

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Proyecto de Viabilidad de Residencia Universitaria
Utilizando Contenedores Marinos Reciclados**

Francisco José Romero Costales

Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de Hospitalidad.

Quito, 22 de agosto de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO
Y TURISMO

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Proyecto de Factibilidad de Residencia Universitaria Utilizando
Contenedores Marinos Reciclados.

Francisco José Romero Costales

Calificación:

Nombre del profesor: Mauricio Cepeda, MMH.

Firma del profesor _____

Quito, 22 de agosto de 2017

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Francisco Romero C.

Código: 00102244

C. I.: 0603214982

Quito, 22 de agosto de 2017

DEDICATORIA

Yo, Francisco Romero C, dedico esta tesis primeramente al Creador por haberme permitido llegar hasta este punto, ser el manantial de vida y darme lo necesario para seguir adelante día a día para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

En segundo lugar, la quiero dedicar a mi hija, mi madre, a mi padre y hermana por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, su ejemplo y por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Creador, a mis padres y hermana por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida estudiantil.

Finalmente, agradezco a la Universidad y a mis docentes, cuyos conocimientos seguramente me servirán para ser un futuro profesional de bien y comprometido con la sociedad.

RESUMEN

La demanda por departamentos de alquiler en la ciudad de Riobamba por parte de estudiantes universitarios, viene creciendo a la par de la demanda por cupos universitarios por parte de jóvenes que llegan principalmente desde las provincias Bolívar, Tungurahua, Esmeraldas y el Oriente. Se sabe que actualmente hay 12.098 estudiantes foráneos en las universidades más grandes de la ciudad según datos recogidos por el GAD Municipal de Riobamba y directamente en las universidades, los que han tenido que adaptarse a una oferta de alquiler precaria y costosa. El sector del alquiler de vivienda ha crecido en los últimos años de forma desordenada y con una concepción no empresarial, sino más bien como una oportunidad para quienes tenían y tienen casas cerca de las universidades. De aquí nace la oportunidad de negocio para la oferta de mini departamentos para este segmento por parte de la empresa “STUDENT HOUSING”.

La empresa “STUDENT HOUSING” se dedicará a la fabricación y posterior alquiler de mini departamentos, semi amoblados para estudiantes universitarios. La fabricación se hará por medio de contrato de llave en mano con un profesional dedicado a la construcción y con amplia experiencia en el ramo, a partir de planos arquitectónicos que cumplen todas las especificaciones técnicas y de calidad para este tipo de construcciones, se la efectuará en el terreno de propiedad de uno de los promotores ubicado en las cercanías de una de las universidades. Como materia prima, se usarán contenedores marinos desechados cuyas características estructurales y de durabilidad reducirán costos. Se contempla además aspectos como el aislamiento climático, sonoro y dotación de servicios básicos además del mobiliario básico en dormitorio, sala, estudio, cocina y baño.

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en un lote de terreno ubicado a pocos metros de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH).

Las construcciones a realizarse tendrán un diseño minimalista con una capacidad para dos personas. Dichas viviendas servirán además como prototipo para en el futuro iniciar una línea de producción, especializada en la readecuación de contenedores para múltiples usos como bodegas, departamentos, locales comerciales, lo cual generaría una rentabilidad de entre el 30% y 40%.

El equipo empresarial consta de un ingeniero civil con maestría en Economía de Micro Empresas, con experiencia en contratación público, privada y como docente de la Universidad Católica de Quito, un técnico ceramista graduado en Italia y que cuenta con experiencia en el campo constructivo, empresarial y administrativo y mi persona con experiencia como Administrador del centro comercial “Paseo Shopping Riobamba”.

ABSTRACT

Along of the last few years, the demand for rental departments by students has grown simultaneously with demand for university seats by young people who come mainly from Bolivar, Tungurahua, Esmeraldas and East provinces. It is known that there are currently 12,098 foreign students in the largest universities in the city according to data collected by the Municipal GAD of Riobamba directly in the universities, which have had to adapt to a precarious and expensive rental offer. The housing rental sector has grown in recent years in a disorderly way and with a non-business conception, but rather as an opportunity for those who have and have homes near universities. Hence the business opportunity is born for the offer of mini departments for this segment by the "STUDENT HOUSING" company.

The company "STUDENT HOUSING" will be dedicated to manufacture and subsequent rent of mini apartments, semi-furnished for university students. The manufacturing will be done by means of a turnkey contract with a professional dedicated to the construction and with big experience in the field, from architectural plans that fulfill all the technical specifications and of quality for this type of constructions, it will be made On the property owned by one of the promoters located in the vicinity of one of the universities. As raw material will be used marine containers discarded who's structural and durability characteristics will reduce costs. It also includes aspects such as climatic isolation, sound and basic services as well as basic furniture in bedroom, study room, kitchen and bathroom.

The project will be held in the city of Riobamba province of Chimborazo in a plot of land located near one of the largest universities in the city, the National University of Chimborazo (UNACH), which houses a large number of students coming from other provinces, those that constitute the potential clients.

The constructions to be realized will have a minimalist design with a capacity for two people. These homes will also serve as a prototype for in the future to start a production line, specializing in the re-adaptation of containers for multiple uses such as warehouses, departments, commercial premises which would generate a profitability of between 30% and 40%.

The business team consists of a civil engineer with a master's degree in Micro Business Economics, with experience in private public contracting and as a teacher of the Catholic University of Quito, a ceramic technician graduated in Italy and with experience in the construction, business and Administrative and my person with experience as Administrator of the "Paseo Shopping Riobamba" Mall.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
SUMARIO EJECUTIVO.....	13
1. CONCEPTO DEL PROYECTO.....	14
2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	14
2.1. Análisis macroeconómico.....	14
Variables Económicas:.....	15
Variables Sociales:	16
Variables ambientales:	17
Variables Tecnológicas	18
1.2. Análisis del sitio	18
1.2.1. Localización.....	18
1.2.2. Factores Geográficos	18
1.2.3. Ubicación Geográfica	19
1.2.4. Adaptabilidad y conveniencia física del terreno.....	20
1.2.5. Análisis del vecindario	21
1.3. Situación legal y regulaciones municipales aplicables.....	22
1.4. Análisis del área del mercado	26
1.4.1. Perímetro	26
1.4.2. Información Económica Demográfica.....	27
1.5. Análisis de la oferta	29
1.6. Análisis de demanda.....	32
1.7. Pronóstico de ingresos y gastos.....	32

1.7.1. Ingresos.....	33
1.7.2. Gastos	34
1.7.3. Financiamiento	34
1.8. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO	34
2. DISEÑO Y ARQUITECTURA	36
Construcción a base de contenedores marinos.....	36
2.1. Diagrama de relación espacial.....	38
2.3. Programa de espacios	39
2.4. División de espacios	40
2.4.1. Departamentos	40
2.4.2. Área de Patios	41
3. Programa de Alquiler	42
4. RECURSOS HUMANOS.....	42
4.1. Cultura organizacional.....	42
4.2. División de los puestos de trabajo	44
4.3. Proceso de selección.....	46
4.4. Descripción de los puestos de trabajo	46
5. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING	48
5.1. Segmentos de mercado	49
CONCLUSIONES	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
ANEXOS	55
DETALLES CONSTRUCTIVOS Y DE DISEÑO	55
DETALLE DE GASTOS	64

PROYECCIÓN A CINCO AÑOS..... 66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	Inflación anual en los meses de julio	15
Figura 2:	Número de matriculados, educación superior: Riobamba	16
Figura 3:	Mercado	17
Figura 4:	Ubicación geográfica	19
Figura 5:	Ubicación geográfica de acuerdo a universidades	20
Figura 6:	Ubicación del predio	26
Figura 7:	Impuesto predial rural	27
Figura 8:	Crecimiento poblacional de los últimos años	28
Figura 9:	Estudiantes Universitarios en Riobamba	28
Figura 10:	Estudiantes foráneos que viven en Riobamba	29
Figura 11:	División de espacios del terreno	38
Figura 12:	Eficacia del uso del espacio (%)	39
Figura 13:	Personal Temporal	45
Figura 14:	Personal Fijo	45
Figura 15:	Proceso de selección	46
Figura 16:	Nuestra materia prima adquirida en los puertos	56
Figura 17:	Traslado de los contenedores desde el puerto hasta el lugar donde será ubicado para empezar los trabajos de transformación	56
Figura 18:	Colocación sobre pilotes, en el lugar designado previo los trabajos de corte	56
Figura 19:	Proceso de cortado del contenedor, para hacer espacio donde se puedan colocar puertas, ventanas y sistemas de agua y electricidad.....	57

Figura 20:	Proceso de cortado del contenedor, para hacer espacio donde se puedan colocar puertas, ventanas	57
Figura 21:	Adecuación de los interiores del contenedor, colocando los interiores	58
Figura 22:	Pintando los contenedores con pintura anticorrosiva.....	58
Figura 23:	Producto terminado y listo para ser habitado.....	59
Figura 24	Planta Arquitectónica.....	60
Figura 25:	Facha Este	61
Figura 26:	Elevación Oeste	61
Figura 27:	Corte S-01	62
Figura 28:	Corte S-02	62
Figura 29:	Videos de los contenedores terminados.....	63
Figura 30:	Oferta actual de alquiler en sector aledaño a las universidades.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Crecimiento poblacional de los últimos 3 años de entre 18 y 24 años	27
Tabla 2: Competencia de Mercado	30
Tabla 3: Índices de Hubbart	33
Tabla 4: Precios.....	34
Tabla 5: Gastos.....	34
Tabla 6: Escenarios TIR/VAN.....	36
Tabla 7: División de Espacios.....	39
Tabla 8: Oferta	42
Tabla 9: Atributos de cada cargo	45
Tabla 10: Descripción del puesto.....	47
Tabla 11: Constitución e Instalación.....	64
Tabla 12: Servicios Básicos	64
Tabla 13: Sueldos.....	64
Tabla 14: Publicidad y Promoción.....	65
Tabla 15: Suministros de Oficina.....	65
Tabla 16: Activos Fijos	65
Tabla 17: Proyección a 5 años	66

SUMARIO EJECUTIVO

“Student Housing” es una empresa privada que pretende desarrollar un servicio de alojamiento para estudiantes universitarios de la ciudad de Riobamba. La ubicación es central, a 0.6 km de la Universidad de Chimborazo, campus Alfonso Riera, vía Riobamba-Guano.

La empresa busca que la residencia se convierta en la primera opción de alojamiento para estudiantes foráneos, creando un ambiente de excelente hospitalidad y la comodidad de un hogar. Además de estar ubicados en un sector clave cerca de la UNACH y de los mayores lugares de entretenimiento en Riobamba. La residencia facilita servicios que mejorarán el alojamiento de los residentes como áreas comunales y verdes, parqueadero, y servicio de guardianía privada y señal de wifi; atributos que la convierten en la mejor opción en alojamiento. Todo esto junto con la intención de crear espacios amigables que impulsen la convivencia. La residencia estudiantil cuenta con 10 habitaciones compartidas para 2 personas. El área es 1.580 m². Este proyecto tiene una inversión total de USD 83.000; financiados de manera privada por medio de accionistas (100%). Con un TIR del 20.51 % y un VAN del USD 26,710.37.

1. CONCEPTO DEL PROYECTO

“Student housing” consiste en una residencia estudiantil que contará inicialmente con 10 mini departamentos compartidos para dos personas construidos a base de containers marinos reciclados. El segmento de mercado consiste en hombres y mujeres entre 18-26 años que asistan a la Universidad Nacional de Chimborazo, y que provengan principalmente de las provincias Bolívar, Tungurahua, Esmeraldas, y el Oriente. Cada mini departamento contará con una cocina-comedor, baño compartido, y dos habitaciones-oficina. Además, se construirán espacios abiertos y dos salas comunes para que los estudiantes puedan distraerse y realizar sus tareas de una manera cómoda. El diseño de la residencia se enfocará en el uso de materiales reciclados y predominarán los colores verde, beige, y blanco. Se buscará diferenciar a “student housing” de la competencia a través de un servicio excepcional, personalizado, y brindando alta seguridad para los estudiantes. El objetivo de la residencia es que los estudiantes cuenten con un lugar acogedor y central para que puedan movilizarse a la universidad y a sitios atractivos de la zona. Dado que el segmento de mercado central del proyecto son los estudiantes, se propone una línea de negocios alterna para la residencia durante el verano, en la cual se colocarán los mini departamentos en la plataforma de economía compartida Airbnb para alquilarlos de manera diaria o semanal.

2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

2.1. Análisis macroeconómico

El estudio macroeconómico permite comprender el ambiente en el cual se va a desarrollar el negocio y nos brinda una percepción del potencial del mismo. Este estudio conlleva el descubrimiento de una serie de factores internos y externos y permite un aprovechamiento de los mismos. Los factores que se analizarán son:

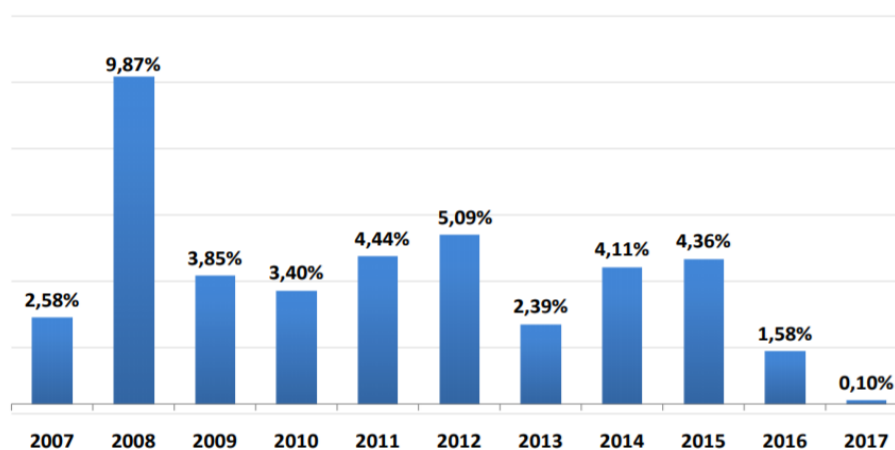
1. Variables económicas y políticas
2. Variables sociales
3. Variables ambientales
4. Variables tecnológicas

VARIABLES ECONÓMICAS:

- Inseguridad jurídica: El histórico de la política en el Ecuador genera gran incertidumbre para los empresarios. Esta situación se ve aún más grave en la actualidad debido al reciente cambio de presidente. El año 2017 constituye un período de prueba para determinar el camino que tomará el actual Gobierno y determinar qué políticas se modificarán o crearán con el fin de promover la educación, el ingreso de capital, y en sí, mitigar la incertidumbre y empezar a mover la economía. Sin duda, la inseguridad jurídica presenta una amenaza para la residencia estudiantil, ya que se podrían volver a instaurar políticas que afectarían directamente a la operación, como por ejemplo, las salvaguardas a los productos importados.
- Inflación: El incremento o disminución de precios, sin duda, es una de las variables que más afectación podría tener en el negocio. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la inflación a julio de 2017 registró las siguientes variaciones “(...) -0.14% la inflación mensual, 0.10% la anual y 0.18% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el 2016 fue de -0.09% la inflación mensual, 1.58% la anual y 1.20% la acumulada”.

Figura 1: Inflación anual en los meses de julio

Inflación anual en los meses de julio



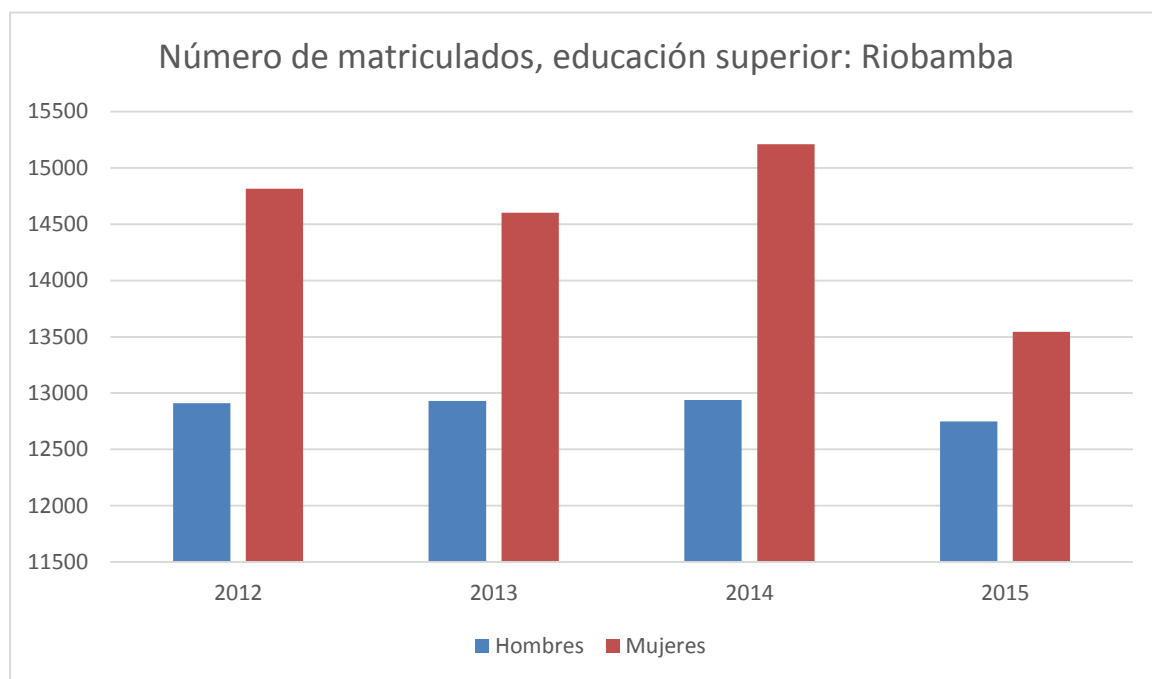
Inflación anual promedio en julio de los últimos once años (2007 - 2017): 3,80%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

VARIABLES SOCIALES:

- **Educación y Formación:** Sin duda, esta variable es esencial para el desarrollo de la residencia estudiantil pues el segmento de mercado debe estar dispuesto a trasladarse a la ciudad de Riobamba para acceder a educación de tercer nivel. De acuerdo a datos obtenidos en la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología, e Innovación (Senecyt), el número de alumnos matriculados en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) y en la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) se ha mantenido, y disminuye durante el año 2015. Sin embargo, sigue siendo un segmento de mercado por explotar.

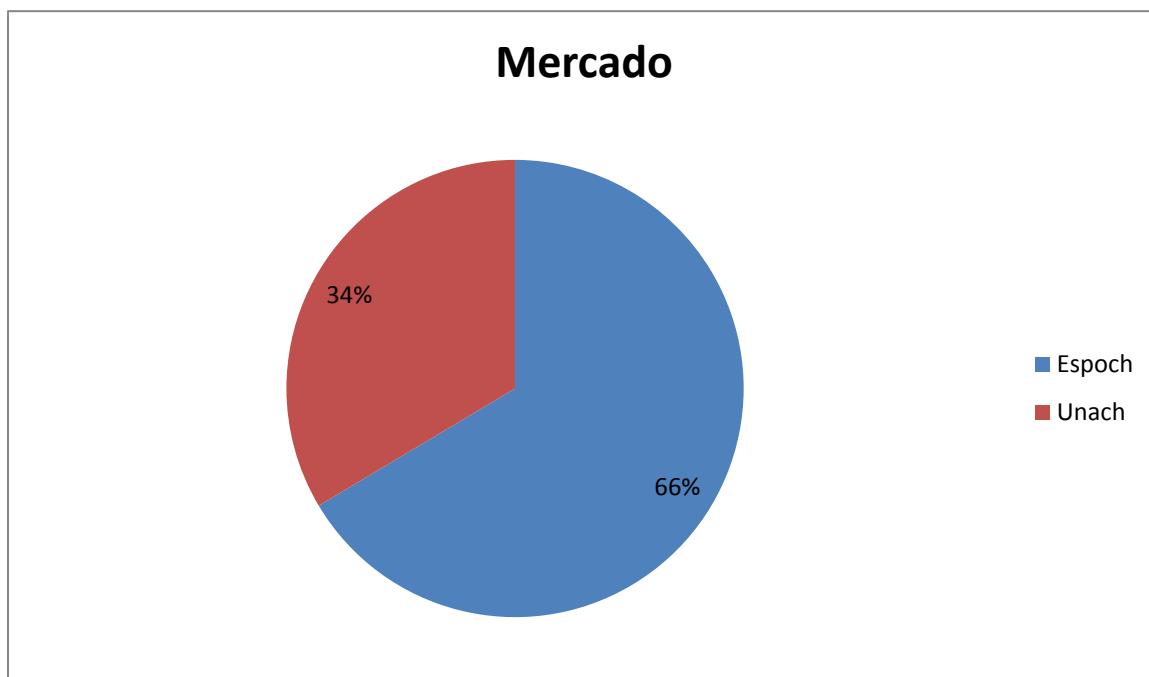
Figura 2: Número de matriculados, educación superior: Riobamba



Fuente: Senecyt, (2015).

El mercado total que existe en la ciudad de Riobamba está determinado por el número de estudiantes foráneos que asisten a las diferentes universidades de la ciudad, los últimos datos estadísticos determinan que la población universitaria a finales del año 2016 es de: 29.794, según Datos obtenidos por medio de solicitud escrita a las secretarías generales de cada institución.

Figura 3: Mercado



Fuente: Secretaría general de cada institución.

El incremento de viviendas de arriendo crece a partir de la prohibición al libre ingreso a las universidades, lo que ha obligado en los últimos 5 años a la migración interna, la mayor parte de la competencia son personas particulares que arriendan cuartos a los estudiantes en sus casas de vivienda, adicionalmente existen unas 70 edificaciones construidas con este fin, pero, ofertan tan solo unas 1 500 plazas de arriendo, a esto podemos agregar que la gran mayoría solo arriendan, sin dar ningún otro servicio adicional que los vuelva atractivos de manera particular, en vista de que son informales no registrados toda la información que hemos logrado obtener ha sido por verificación personal en los alrededores de las universidades y esos son los datos que acompañamos.

Variables ambientales:

El cuidado del medio ambiente constituye uno de los aspectos más importantes en la actualidad debido a los efectos recurrentes del calentamiento global. En este aspecto, el uso de contenedores marítimos reciclados posee las siguientes ventajas:

- Reducción de materiales de fabricación (no se utilizan bloques, cemento, etc.) (Revista Digital sobre cultura ecológica, 2015).
- Ahorro de energía y de emisiones de CO2 (Revista Digital sobre cultura ecológica, 2015).
- Estructura fuerte que dura varios años, por lo cual, disminuye el mantenimiento (Revista Digital sobre cultura ecológica, 2015).

Variables Tecnológicas

El avance de la tecnología presenta sin duda una oportunidad para el desarrollo de la residencia. Dado que nuestro segmento de mercado está conformado por personas jóvenes, descritas como millennials, es deber de la residencia buscar que tengan todas las facilidades para acceder a redes de internet y/o amenities que hagan de su estadía más amena.

1.2. Análisis del sitio

1.2.1. Localización

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en un lote de terreno ubicado cerca de una de las universidades más grandes de la ciudad, la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), la cual alberga un gran número de estudiantes que provienen de otras provincias. La ciudad de Riobamba es la capital de la provincia de Chimborazo.

1.2.2. Factores Geográficos

Altitud y ubicación

Se encuentra localizada en el centro geográfico del país, a 2750 msnm en el centro de la hoya del Chambo. Está rodeada de varios volcanes, entre ellos el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar, y el Carihuairazo (El Universo, 2002).

Demografía y parroquias

De acuerdo al último censo, la ciudad tiene 156723 habitantes. Está conformada por cinco parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes; y, once

parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijés, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan, y San Luis.

Clima

El clima de la ciudad es frío, y tiene una estación fría y una estación seca. Debido a los fuertes vientos, la temperatura podría llegar a los 0°C. Sin embargo, la temperatura promedio de la ciudad es de 16°C.

Generalidades

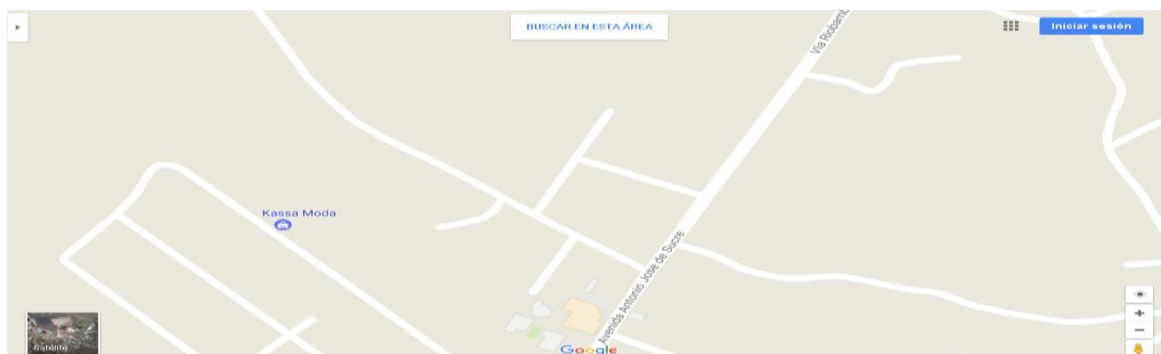
En el año 2011, la ciudad fue nombrada como “ciudad politécnica, universidad, y tecnológica del Ecuador” (“Asamblea Nacional”) debido a la alta calidad de la educación que se dicta en las universidades presentes en la ciudad. Durante la declaración, Marco Murillo, destaca a Riobamba como una ciudad llena de privilegios y destaca que “(...) la Universidad Politécnica de Chimborazo cuenta con el 67% de estudiantes de diferentes provincias del Ecuador (...). [Además], “las cincuenta instituciones universitarias, tecnológicas y politécnicas han permitido que se llegue a un total de 60.000 estudiantes universitarios dentro de la ciudad” (Alarcón , 2013).

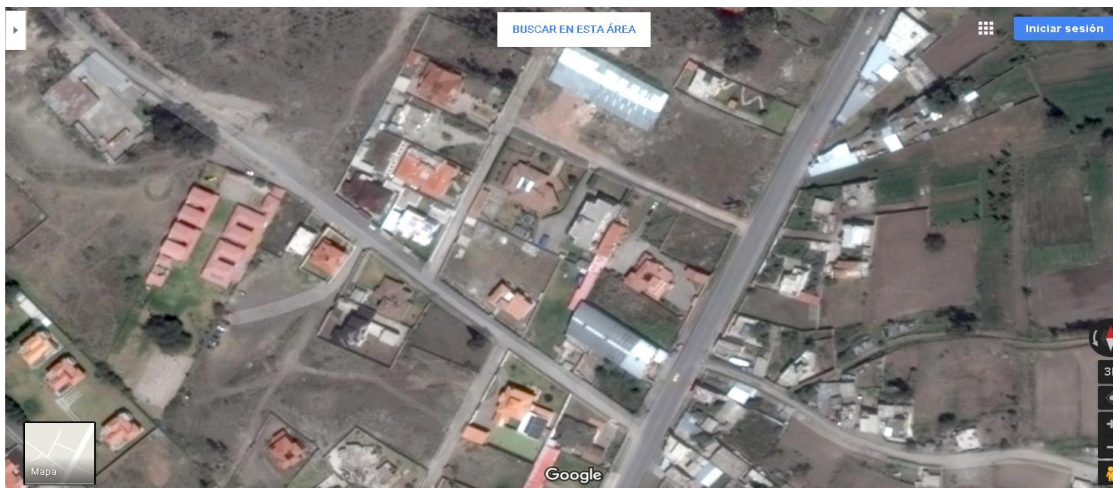
1.2.3. Ubicación Geográfica

El terreno tiene un tamaño de 1580 m² y está ubicado en la Avenida Antonio José de Sucre Km2 en el lado Este de la ciudad en la vía que va a la ciudad de Guano. Este lugar tiene como coordenadas -1.646018; -78.642047.

A continuación se presenta el terreno a través de un mapa de google:

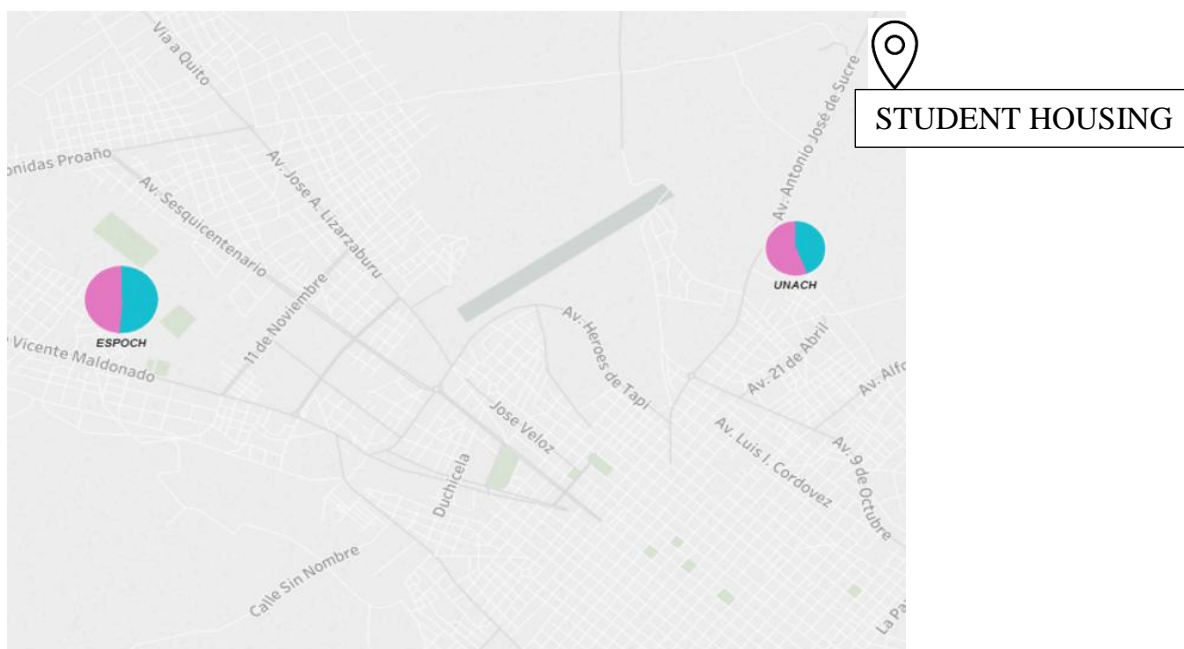
Figura 4: Ubicación geográfica





Fuente: Google Maps

Figura 4: Ubicación geográfica de acuerdo a universidades



Fuente: Geoportal Senescyt, (2016).

1.2.4. Adaptabilidad y conveniencia física del terreno

1. Ubicación estratégica: La locación donde se implementará “STUDENT HOUSING” es un terreno ubicado en la Av. Sucre, es una propiedad privada que consta con todos los servicios básicos, tiene dos accesos, un lateral por la vía

principal y un posterior, ambos de primer orden. Además se cuenta con un cerramiento que por ser edificado recientemente no se visualiza en el mapa. Finalmente, existen dos líneas de bus que pasan por el sector.

2. Acceso a instalaciones seguras y cómodas: La construcción, diseño, y materiales con los cuales se trabajará en la residencia son de alta calidad y buscan promover el confort de cada uno de los estudiantes dentro de la residencia. Además, se contará con guardianía privada para mantener la seguridad.
3. Acceso a servicios básicos: El terreno tiene agua, luz, línea telefónica convencional y cobertura para todas las operadoras de telefonía celular, posee cisterna, fuente de luz y acceso a redes inalámbricas mediante wifi, esto lo hace apto para su funcionamiento, además se cuenta a menos de 100m con un contenedor de basura. Para el manejo de los departamentos, se contará con medidores de agua y luz independientes para cada departamento, además de una red wifi compartida para todos los inquilinos.

1.2.5. Análisis del vecindario

En la Avenida Antonio José de Sucre se encuentra ubicado el Paseo Shopping de Riobamba, el cual cuenta con una amplia gama de opciones para que los estudiantes accedan a alimentos, café, ropa, lavandería, medicinas, y materiales necesarios para sus estudios. Asimismo, para recreación, dentro del centro comercial se encuentran varias opciones de entretenimiento, como la cadena Supercines.

Asimismo, si es que los estudiantes desean realizar actividades de recreación en los alrededores, tienen disponibles diversos atractivos turísticos, como:

- Visita a la Iglesia de la Concepción.
- Visita al Volcán Tungurahua.
- Visita al Volcán el Altar.
- Visita al Tren del Hielo y al tren crucero.
- Visita a la Balbanera (primera iglesia del Ecuador).
- Visita al Chimborazo.
- Visita al Mercado de la Merced.

Los edificios y casas renteras que están alrededor del terreno son los principales competidores en los alrededores de nuestros departamentos, se encuentra la Universidad, el Paseo shopping, y algunos lugares de entretenimiento social como piscinas, restaurantes y paraderos.

Las vías que posee el sector están en condiciones óptimas al tener poco tránsito vehicular, además de, tener menos de 5 años de ser reconstruidas.

Los principales competidores son 4 edificios muy cercanos al terreno y que juntos ofrecen 50 soluciones habitaciones, y que tienen precios que oscilan entre los 80 y 100 dólares por persona.

En la zona hay proyección de construcciones futuras que aparentemente son viviendas privadas por lo que no incrementaría la oferta de departamentos o cuartos de arriendo para estudiantes.

1.3. Situación legal y regulaciones municipales aplicables

La empresa se constituirá bajo la figura de Responsabilidad Limitada cumpliendo todas las normas que para ello impone la Ley de Compañías en su Sección V DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, artículos 92 al 142.

Se ha escogido esta figura jurídica por sus beneficios, que son:

- Limitación de responsabilidad económica de los socios.
- Libertad de denominación social.
- Gran libertad de pactos entre los socios.
- Capital social mínimo muy reducido y no existencia de capital máximo.
- No existe porcentaje mínimo ni máximo de capital por socio.
- Posibilidad de aportar el capital en bienes o dinero.
- No es necesaria la valoración de las aportaciones no dinerarias por un experto independiente, tampoco su intervención o la de un auditor en ampliaciones de capital.
- Sin límite mínimo ni máximo de socios.
- Posibilidad de nombrar Administrador con carácter indefinido.

- Posibilidad de organizar el órgano de administración de diferentes maneras sin modificación de estatutos.
- Se puede controlar la entrada de personas extrañas a la sociedad.
- No existe un número mínimo de socios trabajadores.
- Buena imagen en el tráfico mercantil.
- En cuanto a la gestión, más sencilla que las sociedades anónimas, laborales y cooperativas
- Fiscalidad interesante a partir de determinado volumen de beneficio.
- Posibilidad de fijar un salario a los socios que trabajen en la empresa, además de la participación en beneficios que le corresponda.

Según la superintendencia de compañías los requisitos necesarios para la constitución de esta o cualquier empresa son:

1. Ingresar a la página de la superintendencia de compañías valores y seguros, <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
2. Elegir portal de constitución de compañías e ingresar en este.
3. Elegir el ingreso a regístrate como usuario.
4. Completar con los datos requeridos el formulario de registro y aceptar el mismo.
5. Abrir el correo electrónico para validar el registro y obtener la contraseña temporal.
6. Una vez activada la cuenta se registra la clave definitiva y se acepta el trámite.
7. En este punto el sistema nos redirige a la página de registro de compañía para elegir entonces la opción de reserva de denominación.
8. Aquí toca ingresar los datos de usuario y contraseña para ingresar a la cuenta.
9. Entonces se ingresa ya para enviar el documento de reserva de denominación eligiendo la opción de constitución de compañía.
10. Confirmar si la empresa es un holding tenedor de acciones o no.
11. Aquí me informan que el servicio mercantil registrara si es una compañía anónima o limitada.
12. Hecho esto se procede con la introducción de los datos que requiere la plantilla.
13. Se selecciona tipo de actividad y código de actividad.
14. Se selecciona operación principal y hasta cinco operaciones secundarias.

15. Cumplido con todo esto finalmente se nos presenta el documento que se tiene que llenar con los datos que se especifican en el mismo para verificar si el nombre elegido se puede usar o no, confirmado que el nombre está libre se aprueba la solicitud que automáticamente se envía al registro mercantil y este responde vía electrónica confirmando el registro o pidiendo modificaciones antes de registrarlo definitivamente.
16. Este nombre tiene que ser usado en un tiempo determinado al registrar completamente la compañía caso contrario queda anulado.

Costo: El trámite no tiene costo.

Elaboración de estatutos

Para la realización del estatuto se requiere el servicio de un abogado, quien lo redactará y elevará a escritura pública mediante notario.

Los estatutos no pueden ser un “copy paste”, deben estar de acuerdo con cada empresa, para generar un mejor y mayor acercamiento entre los accionistas o socios. Se recomienda tener en claro los siguientes puntos:

1. Revisar el monto del capital social.
2. Pactar por anticipado la distribución de las utilidades.
3. Prácticas de endeudamiento.
4. Elegir el tipo de acciones de la compañía.
5. Evaluar la creación de una Junta Directiva.
6. Definir Accionistas y Socios
7. Incorporación del Revisor Fiscal
8. Derechos y Preferencia de los Socios
9. Mecanismos de protección a los accionistas
10. Resolución de conflictos

APROBACIÓN DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Se debe realizar una Escritura de la Constitución de la Compañía. Este documento debe redactarlo un abogado, posteriormente tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

El pago se lo realiza en Banco del Pacífico, después tendrán que ir a una cita con el notario para firmar la escritura de constitución.

Costo: entre \$140 y \$200 dólares, correspondientes al pago del notario y el pago del registro mercantil.

- El nombramiento de los administradores se realizará en la escritura de constitución, quedando inscrito conjuntamente con la misma.

Fuentes de información:

Superintendencia de compañías

La Propiedad Industrial se encarga de proteger a toda persona natural o jurídica, respecto a sus invenciones, marcas, distintivos, lemas comerciales, descubrimientos que tengan relación con el mercado, la industria y el comercio.

Al registrar una patente (conjunto de derechos exclusivos concedidos por el estado a un inventor o a su cesionario) dura un periodo de 20 años y nos ayuda a excluir a cualquier persona ajena de fabricar, reproducir o comercializar el producto.

Los inventores/ titulares y/o los cesionarios tiene que presentarse ante el IEPI a registrar el modelo de utilidad.

Serán patentables las invenciones que sean nuevas (novedad), tengan; nivel inventivo y susceptible de aplicación industrial.

Es aconsejable que antes de presentar una patente, se pida una búsqueda de los antecedentes para saber si el producto o procedimiento que desean patentar presenta novedad, tiene nivel inventivo a nivel mundial. Esto se considerara en cuanto sea pertinente.

Avalúo Comercial: No aplica pues no se vende el terreno sino solamente el servicio de arrendamiento.

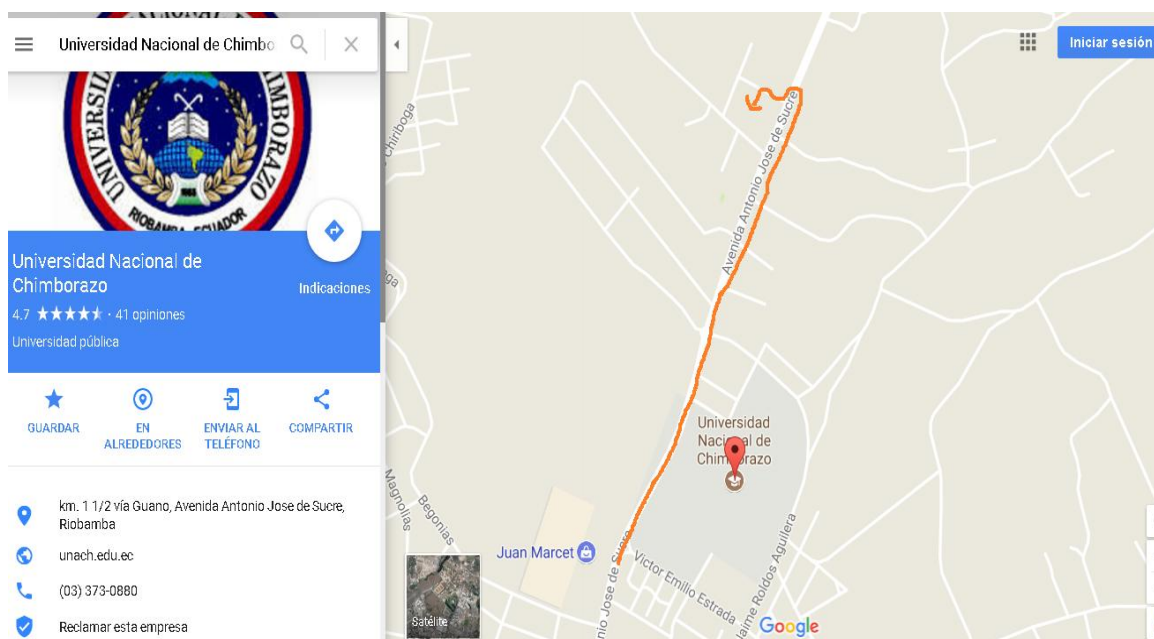
1.4. Análisis del área del mercado

1.4.1. Perímetro

El perímetro relativo entre el terreno y la universidad es de 6 manzanas (0.6 Km) , localizándose al norte la ciudad de Guano, al sur la UNACH y el Paseo Shopping, al oeste el Barrio El Aeropuerto y al oeste Terrenos pertenecientes a personas particulares.

Para llegar se baja por la avenida Antonio José de Sucre con dirección a la UNACH, de ahí, a aproximadamente 0,6 Km se encontrará “Student Housing”.

Figura 5: Ubicación del predio



Fuente: Google Maps

Figura 7: Impuesto predial rural

 **RIOBAMBA**
GAD MUNICIPAL

Comprob. Nro. 001-036-000011339 **RUC:** 0660000360001

RAZON SOCIAL GOBIERNO AUTOMOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE RIOBAMBA

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN 05/01/2017 16:12

AMF 7 **PRODUCCIÓN** **EMISION** NORMAL

DIR. MUNICIPIO MUNICIPIO - 5 DE JUNIO

Cliente	COSTALES CABEZAS GINA LEONELA	Ruc/Cedula:	0601611650
Domicilio	LAS ABRAS Y EL ROSARIO	Recaudador:	NARANJ OV
Emission:	01/01/2017	Fecha Fact:	05/01/2017
Referencia:	0601030010020030070000000000 VELASCO		
Concepto	Emission: 2017Sector:VELASCO Localizacion: LAS ABRAS Area total: 3375.0 Avaluo: 10027.50 Catastro Rural		

Cant	Descripcion	V. Unitario	V. Total
1,00	costo emision de titulos de credito en computacion, servicios administrativos	2,00	2
1,00	impuesto predial rural	12,22	12,22
1,00	por mantenimiento e incorporacion al nuevo catastro rural	2,00	2
		Iva 14%	
		Descuento 10%	1,22
		Exoneracion	0
		Intereses	0,0
		Valor Total	15,0

ENTREGUE CONFORME RECIBI CONFORME

(Nota: Su comprobante electronico estara disponible en un lapso de 4 a 48 horas, debe ingresar con su cuenta de usuario(#cedula): 0601611650 y su contrasena (#cedula): 0601611650 a la siguiente direccion web:
<http://www.gadmriobamba.gob.ec/>)..

1.4.2. Información Económica Demográfica

Al ser el segmento de mercado, estudiantes entre los 18 y 26 años, se tiene en cuenta los datos del INEC que registra un crecimiento poblacional de acuerdo a la siguiente tabla:

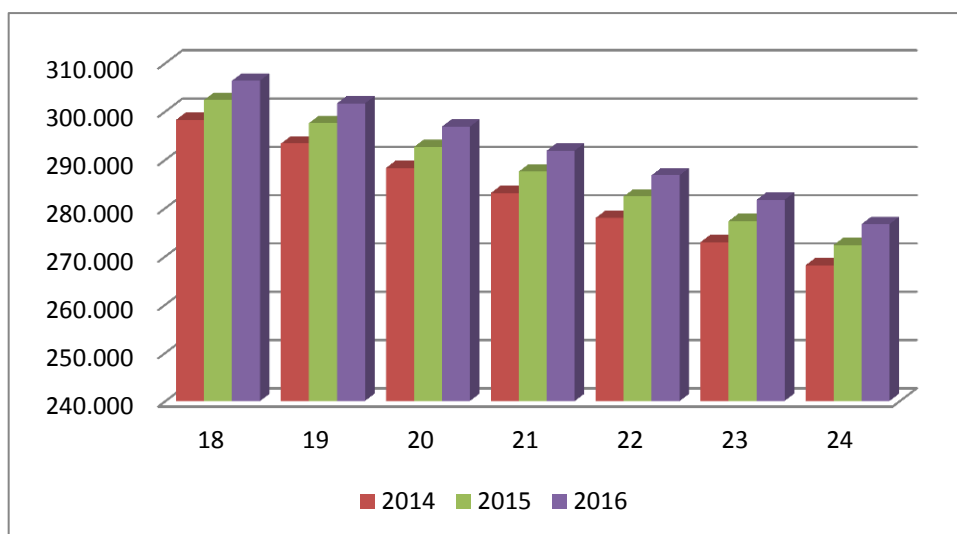
Tabla 1: Crecimiento poblacional de los últimos 3 años de entre 18 y 24 años

AÑOS	2014	2015	2016
18	298.246	302.351	306.353
19	293.329	297.561	301.643
20	288.256	292.613	296.819
21	283.090	287.524	291.863
22	277.939	282.371	286.779

23	272.922	277.263	281.672
24	268.109	272.297	276.628

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2016

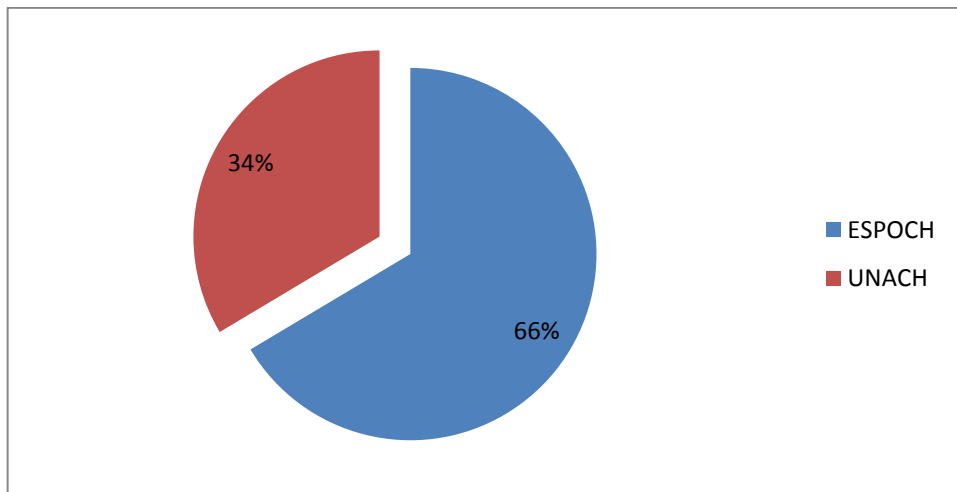
Figura 8: Crecimiento poblacional de los últimos años



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2016

En las Figuras 8 y 9 se puede apreciar el porcentaje de estudiantes en cada una de las universidades más grandes de Riobamba de acuerdo a información proporcionada por las secretarías generales de cada una.

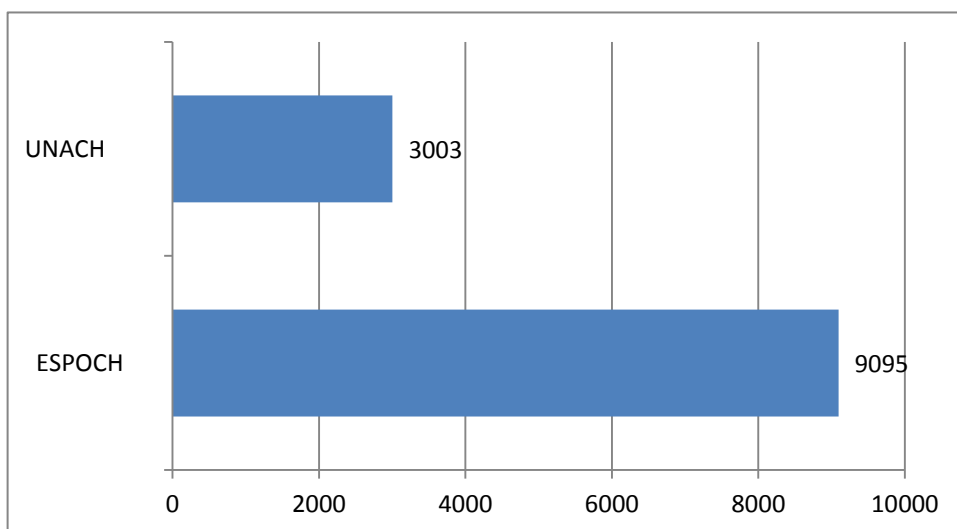
Figura 9: Estudiantes Universitarios en Riobamba



ESPOCH	19.794
UNACH	10.000

Fuente: Secretaría de cada Universidad

Figura 10: Estudiantes foráneos que viven en Riobamba



Fuente: Secretaría de cada Universidad

1.5. Análisis de la oferta

El crecimiento de la oferta de habitaciones y departamentos para estudiantes universitarios ha tenido un crecimiento desordenado. En general, la mayor parte de

ofertantes son personas que tienen habitaciones extras en sus departamentos, por lo cual, se da una oferta del servicio de una manera empírica, no empresarial. La mayor parte de la oferta es informal, razón por la cual ni el municipio de Riobamba, ni el SRI tienen un estimado real de personas u empresas dedicadas a este negocio.

La residencia, explotando las cualidades del producto, como son, el confort, la seguridad, el precio competitivo, la cercanía a las universidades y por medio de apropiados sistemas de mercadeo podrá captar muchos de esos clientes, que se encuentran ávidos por acceder al tipo de departamentos que la residencia insertará en el mercado, teniendo también la posibilidad de desplazar a muchos competidores que no innovan y mantienen su oferta con todas las fallas que el proyecto busca eliminar.

Tabla 2: Competencia de Mercado

	Departamentos en edificios	Departamentos en casas	Hoteles
Ubicación	Aledaños a la UNACH		
Tipo de vivienda	1 o 2 personas	1 o 2 personas	1 o 2 personas
Tipo de administración	Administrador	Dueño	Administrador
Derecho de Llave	Sí	No	Sí
Calidad del producto	Media	Baja	Media
Capacidad	4 a 10 dptos.	1 a 2 dptos.	Más de 10 dptos.
Costo	Medio	Medio	Muy elevado

La competencia secundaria es la misma pero cubre un perímetro mayor a 1Km, respecto al terreno del proyecto.

Por medio de visitas personales a un gran número de establecimientos, dedicados al arrendamiento de cuartos o departamentos para estudiantes en las cercanías de la UNACH y del lugar en el cual instalaríamos nosotros el proyecto, y por medio de entrevistas personales a estudiantes foráneos que utilizan estos servicios, se ha podido determinar qué:

Departamentos o cuartos en edificios, se ofertan en dos tipos de edificaciones, la una en aquellas hechas específicamente para este propósito y la otra en construcciones

adaptadas para dar el servicio de arrendamiento a los estudiantes, las primeras ofertan cuartos para una o dos personas con baño incluido en la habitación, pero sin acceso a cocina u otros adicionales, los cuartos tienen dimensiones adecuadas para su propósito al igual que los baños y los precios para las piezas individuales esta entre los 100 y 150 dólares mensuales, mientras los dobles se ofertan entre 90 y 100 dólares por persona, de este tipo se calcula que existen los suficientes como para cubrir un 35 o 40 por ciento de la demanda existente, y son los más buscados por el precio, aunque no tengan servicios adicionales. Una pequeña oferta de departamentos en estas construcciones también existe, los mismos que cumplen adecuadamente con las normativas de habitabilidad, pero alcanzarían a cubrir solo un 5 por ciento de la demanda, refiriéndonos al número de estudiantes foráneos, no están equipados con mobiliario lo que representa un inconveniente para los arrendatarios, en su mayoría se permite que vivan un máximo de 4 personas y los precios varían entre los 350 y 450 dólares mensuales. En las edificaciones adaptadas casi todas están destinadas al arriendo solo de cuartos con o sin baño independiente, para una o dos personas, sin acceso a ningún otro servicio, esta oferta podría cubrir un 15 o 20 por ciento de la demanda a la que nos referimos, los precios para cuartos sin baño independiente oscilan entre los 70 y 90 dólares por persona sin importar que sean individuales o dobles, y entre 90 y 100 dólares por persona para aquellos que si lo poseen.

La oferta de cuartos o departamentos en casas particulares es también alto, y podría llegar a cubrir entre el 30 y el 40 por ciento de la demanda existente, los departamentos que se ofertan son de las mismas características de los mencionados que existen en los edificios construidos para ese propósito, con la diferencia de que estos en un gran numero son semi amoblados, al igual que los dormitorios, los departamentos existen desde aquellos para dos personas y los que pueden alojar un máximo de cuatro o cinco estudiantes y los precios van desde los 90 a los 120 dólares por persona, por otra parte los dormitorios no poseen baño privado, está a la disposición el de uso familiar y se permite también usar la cocina bajo ciertas normativas , también existe cierto grado de control relativo a horarios y reglas de comportamiento que los estudiantes tienen que cumplir, este detalle hace que los padres de familia que buscan alojar a sus hijos los prefieran, el precio en promedio es de 150 dólares por persona.

Finalmente encontramos algunos hoteles u hostales que ofertan dormitorios con baño privado para estudiantes y que los alquilan por mes en valores que van desde los 150 a 200 dólares por persona cuando es individual y de 120 a 150 dólares por persona cuando son dobles, estos son utilizados para periodos cortos cuando los estudiantes tienen que efectuar exámenes o trabajos fuera de los periodos normales de clases o al inicio o terminación de las carreras. Por lo que no constituyen una competencia real.

Frente a la oferta existente con todas sus bondades y deficiencias, se considera que nuestra propuesta es competitiva, más si en el menor tiempo posible ofertamos servicios de tutelaje de los estudiantes en vista de la inseguridad que se ha evidenciado en los últimos tiempos, esto nos dará una gran ventaja sobre todos los competidores.

1.6. Análisis de demanda

El incremento de la oferta académica en la ciudad de Riobamba ha creado un nuevo nicho de mercado para los proyectos inmobiliarios; estos son los estudiantes foráneos que llegan para asistir a las universidades, teniendo unos 12.098 según los datos a los que se pudo acceder de las dos universidades más grandes de la ciudad UNACH y ESPOCH; y todos ellos buscan mejorar su vivienda (Fuente: GAD de Riobamba-2016), ya que hasta hoy han tenido que adaptarse a lo que hay en el mercado, aunque sea precario y costoso, condiciones que transformaríamos con nuestra oferta y facilitaríamos nuestro ingreso. De aquí que los principales generadores de demanda serían:

- Buen diseño
- Costo
- Cercanía a las Universidades
- Calidad
- Comodidad

Esto se pudo verificar a partir de encuestas, además se determinó que la diferencia entre el servicio que se brindará y el que ofrece la competencia será muy marcado y que los precios son manejables de acuerdo al segmento de mercado al que se enfoca el proyecto.

1.7. Pronóstico de ingresos y gastos

1.7.1. Ingresos

El porcentaje de ocupación propuesto para el proyecto es del 100% durante el año ya que inicialmente la residencia cuenta solamente con 10 departamentos de 2 personas cada uno.

La tarifa propuesta por departamento es de \$433.94, es decir \$216.97 por persona. Al cancelar esta tarifa, los estudiantes tendrán acceso a todos los espacios de la residencia, y estarán incluidos los servicios básicos. Con el fin de determinar la tarifa, se utilizó la fórmula de Hubbart. En el siguiente gráfico se puede apreciar la proyección de cada rubro y el cálculo:

Tabla 3: Índices de Hubbart

Rubro	Sueldos	Servicios Básicos	Suministros	Publicidad	Total
Habitaciones	\$11,028.00	\$7,476.00	\$808.80		\$19,312.80
Mercadeo				\$8,000.00	\$8,000.00
Mantenimiento					\$0.00
Total	\$11,028.00	\$7,476.00	\$808.80	\$8,000.00	\$27,312.80
Costos de Constitución					\$12,660.00
Depreciación					\$2,000.00
Muebles y Enseres				\$200.00	
Maquinaria y Equipo				\$300.00	
Vehículo				\$1,000.00	
Equipo de Computación				\$500.00	
ROI					\$10,000.00
TOTAL					\$51,972.80
Cantidad necesaria para venta de habitaciones	\$51,972.80				
Número de Habitaciones Disponibles	10				
Número de Habitaciones Disponibles Anualmente	10				
Venta de Habitaciones de acuerdo al % de Ocupación	100%				10
TARIFA POR DEPARTAMENTO	\$433.11				
TARIFA POR PERSONA	\$216.55				

Una vez que se obtuvo el precio de venta, se realizó un pronóstico de ingresos anual, el cual se puede apreciar en la siguiente:

Tabla 4: Precios

# Departamentos (2 personas)	Precio por persona
10	\$ 433.94 (\$216.55 x 2)
Total mensual	\$ 4,339.40
Total anual	\$ 52,078.80

1 Pronóstico de ingresos

Realizado por: Autor

1.7.2. Gastos

Asimismo, se realizó una proyección de gastos, la cual se expone en la siguiente:

Tabla 5: Gastos

Rubro	Valor
Gastos Operacionales	
Servicios Básicos	\$ 1,800
Sueldos	\$ 11,028
Publicidad y Promoción	\$ 8,000
Suministros de Oficina	\$ 808,8
Inversión	
Constitución e Instalación	\$ 63,300
Activos Fijos	\$ 11,500
Total	\$ 96436.8

2 Pronóstico de Gastos Anuales

Realizado por: Autor

El total de la inversión asciende a \$ 83,300.00. Nuestros contenedores marítimos son de una dimensión de 40 pies categorizados como contenedores ISO 40 estándar, rodean el valor de 1.500 \$ cada uno. Las dimensiones y arquitectura se pueden apreciar en los anexos.

1.7.3. Financiamiento

El Financiamiento del proyecto se realizará con recursos propios.

Recursos Propios	\$83,300.00
-------------------------	--------------------

3 Financiación

Autor: Francisco Romero

El proyecto permitirá el alquiler y posterior venta de mini departamentos que serán ofertados como casas de campo tipo veraniegas o para pasar un fin de semana, habitaciones extras o de huéspedes, etc.

1.8. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

El proyecto presenta un Valor Presente Neto de \$26,710.37 y una Tasa Interna de Retorno del 15%. Se realizó el cálculo con un costo de capital del 20.51%. En los Anexos se encuentra el flujo de caja proyectado a cinco años, el cálculo del valor presente neto, y tasa interna de retorno.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se llevaron a cabo tres escenarios para determinar el desempeño del proyecto.

PRIMER ESCENARIO. SITUACIÓN NEUTRAL

El punto de equilibrio obtenido fue con un 75% de ocupación, es decir, solamente se arriendan 7 departamentos y una habitación extra en todo el año. Se obtuvo un VAN de USD 16,393.67 y una Tasa Interna de Retorno del 17.36%.

SEGUNDO ESCENARIO. SITUACIÓN PESIMISTA

Se realizó un segundo escenario, en el cual el porcentaje de ocupación es del 50%. Se obtuvo un Valor Presente Neto negativo de \$ 35,189.84 y una Tasa Interna de Retorno del -1.91%.

TERCER ESCENARIO: SIN VENTA DE LAS INSTALACIONES

Se realizó un escenario en el cual no se venden las instalaciones en el quinto año. Se obtuvo un Valor Presente Neto negativo de \$25,823.07 y una Tasa Interna de Retorno del -1.10%.

COMPARACIÓN DE ESCENARIOS

La que se muestra a continuación indica los diferentes escenarios.

A pesar de que el escenario probable es positivo, se recomienda construir un mayor número de habitaciones o realizar tarifas diferenciadas para generar mayores ingresos e utilidad.

Tabla 6: Escenarios TIR/VAN

Variable	Escenarios			
	Pesimista	Neutral	Probable	Sin Venta
VAN	-\$ 35,189.84	\$ 16,393.67	\$ 26,710.37	-\$ 25,823.07
TIR	-1.91%	17.36%	20.51%	-1.10%

Fuente: Francisco Romero

2. DISEÑO Y ARQUITECTURA

STUDENT HOUSING, tiene el firme propósito de ofertar en el mercado experiencias de vida que trascienden al objeto inmobiliario. Lograr que una propiedad deje de ser el "dónde" y se convierta en el "cómo" quiero vivir, ofreciendo un lugar amigable con el medio ambiente, que preste todas las garantías necesarias para desarrollar a plenitud la vida cotidiana y los estudios. Con este fin, se construirá un conjunto de 10 departamentos.

En el primer mes de actividades de la empresa, contaremos con un conjunto de 10 departamentos acondicionados para ser habitables con buenos niveles de aislamiento, protección acústica y térmica; con paredes interiores modulares, ventanas con cristal, instalación eléctrica, agua corriente y calentador independiente de ser necesario, climatización según la ubicación, muebles básicos de cocina, baño, dormitorio y comedor. Esto con el fin de brindar todas las comodidades a los estudiantes que habiten en la residencia Además, en el futuro brindaremos por un costo extra los servicios de:

Salón de estudios

Salón de reuniones comunitarias

Tutoría estudiantil

Construcción a base de contenedores marinos

Desde hace varios años, se han venido desarrollando diversos proyectos arquitectónicos a partir de los contenedores marinos; entre ellos, se pueden encontrar viviendas, hoteles, oficinas, consultorios médicos, entre otros. Aunque no se conoce

específicamente en qué momento se empezó a utilizar este material dentro de construcción, se sabe que la primera patente emitida en torno al uso arquitectónico de este material fue atribuida a Phillip C. Clark el 08 de agosto de 1989 (Clark, 1989). Algunas ventajas de la utilización de contenedores en construcción son (De Arraya, s.f.):

- Utilización de medidas estándar para la planificación y ejecución del proyecto.
- Se pueden utilizar en construcciones de altura pues están diseñados para ser apilados hasta un máximo de 12 pisos.
- La ubicación del contenedor es flexible, por lo que, para hacer construcciones grandes, se puede colocar de manera vertical u horizontal de acuerdo a la necesidad del arquitecto y/o diseñador.
- Rapidez el momento de armar ya que la estructura metálica disminuye los tiempos de espera (fraguado).
- Dado que el contenedor está diseñado para ser movilizado, si es que se desea realizar una nueva configuración o trasladar a algún lugar, es relativamente fácil conseguir el medio de transporte.
- El costo es reducido, puede variar entre USD 700 y USD 5000 de acuerdo al uso.

Sin embargo, así como las medidas estándar son una ventaja, también presentan una problemática el momento de determinar la altura de las construcciones. En este caso, se deberían utilizar dos contenedores y darles la altura necesaria.

Las características de construcción de los mini departamentos hacen posible que el producto final sea mucho más barato y su construcción mucho más rápida, si la comparamos con los sistemas de construcción tradicionales. Esto nos permitirá competir en el mercado ofertando alquileres asequibles para el público objetivo de la empresa, dándonos una ventaja de ingreso al sector.

Se entregarán al cliente semi amoblados y equipados. Este equipamiento puede incluir el formato interior de distribución y acabados de interiores a gusto del cliente.

Debido a la utilización de materiales de primera calidad y al estudio de la distribución de espacio, estas viviendas son realmente confortables, funcionales y económicas.

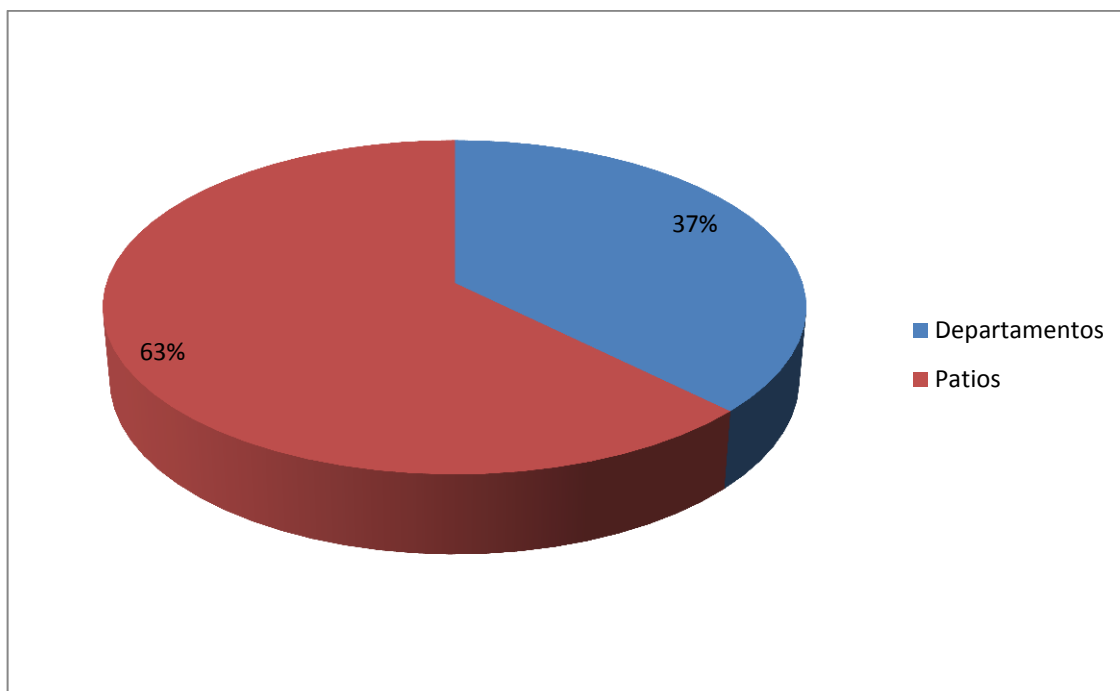
Además de viviendas, los contenedores pueden usarse para el desarrollo de oficinas, laboratorios, puestos de revisión y vigilancia, módulos de atención, refugios, viviendas temporales, talleres, aulas, etc. Se adecuan dependiendo de las necesidades del cliente, a través del departamento de diseño, esto también se aplicaría en la etapa de expansión.

El Control de Calidad y la atención a los clientes serán aspectos primordiales en la empresa.

Es importante destacar que, en estas construcciones, el aislamiento térmico y acústico es mucho mejor que en las de tipo constructivo tradicional.

2.1. Diagrama de relación espacial

Figura 11: División de espacios del terreno



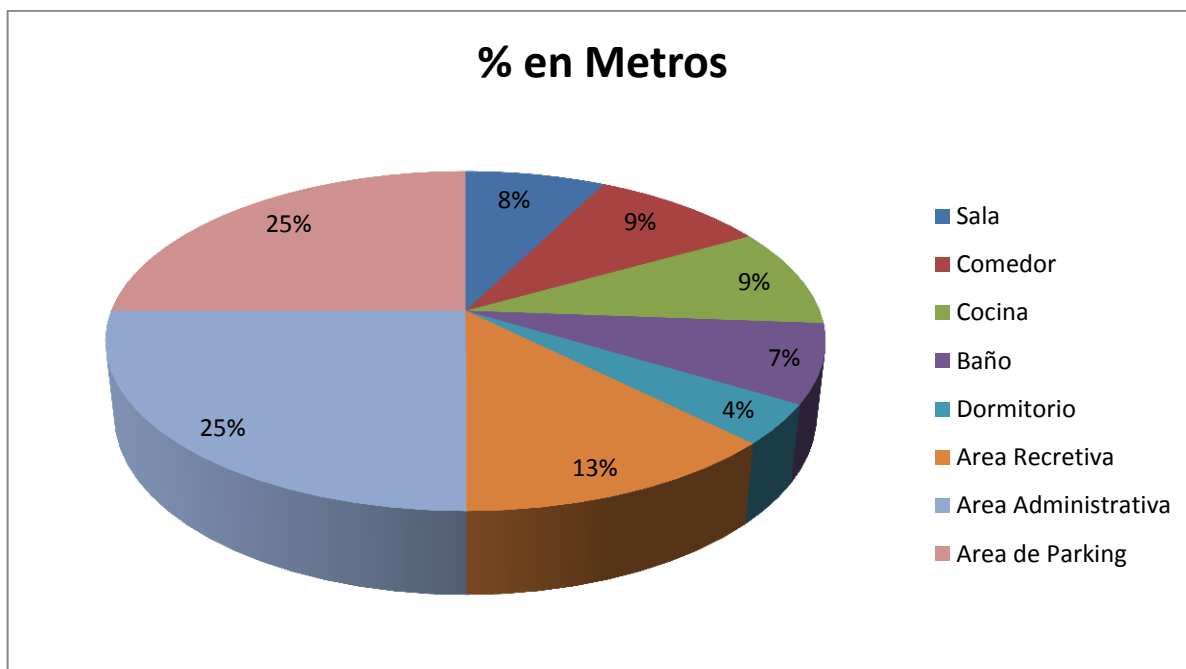
Fuente: Francisco Romero

2.3. Programa de espacios

Tabla 7: División de Espacios

División Espacios	Distribución	Metros	% en Metros
Departamentos	Sala	118	7.5%
	Comedor	148	9.4%
	Cocina	148	9.4%
	Baño	118	7.5%
	Dormitorio	60	3.8%
Pacios	Área Recreativa	198	12.5%
	Área Administrativa	395	25.0%
	Área de Parking	395	25.0%
	TOTAL:	1580	100%

Figura 12: Eficacia del uso del espacio (%)



2.4. División de espacios

2.4.1. Departamentos

Son los espacios ocupados por los 10 departamentos que pertenecen al proyecto, cabe resaltar que el modelo es tipo americano, por tanto no consta de divisiones interiores excepto la del baño y dormitorio.

Sala: Ocupa 118m² del total de los 10 departamentos, es decir cada departamento consta de 11,8m² de sala donde se ha ubicado un sillón, y una pequeña mesa, está entre el comedor y la cocina. Aquí cómodamente podrían ingresar hasta 6 personas si fuese el caso de una reunión social.

Comedor: Consta de un área de 14,8m² por departamento, aquí encontramos una pequeña mesa redonda de plástico propia para servirse comida, detrás se encuentra la sala y al frente la puerta de ingreso al departamento con aproximadamente 1,2m² libres para abrir la puerta libremente y poder ingresar o sacar mobiliario.

Cocina: La cocina tiene una dimensión de 14,8m², el departamento consta de un lavandín con su respectiva conexión de ingreso y salida de agua, no posee cocina pero está previsto el espacio adecuado para la colocación de una cocineta de hasta 4 hornillas, esta habitación posee una ventana aproximadamente a 1,2m de altura del mesón lo que evita la acumulación de olores y permite el ingreso de luz a la zona social.

Baño: Se tiene un único baño con una dimensión de 11,8m² el cual posee el inodoro, un lavabo y un espacio de aproximadamente 3m² para la ducha la cual está separada con una cortina del resto de la habitación, los baños constan de agua caliente proporcionada por una ducha eléctrica, además, consta de un tocador, dotado de un espejo y una cajonera para almacenar utensilios de aseo.

Dormitorio: El dormitorio cuya dimensión es 6m² está junto al baño y posee simplemente una litera de dos pisos de una plaza, adosada a una de las paredes, no consta de veladores pero existirá cajonería en la parte inferior de la litera y un mueble apto para la ropa.

2.4.2. Área de Patios

El área de patios se refiere al área destinada para la circulación de personas. En este espacio podemos encontrar el área administrativa (ya existe la construcción), donde las personas pueden acercarse para arrendar los departamentos y los inquilinos a pagar su alquiler.

Área Administrativa: Se refiere a las oficinas de ventas y administración del proyecto, esta posee un área de 40m² y aloja al personal administrativo, de servicio y sirve de lugar de almacenaje para documentación y archivos. (Ya existe la construcción).

Área Recreativa: Formada Por 395m2 será utilizada para que los inquilinos puedan estar al aire libre pero al mismo tiempo dentro del terreno, lo cual les permitirá circular con tranquilidad, constará de un área de jardines con césped y árboles, además de un corredor hecho en adoquines, que encamina a los inquilinos desde el ingreso principal hacia sus viviendas.

Área de Parking: Consta de un espacio de 395m2, se encuentra a la entrada del predio y será usada para que se puedan estacionar los vehículos del administrador y de los inquilino.

Nota: Los sistemas tanto físicos como personal de seguridad no se contemplan en este trabajo pues serán netamente absorbidos por los inquilinos en caso de que estos lleguen a un mutuo acuerdo.

3. Programa de Alquiler

3.1. Oferta

Tabla 8: Oferta

Departamento A	Áreas verdes, cocina, comedor, sala, baño, dormitorio para dos persona
----------------	--

4. RECURSOS HUMANOS

4.1. Cultura organizacional

La construcción apropiada de la misión, la visión y de los valores corporativos; sumado al convencimiento y acción consecuente por parte de accionistas, directivos y demás colaboradores, conllevan a la "máxima productividad - máxima utilidad empresarial" fin de cualquier organización empresarial.

Misión: Colocar en el mercado inmobiliario una oferta nueva y atractiva para los estudiantes, que consiste en mini departamentos funcionales y versátiles de alta calidad, que brinden comodidad, los mismos que se ajustarán a sus necesidades, contando con un rango de arrendamiento razonable y apegado a su perfil económico.

Visión: Ser una empresa inmobiliaria, innovadora y líder en sus obras y servicios, de excelencia en lo que hacemos, confiable para nuestros clientes y comprometidos con nuestros colaboradores, los departamentos serán los más confortables y económicamente asequibles para el nicho de mercado al que dirigimos nuestro producto.

Filosofía:

COMPROMISO: Identificación, responsabilidad e involucramiento con la institución, con nuestros clientes y nuestros colaboradores.

TRABAJO EN EQUIPO: Entendemos que trabajando unidos, aprovecharemos las sinergias y esto nos hace más eficientes, respetamos y alentamos la diversidad, creemos que el mutuo apoyo es vital para la consecución de objetivos

SERVICIO: Nos caracteriza nuestra actitud de servicio a los demás, a nuestros clientes y nuestros compañeros. Nos proporciona satisfacción servirlos y crear una relación con ellos. Creemos que las relaciones a largo plazo se forman en base a nuestra actitud de servicio.

EFICIENCIA: La asociamos a la óptima utilización de los recursos. Cumplimos con nuestros procesos y procedimientos para entregar un producto y servicio sobresaliente a nuestros clientes.

CREATIVIDAD: Es innovación constante. Es nuestra capacidad de entender a nuestros clientes y plasmarlo en los productos y servicios que les ofrecemos.

VALORES: Honradez, la conducta de los colaboradores y directivos se basará en la verdad, rectitud y honestidad. Equidad e integridad hacia nuestros clientes, empleados, socios y proveedores.

INNOVACIÓN: Buscamos siempre tener valor agregado novedoso en nuestros departamentos, para que sean más confortables y estéticamente agradables.

CALIDAD: Realizamos las cosas siempre bien, reflejándolo en los departamentos que entregamos, la búsqueda por mejorar siempre lo que hacemos la aplicamos hasta en los más pequeños detalles.

DESARROLLO: Nuestros departamentos siempre tendrán espacios para fomentar la convivencia y recreación grupal para su mejor desarrollo, y nuestras prácticas empresariales siempre buscarán el desarrollo humano y económico de nuestros colaboradores y proveedores.

SERVICIO AL CLIENTE: Nuestro cliente externo e interno y su satisfacción es el enfoque de nuestro trabajo, buscando siempre superar sus expectativas.

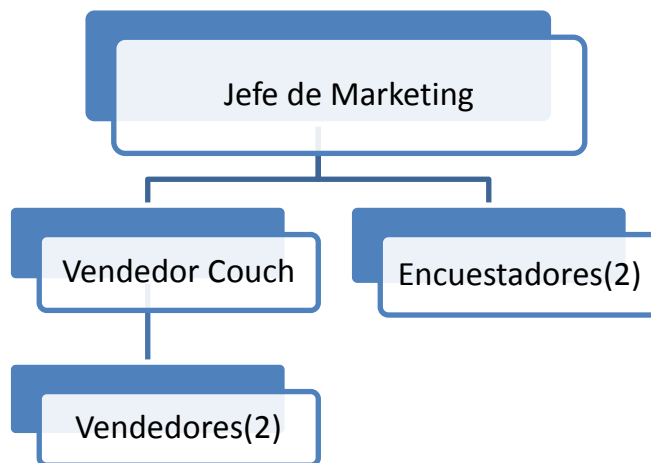
ÉTICA: Nos conducimos con principios éticos buscando siempre vivir y trabajar con esfuerzo, responsabilidad, honestidad y sencillez.

4.2. División de los puestos de trabajo

En STUDENT HOUSING, los puestos de trabajo estarán divididos en temporales y fijos.

Temporales

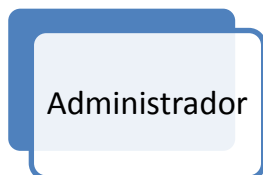
Figura 13: Personal Temporal



Fuente: Francisco Romero

Fijos

Figura 14: Personal Fijo



Fuente: Francisco Romero

Cada colaborador de la empresa desde el administrador hará su mayor esfuerzo por cumplir con las actividades a él encomendadas.

Tabla 9: Atributos de cada cargo

Administrador	Jefe de Marketing	Vendedor Coach	Vendedores	Encuestadores
Dirección general	Atención al cliente	Selección de vendedores	Captación de clientes	Canalizar encuestas a sectores específicos de mercado

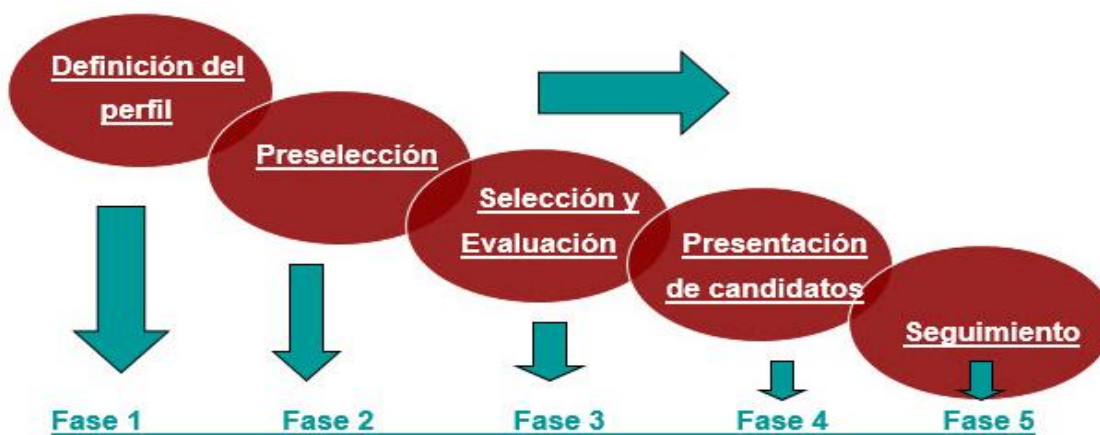
Administración	Promoción	Control de asistencia de vendedores	Reuniones	Tabular encuestas
Atención al cliente	Diseño de publicidad	Selección de áreas de mercado	Informes	Entregar informes

Fuente: Francisco Romero

4.3. Proceso de selección

Este proceso se aplica de manera jerárquica donde el administrador selecciona a los coordinadores, los cuales a su vez eligen su personal de apoyo.

Figura 15: Proceso de selección



Fuente: Francisco Romero

4.4. Descripción de los puestos de trabajo

La descripción de cada uno de los puestos permite generar obligaciones y determinar responsabilidades en el manejo de la empresa así como la verificación de actividades.

Tabla 5: Descripción del puesto

Descripción del puesto	
Título de la posición	Administrador
Informes a	Dueño del proyecto
Ubicación	Riobamba
Función Principal	Encabezar las funciones administrativas y económicas de la empresa
Alcance	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de controlar al vendedor Coach y al jefe de marketing • Realizar el registro de pagos por parte de los arrendatarios • Responsable del correcto funcionamiento de los departamentos
Tareas Principales	<ul style="list-style-type: none"> • Permanecer en la oficina administrativa todos los días • Solucionar problemas con los inquilinos • Ayudar en la parte operativa si fuese necesario
Competencias necesarias	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en finanzas • Adiestramiento en RRHH • Conocimiento inmobiliario • Don de gentes • Calidad en atención al cliente • Cualidades administrativas

Descripción del puesto	
Título de la posición	Vendedor Coach
Informes a	Administrador
Ubicación	Riobamba
Función Principal	Dirigir y supervisar su equipo de trabajo (vendedores)
Alcance	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de control de vendedores • Responsable de contratar y despedir personal de su

	área
Tareas Principales	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir las actividades de los vendedores • Supervisar las actividades de los vendedores • Entregar informe al administrador
Competencias necesarias	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en RRHH • Experiencia en ventas • Capacidad de trabajo en equipo • Motivador

Descripción del puesto	
Título de la posición	Jefe de marketing
Informes a	Administrador
Ubicación	Riobamba
Función Principal	Dirigir y supervisar a encuestador y al equipo al vendedor coach
Alcance	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de promoción del proyecto • Responsable de imagen
Tareas Principales	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades publicitarias • Desarrollar encuestas • Entregar informe al administrador
Competencias necesarias	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en RRHH • Conocimiento en Márquetin • Conocimiento informático • Habilidad en manejo de sitios web • Capacidad de dirigir

Fuente: Francisco Romero

5. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

5.1. Segmentos de mercado

El segmento de mercado al que va orientado STUDENT HOUSING se enfoca en hombres y mujeres de entre 18 a 26 años con un ingreso medio – alto y que sean estudiante de otras ciudades. Se ha tomado en cuenta que hay un alto número de estudiantes foráneos 12.098 que corresponde al 40,57% del total de estudiantes universitarios de la provincia de Chimborazo.

5.2. Medios y estrategias generales

Ofertar en el mercado un departamento novedoso; tanto por su diseño como por sus prestaciones, que lograrán provocar una experiencia satisfactoria a los futuros ocupantes.

Los costos de arrendamiento de acuerdo a la media utilizada para inmuebles de estas dimensiones se encontrarán dentro de los rangos existentes, los mismos que se irán regulando de acuerdo a los requerimientos del mercado.

Un plus que lo vuelve atractivos es la integración de la tecnología (sistema constructivo y diseño) a un precio asequible para nuestro *target*.

Al ser nuestros clientes objetivos los estudiantes; se diseñará un plan de marketing desde esa visión, enfatizando en los beneficios y las ventajas de vivir en un lugar “*alternativo*” a la oferta común del mercado inmobiliario.

Nuestro encargado de ventas será quien oferte los departamentos no como un lugar dónde vivir; sino como una experiencia de vivir.

Las Personas

Construiremos relaciones con nuestros potenciales clientes. Vendiéndoles no la idea de habitar un lugar; sino la de vivir una nueva experiencia.

Producto

Nuestro producto se está alineando con las necesidades del consumidor, y al mismo tiempo evolucionara de acuerdo al ritmo de los requerimientos del cliente.

Lugar

El lugar para comercializar los departamentos serán las oficinas de la empresa a través del departamento de comercialización y un punto innovador de venta será el *e-commerce* ya que nos brinda más posibilidades de conectar con el cliente.

Precio

Los costos por la utilización de los departamentos serán de 433,94 \$ por departamento, inicialmente, con un pequeño incremento en los años posteriores pero siempre manteniéndonos competitivos.

Promoción

A nuestro producto lo promocionaremos:

Repartiendo volantes, a nuestro público meta con los datos de contacto: teléfono, email, sitio web y redes sociales.

Contacto directo en las universidades con los estudiantes y con los padres de familia.

Entregaremos descuentos y promociones especiales a los primeros clientes ofreciéndoles un trato especial a largo plazo.

Asistiremos a encuentros de negocios, ferias, expos y eventos relacionados con el negocio para ofrecerles a los asistentes información de nuestra empresa. Además utilizaremos la estrategia del *networking* para encontrar nuevos clientes e incluso posibles socios e inversionistas.

Buscaremos crear una referencia de parte de nuestros primeros clientes.

Crearemos guiones de unos 30 segundos tanto para clientes, relacionistas públicos o medios de comunicación y otro para posibles socios e inversionistas. Dando a conocer las características y beneficios de nuestro producto.

Seremos nuestros propios publicistas llamando, escribiendo en redes sociales o a través de un mail personalizado a nuestros amigos, conocidos y familiares. Describiendo de qué se trata nuestro negocio, invítalos a conocerlo y a compartir la información.

Procesos

Para retener a nuestros clientes, prestaremos mucha atención a los procesos, monitorizando los medios sociales, realizando entrevistas de satisfacción del cliente, y apostando por el marketing de automatización. Procesando los datos aportados por el cliente para convertirlos en acciones que contribuyan a la fidelización del consumidor.

Posicionamiento

Comunicaremos de manera clara quiénes somos, informando nuestro lema de manera repetida al cliente, quienes son nuestros colaboradores, los productos y servicios que proporcionamos, así como las ofertas y descuentos que podemos brindar.

CONCLUSIONES

- Los departamentos se encuentran ubicados en el sector aledaño a la Universidad Nacional de Chimborazo, en el noreste, cuenta con un área física de 1582 m² que son destinados a los departamentos y al área de servicio.
- Se maneja turnos de atención en horarios de oficina para la promoción del producto.
- El segmento de mercado al que se enfoca este proyecto es al de jóvenes de 18 a 26 años de edad, de nivel socio económico medio alto el área administrativa funcionará de lunes a viernes de 8:00 a 17:00
- El proyecto STUDENT HOUSING es rentable, pues el VAN a pesar de ser negativo no indica pérdidas, simplemente que la inversión requiere unos meses más de lo esperado para ser recuperada, el TIR al ser este mayor que cero representa un negocio atractivo para los inversionistas.
- El plan de marketing elaborado, permitirá un crecimiento sostenido del negocio el cual reflejaría ganancias con algunos meses más de lo previsto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón , C. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de interpretación del patrimonio histórico de la ciudad de Riobamba*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://docplayer.es/33958639-Estudio-de-factibilidad-para-la-creacion-de-un-centro-de-interpretacion-del-patrimonio-historico-de-la-ciudad-de-riobamba-provincia-de-chimborazo.html>
- Clark, P. (08 de Agosto de 1989). *Method for converting one or more steel shipping containers into a habitable building at a building site and the product thereof*. Obtenido de Google Patents: <https://www.google.com/patents/US4854094>
- ContenHouse. (s.f.). *Casas en contenedores*. Recuperado el Marzo de 2017, de <https://contenthouseblog.wordpress.com/>
- De Arraya, J. (s.f.). *La construcción con contenedores marítimos*. Obtenido de Sostenibilidad, eficiencia, y ecoconstrucción para las viviendas: <http://www.mimbrea.com/contruccion-con-contenedores-martimos/>
- EAE Business School. (s.f.). *Ejemplo real de un plan de marketing*. Recuperado el 5 de Abril de 2016, de <http://www.eaprogramas.es/internacionalizacion/ejemplo-real-de-un-plan-de-marketing>
- El Universo. (31 de Diciembre de 2002). *Sultana de los Andes*. Obtenido de El Universo: <https://web.archive.org/web/20161018172601/http://www.eluniverso.com/2002/12/31/0001/452/6EEFAE5F3634406189853D2157D2C47B.html>
- Espinosa, R. (s.f.). *Welcome to the new marlow*. Recuperado el 12 de Marzo de 2017, de <http://robertoespinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing/>
- Jirikils, I. (s.f.). *Consideraciones Básicas en el Diseño y Elaboración de Proyectos*. Recuperado el 2 de Abril de 2017, de <http://www.monografias.com/trabajos38/elaboracion-proyectos/elaboracion-proyectos.shtml>
- Ministerio de Fomento. (2005). *La Gestion por procesos*. Madrid.
- Perez, E. (s.f.). *El marketing de contenidos y la generación de demanda*. Recuperado el 02 de Abril de 2016, de <http://emilianoperezansaldi.com/marketing-contenidos-generacion-demanda/>
- Revista Digital sobre cultura ecológica. (09 de Enero de 2015). *10 ventajas de los contenedores marítimos reciclados*. Obtenido de Revista Digital sobre cultura ecológica: <http://www.concienciaeco.com/2015/01/09/10-ventajas-de-los-contenedores-maritimos-reciclados/>
- Romero, F. (s.f.). *Canal Francisco Romero*. Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=7A2daNj4zIQ>

William Rocha. (s.f.). *Como Construir El Flujo de Caja de Un Proyecto de Inversion*. Recuperado el 1 de Abril de 2016, de <https://es.scribd.com/doc/24684937/Como-Construir-El-Flujo-de-Caja-de-Un-Proyecto-de-Inversion>

Youtube. (s.f.). Obtenido de https://www.youtube.com/channel/UCNYoO5G1xPNCapwnG-_lXRg/videos?feature=hovercard

ANEXOS

DETALLES CONSTRUCTIVOS Y DE DISEÑO

Este tipo de construcciones hacen un uso básico del contenedor como estructura y privilegia el diseño interior de los departamentos en cuanto a espacios. Bajo la idea de vivir con lo mínimo e indispensable para dos personas, esto de por sí ya es un concepto verde o sustentable, contara con una cocina comedor, baño, habitación y área social. Para el proyecto inicialmente los conceptos arquitectónicos serán muy simples, pero para el desarrollo de la segunda etapa es decir la producción para venta se desarrollará opciones más completas.

Es importante también considerar el hecho del reciclado de los mismos contenedores y que el aislamiento térmico y sonoro se lo puede hacer utilizando materiales que se desperdician como los contenedores para huevos o los restos de espuma Flex desechados de los empaques de muchísimos productos, esto solo como un ejemplo.

La iluminación utilizara solo sistema led.

Este tipo de construcción al reaprovechar los contenedores evita que estos se conviertan en residuos que contaminen el ambiente, además como no hay que cimentar, se reduce el impacto ambiental del hormigón.

En la ciudad y el país puede ser el proyecto el inicio de este tipo de construcción que es amigable con el medioambiente y que además por sus costos podría convertirse en una buena solución de vivienda para los sectores menos favorecidos, cumpliendo así con la responsabilidad social que debe caracterizar a todo emprendedor moderno.

Figura 16: Nuestra materia prima adquirida en los puertos



Fuente: Francisco Romero

Figura 17: Traslado de los contenedores desde el puerto hasta el lugar donde será ubicado para empezar los trabajos de transformación



Fuente: Francisco Romero

Figura 18: Colocación sobre pilotes, en el lugar designado previo los trabajos de corte



Fuente: Francisco Romero

Figura 19: Proceso de cortado del contenedor, para hacer espacio donde se puedan colocar puertas, ventanas y sistemas de agua y electricidad



Fuente: Francisco Romero

Figura 20: Proceso de cortado del contenedor, para hacer espacio donde se puedan colocar puertas, ventanas



Fuente: Francisco Romero

Figura 21: Adecuación de los interiores del contenedor, colocando los interiores



Fuente: Francisco Romero

Figura 22: Pintando los contenedores con pintura anticorrosiva



Fuente: Francisco Romero

Figura 23: Producto terminado y listo para ser habitado



Fuente: Francisco Romero

Figura 24 Planta Arquitectónica

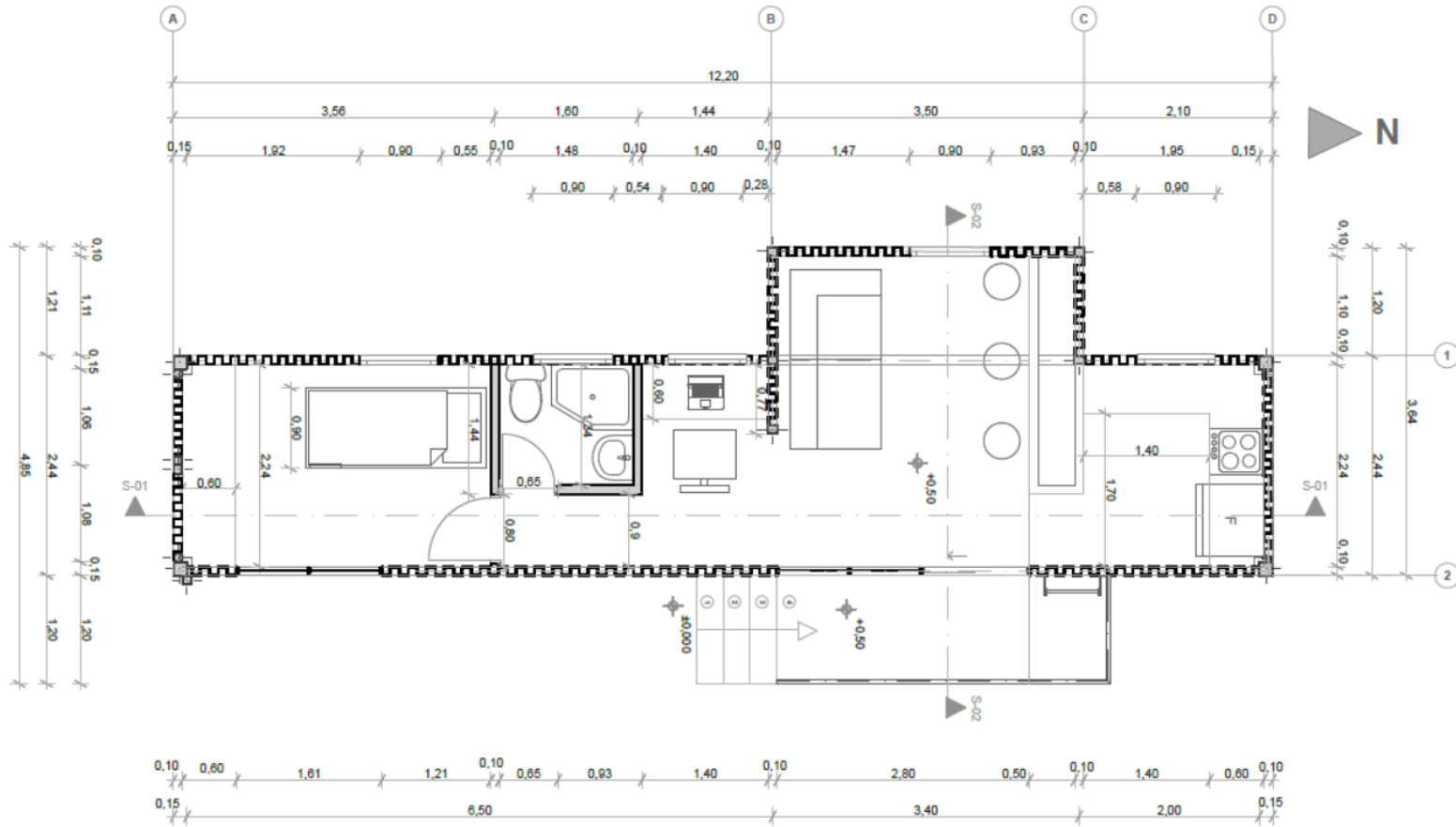
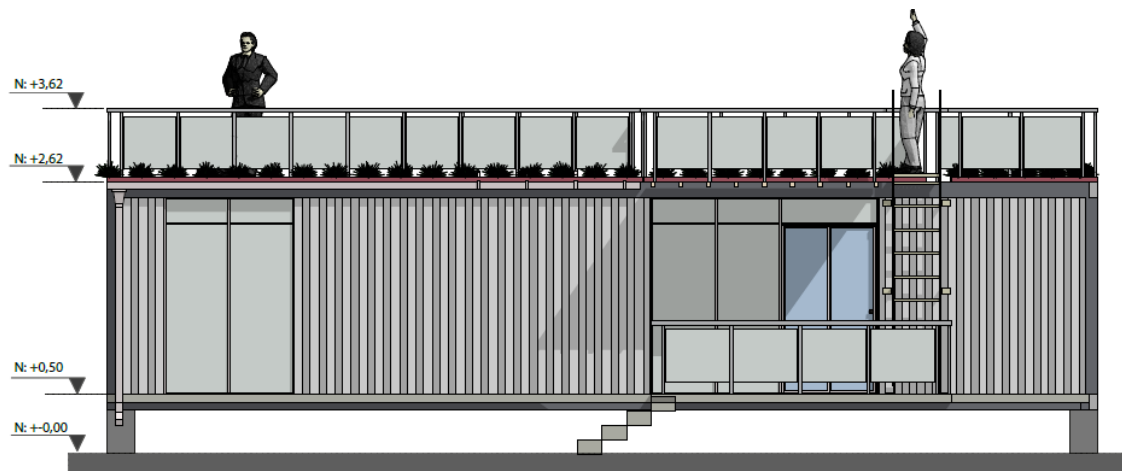


Figura 25: Facha Este

Fuente: Francisco Romero C.

Figura 26: Elevación Oeste

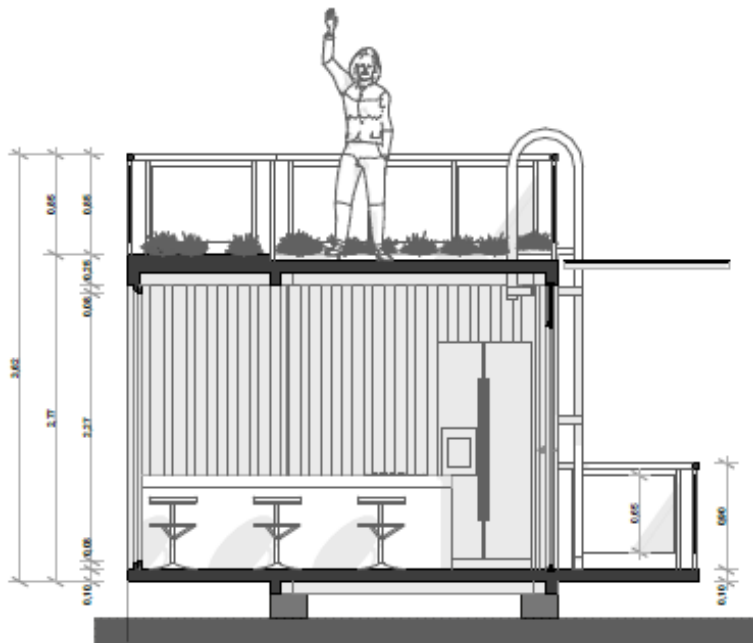
Fuente: Francisco Romero C.

Figura 27: Corte S-01



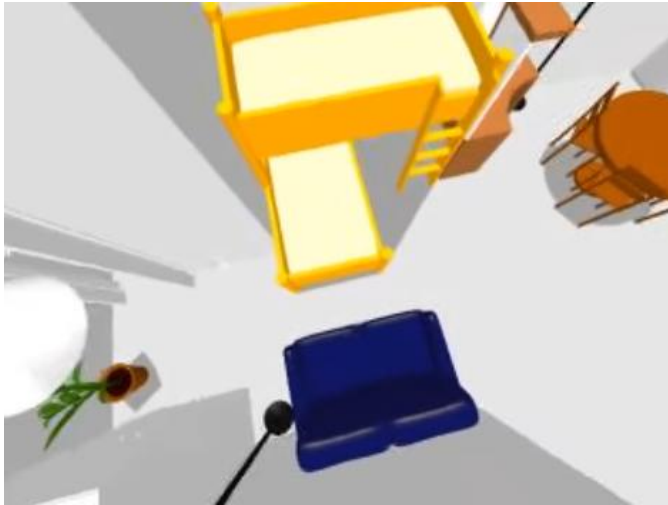
Fuente: Francisco Romero C.

Figura 28: Corte S-02



Fuente: Francisco Romero C.

Figura 29: Videos de los contenedores terminados



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=7A2daNj4zIQ> (Canal Francisco Romero: https://www.youtube.com/channel/UCNYoO5G1xPNCapwnG-_IXRg)

Figura 30: Oferta actual de alquiler en sector aledaño a las universidades.



Fuente: Francisco Romero

DETALLE DE GASTOS

Tabla 6: Constitución e Instalación

Rubro	Valor
Arquitectura e Ingeniería	\$ 57,500.00
Legal y Contabilidad	\$ 2,500.00
Permisos/Impuestos/Pagos	\$ 1,800.00
Seguros	\$ 1,000.00
Contingencia	\$ 500.00
Total	\$ 63,300.00

Fuente: Francisco Romero

Tabla 7: Servicios Básicos

Rubro	Valor Mensual	Total Anual
Agua	\$150.00	\$1,800.00
Luz	\$200.00	\$2,400.00
Teléfono	\$25.00	\$300.00
Internet	\$98.00	\$1,176.00
TV Cable	\$75.00	\$900.00
Gas	\$75.00	\$900.00
Total		\$7,476.00

Fuente: Francisco Romero

Tabla 8: Sueldos

Rubro	Valor
Sueldo mensual	\$375.00
Total Anual	\$4,500.00
Décimo Tercero	\$375.00
Décimo Cuarto	\$375.00
Vacaciones	\$187.50
Pago IESS (individual)	\$425.25
Pago IESS (Patronal)	\$501.75
Total pagado	\$5,514.00
Fondos de Reserva	\$375.00
Total Pagado	\$5,889.00

Fuente: Francisco Romero

Tabla 9: Publicidad y Promoción

Rubro	Valor
Impresiones	\$ 800.00
Ferías colegios	\$ 2,400.00
Internet	\$ 3,200.00
Relaciones Públicas	\$ 1,600.00
Total	\$ 8,000.00

Fuente: Francisco Romero

Tabla 10: Suministros de Oficina

Suministro	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Resmas de Papel	1	\$ 5.00	\$ 60.00
Esferos	5	\$ 3.00	\$ 180.00
Tóner	1	\$ 25.00	\$ 300.00
Clips	4	\$ 0.60	\$ 28.80
Lápiz	8	\$ 1.00	\$ 96.00
Sellos	1	\$ 4.00	\$ 48.00
Archivadores	2	\$ 4.00	\$ 96.00
Total			\$ 808.80

Fuente: Francisco Romero

Tabla 11: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	INVERSIÓN
Muebles de Oficina	\$ 2,000.00
Equipo de computación	\$ 1,500.00
Equipo de mantenimiento y limpieza	\$ 3,000.00
Bicicletas	\$ 5,000.00
Total	\$ 11,500.00

Fuente: Francisco Romero

PROYECCIÓN A CINCO AÑOS

Tabla 12: Proyección a 5 años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Habitaciones	\$ 52,072.80	\$ 54,155.71	\$ 56,321.94	\$ 58,574.82	\$ 60,917.81
(+) Total Ingresos Departamentales	\$ 52,072.80	\$ 54,155.71	\$ 56,321.94	\$ 58,574.82	\$ 60,917.81
Costos y Gastos Habitaciones	\$ 5,207.28	\$ 5,363.50	\$ 5,524.40	\$ 5,690.14	\$ 5,860.84
(-) Total de Costos y Gastos departamentales	\$ 5,207.28	\$ 5,363.50	\$ 5,524.40	\$ 5,690.14	\$ 5,860.84
(=) Utilidad departamental	\$ 46,865.52	\$ 48,792.21	\$ 50,797.54	\$ 52,884.68	\$ 55,056.97
Administración	\$ 5,889.00	\$ 6,036.23	\$ 6,187.13	\$ 6,341.81	\$ 6,500.35
Mercadeo	\$ 8,000.00	\$ 8,200.00	\$ 8,405.00	\$ 8,615.13	\$ 8,830.50
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agua-Luz-Fuerza	\$ 7,476.00	\$ 7,662.90	\$ 7,854.47	\$ 8,050.83	\$ 8,252.11
(-) Total Gastos no Distribuidos	\$ 21,365.00	\$ 21,899.13	\$ 22,446.60	\$ 23,007.77	\$ 23,582.96
(=) Utilidad después de gastos operativos no distribuidos	\$ 25,500.52	\$ 26,893.09	\$ 28,350.93	\$ 29,876.91	\$ 31,474.01
Seguros a la propiedad	\$ 1,000.00	\$ 1,025.00	\$ 1,050.63	\$ 1,076.89	\$ 1,103.81
Impuesto Predial	\$ 300.00	\$ 303.00	\$ 306.03	\$ 309.09	\$ 312.18
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Amortización	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00
(-) Total Cargos Fijos	\$ 15,960.00	\$ 15,988.00	\$ 16,016.66	\$ 16,045.98	\$ 16,075.99
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 9,540.52	\$ 10,905.09	\$ 12,334.28	\$ 13,830.93	\$ 15,398.01
(15% Empleados)	\$ 1,431.08	\$ 1,635.76	\$ 1,850.14	\$ 2,074.64	\$ 2,309.70
Saldo	\$ 8,109.44	\$ 9,269.33	\$ 10,484.14	\$ 11,756.29	\$ 13,088.31
(24% IR)	\$ 1,946.27	\$ 2,224.64	\$ 2,516.19	\$ 2,821.51	\$ 3,141.20
(=) Utilidad Neta	\$ 6,163.18	\$ 7,044.69	\$ 7,967.94	\$ 8,934.78	\$ 9,947.12

Flujo de caja operativo después de impuestos

(=) Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA)	\$ 14,827.42	\$ 15,806.65	\$ 16,834.77	\$ 17,914.00	\$ 19,046.62
(-) Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pago de Principal (Capital)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Flujo de caja antes de impuestos	\$ 14,827.42	\$ 15,806.65	\$ 16,834.77	\$ 17,914.00	\$ 19,046.62
(-) Impuestos de la operación	\$ 59.27	\$ 405.91	\$ 769.87	\$ 1,151.91	\$ 1,552.86
(=) Flujo operativo después de impuestos	\$ 14,768.15	\$ 15,400.73	\$ 16,064.90	\$ 16,762.08	\$ 17,493.76
Reversión del PATRIMONIO después de impuestos					\$ 92,581.87
Flujo de Caja Total	\$ 14,768.15	\$ 15,400.73	\$ 16,064.90	\$ 16,762.08	\$ 110,075.62

Cálculo de impuestos para el flujo operativo

(EBITDA)	\$ 14,827.42	\$ 15,806.65	\$ 16,834.77	\$ 17,914.00	\$ 19,046.62
(-) Intereses sobre la deuda	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Depreciación	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
(-) Costos financieros amortizados	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00	\$ 12,660.00
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 167.42	\$ 1,146.65	\$ 2,174.77	\$ 3,254.00	\$ 4,386.62
(-) 15% trabajadores	\$ 25.11	\$ 172.00	\$ 326.22	\$ 488.10	\$ 657.99
Saldo	\$ 142.30	\$ 974.65	\$ 1,848.56	\$ 2,765.90	\$ 3,728.63
(-) 24% Impuesto a la Renta	\$ 34.15	\$ 233.92	\$ 443.65	\$ 663.82	\$ 894.87

Reversión del Patrimonio

Precio de Venta Esperado	\$ 109,335.98
(-) Gastos de venta	\$ 6,560.16
(=) Ingresos netos por venta	\$ 102,775.82
(-) Saldo pendiente de la deuda	\$ -
Reversión del Patrimonio antes de impuestos	\$ 102,775.82
(-) Impuesto Generado en Venta (25%)	\$ 10,193.96
Reversión del Patrimonio después de impuestos	\$ 92,581.87

Cálculo de impuestos generados por la venta

(=) Ingresos netos por venta	\$ 102,775.82
(-) Valor en libros	\$ 62,000.00
(=) Ganancia por venta de Activos Fijos	\$ 40,775.82
Impuesto Generado en Venta 25%	\$ 10,193.96

Inversión

Precio de Compra/Valor del Hotel	\$ 81,300.00
(+) Costos de Adquisición	\$ 2,000.00
(=) Costo Total	\$ 83,300.00
(-) Préstamo	\$ -
Inversión	\$ 83,300.00

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ (83,300.00)	\$ 14,768.15	\$ 15,400.73	\$ 16,064.90	\$ 16,762.08	\$ 110,075.62

Costo de Capital	12%
Valor presente de los flujos futuros (5 años)	\$ 110,010.37
Inversión Inicial	\$ (83,300.00)
VAN	\$ 26,710.37

TIR	20.51%
------------	--------