lugar seguro de permanencia con excelentes condiciones que generan un agradable ambiente de estudio.

✓ Luego de realizar el estudio financiero del proyecto, pudimos constatar que es un proyecto rentable; tanto para el inversionista como el proyecto en si ya que su tasa interna de retorno es mayor a la Tmar.

✓ La zona donde se encuentra ubicada la residencia posee un gran potencial de desarrollo urbanístico que puede ser explotado, ya que estará estratégicamente ubicada en un lugar accesible a las universidades con mayor afluencia de estudiantes de otras ciudades, además que cuenta con centros comerciales a distancias cercanas como Megamaxi y Riocentro Ceibos, donde tienen acceso a la compra de alimentación, vestuario, accesorios, bancos, etc.

✓ La estrategia comercial que se aplique es fundamental para el éxito del negocio. Por esto se deben hacer investigaciones de mercado periódicas para conocer los gustos y necesidades del cliente y atenderlo con precisión y dinamismo.

✓ Ya que el mercado de residencias universitarias no ha sido explotado ni reconocido como fuente de ingreso, “La Casona” debe aprovechar esta oportunidad para liderar, establecer parámetros, reglamentos y normas que rijan el correcto manejo y funcionamiento de las residencias en el ámbito nacional.

9. Agradecimientos

A todas las personas que laboran en las instituciones públicas y educativas que contribuyeron con información primaria para el desarrollo de la investigación de mercado y a todas las personas que aportaron con ideas, conocimientos, experiencias y

propuestas que ayudaron a modelar la concepción del presente proyecto.

10. Referencias

- [1] Marketing. Autores: Kotler & Armstrong, 8va Edición (o actualizada). Editorial Prentice Hall.
- [2] Preparación y Evaluación de Proyectos. Autores: Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain, 5ta Edición. Editorial Mc Graw Hill.
- [3] Administración Financiera, Autor: James C. Van Horne, 9na Edición Editorial Prentice
- [4] Administración De Recursos Humanos, Autor: Idalberto Chiavenato Hall, 7ma Edición. Editorial McGraw-hill
- [5] Estadística para Administración y Economía, Autores: David R. Anderson, Dennis J. Sweeney , 10ma Edición. Editorial Cengage Learning ,
- [6] Administración, Autores: James A. F. Stoner, R. Edward Freeman, Arturo Córdova Just, Pilar Mascaró Sacristán , 7ma Edición : Edirorial Pearson