



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
CARRERA DE ECONOMÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

**MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
RESIDENCIA UNIVERSITARIA MIXTA PARA ESTUDIANTES
FORÁNEOS EN EL CANTÓN MILAGRO**

AUTORA
ISABEL ESTEFANIA LARREATEGUI OROZCO

TUTOR
ECON. CARLOS MARTÍNEZ MURILLO, MSc.

MILAGRO, ECUADOR
2026



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
CARRERA DE ECONOMÍA
APROBACIÓN DEL TUTOR

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de Tutor(a), certifico que el presente trabajo de titulación: **MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA MIXTA PARA ESTUDIANTES FORÁNEOS EN EL CANTÓN MILAGRO**, realizado por la estudiante **ISABEL ESTEFANIA LARREATEGUI OROZCO**; con cédula de ciudadanía **0951203579** de la carrera de **ECONOMÍA**, Ciudad Universitaria Milagro, ha sido orientado y revisado durante su ejecución; y cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador; por lo tanto, se aprueba la presentación del mismo.

Atentamente,

Econ. Carlos Martínez Murillo, MSc.

Tutor

Guayaquil, 19 de septiembre de 2025

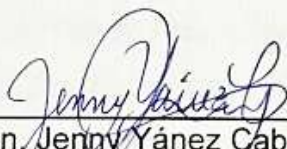


UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
CARRERA DE ECONOMÍA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

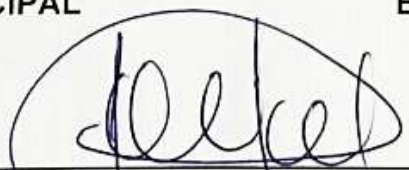
Los abajo firmantes, docentes designados por el H. Consejo Directivo como miembros del Tribunal de Sustentación, aprobamos la defensa del trabajo de titulación: **"MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA MIXTA PARA ESTUDIANTES FORÁNEOS EN EL CANTÓN MILAGRO"**, realizado por la estudiante **ISABEL ESTEFANIA LARREATEGUI OROZCO**, el mismo que cumple con los requisitos exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador.

Atentamente,


Econ. Jenny Yáñez Cabrera MSc.
PRESIDENTE


Econ. William Flores Barzola MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL


Econ. Ángel Maridueña Larrea MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL


Econ. Carlos Martínez Murillo, MSc.
EXAMINADOR SUPLENTE

Guayaquil, 2 julio del 2026.

DEDICATORIA

Quiero iniciar dándole gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida, quiero dedicarle este trabajo a mi madre Isabel Orozco Tama, mujer que durante toda su vida fue ejemplo de un ser luchador, trabajador y que me enseñó lo importante que es esforzarse día a día para lograr los objetivos y metas que quiero alcanzar.

Porque sin su apoyo incondicional, y sin su esfuerzo no hubiera logrado llegar a la culminación de mi carrera profesional.

Madre, aunque ya no estes conmigo físicamente, sé que tu espíritu no me abandona y todo lo que hiciste por mí, solo puedo decirte muchas gracias.

A mi hermana Evelyn Larreategui Orozco, quien ha sido un pilar fundamental en mi vida, quien siempre me ha brindado su apoyo, su cariño y su amor como hermana, este trabajo no es solo mío, sino de ella también, y únicamente puedo decirte gracias por todo.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a:

Dios en primer lugar, por darme inteligencia, sabiduría y entendimiento, que han hecho que pueda plantear metas, las mismas que con esfuerzo y sacrificio he ido logrando.

Mi hermana que siempre ha estado ahí para apoyarme y aconsejarme.

Mi familia, quienes siempre han estado guiándome con amor y paciencia.

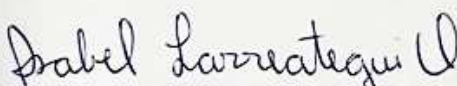
Todos mis maestros que durante mi vida universitaria me enseñaron a valorar la educación y compartieron sus conocimientos conmigo, ayudándome a superarme cada día.

Autorización de Autoría Intelectual

Yo, **ISABEL ESTEFANIA LARREATEGUI OROZCO**, en calidad de autor(a) del trabajo de titulación **"MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA MIXTA PARA ESTUDIANTES FORÁNEOS EN EL CANTÓN MILAGRO"** para optar el título de **ECONOMISTA**, por la presente autorizo a la **UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR**, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor(a) me correspondan, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Guayaquil, 2 de julio del 2026.


ISABEL ESTEFANIA LARREATEGUI OROZCO
C.C. 0951203579

RESUMEN

La presente investigación desarrollada de un modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria mixta en el cantón Milagro, con el propósito de ofrecer alojamiento seguro, cómodo y accesible a estudiantes foráneos de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) y de la Universidad Agraria del Ecuador (UAE). La necesidad surge por el aumento constante de la población estudiantil y la falta de opciones de hospedajes adecuadas, lo que afecta directamente al rendimiento académico, la seguridad y la calidad de vida de los jóvenes. La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo, descriptivo y no experimental, utilizando encuestas a estudiantes y análisis del entorno mediante herramientas como PESTEL y Fuerzas de Porter. Los resultados demostraron que el 83% de los encuestados está dispuesto a residir en la propuesta, priorizando factores como la seguridad, el precio y la comodidad. El proyecto contempla un edificio moderno de doce pisos con habitaciones individuales y compartidas, además incluyendo servicios de internet, comedor, lavandería y vigilancia 24/7. En el análisis financiero se determinó una inversión inicial de USD 2.114.940,80, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo de USD 219.680,41, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 12,97 % y un período de recuperación de 4 años y 10 meses, confirmando la viabilidad económica y social de la propuesta. Se concluye que la residencia universitaria constituye una solución rentable y sostenible, que responde a la demanda insatisfecha en Milagro y contribuye al bienestar académico y social de los estudiantes.

Palabras claves: *Modelo de Negocio, Residencia Universitaria, Viabilidad Económica, Análisis Financiero, Estudiantes Foráneos, Milagro*

ABSTRACT

This research developed a business model for the creation of a coeducational university residence in the Milagro canton, with the purpose of offering safe, comfortable, and affordable accommodation to foreign students from the Milagro State University (UNEMI) and the Agrarian University of Ecuador (UAE). The need arises from the constant increase in the student population and the lack of adequate housing options, which directly affects the academic performance, safety, and quality of life of these young people. The methodology applied was quantitative, descriptive, and non-experimental, utilizing student surveys and environmental analysis using tools such as PESTEL and Porter's Forces. The results showed that 83% of respondents were willing to reside in the proposed residence, prioritizing factors such as safety, price, and comfort. The project includes a modern, twelve-story building with single and shared rooms, as well as internet access, a dining hall, a laundry service, and 24/7 security. The financial analysis determined an initial investment of USD 2.114.940,80, with a positive Net Present Value (NPV) of USD 219.680,41, an Internal Rate of Return (IRR) of 12.97%, and a payback period of 4 years and 10 months, confirming the economic and social viability of the proposal. It is concluded that the university residence hall is a profitable and sustainable solution that meets the unmet demand in Milagro and contributes to the academic and social well-being of students.

Keywords: *Business Model, University Residence Hall, Economic Viability, Financial Analysis, International Students, Milagro*

ÍNDICE GENERAL

1.INTRODUCCIÓN	1
1.1Antecedentes del Problema	1
1.2Planteamiento y Formulación del Problema	1
1.3Justificación de la Investigación	2
1.4Delimitación de la Investigación	3
1.5Objetivos.....	3
1.6Idea a Defender.....	3
1.7Aporte Teórico y Práctico	3
2.MARCO TEÓRICO	5
2.1Estado del Arte.....	5
2.2Bases científicas y teóricas	7
2.3Fundamentos Legales	13
3. ASPECTOS METODOLÓGICOS	15
3.1 Métodos	15
3.2 Variables	16
3.3 Población y Muestra	16
3.4 Técnicas de Recolección de Datos	19
3.5 Estadística Descriptiva e Inferencial.....	20
3.6 Cronograma de Actividades	20
4.RESULTADOS.....	21
5.DISCUSIÓN	115
6.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
6.1 Conclusiones.....	116
6.2 Recomendaciones.....	117
BIBLIOGRAFÍA	119
ANEXOS	129
APÉNDICES	135

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1. Operacionalización de Variables	129
Anexo N° 2. Cronograma de Actividades.....	130
Anexo N° 3. Encuesta.....	132

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice N° 1. Nomina.....	135
Apéndice N° 2. Beneficios Anuales.....	136
Apéndice N° 3. Flujo de Caja	136

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes del Problema

El cantón Milagro, ubicado en la provincia del Guayas, es uno de los más habitados en el país, muchas personas cruzan a través de él por su ubicación geográfica. Además, se dedica mucho al comercio y su principal industria es el azúcar con el Ingenio Valdez a la cabeza.

Con las nuevas reformas del gobierno especialmente en la educación superior, muchos jóvenes de distintas provincias migran a otras universidades fuera de su lugar de residencia en busca de cumplir sus metas académicas, actualmente existe un aumento de jóvenes universitarios que residen en el cantón Milagro. La creación de una residencia universitaria sirve como ayuda para los estudiantes foráneos, que no tienen hospedaje en la ciudad, por lo general, las residencias se encuentran cerca de la universidad. Dentro del cantón Milagro existen dos universidades que pueden servir como contribución social para los estudiantes tanto para la Ciudad Universitaria Dr. Jacobo Bucaram Ortiz (UAE) y la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI).

El objetivo del modelo de negocio se fundamenta en brindar un lugar de residencia para las personas que estudien en Milagro y que no residan en dicho lugar, contando con los servicios básicos, alojamiento cómodo, seguridad, con acceso a los servicios básicos como energía eléctrica, agua e internet y un bar – cafetería para su alimentación. El fin de este proyecto es dar una solución a las personas foráneas, que viajan todos los días, gastan dinero, pierden tiempo de estudios por las horas largas de recorrido y porque están expuestas a los robos diarios que existen en el país por movilización de un sitio a otro.

1.2 Planteamiento y Formulación del Problema

1.2.1 Planteamiento de la Situación Problemática

Actualmente las dificultades que enfrentan los estudiantes foráneos que se trasladan a Milagro para realizar sus estudios universitarios. Se enfoca en los problemas relacionados con la movilidad, la seguridad, la falta de residencias adecuadas, la carencia de servicios completos en alojamientos disponibles y cómo estas dificultades pueden afectar negativamente la salud y el rendimiento académico de los estudiantes.

La falta de recursos económicos de los estudiantes foráneos y los problemas asociados con la movilidad y la seguridad en el país. Además, resalta las deficiencias en las opciones de alojamiento existentes, como servicios limitados, falta de comodidad y altos costos. Se menciona la deserción académica como una consecuencia tangible de estas dificultades, ya que los estudiantes se ven afectados por el desgaste físico y mental derivado de largos viajes diarios.

La necesidad de abordar los desafíos que enfrentan los estudiantes foráneos en Milagro se presenta como una oportunidad para la implementación de un modelo de negocio centrado en la creación de una residencia universitaria. Esta iniciativa se plantea no solo como una solución a los problemas actuales, sino también como una forma de brindar ayuda humanitaria a aquellos que viajan diariamente para perseguir sus objetivos académicos. La propuesta busca mejorar la calidad de vida, seguridad y rendimiento académicos de los estudiantes, contribuyendo así al bienestar de la comunidad universitaria en el cantón.

1.2.2 Formulación del Problema

¿Es viable desarrollar un modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria mixta para estudiantes foráneos en el cantón Milagro?

1.3 Justificación de la Investigación

La creación de una residencia universitaria para estudiantes se percibe como un complemento esencial en sus vidas, ofreciendo una alternativa segura y cómoda que permitirá a los estudiantes experimentar nuevas costumbres y concentrarse plenamente en sus estudios.

La factibilidad del proyecto, se destacan factores positivos, principalmente en el ámbito económico. La elección estratégica de ubicación, la planificación de servicios de calidad y la implementación de medidas de seguridad contribuyen a la viabilidad técnica del proyecto. En el ámbito económico, la gestión adecuada de costos, tarifas competitivas, financiamiento efectivo y un análisis de ingresos respaldan la viabilidad financiera del proyecto, prometiendo no solo un retorno de inversión atractivo, sino también una diferenciación en el mercado.

Por ese motivo la residencia universitaria surge como una respuesta a la necesidad de ofrecer a los estudiantes una opción segura y cómoda para vivir fuera

de su lugar de residencia. La combinación de aspectos técnicos bien planeados y una gestión económica eficiente no solo asegura la viabilidad del proyecto, sino que también brinda a los estudiantes beneficios tangibles, como ahorro de dinero, seguridad, concentración en los estudios y la oportunidad de convivir y compartir experiencias con otros residentes.

1.4 Delimitación de la Investigación

La presente investigación delimita un modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria mixta para estudiantes foráneos en el cantón Milagro, donde se evaluará la viabilidad técnica y financiera.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Proponer un modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria en el cantón Milagro.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado para medir la oferta y demanda de una residencia universitaria mixta en el cantón Milagro.
- Establecer estrategias de comercialización para el modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria mixta para estudiantes foráneos en el cantón Milagro.
- Realizar un análisis técnico para el modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria para estudiantes foráneos en el cantón Milagro.
- Efectuar un análisis financiero con el objetivo de evaluar la viabilidad económica del proyecto.

1.6 Idea a Defender

El modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria mixta para estudiantes foráneos será viable económicamente.

1.7 Aporte Teórico y Práctico

1.7.1 Aporte Teórico

Nuestra propuesta de negocio se enfoca en establecer una residencia estudiantil mixta en el cantón de Milagro, especialmente va orientada hacia estudiantes foráneos que buscan un entorno seguro, acogedor y enriquecedor para su experiencia

educativa, en nuestra residencia estudiantil proporcionaremos un nivel de alojamiento de primera calidad, instalaciones modernas, servicios de apoyo académico y una comunidad diversa que promoverá la interacción y el intercambio cultural. Así mismo, aprovecharemos la ubicación estratégica de Milagro, que alberga dos instituciones educativas, para atraer tanto a estudiantes locales como extranjeros.

Este modelo de negocio tiene como objetivo abordar la creciente demanda en la región y contribuir al progreso académico y social de los estudiantes, al mismo tiempo que garantiza la sostenibilidad económica a través de tarifas competitivas y una eficiente gestión de recursos.

1.7.2 Aplicación Práctica

Es efectivo que un proyecto de inversión incorpore a lo largo de su periodo aspectos cruciales para su ejecución, alineándose con los intereses de los estudiantes.

El propósito fundamental es recopilar información precisa y concreta, lo que redundará en beneficios tanto para los estudiantes que están en proceso de elaborar sus trabajos de titulación como para los inversores que buscan oportunidades comerciales. En este sentido, la elaboración de un proyecto de investigación implica la aplicación de resultados numéricos y consideraciones financieras específicas, incluyendo cálculos mediante indicadores que evalúen la rentabilidad y la solidez.

Motivo por el cual este modelo de negocio cuente con perspectivas realistas y auténticas, con el fin de atraer a inversionistas y empresarios dispuestos a invertir en un proyecto como el que se ha planteado.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte.

Según Espinosa (2020), en su proyecto de investigación titulado "Diseño del Plan de Negocios para la Creación de la Quinta Residencia Estudiantil", la problemática se basa en la falta recursos, tales como, seguridad, servicios de agua, internet, alimentación y sobre todo un lugar de alojamiento inadecuado, su objetivo general se centra en dar residencias temporales seguras y confiables a los estudiantes universitarios de otras provincias del país y del extranjero. Se aplicó un criterio de investigación cuantitativo, de tipo descriptivo y no experimental. Utilizando la recolección de datos y realizando 2 formas de encuestas, encuesta piloto y profesional. Como conclusión tenemos que dicho proyecto de investigación es viable, nos presentan un VAN de 10.893.76 dólares, siendo rentable para la inversión con un ROI del 18% y TIR del 26% detallando un rendimiento positivo.

En el proyecto de investigación de Guanoluisa (2021), titulado "Estudio de Factibilidad para la construcción de una Residencia Universitaria en el Barrio Zumbalica del Cantón Latacunga – Ecuador, se determinó la falta o inexistencia de residencias adecuadas para los estudiantes universitarios foráneos de la Universidad Técnica de Cotopaxi, teniendo como objetivo general, dar alojamiento a los estudiantes universitario del cantón y provincias del Ecuador, con pequeños departamentos modernos y confiables con internet y asequible. Dentro del proyecto se aplicó un enfoque de investigación mixto, tipo cuantitativo a través de encuestas en línea a los estudiantes foráneos y tipo cualitativo a través de entrevista que sirvió para cuantificar la oferta del servicio. En conclusión, se utilizaron herramientas financieras, como, el VAN de \$22927.63 y el TIR de 10.30% concluyendo que el proyecto es viable.

Según Calderón & Mojarovich (2020), en su investigación titulado, Plan de Negocios para la Implementación de una Residencia Estudiantil para Alumnos de la Universidad Católica San Pablo, Arequipa 2020, identifico la ausencia de comodidad y hospedaje, lavandería, sala de estudios, ambiente o convivencia cultural, por ende, su objetivo general se enfoca en realizar un plan de negocios con la finalidad de desarrollar el proyecto de vivienda estudiantil para los estudiantes que residan en la ciudad de Lima. La metodología que se utilizó fue a través de encuestas, es decir, tuvo

un enfoque tipo cuantitativo lo cual, permitió analizar el trabajo de suficiencia. En conclusión, utilizaron herramientas financieras como el VAN, TIR. El indicador Van fue de \$383.862 y TIR de 19.30%, el Van es mayor 0, por lo tanto, el proyecto es viable.

En el trabajo de investigación de Reino (2022), titulado "Estudio de Factibilidad para la creación de una Residencia Estudiantil en la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo", la problemática del presente trabajo de investigación trata sobre los recursos inadecuados que brinda el sector privado y no cumplen con las necesidades a los estudiantes foráneos, el objetivo general es la realización de un estudio viable para la creación de una residencia estudiantil en la ciudad de Riobamba, para así determinar la utilidad económica de dicho proyecto. La metodología que se aplicó fue un enfoque mixto, tipo cuantitativo y cualitativo a través de técnicas como las encuestas, recolección de datos. En conclusión, el proyecto de investigación es viable, tiene un VAN de \$64,020.40, un TIR del 13.59%, PRI (periodo de recuperación de inversión) de 6 años y 3 meses con ingresos de \$45.566.33, Por ende, es factible la creación de residencia en dicha ciudad.

En el estudio de investigación realizado por Villavicencio (2025), titulado "Estudio de factibilidad para la construcción de la residencia estudiantil "Cotopaxi Student Eco House", la problemática se enfoca en la ausencia de residencias que cubren las necesidades de alojamiento de los estudiantes del Instituto Superior Universitario Cotopaxi, especialmente aquellos provenientes de provincias aledañas. El objetivo general consiste en analizar la factibilidad del estudio de mercado, técnico y económico al momento de construir una residencia estudiantil eco-sustentable en la parroquia Tanicuchi, mediante la utilización de una metodología cuantitativa con análisis estadístico y gestión de información con matrices en Excel. En la evaluación financiera detalla un VAN positivo de \$163.491.25, un TIR del 11.69% y el PAYBACK de 7.6 años, demostrando que el proyecto es rentable y tiene una recuperación en un periodo menor de 10 años.

Según Toro (2020), en su proyecto de investigación, titulado "Estudio de Factibilidad para la Implementación de un conjunto Habitacional para los Estudiantes que se Educen en la Universidad Técnica del Norte" no cuentan con alojamientos para los universitarios que residen en dicha ciudad, universitarios provenientes de otras

provincias y extranjeros, tiene como objetivo general fundamentos de bases teóricas y científicas actualizadas, se implementó investigaciones básicas, bibliográficas y de campo, con enfoques descriptivos, tipo cuantitativos y cualitativos a través de encuestas y recolección de datos. Como conclusión en la viabilidad económica financiera el proyecto de investigación es viable, teniendo en cuenta sus beneficios que por cada dólar invertido tiene una ganancia de 0.37, su TIR es del 8%, es decir, es factible, porque su tasa obtenida es mayor al de redescuento y por último el VAN es de \$68,825.36, es mayor a 0, por ende, es viable.

En el trabajo de investigación de Vicchi (2020), titulado "Plan de negocio Manso – Hotel y Residencia Universitaria en la Ciudad de Mendoza", explica que las universidades de dicha ciudad no cuentan con este tipo de servicios y los estudiantes deben concurrir a residencias privadas la cual, les resulta muy costoso, el objetivo principal del proyecto es el análisis de la viabilidad y rendimiento del Hotel y Residencia situado en la Ciudad de Mendoza. El enfoque metodológico que se utilizó fue del tipo mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, como conclusión tenemos la utilización de herramientas financieras como el VAN Y TIR, la cual, el resultado del Van es \$429,992.43 y el TIR del 65%, la tasa de redescuento es del 40%, por ende, el trabajo de investigación es factible.

Según León et al. (2022), titulado "Instalaciones y administración de una Residencia Universitaria en Piura" menciona la falta de recursos como tecnología y medios de pago electrónicos, comodidad, seguridad, el objetivo general se enfoca en instalar y administrar una residencia universitarias en la ciudad de Piura para todos los estudiantes de educación superior y se utilizó dos tipos de planes, por un lado, tenemos el plan estratégico que se centra en la investigación de mercado a través de encuestas a los consumidores, usuarios de residencias, por otro lado, el plan de financiamiento a través de herramientas como el VAN y el TIR, como resultado se tiene que el VAN es positivo con un valor de 3'540,756.84 y el TIR de 153%, con un tiempo de recuperación de 1.31 años, la rentabilidad de las ventas tiene un promedio del 77% y el ROI es del 28%, por lo tanto, se concluye que el proyecto es viable.

2.2 Bases científicas y teóricas

2.2.1 Estudio de Mercado

Según Douglas (2023), un estudio de mercado es un grupo de acciones que son desarrolladas por asociaciones comerciales que tienen como propósito adquirir información sobre la condición reciente sobre una parte del mercado, tiene como fin saber a ciencia cierta el nicho que se busca conseguir, como también saber cuál es su grado de rentabilidad.

2.2.1.1 Mercado

Como menciona en su libro Camino et al. (2012), en palabras económicas, se lo conoce como mercado al contexto ya sea virtual o físico, en donde posee lugar un grupo organizado de intercambio de bienes y servicios donde acceden vendedores y consumidores que compromete un nivel de disputa entre los competidores que segmente el proceso de la oferta y la demanda.

2.2.2 Oferta y Demanda

2.2.2.1 Oferta

La oferta se describe como las sumas de un producto que los fabricantes consideran añadir al mercado, por lo tanto, se inclinan a cambiar el precio, por esa razón se menciona que, si el precio disminuye, la oferta baja, y ésta incrementa solo si el precio aumenta (Rubio & Jimenez, 2006).

2.2.2.2 Demanda

Como señala Castro (2021), la demanda del mercado se basa en dar información acerca de los bienes y servicios necesarios por un conjunto de personas dentro de un mercado específico, donde también incide la importancia, necesidades, y tendencias. Esto es muy utilizado por las empresas, ya que de esa forma buscan añadir precios a sus mercancías, entonces se conoce que de esa forma el precio y la demanda están relacionados entre sí, se menciona que, si se da un precio menor, por ende, la demanda aumenta, esto se aplica a ambos.

2.2.3 Plan de Negocios

Según Viera (2020), argumenta que un plan de negocio es un oficio en donde se programa un nuevo proyecto comercial basado en un bien o servicio, mediante el moderado del plan de negocio, en donde el acuerdo económico busca analizar las características de un proyecto, donde se buscará su propuesta de valor, y de esa forma acceder a examinar la situación en el que se procederá a desarrollar el negocio, y de

esa forma poder concretar la idea y el modelo del negocio que se haya escogido, también menciona que se buscará crear objetivos que se busca alcanzar, determinar estrategias donde se llevará a que el negocio que se proponga sea exitoso, precisar cómo se establecerá los avances de ventas, producción, logística, personal y finanzas, para de esa forma poder conseguir satisfacción del cliente.

2.2.4 Definición del Modelo de Canvas

Según Puga (2022), el canvas de modelo de negocios emerge como una herramienta valiosa capaz de facilitar la formulación de un modelo de negocio, siendo de esa forma aplicable tanto a un proyecto empresarial en su etapa inicial como a una gran empresa en pleno funcionamiento que busque redefinir o relanzar algún producto o servicio. Esta metodología fue introducida por primera vez en el año 2005 por Alexander Osterwalder, en colaboración con el profesor Yves Pigneur, como plan integral de sus investigaciones de doctorado en la universidad de Lausana, Suiza.

2.2.4.1 Modelo de Negocio Guaranteed Availabilty

Implementar el patrón de modelo de negocio guaranteed availabilty (disponibilidad garantizada) para la creación de una residencia universitaria compromete garantizar a los estudiantes un acceso constante y confiable a los servicios y comodidades que se ofrecerá en la residencia universitaria, de esta forma puede diferenciarse en el mercado, y así atraer a más personas y promover la fidelidad al ofrecer un ambiente cómodo y confiable para los estudiantes.

2.2.5 Teoría de Empresas

2.2.5.1 Teoría Económica de Marshall

En la teoría económica de Marshall se sustenta en el conocimiento y la capacidad que dispone el consumidor para de esa forma cubrir sus necesidades, se menciona que su opción de transacción y conducta de compra se orienta en dirección a acrecentar su utilidad, estableciendo de su poder adquisitivo para pagar el bien o servicio que le brinde un mejor beneficio.

Proporciona un particular cuidado en la relación a través de costo y beneficio ya sea en una acción o resolución que adquiere, la preferencia del comprador es dirigida por la decisión y la autonomía del ambiente (Jesús, 2002).

2.2.5.2 Teoría Económica de Coase

Coase señaló una contribución significativa en la teoría económica al destacar la importancia de las empresas, pues con ello se deja de estudiar en la organización como una simple Caja Negra. Coase también resalta que la asignación de factores de producción para diversos fines suele estar comúnmente determinada por el funcionamiento de precios y los cambios en los factores de producción, estos desplazamientos de precios controlan la producción a través de una serie de intercambios de mercado dentro de su estructura jerárquica, por ende, los empresarios son personas que controlan la producción mediante empresas jerárquicas.

Se menciona que dentro de su contribución premiada, Coase indica que las acciones que una organización debería tomar, se determinan por el semejanza de dos tipos de costos, primero, saber los costos de coordinación de los recursos a través de transacciones de mercado conocidos como costos de transacción, como segundo punto, alinear los recursos internamente, estos costos de producción internos no solo incluyen los costos de producción, también incluyen los costos de ordenar la producción, encontrar y negociar con proveedores (Braizat, 2018).

Según en el artículo de Hart (2003), Coase señala que el primordial costo de transacción de mercado son los costos de aprendizaje y los costos de negociación, menciona que este costo puede ser si la transacción es concretamente grande y de mayor duración, en donde el costo de aprendizaje y costo de negociación deben ser ejecutado frecuentemente.

2.2.5.3 Teoría Económica de Williamson (1985)

Según Reyes (2018), menciona que, en la teoría de los costos de transacción y los contratos, Williamson se enfoca en ver a la organización o firma como un contexto contractual y muestra la conexión con definiciones relevantes que participan en el desarrollo de producción, como los derechos de propiedad y los costos de transacción, mostrando los intereses exclusivos de las personas que participan en las transacciones económicas de una organización y generan conflictos de intereses. Dentro de este contexto intervienen los clientes, abastecedores, socios, obreros y administradores, cada uno de ellos tiene diferentes intereses personales que generan a acudir a la firma a realizar una conmutación determinada, es decir, un asalariado o

trabajador efectúa un intercambio de labor a cambio de una cierta porción de dinero en forma de salario.

Se menciona que Williamson resalta que los costos son el resultado de la necesidad de concretar transacciones, encontrar socios, preparar y gestionar contratos y hacer cumplir contratos, sin embargo, los costos de transacción no pueden evitarse por completo, pero con estos contratos se pueden reducirlos y aumentar las ganancias de las organizaciones.

2.2.5.4 Teoría del Equilibrio General

Según Sanabria (2004), Walras coloca a las compañías en el centro de la economía y está interesado en su funcionamiento en el marco de la competencia entre actores económicos y la interdependencia de todos los mercados económicos, como primer punto, los mercados de materia prima, por ejemplo, los bienes y servicios, segundo, los mercados de factores de producción como el trabajo, tierra y capital. La cuestión es como fijar de manera correcta los precios, las cantidades al mismo tiempo y plantea el problema del equilibrio general.

Dentro de su teoría de producción, Walras ofrece una gran definición del sistema de producción de una economía de libre organización y ciclos de pago dentro de él, en el centro de este método están los empresarios adquiriendo los 3 tipos de servicios productivos a los propietarios, el público y regresando a venderles bienes de consumo (Sanchez, 2000).

2.2.5.6 Teoría del Consumidor

Esta teoría analiza la conducta de un intermediario económico en su índole de consumidor de bienes y servicios, llevando así la consecución de la curva de demanda del comprador, también de esa forma describe la manera en la que se porta el consumidor.

Si bien se conoce, el consumidor es aquel ciudadano que emplea o consume un bien o servicio, se la reconoce también como la persona que necesita cubrir sus necesidades y de esa forma sentirse complacido con aquellos bienes y servicios que se venden en el mercado (Alvarado, 2019).

2.2.5.7 Teoría del Productor

Antes de explicar sobre la teoría del productor es importante recalcar los factores de producción ya que son necesarios para la producción de las empresas, estos factores se clasifican en:

- **Factor humano:** se refiere a que viene a ser la fuerza trabajo.
- **Factor capital:** está representado por capital financiera.
- **Factor tierra:** se refiere a lo que son los recursos naturales.

La teoría del productor también considerada como la teoría de la oferta o teoría de producción, establecer una parte primordial dentro de la microeconomía, en algunos libros esta teoría del productor se encuentra como teoría de la firma o empresa.

La teoría del productor engloba el análisis de la oferta del productor mediante la exploración de la producción de dos recursos variables, producción con un insumo cambiante, costo de producción, oferta del productor y oferta de mercado, esta teoría analiza muchos aspectos de la empresa, conectándolo con los factores productivos, la función de la producción, rendimientos de escala, productos marginales, entre otros. La función de producción utiliza distintos factores productivos como es el capital, tierra trabajo, tecnología, capacidad de gestión (Restrepo, 2021).

2.2.5.8 Teoría de Organización Empresarial y Administrativa

La teoría de la organización es el terreno del razonamiento humano que se ocupa del estudio de las empresas en lo global, debido a la escala y la dificultad del trabajo que realizan, las empresas necesitan ser gestionadas una vez que alcanzan un cierto nivel de desarrollo, la gestión o administración se refiere a la ejecución racional de las tareas dentro de una empresa, incluye lo que es la planificación, organización, dirección y control de todas las tareas que se distinguen por la división del empeño que tienen lugar dentro de la firma.

Según el método de gestión científica propuesto por Tylor, la teoría general de administración se inició con un enfoque centrado en el trabajo, que se refiere a las tareas realizadas por los trabajadores en las empresas. Posteriormente, surgió la teoría clásica de Fayol, la cual destaca la importancia de la estructura organizativa, permitiéndonos entender la configuración interna de una empresa. A continuación, se presenta la teoría burocrática de Weber, que describe los distintos roles y

responsabilidades en una organización, mostrando los niveles de autoridad existentes. La teoría estructuralista, por su parte, refleja la evolución de la teoría de las relaciones humanas, expandiéndose con el tiempo para convertirse en una teoría ampliada sobre las relaciones humanas, así como en una teoría del comportamiento y desarrollo organizacional.

Finalmente, la teoría de contingencia sostiene que, aunque todas las empresas tienen un plan con objetivos y metas, deben adaptarse a las nuevas transformaciones científicas o técnicas, organizando la empresa de manera flexible y presentando nuevas alternativas para evitar cambios drásticos tanto en la organización como en sus miembros y herramientas (Espitia, 2014).

2.3 Fundamentos Legales

2.3.1 Ley de la Superintendencia de Compañías

En lo estipulado en el artículo 143 de la Superintendencia de Compañía (1999), se explica cómo compañía anónima a las empresas las cuales están constituidas con un bien entregado por cada miembro y repartidos en acciones convenibles de manera ecuaníme, resaltando que cada uno de los miembros alegará por aquellas acciones que están a su denominación.

Se menciona que cuando se empieza una empresa o negocio se necesita de la obtención de algunos requerimientos legales, los cuales se hallan dentro del Registro Único de Contribuyente, los Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, la patente Municipal, por lo tanto, se mencionará cual es el proceso para lograr obtener la documentación ya antes mencionada.

- El registro único de contribuyente

Para lograr conseguir el registro único de contribuyente (RUC), se necesita visitar las instalaciones del Servicio de Rentas Internas, se conoce que el trámite no tiene ningún costo, más sin embargo se necesita contar con la siguiente documentación:

- Presentar la copia de la cédula de ciudadanía.
- Presentar el certificado de votación del último proceso electoral que se realizó en el país.

- Presentar una copia de cualquiera de los siguientes documentos: consumo de agua, planilla de luz, consumo telefónico, siempre y cuando lleve el nombre del contribuyente, presentar cualquiera de esos dentro de los 3 últimos meses a la fecha que se realizará el trámite.
- Presentar copia del contrato de arrendamiento que esté previamente legalizado o al menos que lleve el sello del juzgado de inquilinato, que sea vigente a la fecha que se realizará el trámite.
- Presentar el comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del anterior año.

2.3.2 Código Orgánico de las Entidades de Seguridad Ciudadana y Orden Público

En el permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos, mencionado en el código orgánico de las entidades de seguridad ciudadana y orden público menciona Público (2017) que cuando el personal del cuerpo de bombero haya supervisado la propiedad, la empresa puede conceder el respectivo permiso.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Métodos

Para tener una mejor comprensión para el desarrollo del presente proyecto para poder evaluar la aprobación de la creación de una residencia universitaria, se lo realizará mediante los siguientes métodos:

3.1.1 Método Inductivo - Deductivo

Para aplicar el método inductivo-deductivo en la creación de una residencia universitaria, se empezaría con una investigación de mercado utilizando herramientas como las encuestas, luego de obtener los datos recopilados, se formulará una hipótesis. Finalmente, se analizarán los resultados utilizando herramientas de análisis de datos. Si los resultados favorecen la hipótesis, se deduce que la creación de una residencia universitaria sería beneficiosa.

3.1.2 Modalidad y Tipo de Investigación

La modalidad de investigación será descriptiva porque se va focalizar en las características de la población que se está estudiando, esto se lo hará a través del método cuantitativo, ya que nos permite obtener la recopilación de datos que se focalizan fundamentalmente en los números y valores, estos resultados se obtendrán mediante encuestas como los análisis numéricos, rangos de precios, edades, formas y escalas Guevara Alban, Verdesoto Arguello y Castro Molina (2020).

Tabla 1

Modalidad y Tipo de Investigación

Modalidad y Tipo de Investigación	Descriptiva
Tipo de Investigación	No experimental

Elaborado por: La Autora, 2025

Por otro lado, se utilizará valores numéricos para realizar el análisis financiero y de tipo de investigación “No Experimental”, este tipo de investigación se enfoca en el análisis a realizar, teniendo en cuenta que no se puede ejecutar la manipulación de los resultados establecidos de una manera propia o voluntaria, además, se debe tener en cuenta que al momento de realizar observaciones de datos estos son existentes y

que vamos a encontrar situaciones aberrantes que causan inconveniente en el trayecto de la obtención de resultados.

3.2 Variables

3.2.1 Variables Decisorias

Valor Actual Neto (VAN)

Es una herramienta ampliamente empleada, ya que presenta los beneficios que surgen después de cubrir la inversión inicial durante el periodo proyectado, de esta manera se puede evidenciar la rentabilidad del proyecto (Salinas, 2015).

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de interés a la cual los flujos de efectivo generados por el proyecto a lo largo de su vida económica deben ser descontados, de manera que igualen a la inversión inicial.

Relación Beneficio-Costo (RB/C)

Consideran que este indicador evalúa la factibilidad de un proyecto al tener en cuenta todos los ingresos proyectados a valor presente y dividirlos entre los egresos presentes, en otras palabras, si el Beneficio/Costo es mayor a uno, se infiere que los ingresos proyectados superan a los egresos, indicando así que en el futuro el proyecto será rentable (Briones et al., 2016).

Payback

Esta técnica permite a las empresas estimar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial realizada en el proceso productivo, se refiere al número de días que generalmente los elementos de circulante tardan en completar un ciclo. Esta herramienta resulta útil para tomar decisiones respecto a la aceptación de proyectos e inversiones, eligiendo aquellos que puedan recuperar la inversión inicial en un plazo considerado apropiado (García, 2013).

3.2.2 Operacionalización de las Variables

En el **Anexo 1** se describe el cuadro de operacionalización de las variables.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

La población tomada para el presente proyecto está segmentada en los estudiantes universitarios del cantón Milagro, en base a investigaciones, los informes

de la Universidad Estatal de Milagro (2024), menciona que, contaron con más de 70.000 estudiantes matriculados a finales del año, mientras que en los informes de la Universidad Agraria del Ecuador (2025), de la Ciudad Universitaria “Dr. Jacobo Bucaram de Ortiz”, en su Plan Operativo Anual 2025, manifestó que el número de estudiantes matriculados para el período lectivo 2024-2025, en la sede de Milagro fue de 1090.

Cabe recalcar que se decidió escoger a los matriculados del Ciclo II, del periodo 2024 – 2025, por ende, se realizó la respectiva sumatoria de ambas universidades y dio como resultado la población que es de 71.090.

3.3.2 Muestra

Dado que el cantón Milagro probablemente tiene una población estudiantil diversa, debido a su último informe se sugirió que tenían más estudiantes de cierta cantidad, el muestreo probabilístico estratificado es apropiado para el enfoque, ya que se divide la población en estratos como los estudiantes de la universidad UNEMI y UAE en donde se seleccionará una muestra aleatoria de ambos estratos.

Para la realización de este proyecto se procede a obtener la muestra de estudio, mediante el cálculo de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de población (71.090)

Z = Nivel de confianza 95% (1.96)

e = Margen de error (5%)

p = proporción de éxito (50%)

q = proporción de fracaso (50%)

La muestra poblacional para utilizar se consideró debido a que la UNEMI cuenta con una población con un número no definido totalmente.

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 384$$

Como resultado se obtuvo que se deberá encuestar 384 estudiantes universitarios mediante un muestreo aleatorio simple. A su vez, el valor será dividido entre el 98,47% para estudiantes de la UNEMI y el otro 1,53% para estudiantes de UAE. Teniendo en cuenta la proporción de estudiantes en cada campus Universitario.

Una vez determinado el tamaño de la muestra, se procede a seleccionar aleatoriamente a los estudiantes que formarán parte de la muestra. Esto se puede hacer utilizando listas de estudiantes proporcionadas por las instituciones educativas, bases de datos públicas o mediante encuestas aleatorias en línea.

3.3.3 Población de Oferentes Indirectos

Por medio de la Superintendencia de compañías (2025), a finales del 2024 se registraron que existen 19 empresas que ofrecen servicios de alojamiento o residencia para estudiantes en la ciudad de Milagro, los cuales constituyen la oferta disponible dentro del mercado.

Para este estudio, se consideran oferentes indirectos los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento general, pero que no están enfocados directamente al segmento estudiantil, entre ellos se incluyen, hoteles, moteles, condominios, departamentos de alquileres y residencias.

La población de oferentes indirectos identificados son las siguientes

1. Hotel Company & Sky Rooftop
2. Hotel Berlin Internacional Milagro
3. Hotel Milagro Inn
4. Hotel Suites Don Juan
5. Hotel Astoria Boulevard
6. Motel Dulce Tentation
7. Motel Jardines
8. Motel las Galaxias

9. Motel Los Encuentros
10. Residencia José Chávez
11. Residencia Juana Riera
12. Residencia Xiomara Cedeño
13. Casa Mia
14. Condominio Marina Game
15. Condominio Naranjo
16. Departamentos MARTHAunemi
17. Departamentos Galán
18. Alquiler de Departamento
19. Departamentos Johan

3.3.4 Muestra de Oferentes Indirectos

En este caso como la población de oferentes solo es de 10 establecimientos, se plantea utilizar un muestreo por juicio propio donde, se pasará a elegir las 6 empresas que se enfocan especialmente en el alojamiento juvenil.

1. Residencia José Chávez
2. Residencia Juana Riera
3. Residencia Xiomara Cedeño
4. Casa Mia
5. Condominio Marina Game
6. Condominio Naranjo
7. Departamentos MARTHAunemi
8. Departamentos Galán
9. Alquiler de Departamento
10. Departamentos Johan

3.4 Técnicas de Recolección de Datos

3.4.1 Encuestas

Para este proyecto se llevarán a cabo encuestas a los estudiantes matriculados de ambas universidades, en modalidad presencial, y que no residan en el cantón Milagro, de lo cual los resultados serán de vital importancia para el estudio del tema propuesto. **Anexo 2**

3.4.2 Observación Directa

La observación directa se utilizó para identificar la frecuencia y cantidad de estudiantes universitarios que se hospedan en las residencias consideradas competidores directos y así obtener información relevante que ayuden a comprender el entorno competitivo en el que operan por medio de una Ficha de Observación. Anexo N 3.

3.5 Estadística Descriptiva e Inferencial

La estadística descriptiva se dedica a recopilar, organizar, resumir y presentar datos de manera informativa, su principal propósito es ofrecer una descripción concisa de las características fundamentales de un conjunto de datos.

- En el primer objetivo, se realizará un estudio de mercado implementando técnicas de recolección de datos de fuentes primarias como lo son las encuestas, con esto se busca realizar un análisis de cómo está establecido el mercado y de cómo está establecida la competencia dentro de este mercado. Además, los resultados de las encuestas se representarán mediante graficas (pastel o barras), lo que permitirá interpretar los resultados de manera comprensiva.
- En el segundo objetivo, se aplicará estrategias de mercadeo para la implementación de este negocio como lo es el Marketing Mix, como base para formular estrategias sólidas y superiores a la competencia dejando en claro ciertos aspectos que hace única a la empresa.
- En el tercer objetivo, se realizará un estudio técnico y de costos para la producción, que incluirá un análisis de los recursos humanos necesarios, los materiales requeridos y la maquinaria idónea.
- En el cuarto objetivo, se empleará el balance general y se evaluará mediante ratios financieros y flujos de efectivo utilizando herramientas como el valor neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio-costos (RB/C) y el período de recuperación de la inversión (PAYBACK) para determinar la viabilidad del modelo de negocio.

3.6 Cronograma de Actividades

El cronograma de actividades se detalla en el **Anexo 3**.

4. RESULTADOS

Estudio de Mercado para Medir la Oferta y Demanda de una Residencia Universitaria Mixta en el Cantón Milagro.

El Estudio de Mercado permitió contar con toda la información de la situación externa e interna del proyecto de una Residencia Universitaria Mixta propuesto en el cantón Milagro. La información sirvió de base para el desarrollo de estrategias publicitarias y del estudio técnico sobre necesidades de infraestructura, tecnología y talento humano.

Para ello se presenta a continuación los siguientes puntos:

- Análisis del Entorno
 - ✓ Macro-entorno (Análisis PESTEL)
 - ✓ Micro-entorno (Fuerzas de Porter)
- Resultado de las Encuestas
- Demanda Insatisfecha = Demanda Potencial - Oferta de Competidores

Análisis del Macroentorno

PESTEL

Factores Políticos. En 2025, Ecuador experimentó un ambiente político relativamente más estable en comparación con años anteriores, marcado por la reelección del presidente Daniel Noboa. Luego de un breve mandato en 2023–2024, Noboa se postuló nuevamente en las elecciones presidenciales celebradas en abril de 2025, obteniendo un respaldo del 56,13 % en la segunda vuelta electoral. Aunque su contrincante, Luisa González, denunció irregularidades en los comicios, estas acusaciones no lograron alterar significativamente el orden institucional, y no se registraron conflictos de gran magnitud derivados del proceso electoral. La posesión oficial de Noboa para su nuevo periodo se llevó a cabo el 24 de mayo de 2025, con la presencia de más de 100 delegaciones internacionales, lo que reforzó la legitimidad de su gobierno.

Además, el riesgo país ecuatoriano alcanzó uno de sus niveles más bajos desde 2020, lo cual refleja una mayor confianza por parte de los mercados internacionales en la capacidad del país para sostener su estabilidad macroeconómica y política. Sin embargo, el gobierno sigue enfrentando amenazas internas, especialmente

relacionadas con el crimen organizado, lo que ha llevado a Noboa a mantener un discurso de mano dura y a declarar la "alerta máxima" por posibles atentados contra su vida, situación que se suma a un clima de tensión, pero no ha socavado su posición en el poder.

Políticas fiscales y tributarias. Durante 2025, el gobierno de Ecuador ha seguido una política fiscal orientada al ajuste y a la sostenibilidad, en línea con los compromisos asumidos con el Fondo Monetario Internacional (FMI). Uno de los principales objetivos ha sido reducir el déficit fiscal, que en años anteriores llegó a representar más del 3,5 % del PIB. Para lograrlo, el Ejecutivo implementó una serie de medidas que incluyen la reducción del gasto público, principalmente en el rubro de sueldos y salarios del sector estatal, y el aumento en los ingresos tributarios gracias a la reforma del IVA, que fue incrementado del 12 % al 15 % desde inicios de año.

La estrategia fiscal ha dado resultados parciales: a mediados de 2025, el déficit fiscal se había reducido al 1,4 % del PIB. Además, se logró una ampliación del acuerdo con el FMI, lo que permitió acceder a un financiamiento adicional de USD 1.000 millones. A pesar de los recortes y del aumento del IVA, el gobierno ha manifestado su intención de no incrementar otros impuestos, y en su lugar está impulsando una reforma tributaria estructural enfocada en la reducción de exenciones fiscales y una mejora de la eficiencia recaudatoria, especialmente en sectores económicos que operan informalmente o con baja carga impositiva.

Relaciones internacionales. En el plano internacional, Ecuador ha desplegado una política exterior activa durante 2025, buscando afianzar alianzas estratégicas tanto en América como en Asia. Uno de los movimientos más controvertidos del gobierno ha sido la propuesta de permitir una base militar estadounidense en territorio ecuatoriano, lo que requeriría modificar la prohibición constitucional vigente. Esta propuesta ha sido presentada en el marco de la lucha contra el narcotráfico, un eje prioritario para la administración Noboa, y ha sido bien recibida por actores políticos aliados a Estados Unidos, incluyendo figuras cercanas a Donald Trump.

Paralelamente, Ecuador ha fortalecido sus vínculos con Japón, avanzando en la negociación de un Acuerdo de Asociación Económica que facilitaría el comercio bilateral. Asimismo, las relaciones con China se han mantenido estables y en buen

ritmo, especialmente luego de que Pekín expresara su disposición a seguir cooperando con el nuevo gobierno reelecto. En cuanto a cooperación financiera, el país ha recibido apoyo importante de la CAF (Banco de Desarrollo de América Latina), que aprobó un crédito de USD 416 millones destinado a fortalecer la estabilidad fiscal y los programas de desarrollo.

Intervención estatal en la economía. El gobierno de Daniel Noboa ha mantenido un modelo de intervención estatal moderado, combinando ajustes económicos con una vigilancia activa sobre sectores estratégicos. En 2025, una de las medidas más relevantes ha sido la eliminación progresiva de subsidios a los combustibles, incluyendo gasolinas y diésel para determinados sectores como la pesca industrial. Esta medida ha generado cierta resistencia, pero se considera clave para reducir el gasto público y equilibrar las finanzas del Estado.

El Estado ha impulsado auditorías y controles más estrictos sobre empresas públicas como Petroecuador, con el objetivo de combatir la corrupción y mejorar la eficiencia operativa. También se ha intensificado el control tributario sobre grandes contribuyentes, a través de campañas del Servicio de Rentas Internas (SRI) orientadas a combatir la evasión y la elusión fiscal.

El gobierno ha buscado fomentar alianzas público-privadas en sectores como el minero, el energético y el ambiental, promoviendo inversiones bajo criterios de sostenibilidad y cumplimiento normativo. Estas acciones revelan un enfoque mixto: por un lado, se reduce el peso del Estado en ciertas áreas del gasto, pero por otro se mantiene una presencia fuerte en la regulación y fiscalización de sectores claves para la economía nacional.

Cambios de gobierno o elecciones. El principal evento político del año fue, sin duda, la realización de las elecciones presidenciales y legislativas, cuyo desenlace consolidó a Daniel Noboa como líder con un mandato completo de cuatro años. La primera vuelta electoral se celebró el 10 de marzo de 2025, y la segunda vuelta tuvo lugar el 13 de abril. Con una participación ciudadana superior al 83 %, las elecciones fueron observadas por misiones internacionales que, en su mayoría, certificaron su transparencia. No obstante, la candidata del correísmo, Luisa González, denunció fraude electoral, aunque sin presentar pruebas contundentes.

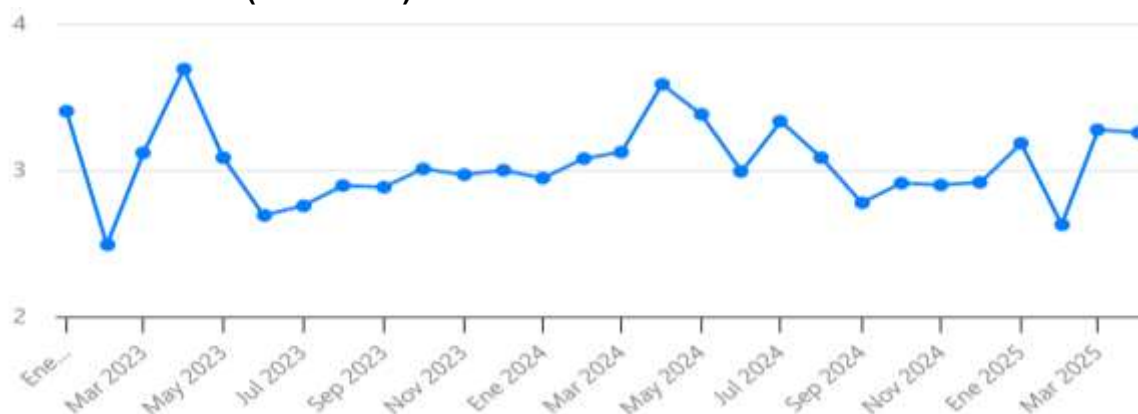
El nuevo periodo de gobierno de Noboa inició formalmente el 24 de mayo de 2025. En su discurso de posesión, el mandatario reafirmó su compromiso con la seguridad ciudadana, la generación de empleo y la reestructuración del aparato estatal. En el ámbito electoral, se anunció además la intención de avanzar hacia una posible consulta popular sobre reformas institucionales, incluyendo temas como el sistema de justicia y la legalización del porte de armas en ciertas condiciones, lo cual podría generar nuevos debates a lo largo de su gestión.

En la actualidad, el principal elemento que incide sobre el tipo de negocio propuesto es la gestión del presidente Daniel Noboa y la Política Económica que implementa para enfrentar los diferentes desafíos. Además, es importante resaltar que el presente modelo de negocio se encuentra a meses de una elección Presidencial (febrero 2025), donde los resultados determinarán quien comandará al Ecuador por los próximos años.

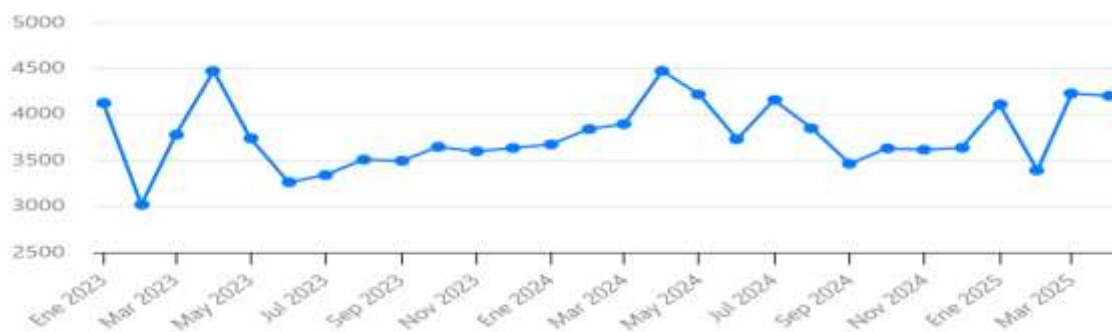
Por su parte, el gobierno actual para el fortalecimiento productivo y comercial dio inicio al proyecto de creación de la Secretaría de Alianzas públicas y privadas; trabajando en el desarrollo de sectores económicos con incentivos tributarios para actividades productivas, industrias agrícolas y logísticas, con el fin de armonizar las normas e instrumentos y generar mayores mecanismos de transparencia en materia aduanera.

A estas se suman las dos últimas leyes aprobadas por la Asamblea Nacional, la “La Ley de Solidaridad Nacional”, promulgada el 10 de junio de 2025, tiene como objetivo principal combatir el financiamiento de mafias, proteger a la población civil y fortalecer a las fuerzas del orden en Ecuador y la “La Ley de Integridad Pública”, aprobada el 24 de junio de 2025, tiene como objetivo erradicar la corrupción y mejorar la eficiencia institucional en el sector público.

Durante el período comprendido entre enero de 2023 y abril de 2025, se observa una variación en los ingresos totales del Sector Público No Financiero (SPNF) expresados como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB). En general, los ingresos han oscilado mensualmente entre el 2,49% y el 3,69% del PIB, reflejando los efectos de la estacionalidad tributaria, medidas fiscales y el comportamiento de la economía nacional.

Figura 1.**Ingresos del SPNF (% del PIB)****Fuente: (BCE, 2025)**

En 2023, los ingresos del SPNF mostraron cierta estabilidad, con picos destacados en abril (3,69%) y enero (3,40%). El mes con menor recaudación proporcional fue febrero (2,49%). El promedio anual rondó el 3,00% del PIB, lo cual refleja una gestión fiscal moderada. El año 2024 presentó valores consistentes con ligeras alzas en mayo (3,38%) y abril (3,59%). A partir del segundo semestre se notó una leve disminución, con mínimos en septiembre (2,78%) y diciembre (2,92%).

Figura 2.**Ingresos del SPNF (USD)****Fuente: (BCE, 2025)**

En términos generales, los ingresos se mantuvieron entre el 2,90% y el 3,38% del PIB. En lo que va del año 2025, los ingresos han fluctuado ligeramente: abril (3,26%), marzo (3,28%), febrero (2,63%) y enero (3,18%). Si bien los valores se

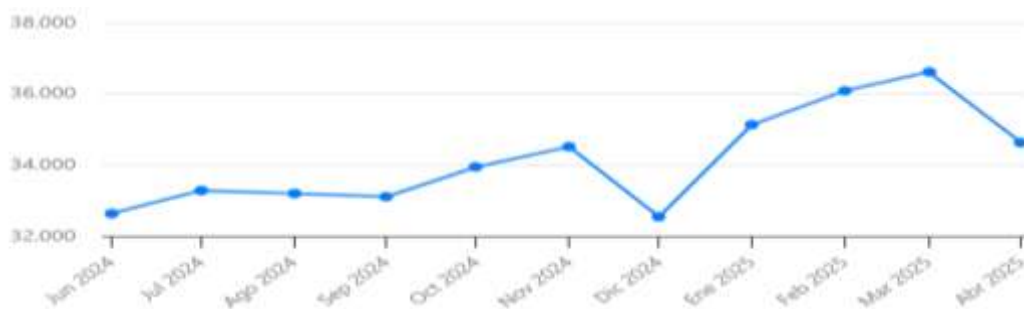
mantienen dentro del rango de años anteriores, se identifica una caída en febrero que podría estar relacionada con factores coyunturales.

El comportamiento mensual de los ingresos del Sector Público No Financiero (SPNF) entre enero de 2023 y abril de 2025 muestra variaciones moderadas que reflejan tanto la estacionalidad fiscal como la dinámica de la economía nacional. Los ingresos fluctúan entre 3.017,89 millones USD (febrero 2023) y 4.472,38 millones USD (abril 2024). En 2023 se inició con un ingreso elevado en enero (4.122,97 millones USD) y alcanzó un máximo en abril (4.471,49 millones USD), coincidiendo con el periodo de declaración tributaria. El valor más bajo se registró en febrero (3.017,89 millones USD), reflejando posiblemente una menor recaudación tras el cierre del año fiscal. El promedio mensual rondó los 3.600 millones USD.

En 2024 se evidenció un comportamiento más estable con incrementos relevantes en abril (4.472,38 millones USD), mayo (4.216,32 millones USD) y julio (4.157,21 millones USD). Los ingresos más bajos se ubicaron en noviembre (3.615,40 millones USD) y septiembre (3.462,70 millones USD), sin mostrar caídas abruptas. El presente año en abril (4.201,83 millones USD), marzo (4.227,09 millones USD) y enero (4.108,24 millones USD), aunque en febrero se produjo una caída significativa a 3.391,14 millones USD.

Figura 3.

Saldo de Deuda Pública Interna



Fuente: (BCE, 2025)

Durante el período analizado, el saldo de la deuda pública interna ha mostrado una tendencia creciente. Entre junio de 2024 y abril de 2025, el saldo se incrementó

en más de 2.000 millones de dólares, pasando de 32.635,66 millones USD en junio de 2024 a 34.628,42 millones USD en abril de 2025.

En 2024 el saldo se mantuvo relativamente estable entre junio y octubre, oscilando entre 32.635,66 y 33.947,68 millones USD. En noviembre y diciembre se observaron aumentos significativos, cerrando el año con 34.514,47 millones USD en noviembre y 32.546,01 millones USD en diciembre. En 2025 de enero a abril se registró un incremento constante en los primeros meses del año, alcanzando el valor más alto del período en marzo, con 36.616,73 millones USD.

Factores Económicos

Figura 4.

PIB Nominal Anual

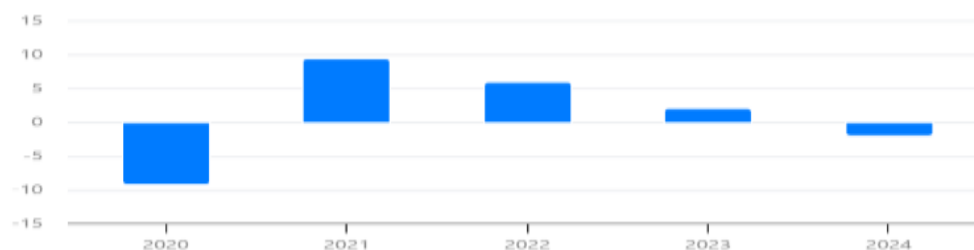


Fuente: (BCE, 2025)

El Producto Interno Bruto (PIB) nominal del Ecuador muestra un leve crecimiento entre los años 2023 y 2024. En 2023, el PIB nominal fue de 121.147,1 millones de USD, mientras que en 2024 alcanzó los 124.676,1 millones de USD, lo que representa un aumento absoluto de aproximadamente 3.529 millones de dólares.

Figura 5.

Crecimiento Anual del PIB



Fuente: (BCE, 2025)

El crecimiento económico de Ecuador ha mostrado una marcada volatilidad en el período 2020–2024, influenciado por factores externos e internos, como la pandemia, la recuperación post-COVID, y recientes tensiones fiscales y políticas.

En 2020 el país registró una fuerte contracción económica del -9,20%, producto del impacto de la pandemia por COVID-19, la caída del precio del petróleo y la paralización de actividades productivas. En 2021 se evidenció una sólida recuperación con un crecimiento del 9,40%, impulsado por el efecto rebote, el restablecimiento del comercio y el avance en los procesos de vacunación.

Para 2022 el crecimiento se moderó al 5,90%, aun reflejando dinamismo en sectores como exportaciones no tradicionales, comercio y servicios. En 2023 la economía creció apenas un 2,00%, para 2024 se estimó una contracción del -2,00%, lo que indica un deterioro económico con efectos en el consumo interno, el empleo y la confianza del sector privado.

Inflación Anual

Figura 6.

Inflación



Fuente: (BCE, 2025)

En 2024, la inflación fue más volátil. Destaca abril con un aumento significativo de 1,27%, el más alto del periodo, mientras que junio y diciembre registraron deflación notable, con caídas de -0,95% y -0,99% respectivamente. Esta variabilidad sugiere la

influencia de ajustes de precios internacionales y políticas internas de control de precios. Durante los primeros meses de 2025, la inflación se mantuvo baja y estable, con ligeras variaciones que oscilaron entre -0,15% en enero y 0,35% en marzo, reflejando una relativa estabilidad en el nivel general de precios.

Figura 7.

Inflación de junio 2025

Indicadores: Variaciones Porcentuales	Junio-2025
Variación mensual	0,06
Variación anual	1,48
Variación acumulada	1,65

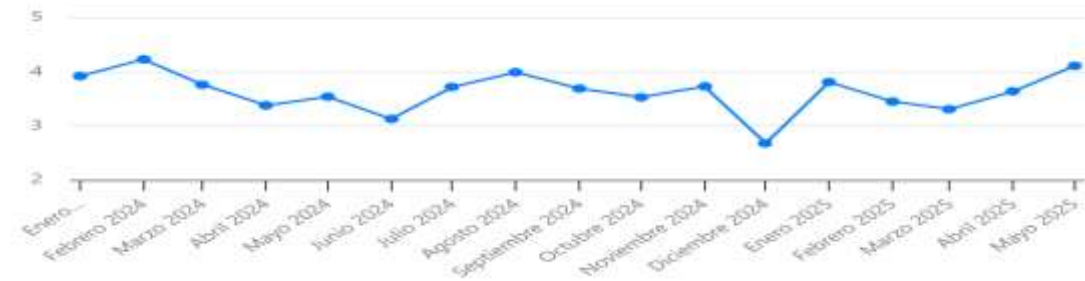
Fuente: (BCE, 2025)

En junio de 2025, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) en Ecuador registró una variación mensual del 0,06%. En términos anuales, el incremento fue del 1,48%, mientras que la variación acumulada en lo que va del año alcanzó el 1,65%. Estos datos reflejan un comportamiento moderado de los precios en el país durante el periodo analizado.

Desempleo

Figura 8.

Tasa de Desempleo Nacional



Fuente: (BCE, 2025)

La tasa de desempleo nacional en Ecuador ha mostrado variaciones moderadas durante el período de enero de 2024 a mayo de 2025, fluctuando entre un mínimo de 2,68% en diciembre de 2024 y un máximo de 4,23% en febrero de 2024. En 2024, el desempleo comenzó el año en 3,92%, alcanzó su punto más alto en febrero con 4,23%, y presentó una tendencia general a la baja hacia finales de año, registrando

2,68% en diciembre, lo que indica una mejoría en el mercado laboral. En el primer semestre de 2025, se observa un ligero aumento en la tasa de desempleo, pasando de 3,81% en enero a 4,11% en mayo.

Figura 9.

Indicadores Nacionales %

Indicadores Nacionales (en % respecto a la PEA)	jun-24	mar-25	abr-25	may-25	jun-25
Tasa de participación global	65,7	65,4	63,6	65,4	66,0
Tasa de empleo adecuado	35,4	34,2	35,8	35,2	35,9
Tasa de subempleo	19,9	20,9	21,1	20,9	19,6
Tasa de desempleo	3,1	3,3	3,6	4,1	3,5

Fuente: (Enemdu, 2025)

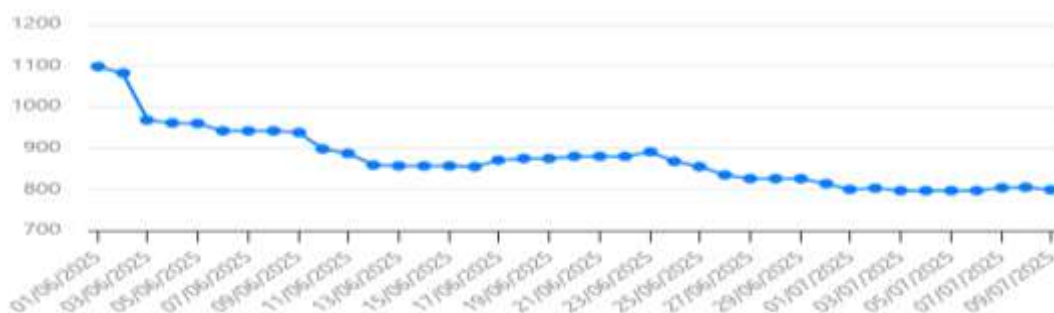
Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu) del Ecuador, los indicadores nacionales correspondientes al periodo entre junio de 2024 y junio de 2025 muestran una evolución moderada en el mercado laboral. En junio de 2025, la tasa de participación global se ubicó en 66,0%, reflejando un leve aumento respecto a mayo 65,4% y marcando el valor más alto del período.

La tasa de empleo adecuado fue del 35,9%, también mostrando una mejora respecto al mes anterior 35,2%. Por otro lado, la tasa de subempleo presentó una disminución al situarse en 19,6%, en contraste con el 20,9% registrado en mayo. Finalmente, la tasa de desempleo se redujo a 3,5% en junio, luego de haber alcanzado el 4,1% en mayo, lo que sugiere una ligera recuperación en el nivel de empleo formal.

Riesgo País

Figura 10.

Riesgo País

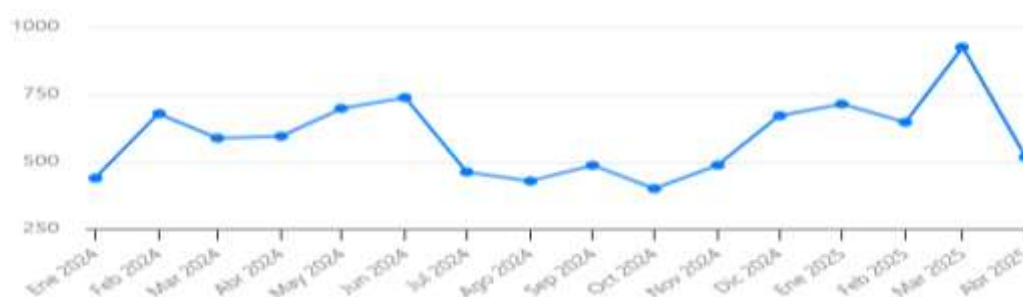


Fuente: (BCE, 2025)

Durante junio de 2025, el riesgo comenzó en niveles elevados, alcanzando un máximo de 1.098 puntos básicos el 1 de junio, y mostró una disminución constante hasta cerrar el mes cerca de los 800 puntos básicos. En los primeros días de julio de 2025, el indicador se mantuvo estable en torno a los 790–805 puntos básicos, con una ligera reducción hasta los 799 puntos básicos registrados el 9 de julio.

Figura 11.

Balanza Comercial

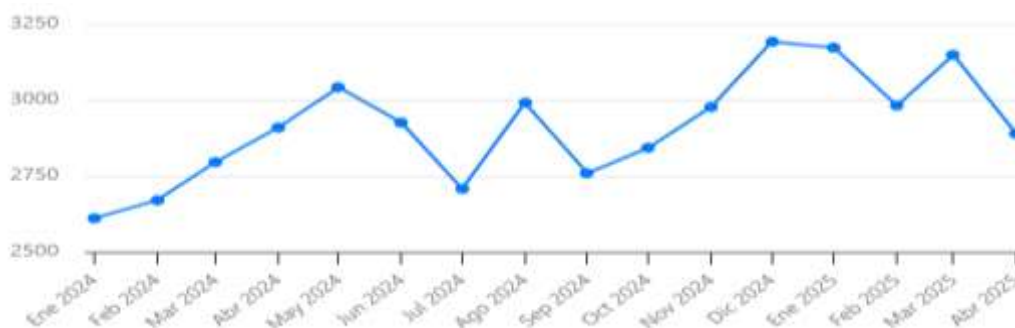


Fuente: (BCE, 2025)

En 2024, el saldo comercial mostró valores moderados con altibajos. Los meses con mejor desempeño fueron junio (738,76 millones USD) y mayo (698,92 millones USD), mientras que enero registró un saldo más bajo de 439,38 millones USD. Durante el segundo semestre, el saldo mantuvo una tendencia estable alrededor de 400-500 millones USD. En el primer trimestre de 2025, se observa un incremento significativo, alcanzando su pico en marzo con 926,13 millones USD, seguido por una caída en abril a 517,38 millones USD.

Figura 12.

Exportaciones de Bienes



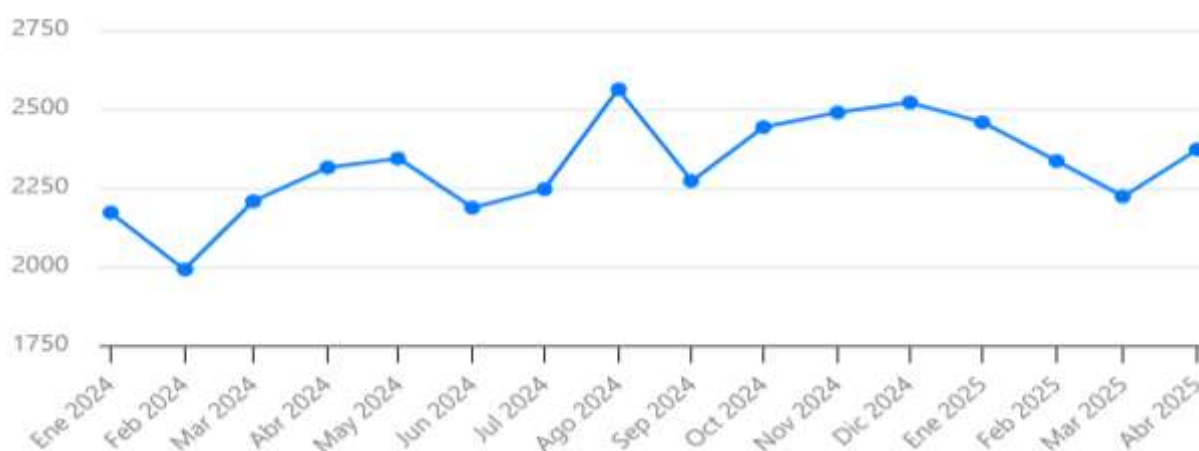
Fuente: (BCE, 2025)

Los valores mensuales fluctuaron entre un mínimo de 2.610,81 millones USD en enero de 2024 y un máximo de 3.191,62 millones USD en diciembre de 2024. En 2024, las exportaciones presentaron una tendencia al alza durante la mayor parte del año, con picos destacados en diciembre (3.191,62 millones USD) y mayo (3.041,64 millones USD). Hubo una ligera desaceleración en los meses de julio (2.707,79 millones USD) y septiembre (2.758,83 millones USD), posiblemente relacionada con factores estacionales o del mercado internacional.

los primeros meses de 2025, las exportaciones se mantuvieron sólidas, con valores superiores a los 2.800 millones USD, alcanzando en marzo el máximo de 3.148,49 millones USD antes de bajar ligeramente a 2.888,92 millones USD en abril.

Figura 13.

Importaciones de Bienes



Fuente: (BCE, 2025)

En 2024, las importaciones se mantuvieron estables con ligeros aumentos durante el segundo trimestre y verano, destacando agosto con 2.562,13 millones USD, seguido de diciembre con 2.520,29 millones USD. Los meses más bajos fueron enero y febrero, con 2.171,43 y 1.990,90 millones USD respectivamente. En el primer cuatrimestre de 2025, las importaciones se mantuvieron por encima de los 2.200 millones USD, alcanzando un máximo en abril con 2.371,53 millones USD.

Factores Sociales

Nivel educativo de la población

Tabla 2

Indicadores Educación

Country	Indicador Name	2019	2020	2021	2022	2023
Ecuador	Tasa de alfabetización, (%entre 15 y 24 años)	94,06%	94,13%	96,18%	96,10%	
Ecuador	Gasto corriente en educación, nivel terciario (% del gasto total en instituciones de educación de nivel terciario)	91,25%	92,90%	90,76%	91,80%	91,29%

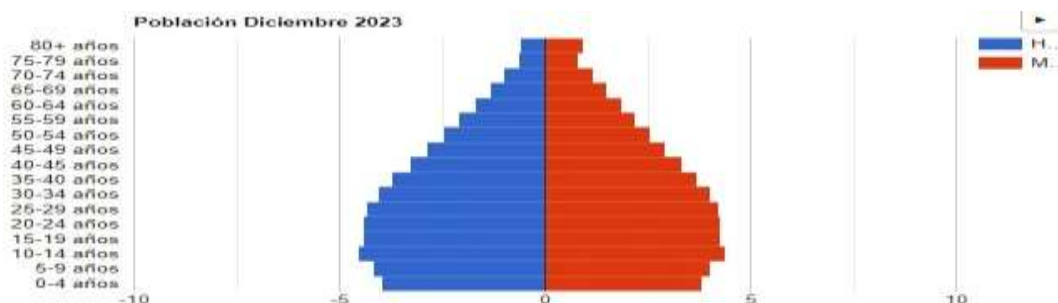
Fuente: (Banco Mundial, 2025)

Los indicadores educativos de Ecuador muestran avances significativos en los últimos años. La tasa de alfabetización (entre 15 y 24 años) alcanzó un 96,18% en 2021, evidenciando una mejora sostenida desde el 94,06% registrado en 2019. Aunque en 2022 se observa una ligera disminución a 96,10%, el nivel sigue siendo alto, lo que refleja el impacto positivo de las políticas de acceso a la educación básica (Banco Mundial, 2025).

Por otro lado, el gasto corriente en educación a nivel terciario, como porcentaje del gasto total en instituciones de educación superior, se ha mantenido estable. En 2019 fue de 91,25%, aumentando a 92,90% en 2020, con una leve disminución a 90,76% en 2021. En 2022 y 2023, los valores fueron 91,80% y 91,29% respectivamente, lo que muestra un compromiso constante del Estado ecuatoriano con el financiamiento operativo de las universidades e institutos, favoreciendo su funcionamiento y sostenibilidad (Banco Mundial, 2025).

Figura 14.

Población de Ecuador por edad

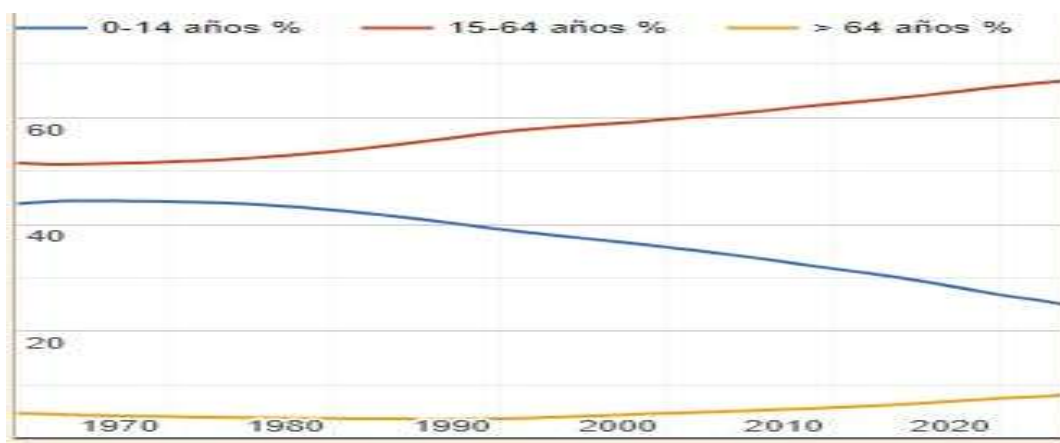
Distribución de la población (edad, género)**Fuente: (Banco Mundial, 2025)**

La distribución de la población en Ecuador refleja una estructura demográfica mayoritariamente joven, con una edad media de 29,3 años. Según los datos disponibles, el 7,4% de la población corresponde a niños de entre 0 y 4 años, mientras que el grupo de 5 a 12 años representa el 13,0%. Los adolescentes de entre 13 y 17 años constituyen el 8,8%, y los jóvenes de 18 a 24 años suman un 11,9%.

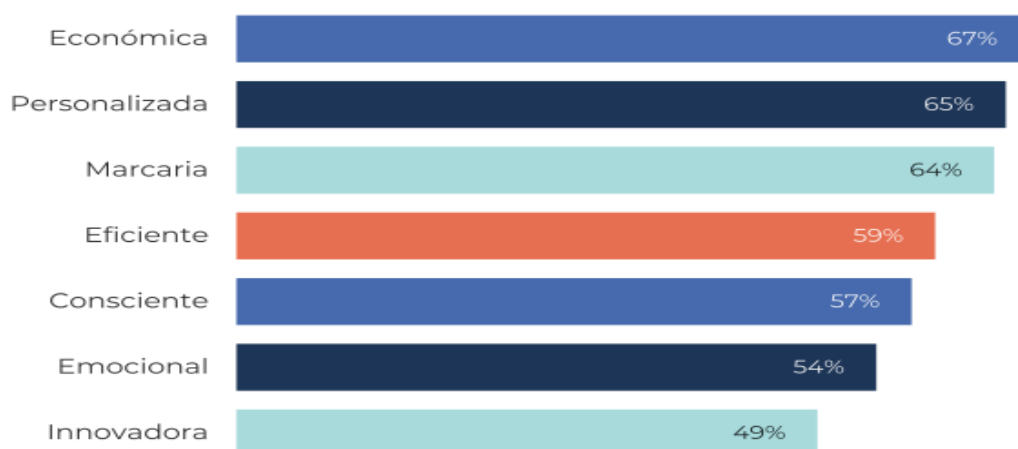
La franja adulta joven, de 25 a 34 años, es la más numerosa, abarcando el 16,6% del total. Le siguen los adultos de 35 a 44 años con un 14,3% y los de 45 a 54 años con un 11,2%. Las personas entre 55 y 64 años representan el 8,2%, mientras que la población de 65 años o más alcanza el 8,6%, reflejando una proporción aún moderada de adultos mayores, aunque con una tendencia creciente en los últimos años. Esta distribución evidencia una población aún en proceso de transición demográfica, con implicaciones relevantes para la planificación social, económica y educativa del país.

Figura 15.

Distribución

**Fuente:** (Banco Mundial, 2025)**Figura 16.**

Porcentajes de Consumo

Tendencias de consumo**Fuente:** (Advance Consultora, 2025)

Las tendencias de consumo en Ecuador reflejan un perfil de consumidor cada vez más informado, exigente y orientado a distintos valores. En términos económicos, el 67% de los consumidores prioriza el precio y la relación costo-beneficio al momento de comprar, evidenciando una fuerte sensibilidad hacia el gasto.

Asimismo, un 65% busca experiencias personalizadas, mostrando preferencia por productos y servicios que se adapten a sus necesidades individuales. La tendencia

marcaría también es significativa, con un 64% de consumidores que valoran el reconocimiento y la confianza que brindan las marcas. El 59% de los consumidores se inclina por opciones eficientes, que les ahorren tiempo o recursos. En paralelo, un 57% muestra una actitud consciente, interesándose por prácticas sostenibles, éticas o responsables. La dimensión emocional también está presente: el 54% toma decisiones de compra influido por sentimientos, vínculos o experiencias personales.

Finalmente, un 49% se identifica con la innovación, mostrando apertura a productos y tecnologías nuevas, lo que representa una oportunidad para el desarrollo de propuestas creativas y disruptivas en el mercado ecuatoriano.

Nivel de pobreza y desigualdad

Desde el punto de vista de Personas Jurídicas, la evolución del sector empresarial en el cantón Milagro, para el 2018 se crearon 152 nuevas empresas, las cuales se suman a las existentes en su momento. En contraparte, las personas Naturales, según el INEC, en el cantón Milagro existen 113.508 habitantes en el área urbana, de los cuales 66.062 son hombres y 67.446 son mujeres. De esta cifra, el 19,2% son personas que se encuentran con empleo adecuado (21.793 habitantes).

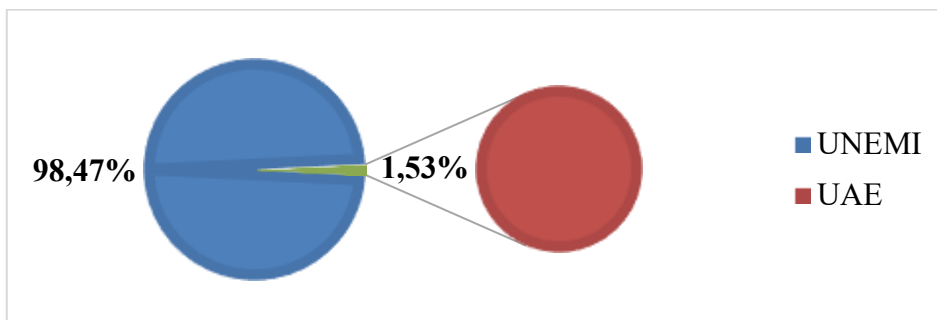
En el presente factor, el elemento más importante a contemplar es la inseguridad social, ya que desde el 2021, las tasas de crecimiento de robos, secuestros, extorsiones y demás, aumentaron exponencialmente desde el Gobierno de Sr. Guillermo Lasso. Por su parte, el actual presidente de la república, propuso frente a la Asamblea Nacional, las Leyes de Solidaridad e Integridad, fortaleciendo así la lucha contra el financiamiento de las mafias y su sustento económico.

Frente al tema de estudio, a nivel universitario, existen 2 instituciones de educación superior públicas en el cantón Milagro, la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) y la Universidad Agraria del Ecuador (UAE), siendo estos en centro de concentración del público objetivo de la presente propuesta, con un número total de 71.090 estudiantes, donde el 1,53% están matriculados en la Universidad Agraria del Ecuador.

Población Universitaria

Figura 17.

Estudiantes UNEMI y UAE



Elaborado por: La Autora, 2026

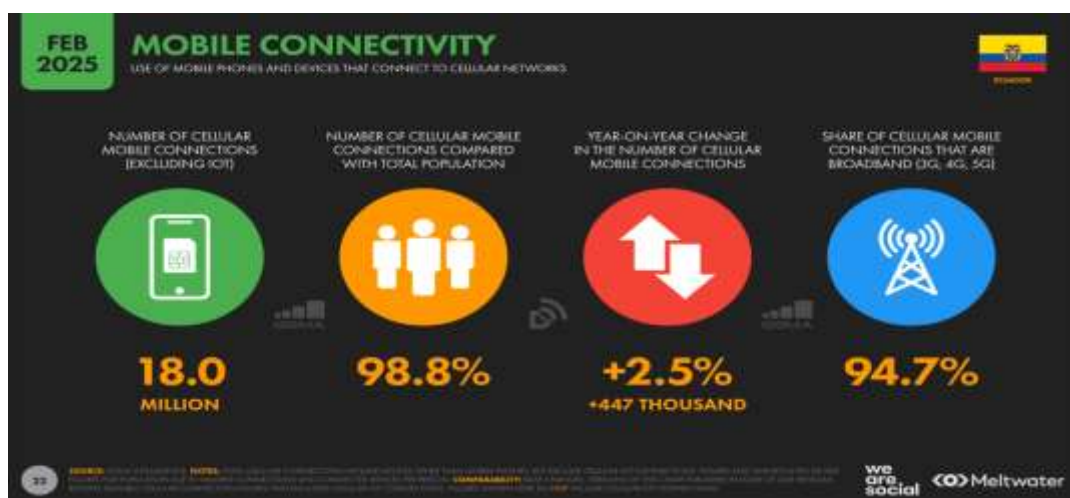
Factores Tecnológicos

Actualmente en el Ecuador, 8 de cada 9 ciudadanos cuentan con dispositivo celular y 5 de cada 10 cuentan con internet fijo, lo que les permite tener acceso a las plataformas digitales para la adquisición de productos y/o servicios.

Es importante resaltar que, en el mundo el desarrollo de sistemas de protección y seguridad de la información personal existente en la nube, permite a los consumidores digitales, contar con mayor seguridad al momento de navegar o realizar una adquisición de servicios. La tecnología se suma al momento de publicitar el servicio, donde las redes sociales (Pauta) se presenta como canal digital de mayor alcance y menor costo para promocionar y publicitar el servicio de alojamiento universitario en el cantón Milagro.

Es importante resaltar que la tecnología es un elemento adicional que genera un valor agregado para su comercialización. Los demandantes al momento de adquirir el servicio buscan que sea de calidad y para ello analizan diferentes alternativas existentes en el mercado al momento. Por ello, es fundamental la inversión permanente del servicio.

Figura 18.
Evolución y tecnología



Fuente: (Informe Digital 2025: Ecuador, 2025)

Entre principios de 2024 y comienzos de 2025, Ecuador registró un incremento de 447,000 conexiones móviles, lo que representa un crecimiento del 2.5%. Además, es importante destacar que el 94.7% de estas conexiones móviles corresponden a banda ancha, es decir, utilizan redes 3G, 4G o 5G para su funcionamiento.

Factor Ambiental

En las características ambientales, los puntos determinantes es el manejo de los desperdicios y residuos (desechos) que se generan en el tipo de negocio que se propone (alojamiento), los cuales son muy importantes debido al impacto al ecosistema, especialmente por la generación de olores al ambiente y la contaminación, afectando considerablemente a zonas aledañas.

El Código Orgánico del Ambiente, el cual es elemento normativo básico, entró en vigencia luego de transcurridos doce meses, contados a partir de su publicación en el Registro Oficial. Dado por Disposición Final Única de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 983 de 12 de abril del 2017, donde presente numerales que disponen el control y seguimiento ambiental en temas productivos, servicios, elaborados y comercializados en el Ecuador. Entre los artículos de interés se mencionan los siguientes:

- Que, el numeral 14 del artículo 281 de la Constitución de la República establece que será responsabilidad del Estado prevenir y proteger a la población del consumo de productos o servicios que pongan en riesgo al ser humano o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.
- Que, el artículo 285 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que la política fiscal tendrá como objetivos específicos la generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

Factor Legal

En Ecuador, el desarrollo de un modelo de negocio de residencia universitaria mixta se encuentra regulado por varias normativas fundamentales que garantizan la seguridad jurídica tanto de los emprendedores como de los usuarios del servicio. Entre ellas, destacan:

1. Ley de Inquilinato (Congreso Nacional, 2014)

Ámbito de aplicación (Art. 1 y 2). - La Ley de Inquilinato regula las relaciones derivadas de contratos de arrendamiento y subarrendamiento de inmuebles en zonas urbanas. Se aplica supletoriamente el Código Civil en casos no previstos.

Condiciones mínimas del inmueble arrendado (Art. 3 y 4).

- Todo local arrendado debe tener:
- Servicios higiénicos completos y exclusivos por departamento.
- Buena ventilación e iluminación.
- Acceso a agua potable, electricidad y desinfección sanitaria.
- El arrendador debe realizar reparaciones necesarias para mantener estas condiciones.

Derechos y obligaciones del arrendador e inquilino (Arts. 5–7)

- Si el arrendador no realiza reparaciones, el inquilino puede ejecutarlas con autorización judicial y descontarlas del arriendo.
- El arrendador que impida el uso adecuado del local será sancionado.
- El inquilino debe reparar los daños que cause o pagar los costos correspondientes.

Registro de arrendamientos y pensiones locativas (Arts. 8–14 y 17–20)

- Los inmuebles destinados a arrendamiento deben estar inscritos en el Registro de Arrendamientos Municipal.
- Se fija un precio máximo de arriendo basado en el avalúo catastral.
- Se prohíbe arrendar sin el certificado de pensión legal y se sanciona el cobro de arriendos excesivos.

Contratos de arrendamiento y su duración (Arts. 27–29)

- El contrato puede ser verbal o escrito, pero si el arriendo supera cierto valor debe registrarse.
- La duración mínima del contrato para vivienda es de 2 años, salvo excepciones como hoteles, pensiones o alquileres temporales.

Terminación del contrato y garantías legales (Arts. 30–36)

- El arrendador solo puede terminar el contrato por causas justificadas (falta de pago, daños, uso ilícito, etc.).
- El inquilino también puede dar por terminado el contrato con aviso previo.
- Se prohíbe subarrendar sin autorización expresa.

Subarrendamientos (Arts. 38–41)

- Generalmente prohibidos, salvo en casos ocasionales y por máximo tres meses.
- Si el arrendador es desalojado, los subarrendatarios legales pueden continuar ocupando el inmueble bajo condiciones legales.

2. Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores (Ministerio del Trabajo, 2024)

El Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo, emitido mediante Decreto Ejecutivo No. 255 el 2 de mayo de 2024 por el presidente Daniel Noboa, establece un marco normativo reforzado para promover la prevención y protección en el ámbito laboral en Ecuador. En un plazo de cinco meses se deberá crear la Política Nacional de Seguridad y Salud Laboral, y se implementará un registro nacional de enfermedades profesionales y accidentes laborales accesible desde el sistema informático del Ministerio del Trabajo.

El reglamento regula la designación y funciones de los responsables de seguridad según el número de trabajadores y nivel de riesgo, garantiza la capacitación gratuita en seguridad y salud ocupacional para todos los trabajadores, y es de aplicación obligatoria para servidores públicos, privados, autónomos, Fuerzas Armadas, Policía, entidades de seguridad ciudadana, trabajadores del hogar y sin relación de dependencia. Desde noviembre de 2023, el Ministerio del Trabajo ha ejecutado 454 inspecciones especializadas y continuará fortaleciendo las condiciones laborales en el país con políticas inclusivas y preventivas.

3. Ley de Propiedad Intelectual (Congreso Nacional, 2014)

La Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, en su Título Preliminar, Artículo 1, establece que el Estado reconoce, regula y garantiza los derechos de propiedad intelectual conforme a la legislación nacional, decisiones de la Comunidad Andina y tratados internacionales vigentes.

Esta normativa abarca los derechos de autor y conexos, así como la propiedad industrial, que incluye invenciones, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados, secretos comerciales, marcas, lemas, nombres comerciales, indicaciones geográficas y cualquier otra creación intelectual destinada a fines agrícolas, industriales o comerciales.

Ponderación del Análisis PESTEL

El análisis PESTEL, se calculó a través de una calificación por la Escala de Likert, con un rango del 0 al 5.

- 0 indiferente
- 1 poco Importante
- 2 algo Importante
- 3 moderadamente Importante
- 4 importante
- 5 muy Importante

Tabla 3

Matriz del Análisis PESTEL

Factor	Riesgo	Variable	Puntaje
Político	Riesgo Moderado	Estabilidad política por el nuevo Gobierno	4
		Avances en lucha contra la corrupción	3
		Seguridad jurídica para inversiones privadas	3
		Políticas públicas de vivienda y educación	2
Económico	Riesgo Alto	Crecimiento económico y empleo	4
		Balanza comercial y déficit fiscal	3
		Inflación y costo de vida	4
		Riesgo país y confianza inversora	5
Social	Riesgo Alto	Alta migración estudiantil hacia centros urbanos	5
		Percepción de inseguridad en zonas urbanas	4
		Aumento de la población universitaria	5
		Nuevos hábitos de vida y autonomía juvenil	3
Tecnológico	Riesgo Moderado	Acceso masivo a Internet y digitalización	4
		Crecimiento del uso de apps y plataformas	3
		Brechas tecnológicas en zonas rurales	4
		Seguridad en transacciones digitales	3
Ambiental	Riesgo Moderado	Eventos climáticos extremos	3
		Políticas sobre eficiencia energética	2
		Normas sobre sostenibilidad en construcción	3
Legal	Riesgo Bajo	Ley de Inquilinato y derechos del arrendatario	3
		Normativas de seguridad y salud laboral	2
		Regulación de propiedad intelectual y marca	2

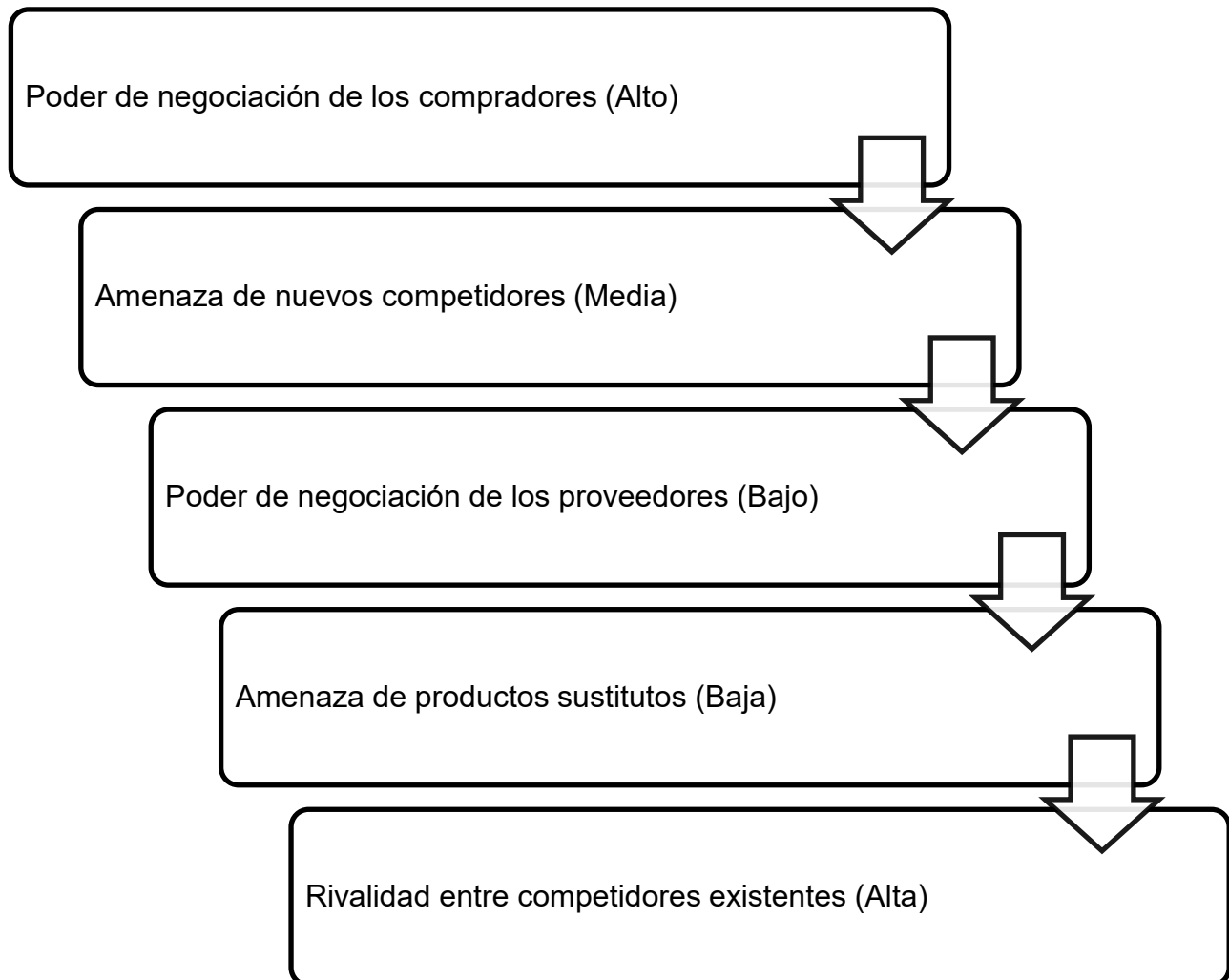
Elaborado por: La Autora, 2026

Análisis del Microentorno**Fuerzas de Porter**

El modelo analítico “Cinco fuerzas de Porter”, permitió evaluar la competencia del sector.

Figura 19.

Fuerzas de Porter

**Elaborado por: La Autora, 2026****1. Poder de negociación de los compradores (Alto)**

La población estudiantil en Milagro es de 71.090 estudiantes, de los cuales aproximadamente un 26% no requieren de hospedaje, dejando una demanda potencial relevante. Según las encuestas, la mayoría de los estudiantes prefieren opciones de alojamiento económico, aunque muchas son informales, con deficiencias en seguridad y servicios básicos. Esto genera un poder de negociación alto para los estudiantes, quienes pueden optar por no alquilar, regresar a sus hogares o elegir entre múltiples opciones informales y económicas.

2. Amenaza de nuevos competidores (Media)

La entrada de nuevos competidores no enfrenta barreras legales significativas, ya que gran parte del mercado opera informalmente sin cumplir requisitos legales como los señalados en la Ley de Inquilinato ni el Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo (Decreto Ejecutivo No. 255, 2024). La inversión inicial para adecuar inmuebles con servicios higiénicos exclusivos, ventilación adecuada, áreas comunes y cumplir con normativas, representa una barrera financiera importante. Además, el cumplimiento de trámites formales y permisos restringe la entrada de nuevos actores formales. Por ello, la amenaza es de nivel medio.

3. Poder de negociación de los proveedores (Bajo)

Los insumos principales para el negocio son agua, electricidad e internet. Los servicios de agua y electricidad son suministrados por empresas públicas con tarifas reguladas, mientras que el servicio de internet es ofrecido por un proveedor privado dominante, pero con precios estandarizados. Estas condiciones limitan la capacidad de los proveedores para influir en costos o condiciones contractuales, por lo que su poder de negociación es bajo y no representa un riesgo significativo para el negocio.

4. Amenaza de productos sustitutos (Baja)

Los hoteles del cantón Milagro son el principal sustituto, pero su costo aproximado de \$15 por noche (equivalente a \$450 mensuales) es cerca de cuatro veces mayor que el promedio del alquiler mensual de una habitación para estudiantes \$100.

La diferencia de precio, junto con la falta de espacios adecuados para la vida estudiantil y las preferencias económicas de los jóvenes, hace que la amenaza de sustitutos sea baja y poco relevante para el segmento objetivo.

5. Rivalidad entre competidores existentes (Alta)

En el cantón Milagro existe una fuerte competencia por parte de alojamientos informales dirigidos a estudiantes universitarios, que operan sin regulación ni estándares mínimos. Aunque los servicios ofrecidos son similares, la competencia se diferencia mediante la implementación de valor agregado como conexión a internet, aire acondicionado, áreas comunes y seguridad física. Además, el uso

creciente de marketing digital se ha vuelto clave para captar clientes. La rivalidad es intensa debido a la baja diferenciación de precios y a que los competidores informales presionan los márgenes, lo que exige a los operadores formales ofrecer una propuesta de valor clara y competitiva.

Tabla 4.

Matriz de ponderación de las 5 Fuerzas de Porter

Fuerza	Descripción Breve	Calificación (1-5)	Peso (%)	Puntaje Ponderado
Rivalidad entre competidores	Alta competencia con poca diferenciación	5	0,3	1,5
Amenaza de nuevos competidores	Entrada moderada por barreras financieras	3	0,2	0,6
Poder de negociación compradores	Alta por alternativas informales y demanda	5	0,3	1,5
Poder de negociación proveedores	Bajo por servicios regulados y estandarizados	2	0,1	0,2
Amenaza de productos sustitutos	Baja por costos altos y poca preferencia	1	0,1	0,1
Total			1	3,9

Elaborado por: La Autora, 2026

Cadena de Valor**Tabla 5****Actividades Primarias**

Actividad	Descripción
Logística Interna	Mantenimiento de instalaciones (limpieza, electricidad, internet, agua). Control de acceso y seguridad. Almacenamiento de insumos básicos.
Operaciones	Gestión de contratos de arrendamiento. Asignación de habitaciones. Acondicionamiento de espacios comunes. Supervisión del orden y convivencia.
Logística Externa	Coordinación con proveedores de servicios básicos. Contacto con autoridades locales. Promoción en medios digitales.
Marketing y Ventas	Publicidad digital en redes y plataformas. Estrategias para captar estudiantes. Atención personalizada y seguimiento. Ofertas y promociones.
Servicios Postventa	Atención a reclamos y mantenimiento continuo. Encuestas de satisfacción. Beneficios para residentes antiguos. Resolución de problemas técnicos.

Elaborado por: La Autora, 2026

Tabla 6

Actividades de Apoyo

Actividad	Descripción
Infraestructura de la Empresa	Gestión administrativa y financiera. Cumplimiento legal (inquilinato, seguridad laboral, etc.). Control de calidad y planificación.
Gestión de Recursos Humanos	Contratación de personal de mantenimiento y atención. Capacitación continua. Evaluación de desempeño.
Desarrollo Tecnológico	Plataforma digital para reservas y pagos. Tecnología para seguridad (cámaras, cerraduras electrónicas). Internet de alta velocidad.
Abastecimiento	Selección y control de proveedores. Negociación de tarifas de servicios básicos. Gestión eficiente de recursos (agua, luz, mobiliario).

Elaborado por: La Autora, 2026

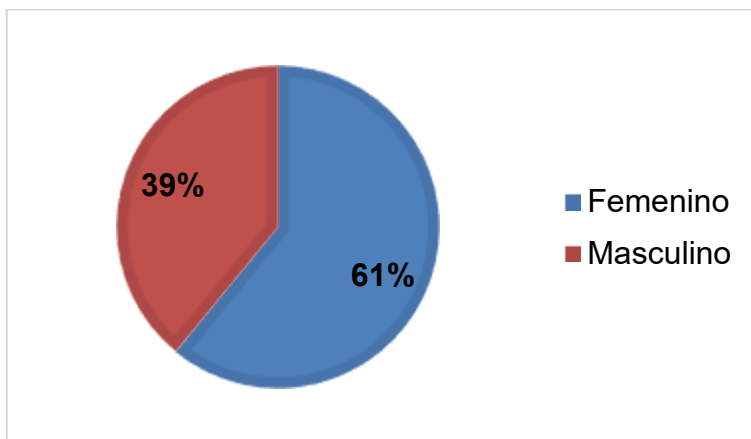
Resultado de las Encuestas**1. ¿A qué género pertenece usted?**

Tabla 7

Genero

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Femenino	234	61%
Masculino	150	39%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 20**Género**

Elaborado por: La Autora, 2026

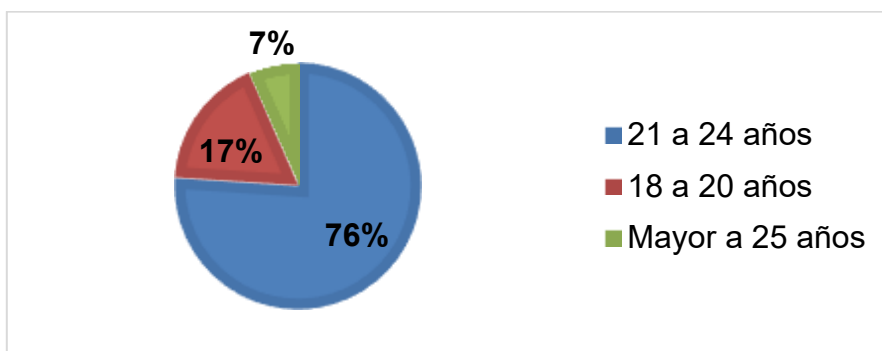
El estudio mostró que la mayoría de los encuestados fueron mujeres, representando el 61% del total, mientras que los hombres constituyeron el 39%. Esta diferencia significativa refleja la creciente participación femenina en la educación superior en el cantón Milagro, una tendencia que coincide con datos nacionales que indican un aumento sostenido en la matrícula universitaria femenina.

2. ¿Qué edad tiene?

Tabla 8. Edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
21 a 24 años	292	76%
18 a 20 años	67	17%
Mayor a 25 años	25	7%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

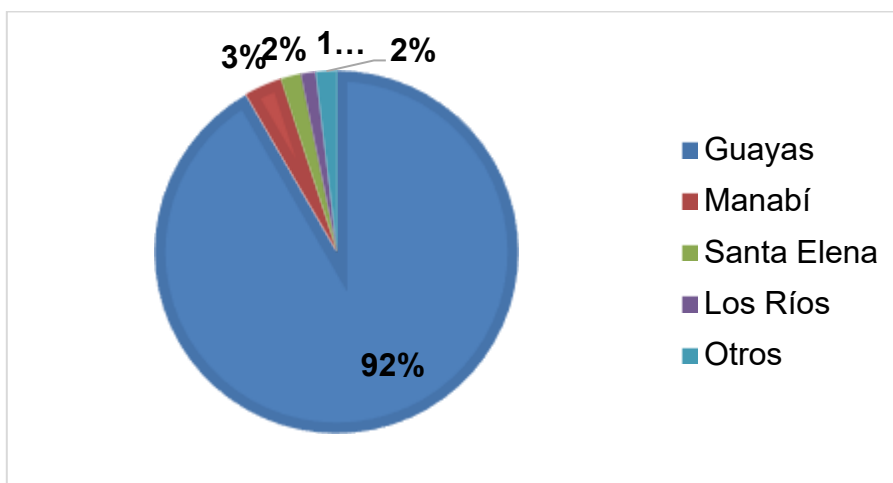
Figura 21**Edad****Elaborado por: La Autora, 2026**

El análisis reveló que el 76,1% de los estudiantes se encontraba en el rango de 21 a 24 años, lo cual indica que la mayoría se encontraba en etapas intermedias o avanzadas de su formación universitaria. Lo cual indica que un buen porcentaje de estudiantes podría estar buscando un alojamiento más estable y con facilidades para el estudio, acorde con sus compromisos académicos. Además, el 17,4% tenía entre 18 y 20 años, probablemente recién ingresados a la universidad, mientras que el 6,6% superaba los 25 años, reflejando la presencia de estudiantes con trayectorias académicas no tradicionales o que buscan completar estudios después de un tiempo.

3. ¿De qué provincia proviene usted?**Tabla 9****Lugar de origen**

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Guayas	352	92%
Manabí	13	3%
Santa Elena	7	2%
Los Ríos	5	1%
Otros	7	2%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 22***Residencia de origen***

Elaborado por: La Autora, 2026

Los resultados evidenciaron que el 91,6% de los estudiantes provenían de la provincia de Guayas, lo que demuestra que la mayoría estudiaba cerca de su lugar de residencia habitual. Esta alta concentración puede facilitar la logística y conexión social de los estudiantes.

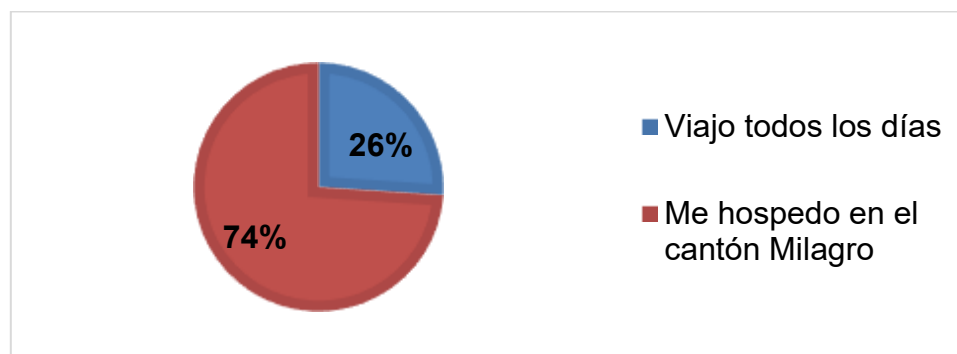
Sin embargo, también se identificó la presencia de estudiantes de Manabí, Santa Elena, Los Ríos y otras provincias, aunque en menor proporción, lo que señala una oportunidad para atender a este segmento foráneo mediante la oferta de alojamiento adecuado, contribuyendo así a la integración y permanencia en el cantón Milagro.

4. ¿Usted para estudiar en Milagro viaja todos los días o se aloja en el cantón Milagro?

Tabla 10***Tipo de alojamiento***

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Viajo todos los días	100	26%
Me hospedo en el cantón Milagro	284	74%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 23***Tipo de alojamiento*****Elaborado por: La Autora, 2026**

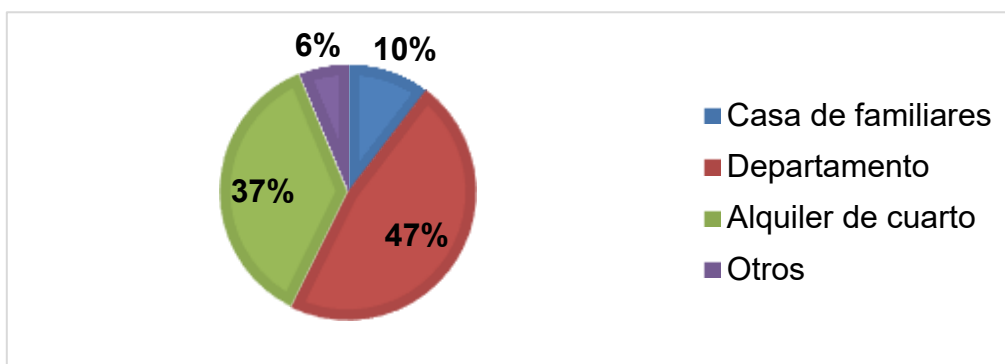
La investigación determinó que el 73,9% de los estudiantes se hospedaba en el cantón Milagro, mientras que el 26,1% viajaba diariamente desde sus lugares de origen. Este dato es crucial para el modelo de negocio, pues evidencia una demanda latente por residencias que faciliten el alojamiento, evitando largos desplazamientos que afectan el rendimiento académico y el bienestar.

Además, muestra que una residencia bien ubicada podría reducir costos y tiempos de traslado.

5. ¿Desde su llegada a Milagro qué tipo de alojamiento tiene?**Tabla 11*****Alojamiento actual***

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Casa de familiares	40	10%
Departamento	180	47%
Alquiler de cuarto	140	36%
Otros	24	6%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 24***Alojamiento actual*****Elaborado por: La Autora, 2026**

El estudio mostró que el 46,9% de los estudiantes se alojaba en departamentos y el 36,5% alquilaba cuartos, lo que refleja una preferencia por opciones de alojamiento independientes, probablemente por la privacidad y autonomía que ofrecen. Solo un 10,4% permanecía en casa de familiares, indicando que muchos estudiantes deben buscar opciones externas para residir.

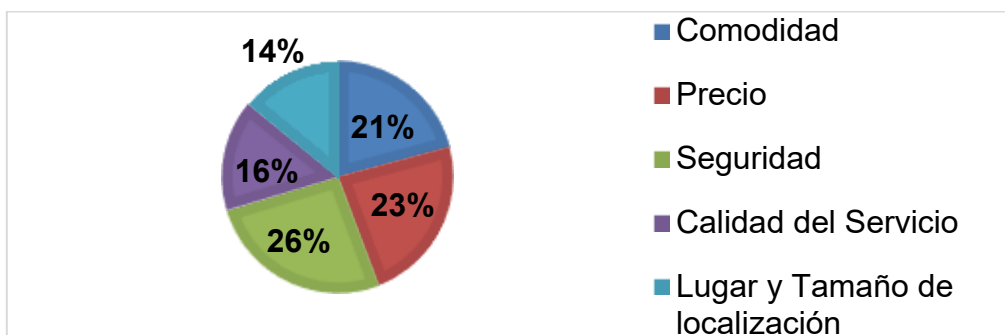
Por último, un 6% manifestó otras opciones como alojamiento durante sus periodos educativos entre los cuales se obtuvo pensión, residencia informal, casa compartida con amigos, hospedaje temporal, casa de conocidos, los cuales no son lugares fijos en los cuales los estudiantes consideran.

6. ¿Qué aspectos considera importante al momento de elegir el tipo de alojamiento?

Tabla 12***Aspectos importantes***

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Comodidad	80	21%
Precio	90	23%
Seguridad	100	26%
Calidad del Servicio	60	16%
Lugar y Tamaño de localización	54	14%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 25**Aspectos importantes****Elaborado por: La Autora, 2026**

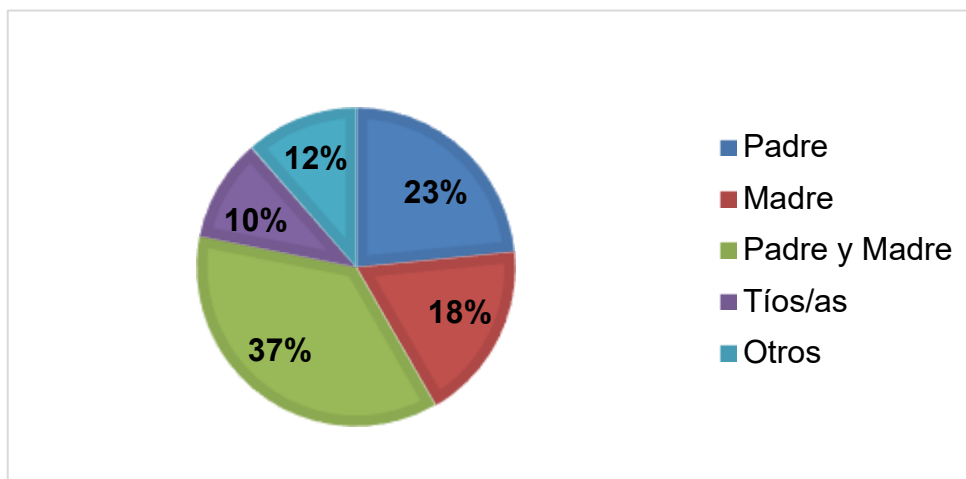
El análisis reflejó que el 26% priorizó la seguridad, seguida por el precio con un 23,4% y la comodidad con un 20,8%. Estos factores son determinantes para la elección del alojamiento, evidenciando que una residencia que garantice seguridad y una tarifa accesible tendrá mayores probabilidades de éxito.

Además, la calidad del servicio y la ubicación también fueron relevantes, lo que indica que aspectos complementarios pueden influir en la satisfacción del usuario.

7. ¿Quién cubre los gastos de su hospedaje durante su periodo académico?**Tabla 13****Gastos que cubre**

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Padre	90	23%
Madre	70	18%
Padre y Madre	140	36%
Tíos/as	40	10%
Otros	44	11%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

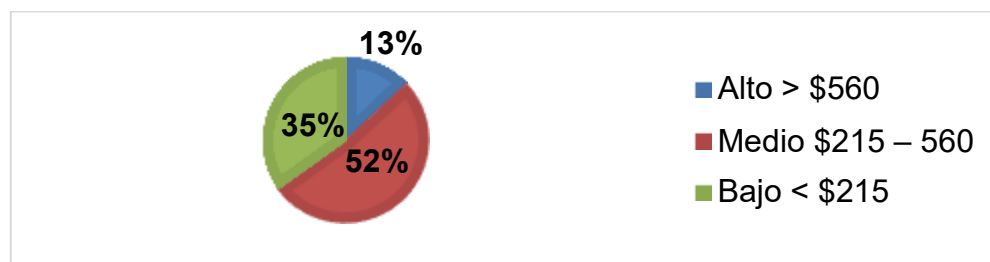
Figura 26**Gastos que cubre****Elaborado por: La Autora, 2026**

Los resultados indicaron que en el 36,5% de los casos los gastos eran cubiertos por ambos padres, seguido por el 23,4% financiado solo por el padre y el 18,2% solo por la madre. Un 10,4% dependía de tíos u otros familiares, evidenciando la importancia del núcleo familiar en el sostenimiento económico del estudiante.

8. ¿Qué tipo de ingreso reciben sus padres?**Tabla 14****Tipo de ingreso**

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Alto > \$560	50	13%
Medio \$215 – 560	200	52%
Bajo < \$215	134	35%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 27***Tipo de ingreso***

Elaborado por: La Autora, 2026

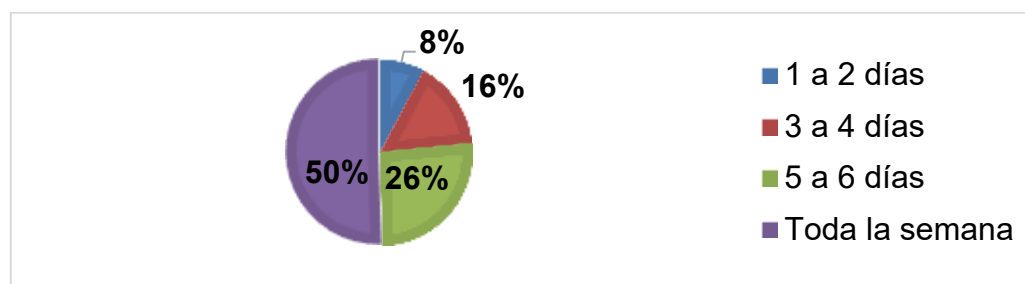
El estudio evidenció que el 52% de los padres recibía ingresos medios, el 34,9% bajos, y solo el 13% altos. Esta distribución reflejó que la mayoría de los estudiantes proviene de hogares con recursos económicos limitados o moderados, lo que recalca la importancia de ofrecer opciones de alojamiento asequibles, sin comprometer la calidad y seguridad.

9. ¿Cuántos días a la semana permanece usted en Milagro por motivos de estudio?

Tabla 15***Días a la semana que pasa en Milagro***

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 a 2 días	30	8%
3 a 4 días	60	16%
5 a 6 días	100	26%
Toda la semana	194	51%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 28***Días a la semana que pasa en Milagro***

Elaborado por: La Autora, 2026

Se constató que el 50,5% de los estudiantes permanecía toda la semana en Milagro, incluyendo fines de semana, y otro 26% entre cinco y seis días, evidenciando la necesidad de un alojamiento estable y confiable que facilite su permanencia y desempeño académico sin interrupciones.

Solo una minoría viaja menos de cuatro días, indicando que la mayoría requiere alojamiento permanente.

10. ¿Durante cuántos meses al año permanece en Milagro?

Tabla 16

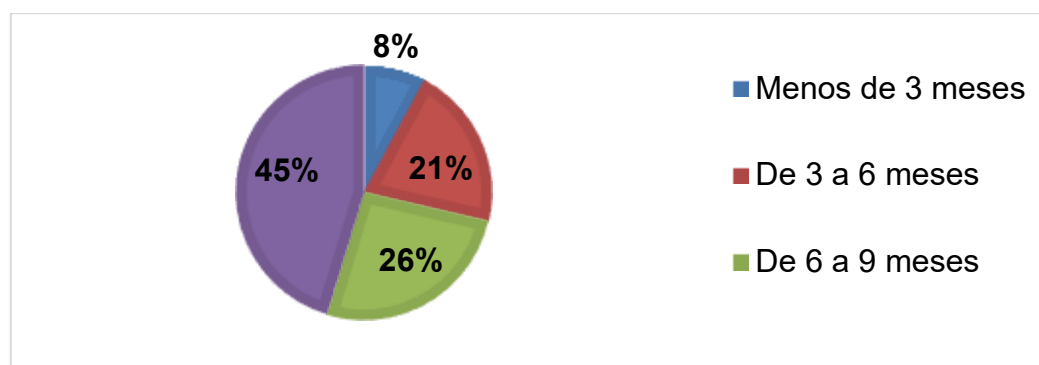
Frecuencia de hospedaje anual

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de 3 meses	30	8%
De 3 a 6 meses	80	21%
De 6 a 9 meses	100	26%
Todo el año académico	174	45%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 29

Frecuencia de hospedaje anual



Elaborado por: La Autora, 2026

El análisis mostró que el 45,3% permanecía durante todo el año académico, y un 26% entre seis y nueve meses.

confirma que la mayoría de los estudiantes busca alojamiento por períodos prolongados, lo que justifica la inversión en infraestructuras de residencia universitaria con contratos de duración anual o semestral.

11. ¿Qué tan satisfecho/a está con su alojamiento actual?

Tabla 17

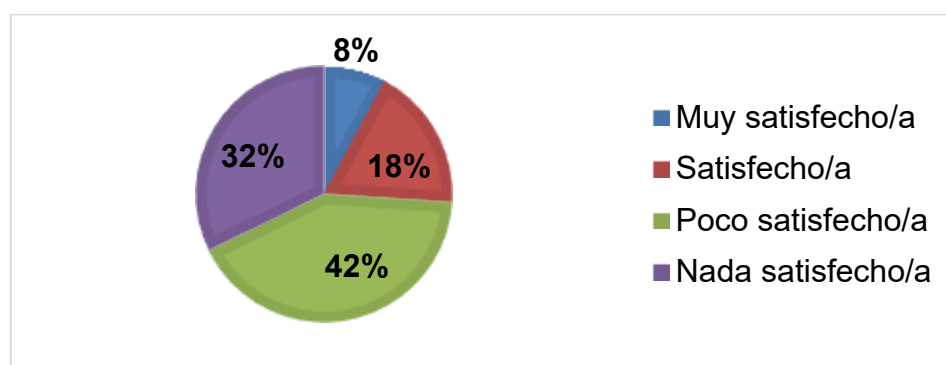
Satisfacción actual

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy satisfecho/a	30	8%
Satisfecho/a	70	18%
Poco satisfecho/a	160	42%
Nada satisfecho/a	124	32%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 30.

Satisfacción actual



Elaborado por: La Autora, 2026

El análisis mostró que la mayoría de los estudiantes manifestó poca o ninguna satisfacción con su alojamiento actual, con un 41,7% poco satisfechos y un 32,3% nada satisfechos.

Sólo el 26% indicó estar satisfecho o muy satisfecho. Esto evidenció que existían múltiples problemas en las opciones de alojamiento actuales que afectaban el bienestar y rendimiento académico, reafirmando la necesidad de nuevas soluciones habitacionales.

12. ¿Cuál es el principal problema que enfrenta actualmente con su

alojamiento?

Tabla 18

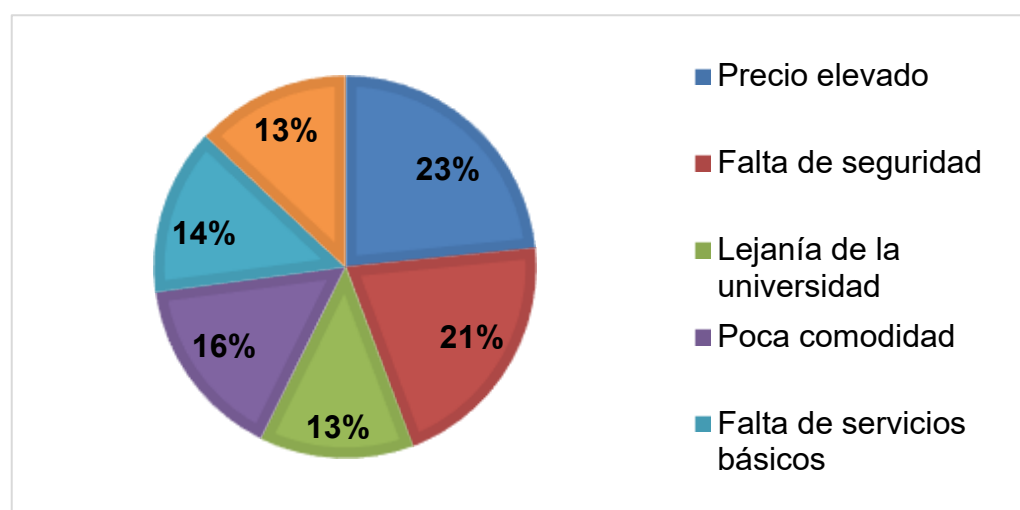
Principal problema

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Precio elevado	90	23%
Falta de seguridad	80	21%
Lejanía de la universidad	50	13%
Poca comodidad	60	16%
Falta de servicios básicos	54	14%
No tengo problemas	50	13%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 31

Principal problema



Elaborado por: La Autora, 2026

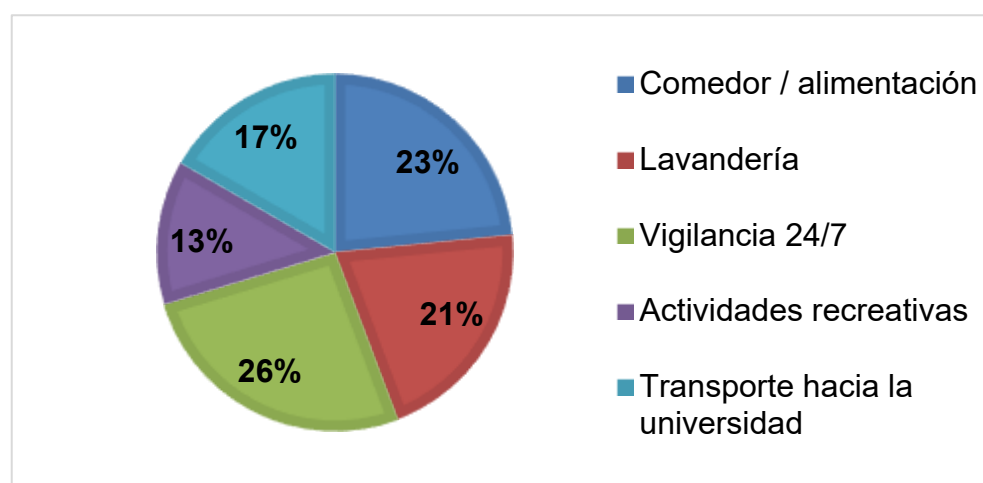
El estudio reveló que el principal problema enfrentado fue el precio elevado 23,4%, seguido por la falta de seguridad 20,8% y la poca comodidad 15,6%.

Otros factores como la lejanía de la universidad 13% y la falta de servicios básicos 14% también fueron relevantes. Un 13% afirmó no tener problemas.

13. ¿Qué otros servicios adicionales valorarían en una residencia universitaria?

Tabla 19***Servicios que valoraría mucho***

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Comedor / alimentación	90	23%
Lavandería	80	21%
Vigilancia 24/7	100	26%
Actividades recreativas	50	13%
Transporte hacia la universidad	64	17%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026**Figura 32*****Servicios que valoraría mucho*****Elaborado por: La Autora, 2026**

La investigación mostró que los estudiantes valoraban principalmente la vigilancia 24/7 un 26%, el comedor o alimentación un 23,4% y la lavandería un 20,8%. El transporte hacia la universidad un 16,7% y las actividades recreativas 13% también fueron mencionados.

Estos datos sugirieron que una residencia con servicios complementarios podría mejorar la calidad de vida y atraer más residentes.

14. ¿Recomendaría una residencia universitaria a otros estudiantes de su provincia?

Tabla 20

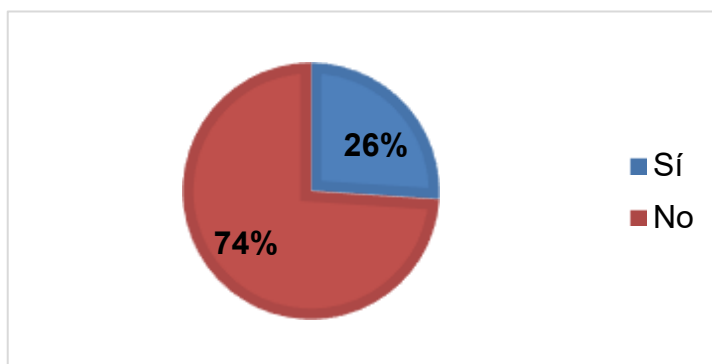
Recomienda un servicio de residencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	100	26%
No	284	74%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 33

Recomienda un servicio de residencia



Elaborado por: La Autora, 2026

El análisis indicó que el 73,9% de los encuestados no recomendaría actualmente una residencia universitaria, mientras que solo el 26,1% sí lo haría. Este dato reflejó cierto escepticismo o desconocimiento sobre las residencias existentes, o falta de confianza en su calidad.

15. ¿Conoce usted alguna residencia universitaria en Milagro?

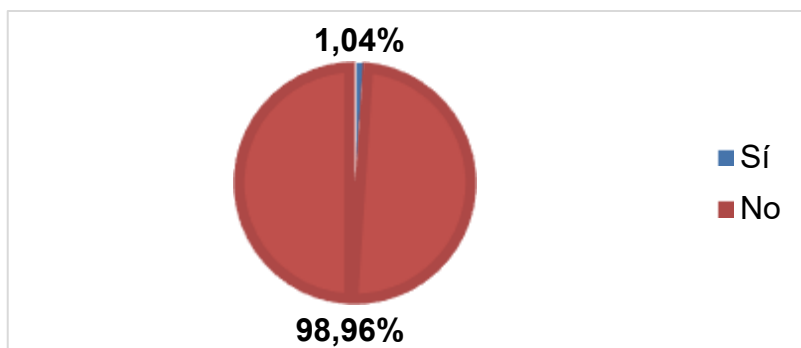
Tabla 21

Conocimiento sobre una residencia universitaria

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	4	1%
No	380	99%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 34.
Conocimiento sobre una residencia universitaria



Elaborado por: La Autora, 2026

El estudio evidenció que el 98,96% de los estudiantes no conocía ninguna residencia universitaria en Milagro, lo que indicó una clara oportunidad de mercado para la creación y posicionamiento de una nueva residencia que satisfaga las demandas y expectativas de los estudiantes foráneos.

16. ¿Cree usted que es necesaria la creación de una residencia universitaria para alojar a estudiantes de otras provincias?

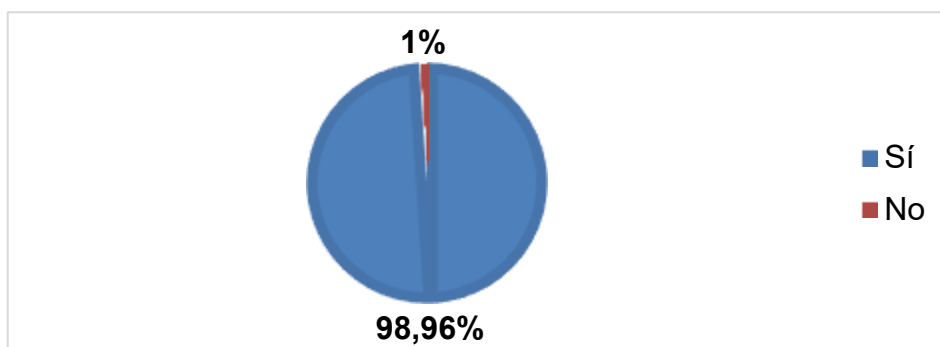
Tabla 22

Cree necesario crear una residencia universitaria

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	380	99%
No	4	1%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 35.
Cree necesario crear una residencia universitaria



Elaborado por: La Autora, 2026

El análisis reveló que el 98,96% de los estudiantes consideró necesaria la creación de una residencia universitaria para estudiantes foráneos. Esto evidenció la fuerte demanda de un alojamiento adecuado y seguro, lo que representa una oportunidad clara para el desarrollo de un modelo de negocio que atienda esta necesidad.

17. ¿Prefiere una residencia con habitaciones individuales o compartidas?

Tabla 23

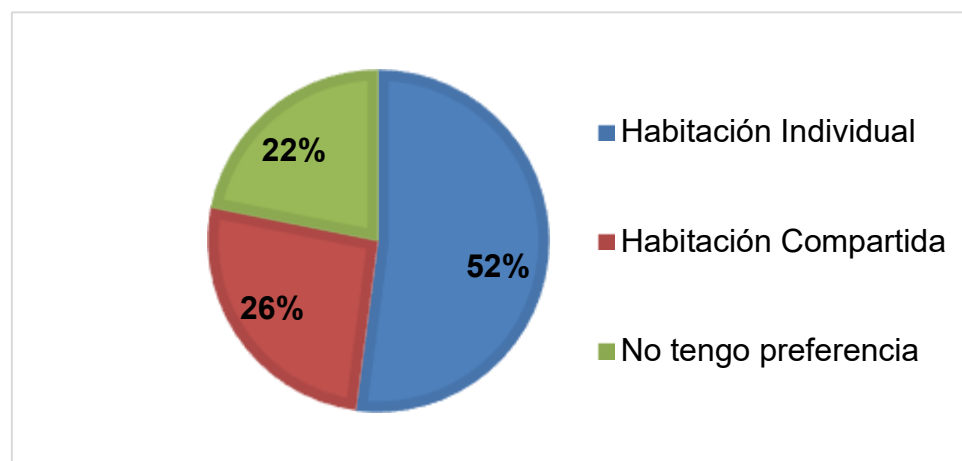
Preferencia en el tipo de residencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Habitación Individual	200	52%
Habitación Compartida	100	26%
No tengo preferencia	84	22%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 36.

Preferencia en el tipo de residencia



Elaborado por: La Autora, 2026

Los resultados mostraron que el 52% de los estudiantes prefirió habitaciones individuales, mientras que el 26% optó por habitaciones compartidas y el 22% manifestó no tener preferencia. Esto sugiere que existe una inclinación hacia la privacidad y el confort personal, aunque un porcentaje importante está abierto a opciones más económicas como las habitaciones compartidas.

18. ¿Qué tarifa estaría dispuesto a pagar mensualmente?

Tabla 24

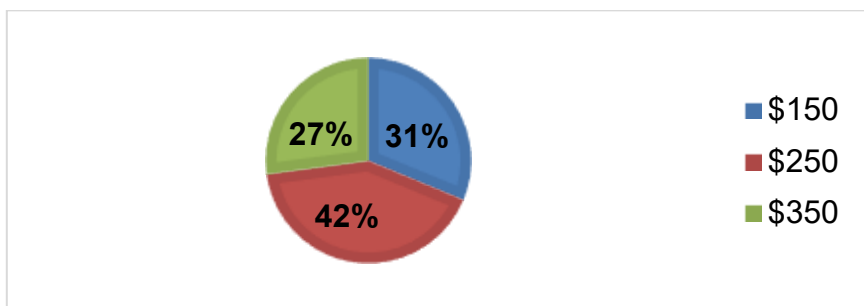
Monto dispuesto a pagar mensualmente

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
\$150	120	31%
\$250	160	42%
\$350	104	27%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 37

Monto dispuesto a pagar mensualmente



Elaborado por: La Autora, 2026

El estudio indicó que el 41,7% de los estudiantes estaba dispuesto a pagar una tarifa mensual de \$250, seguido por un 31,3% que prefería pagar \$150, y un 27,1% que aceptaba pagar \$350.

19. ¿Qué precio estaría dispuesto(a) a pagar por el tipo de habitación que prefirió anteriormente?

Tabla 25

Precio

Tipo de habitación	Frecuencia	Porcentaje (%)
Habitación individual	53	14%
	118	31%
	71	18%
Habitación compartida	41	11%

	78	20%
	23	6%
Total general	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

El análisis mostró que la mayoría de los estudiantes que prefirieron habitación individual estarían dispuestos a pagar \$250 mensuales (30,7% del total), mientras que quienes prefirieron habitación compartida se inclinaron por una tarifa de \$150 (20,3%). Estos resultados sugieren que las tarifas ideales para el modelo de negocio podrían ubicarse en \$250 para habitaciones individuales y \$150 para compartidas, equilibrando la calidad con la capacidad de pago del mercado objetivo.

20. ¿Estaría usted dispuesto a hospedarse en nuestra residencia?

Tabla 26

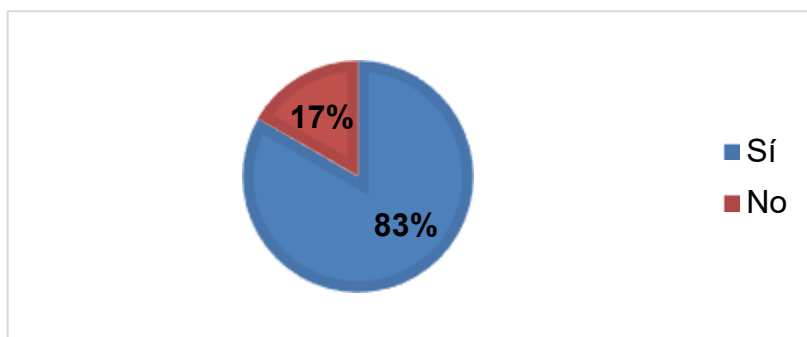
Disponibilidad de hospedarse en un servicio nuestro

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	320	83%
No	64	17%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 38.

Disponibilidad de hospedarse en un servicio nuestro



Elaborado por: La Autora, 2026

El análisis mostró que el 83,3% de los estudiantes manifestó estar dispuesto a hospedarse en la residencia universitaria propuesta, evidenciando una alta aceptación del proyecto y su potencial éxito si se ofrece un servicio acorde a sus necesidades.

21. ¿Qué servicios considera esencial en una residencia estudiantil?

Tabla 27

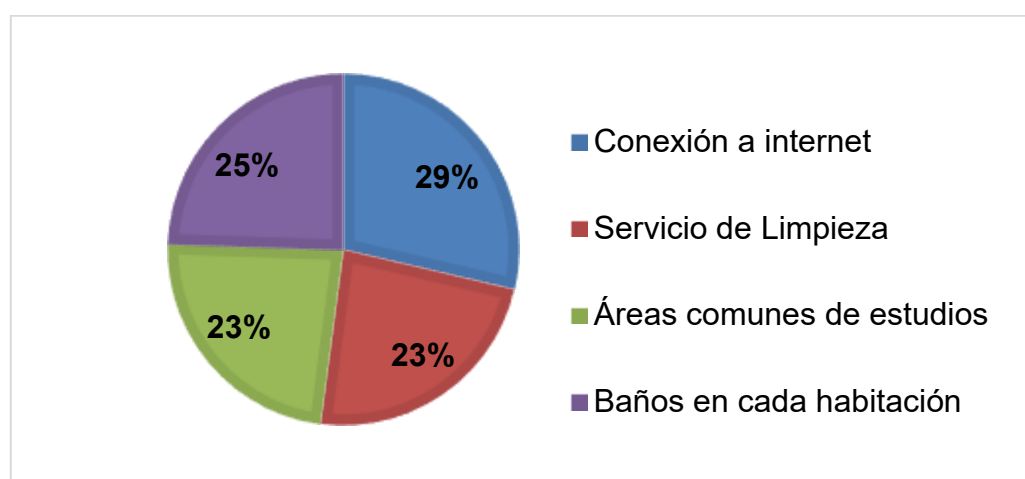
Servicios importantes

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Conexión a internet	110	29%
Servicio de Limpieza	90	23%
Áreas comunes de estudios	90	23%
Baños en cada habitación	94	24%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 39

Servicios importantes



Elaborado por: La Autora, 2026

El estudio reveló que el 28,6% de los estudiantes consideró esencial la conexión a internet, el 24,5% valoró tener baños en cada habitación, mientras que un 23,4% destacó la importancia del servicio de limpieza y de áreas comunes de estudio.

22. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuestra residencia?

Tabla 28

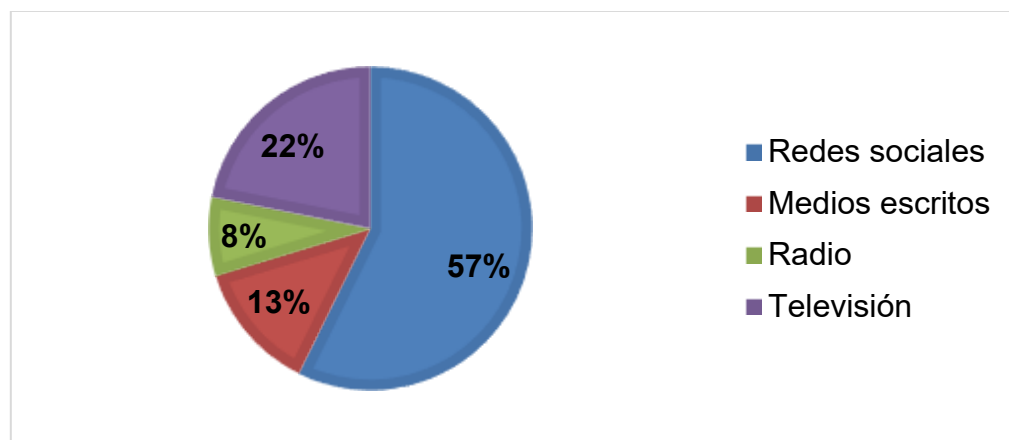
Medios de Comunicación

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Redes sociales	220	57%
Medios escritos	50	13%
Radio	30	8%
Televisión	84	22%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 40.

Medios de Comunicación



Elaborado por: La Autora, 2026

Los resultados mostraron que el 57,3% de los estudiantes prefería recibir información a través de redes sociales, seguido por un 21,9% que optó por la televisión, un 13% por medios escritos y un 7,8% por radio. Esto refleja la importancia de enfocarse en medios digitales para campañas de promoción y comunicación efectiva con el público objetivo.

Análisis de la Demanda

Tabla 29

Estimación del Mercado Objetivo

Descripción	Frecuencia	(%)
Estudiantes que se hospedan en Milagro	284	73,96%
Estudiantes que viajan diariamente	100	26,04%
Total encuestados	384	100,00%
Estudiantes dispuestos a hospedarse en la residencia	320	83,33%
Total	320	83,33%

Elaborado por: La Autora, 2026

Según los resultados del estudio, de un total de 384 estudiantes encuestados, 284 manifestaron hospedarse actualmente en el cantón Milagro, lo que representa el 73,96 % de la muestra. En contraste, 100 estudiantes afirmaron viajar diariamente, lo que equivale al 26,04 %. Y de esos 384 entre los que viajan y los que ya se hospedan 320 indicaron que si estuviesen dispuestos a hospedarse en una residencia universitaria.

Tabla 30

Mercado Objetivo Potencial

Mercado Objetivo Potencial	%	Resultado
Estudiantes proyectados que se hospedarían en Milagro	73,96%	52.577
Estudiantes dispuestos a hospedarse en residencia universitaria	83,33%	43.814

Elaborado por: La Autora, 2026

Para el cálculo del mercado objetivo potencial se realizó sobre la población total objetivo (71.090 estudiantes universitarios), se estimó que 52.577 estudiantes se hospedarían en Milagro que representaron el 73,96% del total. Asimismo, se evidenció que el 83,33 % del total de encuestados estaría dispuesto a hospedarse en una residencia universitaria, según los datos obtenidos en la pregunta 20. Al aplicar este porcentaje sobre los estudiantes que actualmente se hospedan, se estimó un mercado objetivo potencial de 43.814 estudiantes, quienes representarían la demanda directa del servicio propuesto.

Tabla 31***Proyección de la Demanda – Alojamiento en Residencia Universitaria***

Año	Tasa de crecimiento poblacional	Estudiantes proyectados
2025		43.814
2026		44.515
2027	1,60%	45.227
2028		45.951
2029		46.686

Elaborado por: La Autora, 2026

Partiendo de una base proyectada de 43.814 estudiantes potenciales en 2025, y considerando una tasa de crecimiento poblacional anual del 1,60 %, de acuerdo con el Boletín de la Tasa de crecimiento de Largo Plazo 2021 - 2025 (2024), con esa tasa se calcularon los incrementos de la tabla 31. Estos valores permiten anticipar un crecimiento sostenido en la demanda de alojamiento universitario en el cantón Milagro.

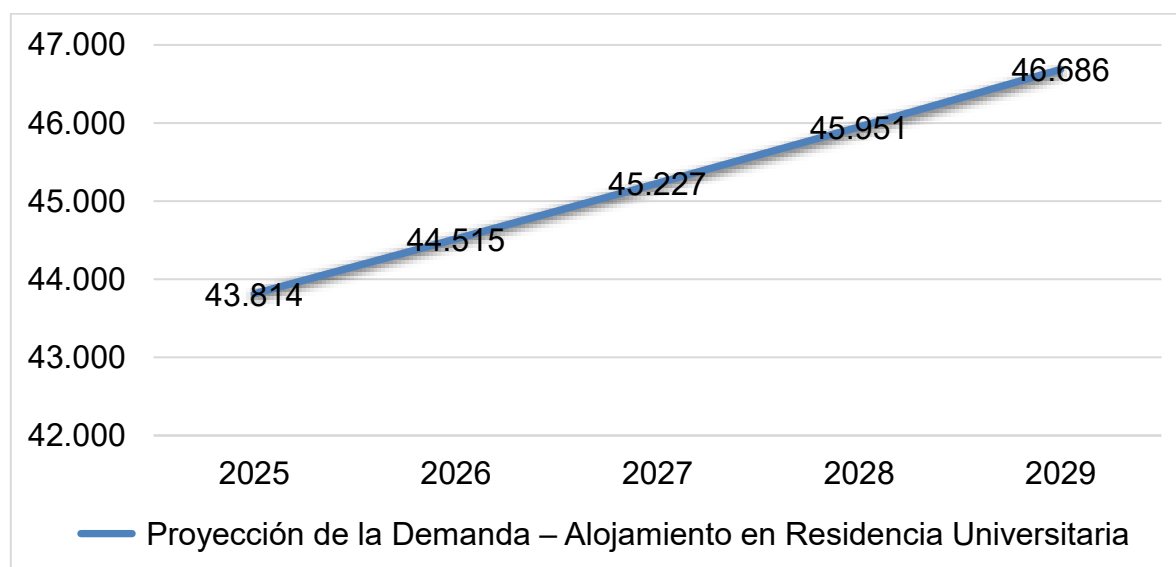
Figura 41.***Proyección anual de la demanda potencial*****Elaborado por: La Autora, 2026**

Tabla 32***Preferencia por Tipo de Habitación***

Tipo de habitación preferida	Frecuencia	Porcentaje (%)	Proyección sobre mercado objetivo (43.814)
Habitación individual	200	52%	22.820
Habitación compartida	100	26%	11.410
No tiene preferencia	84	22%	9.584
Total	384	100%	43.814

Elaborado por: La Autora, 2026

Con base en la información recopilada en la encuesta, se observó que el 52,08 % de los estudiantes prefieren una habitación individual, lo que representa una proyección de 22.820 estudiantes dentro del mercado objetivo.

El 26,04 % manifestó preferencia por una habitación compartida, equivalente a 11.410 estudiantes, mientras que el 21,88 % no presentó preferencia específica, estimándose en 9.584 estudiantes.

Tabla 33***Precio dispuesto a pagar según tipo de habitación***

T.de habitación	Frecuencia	Porcentaje (%)	Estudiantes potenciales
\$ 150	120	31%	13.692
\$ 250	160	42%	18.256
\$ 350	104	27%	11.866
Total	384	100%	43.814

Elaborado por: La Autora, 2026

Los resultados de la encuesta reflejan que el 31% de los estudiantes estaría dispuesto a pagar una mensualidad de 150 dólares, lo que proyecta 13.692 estudiantes potenciales. El 42% se inclinaría por pagar 250 dólares, correspondiente a 18.256 estudiantes, y el 27 % aceptaría un costo de 350 dólares mensuales, representando a 11.866 estudiantes.

Tabla 34***Ingresos Estimados Anuales (por habitación)***

Precio mensual	%	Estudiantes dispuestos a pagar	Ingreso anual estimado
\$ 150	31%	13.692	\$ 2.053.788
\$ 250	42%	18.256	\$ 4.563.974
\$ 350	27%	11.866	\$ 4.153.216
Total	100,00%	43.814	\$ 10.770.978

Elaborado por: La Autora, 2026

A partir de la segmentación de precios y considerando un periodo de uso de 10 meses académicos por estudiante, se proyectaron los siguientes ingresos anuales. Los 13.692 estudiantes que pagarían 150 dólares mensuales generarían un ingreso de 2.053.788 dólares anuales. Los 18.256 estudiantes que pagarían 250 dólares mensuales aportarían 4.563.974 dólares. Los 11.866 estudiantes dispuestos a pagar 350 dólares mensuales representarían ingresos por 4.153.216 dólares. En conjunto, el proyecto estima un ingreso anual total de \$ 10.770.978 dólares, lo que sustenta la viabilidad económica del modelo de negocio propuesto. Con base en este cálculo, se concluye que el proyecto tendría una participación inicial del 0,015 % dentro del mercado objetivo.

Análisis de la Oferta**Tabla 35*****Competidores***

N.º	Nombre del Establecimiento	Tipo de Alojamiento	Descripción Breve
1	Residencia José Chávez	Residencia	Alojamiento privado, presumiblemente para estudiantes, sin información pública.
2	Residencia Juana Riera	Residencia	Vivienda compartida para estudiantes o trabajadores.
3	Residencia Xiomara Cedeño	Residencia	Alojamiento mixto o familiar, sin servicios claros.

4	Casa Mia	Vivienda compartida	Posible pensión o casa compartida para estudiantes.
5	Condominio Marina Game	Condominio	Edificio de departamentos, posiblemente arrendados por familias.
6	Condominio Naranjo	Condominio	Complejo residencial, sin enfoque académico.
7	Departamentos MARTHAunemi	Departamento en alquiler	Departamento cerca de UNEMI, ideal para estudiantes foráneos.
8	Departamentos Galán	Departamento en alquiler	Vivienda arrendada a estudiantes o trabajadores temporales.
9	Alquiler de Departamento	Departamento en alquiler	Oferta general de arriendo, sin servicios adicionales.
10	Departamentos Johan	Departamento en alquiler	Unidad habitacional simple, sin orientación universitaria clara.

Fuente: Estudio Observacional, 2026. **Elaborado por:** La Autora, 2026

Este grupo de competidores está conformado principalmente por residencias privadas, condominios y departamentos en alquiler que ofrecen alojamiento a estudiantes, trabajadores o familias.

En su mayoría, carecen de servicios especializados o diferenciadores orientados al público universitario foráneo, como ambientes estudiantiles, áreas comunes de estudio o servicios integrales (alimentación, seguridad, limpieza). Sin embargo, representan una alternativa económica y funcional de vivienda temporal para quienes buscan cercanía a instituciones educativas como la UNEMI.

Tabla 36

Información de los competidores

N.º	Competidor	Tipo	\$	H.I	H. Compartida	Servicios
1	Residencia José Chávez	Residencia	\$180 - \$220	Sí	Sí	Seguridad, limpieza básica, wifi
2	Residencia Juana Riera	Vivienda compartida	\$120 - \$160	No	Sí	Ambiente familiar, cocina compartida

3	Residencia Xiomara Cedeño	Residencia familiar	\$150 - \$200	Sí	Sí	Servicios limitados, ambiente mixto
4	Casa Mia	Vivienda compartida	\$100 - \$140	No	Sí	Alojamiento sencillo, ambiente comunitario
5	Condominio Marina Game	Condominio	\$300 - \$400	Sí	No	Departamentos completos, sin enfoque estudiantil
6	Condominio Naranjo	Condominio	\$280 - \$380	Sí	No	Vivienda familiar, no específicamente estudiantes
7	Departamentos MARTHAunemi	Departamento en alquiler	\$250	Sí	No	Cerca de UNEMI, servicios básicos
8	Departamentos Galán	Departamento alquiler	\$230 - \$270	Sí	No	Arrendamiento por meses, para estudiantes
9	Alquiler de Departamento	Departamento alquiler	\$200 - \$250	Sí	No	Sin servicios adicionales
10	Departamentos Johan	Departamento alquiler	\$180 - \$220	Sí	No	Opciones básicas para estudiantes

Elaborado por: la Autora, 2026

Las residencias estudiantiles como José Chávez y Xiomara Cedeño ofrecen tanto habitaciones individuales como compartidas, con precios que oscilan entre los \$150 y \$220, y servicios básicos como limpieza y wifi. En cambio, las viviendas compartidas, como Casa Mia y Juana Riera, ofrecen habitaciones compartidas a precios más accesibles, entre \$100 y \$160, pero con servicios limitados.

Los condominios y departamentos en alquiler, como Marina Game, Naranjo o MARTHAunemi, presentan precios más elevados, entre \$230 y \$400, y se enfocan en arrendamientos completos o por habitaciones individuales, sin orientación exclusiva a estudiantes. La mayoría de estos alojamientos carece de servicios integrales diseñados para la vida académica

Tabla 37**Capacidad instalada de los competidores**

Nº	Tipo alojamiento	Habitaciones (capacidad)	% ocupación mensual	Estudiantes hospedados por mes	Hospedados x año académico
1	Residencia	30	80%	24	240
2	Vivienda compartida	20	75%	15	150
3	Residencia familiar	25	70%	18	180
4	Vivienda compartida	15	70%	11	110
5	Condominio	40	85%	34	340
6	Condominio	35	85%	30	300
7	Departamento alquiler	20	80%	16	160
8	Departamento alquiler	18	75%	14	140
9	Departamento alquiler	15	70%	11	110
10	Departamento alquiler	15	70%	11	110

Elaborado por: la Autora, 2026

La capacidad instalada de los principales competidores en el mercado de alojamiento estudiantil en Milagro refleja una oferta diversificada, con un total estimado de 233 habitaciones disponibles. La ocupación mensual promedio oscila entre el 70% y 85%, lo que indica una demanda constante, aunque no completamente cubierta.

La Residencia José Chávez y los condominios Marina Game y Naranjo destacan como los de mayor capacidad, alojando entre 24 y 34 estudiantes por mes, con una proyección anual de 240 a 340 estudiantes por ciclo académico. En contraste, viviendas compartidas como Casa Mia y Juana Riera, así como departamentos como Johan o Galán, operan con menor capacidad, atendiendo entre 11 y 16 estudiantes mensualmente, lo que se traduce en menos de 160 estudiantes al año académico.

Tabla 38

Ingresos de los Competidores

Competidor	P. mensual por estudiante	Estudiantes al año	Ingresos anuales estimados (USD)
Residencia José Chávez	\$ 160,00	240	\$ 38.400,00
Residencia Juana Riera	\$ 150,00	150	\$ 22.500,00
Residencia Xiomara Cedeño	\$ 140,00	180	\$ 25.200,00
Casa Mia	\$ 130,00	110	\$ 14.300,00
Condominio Marina Game	\$ 180,00	340	\$ 61.200,00
Condominio Naranjo	\$ 170,00	300	\$ 51.000,00
Departamentos			
MARTHAunemi	\$ 160,00	160	\$ 25.600,00
Departamentos Galán	\$ 150,00	140	\$ 21.000,00
Alquiler de Departamento	\$ 140,00	110	\$ 15.400,00
Departamentos Johan	\$ 140,00	110	\$ 15.400,00
Total	\$ 1.520,00	1840	\$ 290.000,00

Elaborado por: la Autora, 2026

Cuota de mercado

$$Cuota\ de\ mercado = \frac{\text{Proyección de ventas de los competidores}}{\text{Ventas anuales totales del mercado inmobiliario}} * 100$$

$$Cuota\ de\ mercado = \frac{\$ 290.000,00}{\$19'000.000,00} * 100 = 0,015$$

Con base en las estimaciones recopiladas, las ventas anuales del negocio proyectadas alcanzan los \$ 290.000, 00, mientras que las ventas anuales totales del mercado inmobiliario, según la Secretaría Técnica de Gestión Inmobiliaria del Sector Público y “Inmobiliar”, ascienden aproximadamente a 19 millones de dólares.

Demanda Insatisfecha

A través del análisis de la demanda y la oferta actual de alojamiento para estudiantes universitarios en el cantón Milagro, se determinó que el mercado se encuentra aparentemente satisfecho, ya que los estudiantes logran cubrir sus necesidades habitacionales mediante diversas alternativas como alquiler de cuartos, departamentos o casas de familiares.

Tabla 39

Demanda Insatisfecha

Proyección de la					
	Demanda –	Proyección de			% a
	Alojamiento en	la Oferta –		# a captar	captar
	Residencia	Alojamiento en	Demanda		
Año	Universitaria	Residencia	Insatisfecha		
2025	43.814	1840	41.974	450	1,07%
	estudiantes	estudiantes	estudiantes	estudiantes	
2026	44.515	1869	42.646	457	1,07%
	estudiantes	estudiantes	estudiantes	estudiantes	
2027	45.227	1899	43.328	465	1,07%
	estudiantes	estudiantes	estudiantes	estudiantes	
2028	45.951	1930	44.021	472	1,07%
	estudiantes	estudiantes	estudiantes	estudiantes	
2029	46.686	1961	44.726	479	1,07%
	estudiantes	estudiantes	estudiantes	estudiantes	

Fuente: Estudio Observacional a los competidores, 2026

Elaborado por: La Autora, 2026

Se estimó una tasa de crecimiento anual del 1,60% en la demanda total de alojamiento en residencias universitarias entre los años 2025 y 2029. Con base en esta proyección, la demanda pasó de 43.814 estudiantes en 2025 a 46.686 estudiantes en 2029, reflejando un crecimiento sostenido.

En contraste, la oferta disponible en residencias mostró un incremento muy limitado, aumentando apenas de 1.840 a 1.961 estudiantes en el mismo periodo. Esta diferencia generó una demanda insatisfecha considerable, que se elevó de 41.974 estudiantes en 2025 a 44.726 en 2029.

Considerando la capacidad de alojamiento del proyecto, se planteó captar inicialmente 450 estudiantes en 2025, cifra que se proyectó en forma proporcional para los años siguientes, alcanzando 479 estudiantes en 2029.

Esto representa una participación constante del 1,07% respecto a la demanda insatisfecha, lo que evidencia un mercado con alto potencial de cobertura futura.

Estrategias de Comercialización para el Modelo de Negocio para la Creación de una Residencia Universitaria Mixta para Estudiantes Foráneos en el Cantón Milagro.

Misión

Brindar un servicio de alojamiento seguro, cómodo y accesible para estudiantes universitarios foráneos en el cantón Milagro, ofreciendo espacios inclusivos y funcionales que fomenten la convivencia, el estudio y el bienestar.

Visión

Ser la residencia universitaria de referencia en Milagro para estudiantes foráneos, reconocida por su innovación, calidad en el servicio y compromiso con el desarrollo estudiantil integral hacia el año 2030.

Marca

Figura 42.
Logo



Elaborado por. La Autora, 2026

Slogan

"Tu hogar lejos de casa, tu futuro más cerca."

Valores

Respeto. Valoramos la diversidad y fomentamos la convivencia armónica.

Seguridad. Garantizamos un entorno protegido y confiable.

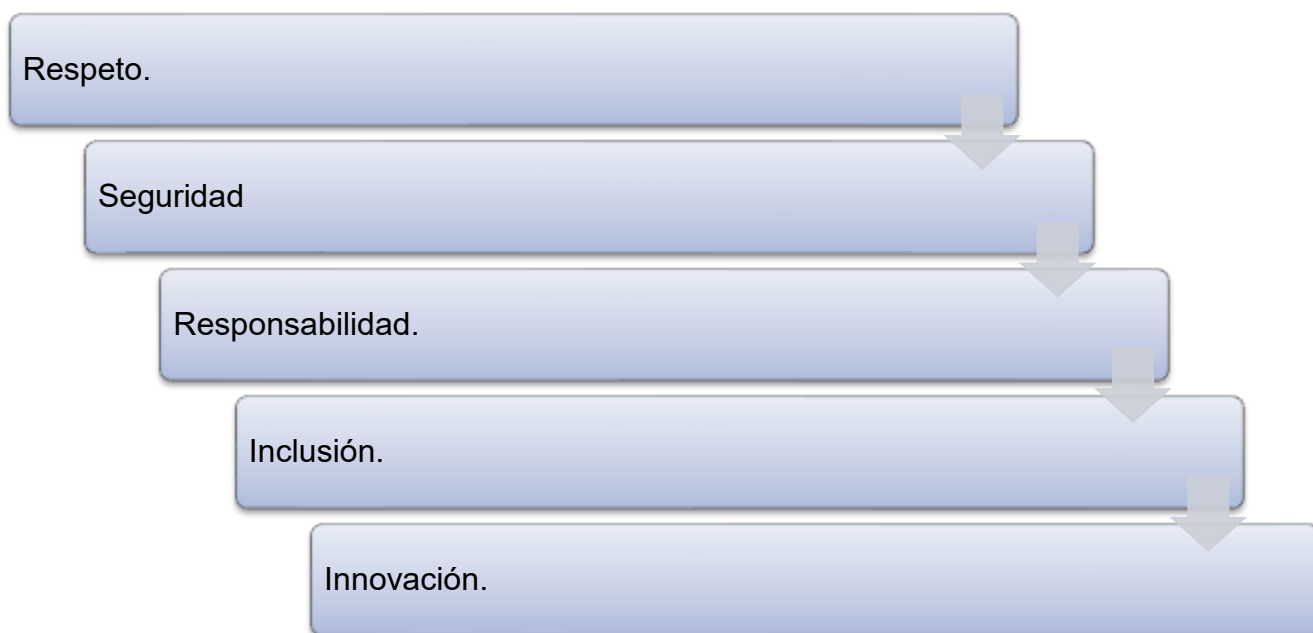
Responsabilidad. Cumplimos con altos estándares en el servicio.

Inclusión. Alojamiento mixto pensado para la equidad.

Innovación. Mejora continua en instalaciones y atención.

Figura 43

Valores



Elaborado por. La Autora, 2026

Políticas

1. Política de no discriminación y equidad de género.
2. Política de respeto al reglamento interno y convivencia pacífica.
3. Política de mantenimiento preventivo y correctivo mensual.
4. Política de acceso controlado para garantizar la seguridad.
5. Política de tarifas fijas por periodo académico.

Análisis FODA**Tabla 40**
FODA

Fortalezas	Oportunidades
Ubicación estratégica cerca de la UNEMI: Facilita el acceso a los estudiantes y reduce significativamente el tiempo y costo del traslado diario.	Alta demanda de alojamiento para estudiantes foráneos: Debido al crecimiento universitario y la falta de opciones cercanas, existe un mercado con alta necesidad insatisfecha.
Instalaciones modernas y seguras: Ofrecen un ambiente cómodo y protegido, lo que genera confianza en los estudiantes y sus familias, además de cumplir con normativas actuales de seguridad.	Falta de oferta formal e inclusiva: La ausencia de residencias que ofrezcan servicios integrales y adecuados genera una oportunidad para posicionarse como líder en calidad y confianza.

Atención personalizada: Permite adaptarse a las necesidades específicas de cada estudiante, fomentando un ambiente acogedor que contribuye a su bienestar y éxito académico.	Alianzas con instituciones educativas: Estas colaboraciones pueden facilitar la captación de residentes, obtener referencias y brindar apoyo institucional para actividades complementarias.
Flexibilidad en planes de alojamiento: Ofrece diversas opciones de contratos (mensuales, semestrales) que se ajustan a las necesidades y posibilidades económicas de los estudiantes.	Incorporación de tecnologías digitales: Implementar sistemas de gestión y comunicación en línea puede mejorar la experiencia del usuario y optimizar la administración del alojamiento.
Debilidades	Amenazas
Alta inversión inicial: Requiere de recursos financieros significativos para la construcción, equipamiento y operación inicial.	Competencia informal con precios bajos: Los alojamientos informales pueden atraer a estudiantes con menor poder adquisitivo, generando presión en la fijación de precios y afectando la rentabilidad.
Limitado reconocimiento de marca: Como un proyecto nuevo, será necesario invertir en estrategias de marketing y promoción para ganar la confianza y preferencia del público objetivo.	Inestabilidad económica del entorno: Factores macroeconómicos adversos pueden reducir la capacidad de pago de las familias y disminuir la demanda efectiva de alojamiento.
Dependencia de la demanda estacional: La demanda de alojamiento puede variar según el calendario académico.	Cambios regulatorios: Modificaciones en normativas locales o universitarias pueden imponer nuevos requisitos o restricciones que afecten la operación del negocio.
Recursos humanos limitados: La operación eficiente del alojamiento depende de contar con personal capacitado.	Impacto de situaciones sanitarias o sociales: Eventos como pandemias o crisis sociales pueden limitar la movilidad y la demanda de alojamiento.

Elaborado por. La Autora, 2026

Tabla 41

Matriz EFE

Tipo	Factores Externos	Peso	Calificación	Ponderación
Oportunidad	Demanda insatisfecha de alojamiento estudiantil	0,3	4	1,2
Oportunidad	Crecimiento de la matrícula universitaria	0,2	3,5	0,7
Amenaza	Competencia informal	0,25	2	0,5
Amenaza	Inestabilidad económica	0,25	2	0,5
	Total	1		2,90

Elaborado por. La Autora, 2026

La autora elaboró la Matriz EFE en la que identificó como principales oportunidades la demanda insatisfecha de alojamiento estudiantil, con un peso de 0,3 y una calificación de 4 que generó una ponderación de 1,2; y el crecimiento de la matrícula universitaria, con un peso de 0,2, calificación de 3,5 y ponderación de 0,7. En cuanto a las amenazas, reconoció la competencia informal con un peso de 0,25 y una calificación de 2 que resultó en una ponderación de 0,5, así como la inestabilidad económica con los mismos valores.

Finalmente, la matriz alcanzó un total ponderado de 2,90, lo que reflejó una posición externa favorable para el proyecto.

Tabla 42

Matriz EFI

Tipo	Factores Internos	Peso	Calificación	Ponderación
Fortaleza	Seguridad e infraestructura moderna	0,3	4	1,2
Fortaleza	Servicios diferenciados (internet, áreas comunes)	0,25	3	0,75
Debilidad	Marca nueva sin posicionamiento	0,25	2	0,5
Debilidad	Personal limitado en etapa inicial	0,2	2,5	0,5
	Total	1		2,95

Elaborado por. La Autora, 2026

La Matriz EFI en la que destacó como fortalezas la seguridad e infraestructura moderna, con un peso de 0,3 y una calificación de 4 que arrojó una ponderación de 1,2, así como los servicios diferenciados, entre ellos internet y áreas comunes, con un peso de 0,25, calificación de 3 y ponderación de 0,75.

En cuanto a las debilidades, identificó que la marca era nueva y carecía de posicionamiento, con un peso de 0,25 y una calificación de 2 que dieron una ponderación de 0,5, además del personal limitado en la etapa inicial, con un peso de 0,2 y calificación de 2,5 que también resultó en una ponderación de 0,5.

Tabla 43

FODA Estratégico

FO (Fortaleza + Oportunidad)	DO (Debilidad + Oportunidad)
---	---

Desarrollar convenios con universidades aprovechando la ubicación estratégica y la falta de oferta formal e inclusiva para captar estudiantes foráneos de forma directa.	Invertir en campañas de posicionamiento digital para mejorar el reconocimiento de marca, aprovechando la demanda creciente de estudiantes que buscan alojamiento formal.
Promocionar los servicios premium y atención personalizada como valor diferenciador frente a otras alternativas más básicas.	Buscar alianzas con instituciones educativas y proveedores locales para reducir la inversión inicial y mejorar la operatividad sin comprometer calidad.
Implementar sistemas de gestión y reservas en línea utilizando tecnologías digitales, potenciando las instalaciones modernas para mejorar la experiencia del usuario.	Ofrecer promociones durante periodos de baja demanda para reducir el impacto de la estacionalidad académica y fidelizar a los residentes.
FA (Fortaleza + Amenaza)	DA (Debilidad + Amenaza)
Ofrecer garantías de seguridad y protocolos modernos para diferenciarse de la competencia informal y generar confianza en padres y estudiantes.	Controlar los costos operativos mediante una planificación eficiente para enfrentar la competencia informal de precios bajos.
Ajustar los planes de alojamiento para ser más flexibles y competitivos frente a los cambios económicos o crisis externas.	Capacitar al personal y establecer protocolos claros para suplir la falta de experiencia operativa y así enfrentar eventuales crisis sanitarias o sociales.
Utilizar la ubicación y atención personalizada como un argumento clave para competir ante la oferta informal o cambios regulatorios.	Diseñar un fondo de reserva o financiamiento escalonado para cubrir fluctuaciones estacionales y amortiguar la inestabilidad económica externa.

Elaborado por. La Autora, 2026

Tabla 44

Matriz de Evaluación de Impacto

Estrategia	Viabilidad	Impacto	Prioridad
Alianzas con universidades	Alta	Alta	Alta
Campaña de marketing digital segmentada	Alta	Media	Media
Optimización de servicios operativos	Media	Alta	Alta
Diversificación de servicios (lavandería, etc.)	Media	Media	Media

Elaborado por. La Autora, 2026

La Matriz de Evaluación de Impacto en la que estableció como estrategia prioritaria la creación de alianzas con universidades, al contar con alta viabilidad, alto impacto y, en consecuencia, alta prioridad. De igual manera, identificó la

optimización de los servicios operativos como una acción estratégica con viabilidad media, pero con alto impacto, lo que le otorgó también una prioridad alta. En cuanto a la campaña de marketing digital segmentada, esta se valoró con alta viabilidad, impacto y prioridad medios. Finalmente, la diversificación de servicios como lavandería, entre otros, presentó viabilidad e impacto medios, alcanzando así una prioridad media.

Plan de Marketing Mix (4P)

Figura 44.

4P



Elaborado por. La Autora, 2026

1. Producto

La residencia universitaria ofrece habitaciones individuales y compartidas, diseñadas para satisfacer las necesidades de estudiantes foráneos. Cada unidad está equipada con servicios básicos (agua, luz), conexión a internet de alta velocidad, seguridad 24/7, y acceso a áreas comunes como cocina, comedor, lavandería y espacios de estudio.

Además, se brinda una atención personalizada que garantiza una experiencia cómoda, segura e inclusiva durante la estancia académica.

Tabla 45***Descripción del Servicio***

Aspecto	Detalle
Tipo de habitaciones	Individuales y compartidas
	Agua, luz, internet de alta velocidad,
Servicios incluidos	limpieza básica
Instalaciones comunes	Cocina, comedor, lavandería, áreas de estudio y socialización
Seguridad	Cámaras de vigilancia, portón de ingreso, iluminación externa
Valor agregado	Atención personalizada, ambiente inclusivo, zona tranquila
Público objetivo	Estudiantes universitarios foráneos (UNEMI principalmente)

Elaborado por. La Autora, 2026**2. Precio**

Se establecerán tarifas mensuales accesibles y competitivas desde \$100, adaptadas a la capacidad económica del estudiante promedio. Como incentivo, se ofrecerán descuentos por pagos semestrales y promociones especiales por pronto pago, permanencia prolongada o grupos de estudiantes.

La estructura de precios busca equilibrar rentabilidad y accesibilidad, generando valor a largo plazo.

Tabla 46***Descripción del precio***

Modalidad de pago	Monto estimado
Mensual	Desde \$100
Semestral (6 meses)	Desde \$550
Pago anual (opcional)	Desde \$1.050
Descuentos	Por pronto pago, referidos, grupo de estudiantes

Elaborado por. La Autora, 2026

3. Plaza (Distribución)

La residencia estará ubicada estratégicamente cerca de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), facilitando el desplazamiento de los estudiantes. Se garantiza fácil acceso por rutas de transporte público (buses, taxis, mototaxis) y conexión directa con zonas residenciales y comerciales.

El proceso de arriendo se podrá realizar de forma presencial en la oficina administrativa o mediante reservas online a través de redes sociales y canales digitales habilitados.

Tabla 47

Plaza

Ubicación física	Zona universitaria, cerca de UNEMI (Milagro)
Accesibilidad	Vía buses, taxis, mototaxis, a 5–10 minutos de la universidad
Canales de contratación	Oficina física, redes sociales, WhatsApp Business, sitio web
Horarios de atención	Lunes a sábado, 08h00 a 18h00
Visitas guiadas y reservas	Previa cita o en fechas de matrícula universitaria

Elaborado por. La Autora, 2026

4. Promoción

Canal / Medio	Acciones específicas
Redes sociales (Instagram, Facebook)	Publicaciones con fotos reales, videos, testimonios, concursos y promociones
Google Ads	Segmentación por ubicación y búsquedas relacionadas con “alojamiento estudiantil Milagro”
Ferias y eventos universitarios	Stands promocionales, entrega de folletos y souvenirs

Convenios institucionales	Con universidades, colegios de provincia y asociaciones estudiantiles
Referidos	Bonificaciones por estudiante referido (ej. 50% de descuento en la mensualidad)
Publicidad tradicional (si es necesario)	Volantes, banners físicos en zonas cercanas a la UNEMI

Tabla 48

Medios

Elaborado por. La Autora, 2026

- La estrategia de comunicación se enfocará en posicionar la residencia como la opción ideal para estudiantes foráneos. Para ello, se implementarán las siguientes acciones:
- Publicidad digital mediante campañas segmentadas en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) y Google Ads.
- Convenios institucionales con facultades y departamentos de admisión de universidades locales para canalizar referencias y promociones.
- Participación en ferias universitarias y eventos académicos, ofreciendo material promocional y recorridos guiados.
- Programa de referidos que otorga beneficios a los estudiantes que recomienden la residencia a nuevos inquilinos.

Descuentos por fidelización, dirigidos a quienes renueven su contrato semestral o anual.

Indicadores KPI's

Tabla 49

Indicadores KPI's

Indicador	Meta mensual
Tasa de ocupación	≥ 90%
Tasa de retención de inquilinos	≥ 85%
Satisfacción del cliente (encuestas)	≥ 4.5/5
Tiempo promedio de respuesta	≤ 24 horas

Tráfico web/redes sociales	+20% mensual
----------------------------	--------------

Elaborado por: La Autora, 2026

Realizar un Análisis Técnico para el Modelo de Negocio para la Creación de una Residencia Universitaria para Estudiantes Foráneos en el Cantón Milagro.

Dentro del estudio técnico del presente modelo de negocio se detallaron las inversiones, costos, requerimientos de infraestructura, recursos humanos y materiales necesarios para su ejecución.

Asimismo, se define la localización, tamaño, estructura organizacional, y otros aspectos técnicos que permiten proyectar la viabilidad operativa y financiera del proyecto.

Macrolocalización

El proyecto se localizará en el cantón Milagro, provincia del Guayas, por su crecimiento universitario y demanda insatisfecha de alojamiento estudiantil.

Tabla 50

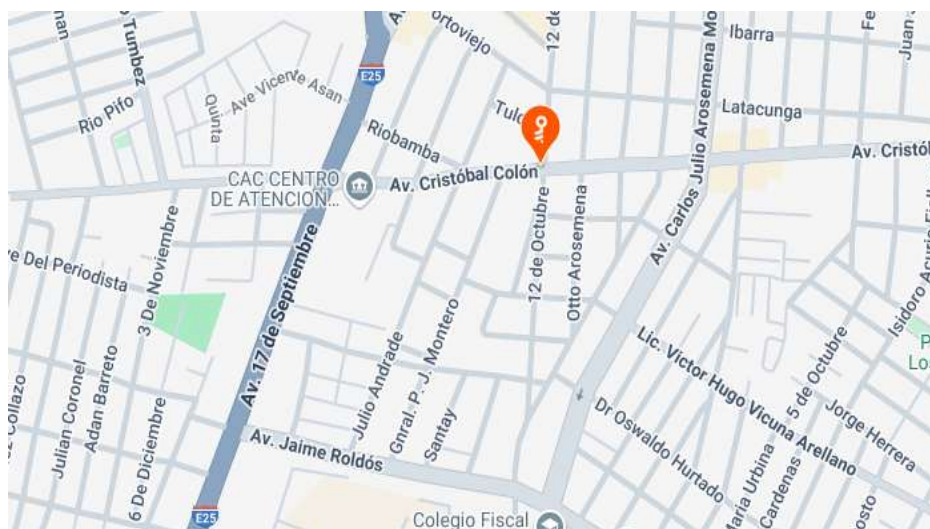
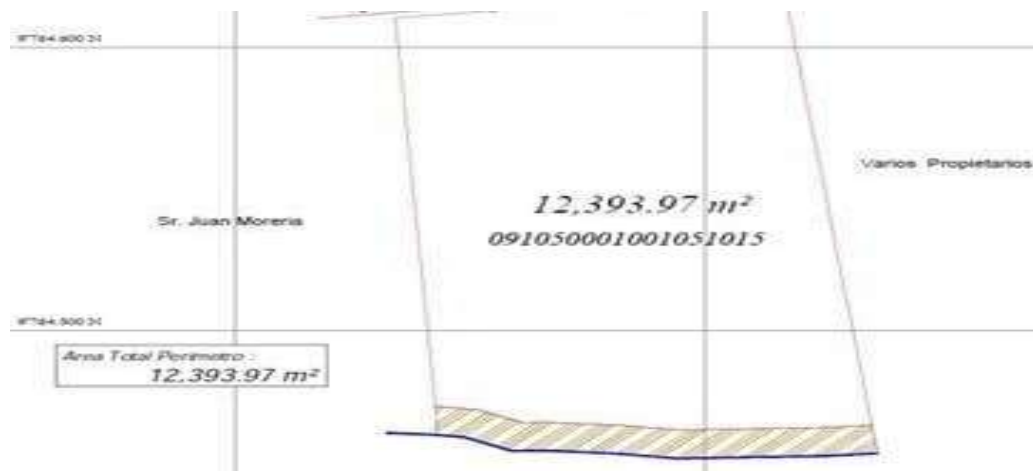
Macro localización

País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Guayas
Cantón	Milagro
Sector	Zona universitaria UNEMI

Elaborado por: La Autora, 2026

Microlocalización

El proyecto se ubicará a menos de 1 km de la UNEMI, con fácil acceso al transporte, servicios básicos y cercanía a comercios.

Figura 45.**Micro localización****Fuente:** (Plusvalia, 2025)**Figura 46.****Croquis del lote****Fuente:** (Plusvalia, 2025)**Figura 47**

Estructura del lote

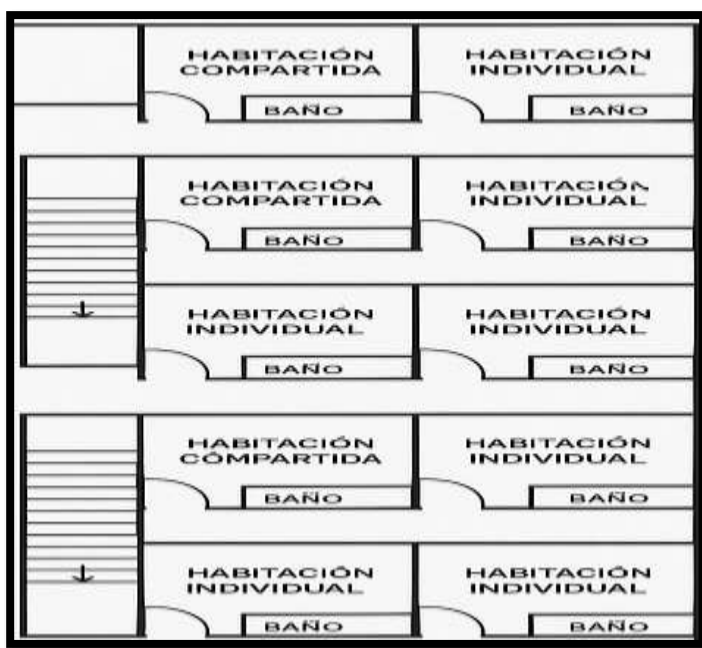


Fuente: (Plusvalia, 2025)

Estructura de la infraestructura

Figura 48

Croquis de la estructura de los pisos habitacionales



Elaborado por: La Autora, 2026

La imagen representa un croquis arquitectónico en blanco y negro de una residencia universitaria, diseñada para albergar a 450 estudiantes en un entorno funcional y organizado. En el primer piso se encuentran distribuidos todos los departamentos administrativos, incluyendo oficinas para el gerente, asistente administrativa, responsable de marketing, atención al cliente, limpieza, mantenimiento y recepción. Del segundo al 6to piso, con un total de 5 niveles, se encuentra la primera sección habitacional, destinadas a 50 estudiantes, con 10 habitaciones por nivel, un total de 50 habitaciones individuales.

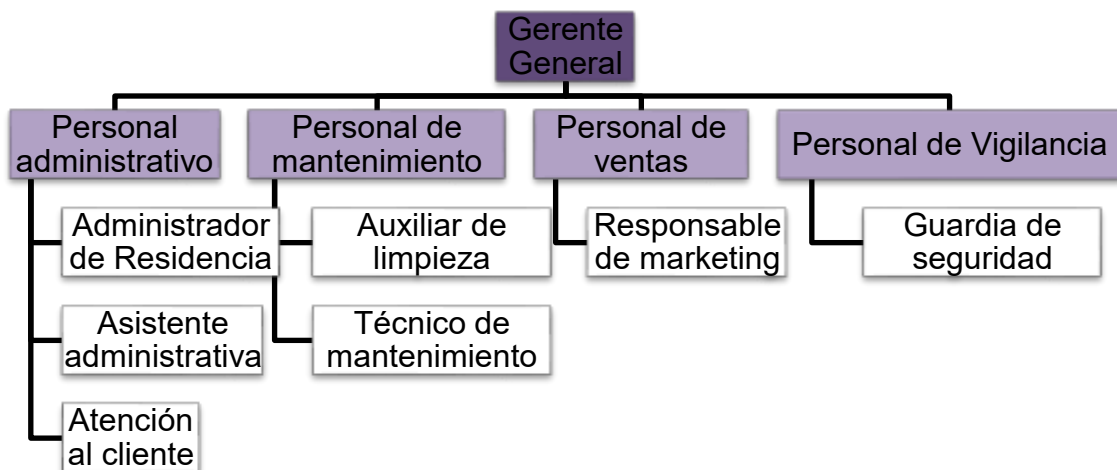
Del 7mo al 16vo piso, con un total de 10 niveles, se encuentra la segunda sección habitacional, destinada a 400 estudiantes, con 10 habitaciones por nivel, las habitaciones son compartidas con alojamiento de 4 estudiantes que nos da 400 estudiantes. Las habitaciones están organizadas a lo largo de pasillos laterales, con una zona central que integra la circulación vertical, como escaleras y ascensor, garantizando accesibilidad y orden. También se observan áreas comunes como la terraza, que cumple funciones recreativas o de descanso para los residentes.

Este diseño busca optimizar el uso del espacio en un terreno vertical, asegurando comodidad, privacidad y eficiencia operativa.

Estructura Organizacional

Figura 49

Organigrama



Elaborado por: La Autora, 2026

Funciones por Cargo

Gerente General. Será el responsable de la dirección estratégica, supervisión general de las operaciones y toma de decisiones clave en la residencia. Encargado de coordinar el cumplimiento de objetivos, gestionar el presupuesto y representar institucionalmente al proyecto.

Administrador de Residencia. Gestionará el funcionamiento diario de la residencia, controlando el cumplimiento de normas internas, supervisando al personal operativo y asegurando el buen estado de las instalaciones. Servirá como enlace directo entre el gerente general y los demás departamentos.

Auxiliar de Limpieza. Encargado de mantener en condiciones óptimas de higiene todas las áreas comunes y oficinas administrativas, así como apoyar en la limpieza periódica de las habitaciones si se establece en el reglamento interno.

Guardia de Seguridad. Vigilará las instalaciones durante turnos establecidos, controlando el acceso, previniendo incidentes y garantizando la seguridad de los residentes, visitantes y personal, apoyado por sistemas tecnológicos de monitoreo.

Técnicos de Mantenimiento. Responsables del mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones eléctricas, sanitarias, mobiliario y equipos. Atenderán reportes de fallas en habitaciones y espacios comunes para asegurar el funcionamiento continuo y seguro de la residencia.

Asistente Administrativa. Apoyará en la gestión documental, control de archivos, emisión de reportes, manejo de agendas, atención de requerimientos internos y tareas logísticas de oficina. Será el soporte directo del administrador de residencia.

Responsable de Marketing. Diseñará y ejecutará estrategias de promoción para posicionar la residencia en el mercado estudiantil. Administrará redes sociales, campañas publicitarias, contacto con universidades y captación de clientes.

Personal de Atención al Cliente. Se encargará de brindar atención directa a los residentes y visitantes, resolviendo inquietudes, procesando solicitudes, gestionando check-ins y check-outs, y asegurando una experiencia positiva en el servicio.

Activos Fijos**Tabla 51****Terreno**

Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Terreno / Lote · 12393m ²	1	\$ 892.296,00	\$ 892.296,00

Elaborado por: La Autora, 2026

En cuanto a la infraestructura física del proyecto, se contempló la adquisición de un terreno o lote con una superficie de 12.393 m², cuya cantidad requerida fue de una unidad. El valor unitario del terreno ascendió a \$892.296,00, lo que representó una inversión total de \$892.296,00.

Edificio**Tabla 52****Construcción e infraestructura**

Descripción	m ²	Valor	
		Unitario	Total
Acabado sin muebles	3950	\$ 200	\$ 790.000
Total	3950	\$ 200,00	\$ 790.000,00

Elaborado por: La Autora, 2025

Se planificó una inversión significativa en construcción e infraestructura, considerando un total de 3.950 m² de edificación a un costo de \$200 por metro cuadrado, lo que representa un monto total de \$790.000,00. Este valor incluye la construcción de habitaciones individuales y compartidas, la recepción, oficinas administrativas, áreas de mantenimiento, garaje, terraza, pasillos, instalaciones eléctricas y sanitarias, así como la implementación de la red de internet y acabados generales.

Tabla 53**Equipamiento habitacional**

Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Aire Acondicionado TCL Split 12000 BTU TAC12CSAZ2	150	\$ 299	\$ 44.850
Camas en dos plazas	150	\$ 100	\$ 15.000
Total	300	\$399,00	\$59.850,00

Elaborado por: La Autora, 2026

Se adquirió el equipamiento habitacional necesario para dotar a cada dormitorio con mobiliario y accesorios adecuados. En total, se incorporaron 150 camas en dos plazas, con una inversión de \$15.000,00, y 150 aires acondicionados TCL Split de 12.000 BTU, con un valor total de \$44.850. De esta forma, la inversión total destinada al equipamiento habitacional ascendió a \$59.850,00.

Tabla 54**Equipo de limpieza general**

Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Equipo de limpieza general	1	\$ 3.500	\$ 3.500
Carros de limpieza	2	\$ 1.000	\$ 2.000
Kit de Herramientas de mantenimiento	1	\$ 6.000	\$ 6.000
Dotación de uniformes para todos los empleados anual	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Sistema de cámaras de seguridad	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Extintores y señalética	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Sistema de alarmas y sensores	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Total	8	\$ 27.500,00	\$ 28.500,00

Elaborado por: La Autora, 2026

Se adquirió el equipo de limpieza general y otros implementos esenciales para las operaciones diarias. Se compró un equipo de limpieza general, con un valor de \$3.500, y dos carros de limpieza, cuya inversión fue de \$2.000. Adicionalmente,

se adquirió un kit de herramientas de mantenimiento, por un monto de \$6.000, y se destinó \$2.000 para la dotación anual de uniformes para todo el personal.

En cuanto a los sistemas de seguridad, se instaló un sistema de cámaras de vigilancia, por un valor de \$7.000, se implementó el sistema de alarmas y sensores, con una inversión de \$5.000, y se colocaron extintores y señalética, cuya compra representó un gasto de \$3.000. En total, la inversión realizada para el equipo de limpieza general y seguridad alcanzó los \$28.500,00

Tabla 55

Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Computadoras	8	\$ 600,00	\$ 4.800,00
Sistema de videoconferencia	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Impresora multifuncional	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Total	11	\$ 1.400,00	\$ 6.100,00

Elaborado por: La Autora, 2026

Se realizó la adquisición de diversos equipos de computación. Se compraron 8 computadoras, con un valor unitario de \$600,00, lo que representó un total de \$4.800,00. Asimismo, se adquirió un sistema de videoconferencia, por un valor de \$300,00, con el fin de facilitar reuniones virtuales y coordinación remota. Además, se incorporaron 2 impresoras multifuncionales, a un costo unitario de \$500,00. En total la inversión total destinada a equipos de computación ascendió a \$6.100,00, lo que permitió equipar adecuadamente las oficinas administrativas y operativas del proyecto.

Tabla 56

Muebles de Oficina

Descripción	Q	Valor	
		Unitario	Total
Escritorios y sillas oficina	8	\$ 200,00	\$ 1.600,00
Archivadores	5	\$ 110,00	\$ 550,00
Mesas de reunión	2	\$ 125,00	\$ 250,00

Aire Acondicionado LG Frío 12000 BTU VX122C1	10	\$ 415,00	\$ 4.150,00
Total	25	\$ 850,00	\$ 6.550,00

Elaborado por: La Autora, 2026

La adquisición de muebles de oficina. Se compraron 8 escritorios con sus respectivas sillas, a un valor unitario de \$200,00, lo que representó una inversión total de \$1.600,00. Asimismo, se adquirieron 5 archivadores, cuyo costo unitario fue de \$110,00, sumando un total de \$550,00.

Con el objetivo de facilitar reuniones y trabajos colaborativos, se adquirieron 2 mesas de reunión, a un valor de \$125,00 cada una, lo que significó una inversión adicional de \$250,00. Finalmente, para garantizar un ambiente laboral confortable, se instalaron 4 aires acondicionados LG Frío 12000 BTU VX122C1, con un costo unitario de \$415,00, totalizando \$4.150,00. En total la inversión destinada es de \$6.550,00.

Tabla 57

Activos complementarios

Descripción	Q	Valor	
		Unitario	Total
Sistema de control de acceso	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Red Wi-Fi general	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Mobiliario de terraza	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Iluminación externa y jardines	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Generador De 10500w Con Tablero De Transferencia	4	\$ 1.701,00	\$ 6.804,00
Total	8	\$ 26.701,00	\$31.804,00

Elaborado por: La Autora, 2026

Como parte de los activos complementarios necesarios para el funcionamiento óptimo de la residencia universitaria, se adquirió un sistema de control de acceso, con una inversión de \$8.000,00, con el fin de garantizar la seguridad y el ingreso controlado de los residentes. También se implementó una red Wi-Fi general con cobertura para todo el establecimiento, por un valor de \$6.000,00, asegurando la conectividad permanente de los estudiantes.

Para el equipamiento de las áreas de esparcimiento, se adquirió mobiliario para la terraza, con un costo de \$4.000,00. Asimismo, se ejecutó la instalación de iluminación externa y en jardines, destinando \$7.000,00 para mejorar la visibilidad y seguridad en los espacios exteriores. Finalmente, se adquirieron cuatro generadores eléctricos Porten de 10.500 W con tablero de transferencia automática ATS, con un valor unitario de \$1.701,00, sumando una inversión de \$6.804,00. En total la inversión destinada es de \$31.804,00.

Tabla 58

Total, de Activos Fijos

Categoría	Valor Total
Edificio	\$ 892.296,00
Construcción e infraestructura	\$ 790.000,00
Equipamiento habitacional	\$ 59.850,00
Equipo de limpieza general	\$ 28.500,00
Equipos de Computación	\$ 6.100,00
Muebles de Oficina	\$ 6.550,00
Activos complementarios	\$31.804,00
Total	\$ 1.815.100,00

Elaborado por: La Autora, 2026

Se consolidó un total de activos fijos valorado en \$1.815.100,00, distribuidos en distintas categorías esenciales para la operatividad de la residencia universitaria. Se adquirió un edificio con un valor de \$892.296,00, el cual constituyó la base física del proyecto. A ello se sumó la inversión en construcción e infraestructura, que ascendió a \$790.000,00, comprendiendo habitaciones, oficinas, áreas comunes y sistemas básicos de instalaciones.

El equipamiento habitacional representó un desembolso de \$59.850,00, destinado a mobiliario, accesorios y climatización. En cuanto al equipo de limpieza general, se destinó un monto de \$28.500,00 para garantizar condiciones óptimas de higiene en todas las áreas. Se incorporaron también equipos de computación con una inversión de \$6.100,00, así como muebles de oficina valorados en \$6.550,00, necesarios para el funcionamiento administrativo. Finalmente, se sumaron activos

complementarios por \$31.804,00, los cuales incluyeron sistemas de seguridad, generadores eléctricos, red Wi-Fi y mobiliario exterior.

Activos Diferidos

Tabla 59

Total de Activos Diferidos

Activos Diferidos	Valor Total
Registro de marca y permisos	\$ 1.500
Elaboración de página web	\$ 2.500
Publicidad inicial (lanzamiento)	\$ 500
Estudios técnicos y legales	\$ 600
Total	\$5.100,00

Elaborado por: La Autora, 2026

En cuanto a los activos diferidos, se contempló una inversión total de \$5.100,00, correspondiente a elementos intangibles necesarios para el inicio y funcionamiento del proyecto. Se realizó el registro de marca y permisos, con una inversión de \$1.500,00. Además, se contrató la elaboración de una página web institucional, que demandó un desembolso de \$2.500,00, con el fin de establecer presencia digital y facilitar la gestión de reservas. Asimismo, se destinó un monto de \$500,00 para la publicidad inicial de lanzamiento, orientada a posicionar la residencia en el mercado estudiantil desde sus primeras etapas. Finalmente, se efectuaron estudios técnicos y legales previos, que sumaron \$600,00 y permitieron establecer las bases formales y operativas del negocio.

Sueldos y Salarios

Para el adecuado funcionamiento administrativo, operativo y comercial de la residencia universitaria, se ha determinado la contratación de 15 colaboradores, distribuidos en áreas clave como dirección general, atención al cliente, mantenimiento, limpieza, seguridad, marketing y administración. Los sueldos establecidos se ajustan al salario básico unificado vigente y a los roles desempeñados, buscando eficiencia y sostenibilidad en el manejo del recurso humano. La siguiente tabla resume los cargos, número de empleados y la proyección mensual y anual de sueldos:

Tabla 60
Sueldo base

Cargo	N°	Sueldo	
		Mensual	Anual
Gerente General	1	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
Administrador de Residencia	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Auxiliar de limpieza	4	\$ 470,00	\$ 5.640,00
Guardia de seguridad	2	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Técnico de mantenimiento	2	\$ 470,00	\$ 5.640,00
Asistente administrativa	1	\$ 470,00	\$ 5.640,00
Responsable de marketing	1	\$ 470,00	\$ 5.640,00
Atención al cliente	2	\$ 470,00	\$ 5.640,00
Total	14	\$ 5.050,00	\$ 60.600,00

Elaborado por: La Autora, 2026

En lo que respecta a los sueldos del personal, se proyectó una contratación de 14 colaboradores distribuidos en distintas funciones clave para el funcionamiento de la residencia universitaria. El total mensual destinado al pago de salarios ascendió a \$5.050,00, mientras que el total anual alcanzó los \$60.600,00. Se asignó un sueldo mensual de \$1.300,00 al Gerente General, quien asumió la dirección estratégica del proyecto, sumando un ingreso anual de \$15.600,00. Al Administrador de Residencia se le asignó un sueldo mensual de \$800,00, lo que representó \$9.600,00 anuales por encargarse de la operación diaria del establecimiento. El personal operativo incluyó cuatro Auxiliar de limpieza, dos Guardia de seguridad, un Asistente administrativa y un responsable de marketing, cada uno con remuneraciones mensuales entre \$470,00 y \$600,00, lo que supuso un gasto anual por persona de entre \$5.640,00 y \$7.200,00.

Además, se contrató a dos técnicos de mantenimiento, cada uno con un sueldo de \$470,00 mensuales \$5.640,00 anuales, y a dos personas para el área de atención al cliente, con igual remuneración. Esta estructura permitió garantizar el funcionamiento continuo y eficiente de la residencia, priorizando tanto la calidad del

servicio como el bienestar de los residentes. Ver en Apéndices N°1 la proyección de los sueldos y salarios.

Tabla 61

Beneficios Sociales

Cargo	Q	S. Base	13vo	14vo	F. de reserva	Vacaciones
G. General	1	\$1.300,00	\$108,33	\$39,17	\$108,29	\$54,17
Administrador de Residencia	1	\$800,00	\$66,67	\$39,17	\$66,64	\$33,33
Auxiliar de limpieza	4	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58
Guardia de seguridad	2	\$600,00	\$50,00	\$39,17	\$49,98	\$25,00
Técnico de mantenimiento	2	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58
Asistente administrativa	1	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58
Responsable de marketing	1	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58
Atención al cliente	2	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58
Total	14	\$ 5.050,00	\$ 420,83	\$ 313,33	\$ 420,67	\$ 210,42

Elaborado por: La Autora, 2026

Se calcularon los beneficios sociales correspondientes para el personal contratado en la residencia universitaria, considerando elementos como el decimotercero y decimocuarto sueldo, el fondo de reserva y las vacaciones, aplicados sobre el sueldo base mensual. El total mensual destinado a estos beneficios alcanzó un valor de \$1.365,25, distribuido de la siguiente manera: se asignaron \$420,83 para el pago proporcional del decimotercer sueldo y \$313,33 para el decimocuarto sueldo. Además, el fondo de reserva sumó \$420,67 y las vacaciones representaron un gasto mensual de \$210,42.

Por cargo, al Gerente General se le calcularon beneficios sociales mensuales de \$108,33 por décimo tercer sueldo, \$39,17 por décimo cuarto sueldo, \$108,29 para el fondo de reserva y \$54,17 por vacaciones. El Administrador de Residencia recibió montos proporcionales similares, con un total mensual correspondiente a estos beneficios. Ver en Apéndices N°2 la proyección de los Beneficios sociales de los sueldos y salarios.

Egresos

Tabla 62

Gastos Administrativos

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos y salarios	\$ 11.106,73	\$ 133.280,80
Servicios básicos – Agua	\$ 1.000	\$ 12.000
Servicios básicos – Luz	\$ 2.500	\$ 30.000
Papelería y suministros	\$ 85	\$ 1.020
Internet y telefonía	\$ 3.000	\$ 36.000
Total	\$ 17.691,73	\$ 212.300,80

Elaborado por: La Autora, 2026

Se registraron los gastos administrativos mensuales y anuales necesarios para el funcionamiento adecuado de la residencia universitaria. El consumo mensual promedio en servicios básicos se estimó en \$1.000 para agua y \$2.500 para electricidad, sumando un total anual de \$12.000 y \$30.000, respectivamente. Por otro lado, se asignaron \$85 mensuales para papelería y suministros, totalizando \$1.020 anuales, mientras que los gastos en internet y telefonía ascendieron a \$3.000 mensuales, equivalentes a \$36.000 al año.

Finalmente, los sueldos y salarios representaron la mayor partida dentro de este rubro, con un gasto mensual de \$11.106,73 y un costo anual de \$133.280,80. En conjunto, los gastos administrativos totalizaron \$17.691,73 mensuales y \$212.300,80 anuales.

Tabla 63**Gastos Comerciales y de Marketing**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad en redes sociales	\$ 200	\$ 2.400
Diseño gráfico y contenido	\$ 100	\$ 1.200
Impresiones, volantes y banners	\$ 70	\$ 840
Total	\$ 370	\$ 4.440

Elaborado por: La Autora, 2026

Los gastos comerciales y de marketing necesarios para promover la residencia universitaria y captar la atención del público objetivo. Mensualmente, se destinaron \$200 a publicidad en redes sociales, alcanzando un valor anual de \$2.400. Asimismo, se asignaron \$100 mensuales para diseño gráfico y creación de contenido, lo que representó un total de \$1.200 anuales.

Finalmente, se invirtieron \$70 mensuales en impresiones, volantes y banners, acumulando un gasto anual de \$840. En conjunto, estos rubros sumaron \$370 mensuales y \$4.440 anuales, destinados a fortalecer la visibilidad y posicionamiento de la residencia en el mercado estudiantil.

Tabla 64**Costos Operacionales**

Concepto	Monto mensual
Alimentación personal	\$ 500
Mantenimiento a las tuberías de agua	\$ 1.500
Mantenimiento a los circuitos eléctricos	\$ 1.500
Mantenimiento a los aires acondicionado	\$ 3.000
Total operativo	\$ 6.500

Elaborado por: La Autora, 2026

Se determinaron los costos operacionales indispensables para el adecuado funcionamiento de la residencia universitaria. En este rubro se consideraron \$500 mensuales destinados a la alimentación del personal, \$1.500 para el mantenimiento de las tuberías de agua y otros \$1.500 correspondientes al mantenimiento de los circuitos eléctricos. Asimismo, se asignaron \$3.000 mensuales para el

mantenimiento preventivo y correctivo de los aires acondicionados. En conjunto, estos costos alcanzaron un total operativo mensual de \$6.500, garantizando la continuidad y calidad de los servicios ofrecidos a los residentes.

Tabla 65

Total de Egresos

Rubro	Valor mensual	Valor anual
Gastos administrativos	\$ 17.691,73	\$ 212.300,80
Gastos Ventas	\$ 370	\$ 4.440,00
Costos operacionales (mantenimiento cada 6 meses)	\$ 6.500	\$ 13.000
Gastos Financieros		\$ 77.756,74
Total	\$ 24.561,73	\$ 229.740,80

Elaborado por: La Autora, 2026

Se establecieron los egresos mensuales y anuales necesarios para la operación integral de la residencia universitaria. Los gastos administrativos alcanzaron un valor mensual de \$17.692, lo que representó \$212.300,80 anuales, incluyendo sueldos, salarios, beneficios sociales y servicios básicos. En el área comercial, se destinaron \$370 mensuales a publicidad, diseño gráfico e impresiones, acumulando un gasto anual de \$4.440. Los costos operacionales, correspondientes principalmente a mantenimientos semestrales de infraestructura y equipos, sumaron \$6.500 mensuales, equivalentes a \$13.000 anuales.

Tabla 66

Cálculo del Capital de trabajo

Concepto	Valor Mensual	Meses	Capital de Trabajo Anual
Gastos administrativos	\$ 17.691,73	12	\$ 212.300,80
Gastos comerciales/marketing	\$ 370,00	12	\$ 4.440,00
Costos operacionales	\$ 6.500	12	\$ 78.000,00
Total Egresos Mensuales	\$24.561,73		
Capital de Trabajo Total (12 meses)			\$ 294.740,80

Elaborado por: La Autora, 2026

Se calculó el capital de trabajo necesario considerando los principales egresos recurrentes como, los gastos administrativos incluyendo los sueldos y salarios con sus respectivos beneficios, servicios básicos, entre otros. Estos gastos requirieron un total \$17.691,73 mensuales y \$212.300,80 anuales, mientras que los gastos comerciales y de marketing representaron \$370 mensuales y \$4.440 anuales. Finalmente, los costos operacionales se estimaron en \$6.500 mensuales, equivalentes a \$78.000 anuales. Los egresos mensuales sumaron \$24.561,73, resultando en un capital de trabajo anual total de \$294.740,80.

Cálculo del PVP habitación Individual

Cálculo del Costo mensual

$$\text{Costo mensual} = \frac{\text{Costo Fijo} + \text{Costo Variable de las habitaciones}}{\text{N de estudiantes en habitaciones}}$$

$$\text{Costo mensual} = \frac{\$ 53.058,31}{450}$$

$$\text{Costo mensual} = \$117,91$$

Cálculo del Precio de Venta con margen 40%

$$\text{Precio final (PVP)} = \frac{\text{Costo total}}{(1 - \% \text{margen})}$$

$$\text{Precio final (PVP)} = \frac{\$117,91}{(1 - 40\%)}$$

$$\text{Precio final (PVP)} = \$165,07$$

Elaborado por: La Autora, 2026

Se determinó el Precio de Venta al Público (PVP) de las habitaciones de la residencia universitaria considerando los costos fijos y variables asociados al servicio, así como el número total de estudiantes. Para las habitaciones individuales, el costo mensual por estudiante se calculó dividiendo el total de costos \$53.058,31 entre 450 estudiantes, obteniéndose un valor de \$117,91. Aplicando un margen de ganancia del 40%, el precio final de venta se estableció en \$165,07 por habitación individual.

Cálculo del PVP habitación Compartida

Cálculo del Costo mensual

$$\text{Costo mensual} = \frac{\text{Costo Fijo} + \text{Costo Variable de las habitaciones}}{\text{N de estudiantes en habitaciones}}$$

$$\text{Costo mensual} = \frac{\$ 53.058,31}{450}$$

$$\text{Costo mensual} = \$117,91$$

Cálculo del Precio de Venta con margen 15%

$$\text{Precio final (PVP)} = \frac{\text{Costo total}}{(1 - \% \text{ margen})}$$

$$\text{Precio final (PVP)} = \frac{\$117,91}{(1 - 15\%)}$$

$$\text{Precio final (PVP)} = \$ 135,59$$

Elaborado por: La Autora, 2026

De manera similar, para las habitaciones compartidas, el costo mensual por estudiante fue también de \$117,91. Sin embargo, al aplicar un margen de ganancia del 15%, el precio final de venta se determinó en \$135,59 por habitación compartida.

Análisis Financiero con el Objetivo de Evaluar la Viabilidad Económica del Proyecto.

Análisis Financiero de la Viabilidad Económica

El análisis financiero de la viabilidad económica del presen proyecto titulado “Modelo de negocio para la creación de una residencia universitaria mixta para estudiantes foráneos en el cantón Milagro”. Este análisis tuvo como objetivo evaluar la rentabilidad, sostenibilidad y eficiencia del proyecto, a través de la identificación y cuantificación de los ingresos, egresos, inversión inicial y capital de trabajo necesarios para su operación.

Se examinaron las principales variables financieras, incluyendo costos, gastos administrativos y operativos, inversión en activos fijos y diferidos, así como el cálculo de indicadores clave como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el punto de equilibrio, que permitieron determinar la viabilidad económica del negocio.

Tabla 67***Proyección de Ingresos y Costos de Ventas***

% a captar de la Demanda Insatisfecha	# a captar	Capacidad de estudiantes en la residencia Universitaria	
		Habitaciones Individuales	Habitaciones compartidas
		(1 estudiante por habitación)	(4 estudiantes por habitación)
1,07%	450	50	400
1,07%	457	50	407
1,07%	465	50	415
1,07%	472	50	422
1,07%	479	50	429

Elaborado por: La Autora, 2026

Se proyectaron los ingresos y la ocupación de la residencia universitaria considerando un 1,07% de captación de la demanda insatisfecha del cantón Milagro. Se estimó que la residencia podría albergar inicialmente a 450 estudiantes, distribuidos en 50 habitaciones individuales y 400 estudiantes en habitaciones compartidas, con cuatro estudiantes por habitación. Para los años siguientes, la ocupación proyectada mostró un incremento gradual: en el segundo año se captaron 457 estudiantes (50 individuales y 407 compartidos), en el tercer año 465 estudiantes (50 individuales y 415 compartidos), en el cuarto año 472 estudiantes (50 individuales y 422 compartidos) y en el quinto año 479 estudiantes (50 individuales y 429 compartidos).

Tabla 68***Precio y Numero de Estudiantes***

Tipo de Habitación	Nº de Estudiantes	Precio de Venta	
		Mensual	Anual
Habitaciones Individuales	50	\$ 165,07	\$ 99.042,18
Habitaciones compartidas	400	\$ 135,59	\$ 650.848,64

Elaborado por: La Autora, 2026

Se determinaron los ingresos proyectados de la residencia universitaria considerando el número de estudiantes y el precio de venta de cada tipo de

habitación. Para las habitaciones individuales, se estimó la ocupación de 50 estudiantes, con un precio de venta mensual de \$165,07, lo que generó ingresos anuales de \$99.042,18. En el caso de las habitaciones compartidas, se proyectó una ocupación de 400 estudiantes, con un precio de venta mensual de \$135,59, alcanzando ingresos anuales de \$650.848,64.

Tabla 69**Ingresos**

	Precio de Venta		
	Mensual de las Habitaciones Individuales	Ingreso Mensual de las habitaciones Individuales	Ingreso Anual por las Habitaciones Individuales
Año 1	\$ 165,07	\$ 8.253,52	\$ 99.042,18
Año 2	\$ 173,16	\$ 8.657,94	\$ 103.895,25
Año 3	\$ 181,64	\$ 9.082,18	\$ 108.986,12
Año 4	\$ 190,54	\$ 9.527,20	\$ 114.326,44
Año 5	\$ 199,88	\$ 9.994,04	\$ 119.928,43

Elaborado por: La Autora, 2026

En la proyección de ingresos de la residencia universitaria, se utilizó como tasa de crecimiento anual el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de 4,90%, aplicándose al precio de venta de las habitaciones. Durante el Año 1, las habitaciones individuales tuvieron un precio de venta mensual de \$165,07, generando ingresos mensuales de \$8.253,52 y anuales de \$99.042,18, mientras que las habitaciones compartidas tuvieron un precio de \$135,59, con ingresos mensuales de \$54.237,39 y anuales de \$650.848,64.

Tabla 70**Ingresos**

	Precio de Venta		
	Mensual de las Habitaciones Compartidas	Ingreso Mensual de las habitaciones Compartidas	Ingreso Anual por las Habitaciones Compartidas
Año 1	\$ 135,59	\$ 54.237,39	\$ 650.848,64

Año 2	\$ 142,24	\$ 57.919,13	\$ 695.029,55
Año 3	\$ 149,21	\$ 61.848,65	\$ 742.183,76
Año 4	\$ 156,52	\$ 66.042,51	\$ 792.510,16
Año 5	\$ 164,19	\$ 70.518,40	\$ 846.220,85

Elaborado por: La Autora, 2026

En el Año 2, los precios aumentaron a \$173,16 para individuales y \$142,24 para compartidas, generando ingresos anuales de \$103.895,25 y \$695.029,55, respectivamente. Durante el Año 3, los ingresos anuales ascendieron a \$108.986,12 por individuales y \$742.183,76 por compartidas, con precios de \$181,64 y \$149,21. En el Año 4, los ingresos anuales fueron de \$114.326,44 para individuales y \$792.510,16 para compartidas, con precios de \$190,54 y \$156,52, respectivamente.

Finalmente, en el Año 5, los precios alcanzaron \$199,88 para individuales y \$164,19 para compartidas, generando ingresos anuales de \$119.928,43 y \$846.220,85.

Tabla 71

Inversión

Tipo	Detalle	Monto	Weight	T	Wxt
Financiado	BanEcuador	\$ 150.000,00	7,09%	17,57%	1,25%
	Banco Guayaquil	\$ 100.000,00	4,73%	15,60%	0,74%
Capital Propio	Accionista 1	\$ 372.988,16	17,64%	8,86%	1,56%
	Accionista 2	\$ 372.988,16	17,64%	8,86%	1,56%
	Accionista 3	\$ 372.988,16	17,64%	8,86%	1,56%
	Accionista 4	\$ 372.988,16	17,64%	8,86%	1,56%
	Accionista 5	\$ 372.988,16	17,64%	8,86%	1,56%
Total		\$ 2.114.940,80	100%		9,80%

Elaborado por: La Autora, 2026

La inversión total del proyecto asciende a \$2.114.940,80 y se estructuró en financiamiento externo y capital propio. El financiamiento provino de dos préstamos bancarios: \$150.000 del BanEcuador, que representa el 7,09% del total, y \$100.000 del Banco Guayaquil, equivalente al 4,73% del total. Por su parte, el capital propio fue aportado por cinco accionistas, cada uno con \$372.988,16, representando

individualmente el 17,64% del total y sumando en conjunto \$1.864.940,80, es decir, el 88,18% del proyecto. La tasa de descuento es de 9,80% del proyecto.

Tabla 72.

Financiamiento Ban Ecuador

Institución	BanEcuador				
Monto	\$ 150.000,00				
Tasa efectiva	17,57%				
Plazo	5		Cuota:		\$47.500,29
Período	Saldo	Capital	Interés		Cuota
0	\$ 150.000,00				
1	\$ 128.854,71	\$ 21.145,29	\$ 26.355,00	\$47.500,29	
2	\$ 103.994,19	\$ 24.860,52	\$ 22.639,77	\$47.500,29	
3	\$ 74.765,67	\$ 29.228,51	\$ 18.271,78	\$47.500,29	
4	\$ 40.401,71	\$ 34.363,96	\$ 13.136,33	\$47.500,29	
5	\$ 0,00	\$ 40.401,71	\$ 7.098,58	\$47.500,29	
Total de Interés		\$ 150.000,00	\$ 87.501,46		

Elaborado por: La Autora, 2026

El proyecto contó con un préstamo otorgado por BanEcuador por un monto de \$150.000,00, con una tasa efectiva del 17,57% y un plazo de cinco años. La amortización del préstamo se estructuró en cuotas anuales fijas de \$47.500,29, compuestas por capital e intereses decrecientes a lo largo del tiempo.

En el primer año, se pagó \$21.145,29 de capital y \$26.355,00 de intereses, dejando un saldo pendiente de \$128.854,71. Durante el segundo año, se amortizaron \$24.860,52 de capital y \$22.639,77 de intereses, con un saldo final de \$103.994,19. En el tercer año, la amortización de capital fue de \$29.228,51, con intereses de \$18.271,78, reduciendo el saldo a \$74.765,67.

El cuarto año incluyó un pago de \$34.363,96 de capital y \$13.136,33 de intereses, dejando un saldo de \$40.401,71, mientras que en el quinto año se canceló el saldo restante de capital, \$40.401,71, junto con intereses de \$7.098,58, completando el total de intereses pagados de \$87.501,46 durante todo el periodo del préstamo.

Tabla 73**Financiamiento Banco Guayaquil**

Banco					
Institución	Guayaquil				
Monto	\$ 100.000,00				
Tasa efectiva	15,60%				
Plazo	5				
			Cuota:		\$30.256,45
Período	Saldo	Capital	Interés	Cuota	
0	\$ 100.000,00				
1	\$ 85.343,55	\$ 14.656,45	\$ 15.600,00	\$30.256,45	
2	\$ 68.400,69	\$ 16.942,86	\$ 13.313,59	\$30.256,45	
3	\$ 48.814,75	\$ 19.585,94	\$ 10.670,51	\$30.256,45	
4	\$ 26.173,40	\$ 22.641,35	\$ 7.615,10	\$30.256,45	
5	\$ 0,00	\$ 26.173,40	\$ 4.083,05	\$30.256,45	
Total de Interés		\$ 100.000,00	\$ 51.282,25		

Elaborado por: La Autora, 2026

El proyecto también se financió mediante un préstamo otorgado por el Banco Guayaquil por un monto de \$100.000,00, con una tasa efectiva del 15,60% y un plazo de cinco años. La amortización se organizó en cuotas anuales de \$30.256,45, compuestas por capital e intereses decrecientes.

En el primer año, se pagaron \$14.656,45 de capital y \$15.600,00 de intereses, dejando un saldo pendiente de \$85.343,55. En el segundo año, la amortización incluyó \$16.942,86 de capital y \$13.313,59 de intereses, reduciendo el saldo a \$68.400,69. Durante el tercer año, se cancelaron \$19.585,94 de capital y \$10.670,51 de intereses, dejando un saldo de \$48.814,75. En el cuarto año, se pagaron \$22.641,35 de capital y \$7.615,10 de intereses, con un saldo final de \$26.173,40, mientras que en el quinto año se canceló el saldo restante de capital, \$26.173,40, junto con intereses de \$4.083,05, acumulando un total de intereses pagados de \$51.282,25 durante todo el periodo del préstamo.

Tabla 74**Gastos Financieros**

Concepto	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización	\$ 35.801,74	\$ 41.803,38	\$ 48.814,46	\$ 57.005,31	\$ 66.575,11
Interés	\$ 41.955,00	\$ 35.953,37	\$ 28.942,29	\$ 20.751,43	\$ 11.181,63
Total	\$77.756,74	\$ 77.756,74	\$ 77.756,74	\$ 77.756,74	\$ 77.756,74

Elaborado por: La Autora, 2026

Se calcularon los gastos financieros del proyecto considerando la amortización de los préstamos y los intereses correspondientes. Durante el Año 1, la amortización anual fue de \$35.801,74 y los intereses sumaron \$41.955,00, generando un total de \$77.756,74. En el Año 2, la amortización se mantuvo en \$41.803,38, mientras que los intereses descendieron a \$35.953,37, resultando en un gasto total de \$77.756,74. Para el Año 3, la amortización fue de \$48.815,46, y los intereses se redujeron a \$28.942,29, con un total de \$77.756,74. Durante el Año 4 la amortización fue de \$57.005,31 los intereses disminuyeron a \$20.751,43, sumando un total de \$77.756,74, mientras que, en el Año 5, la amortización fue de \$66.575,11 y los intereses se situaron en \$11.181,63, dando un total anual de \$77.756,74

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)**Tabla 75****Calculo TMAR**

pr del EMBI Global	
04/sep/2025	7,33%
P	1,43%
p*pr	0,10%
TMAR	8,86%

Elaborado por: La Autora, 2026

Se calculó la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) del proyecto utilizando como referencia el EMBI Global Diversified Subíndices al 04 de septiembre de 2025, que presentó un rendimiento de 7,33%. Se adicionó un riesgo

específico del proyecto (p) de 1,43%, cuya contribución ponderada al rendimiento esperado fue de 0,10%, obteniéndose finalmente una TMAR de 8,86%.

Tabla 76

Inflaciones Anuales 2015-2025

Años	Inflación anual
2015	3,97
2016	1,73
2017	0,42
2018	-0,22
2019	0,27
2020	-0,34
2021	0,13
2022	3,47
2023	2,22
2024	1,87
2025	2,17
Promedio	1,43

Fuente: Banco Central, (2025)

Se analizaron las inflaciones anuales del período 2015-2025 para estimar la evolución de los precios y su impacto en los ingresos y costos del proyecto. Durante este período, la inflación presentó fluctuaciones significativas, con un valor máximo de 3,97% en 2015 y un mínimo de -0,34% en 2020, incluyendo años de deflación parcial como 2018 y 2020. Las demás variaciones anuales fueron 1,73% en 2016, 0,42% en 2017, -0,22% en 2018, 0,27% en 2019, 0,13% en 2021, 3,47% en 2022, 2,22% en 2023, 1,87% en 2024 y 2,17% en 2025. El promedio de inflación anual para el período fue de 1,43%

Tasa de Descuento

Tabla 77

Cálculo de la Tasa de Descuento

	Monto	Weight	T	wxt
	\$ 150.000,00	7,09%	17,57%	1,25%
Financiado	\$ 100.000,00	4,73%	15,60%	0,74%
Capital Propio	\$ 1.864.940,80	88,18%	8,86%	7,82%
Total	\$ 2.114.940,80	100%		9,80%

Elaborado por: La Autora, 2026

Se calculó la tasa de descuento del proyecto considerando la estructura de financiamiento compuesta por deuda y capital propio. El financiamiento incluyó un préstamo de \$150.000,00 con un peso relativo de 7,09% y una tasa efectiva de 17,57%, aportando 1,25% al costo ponderado de capital; adicionalmente, se incorporó un préstamo de \$100.000,00, con un peso de 4,73% y tasa del 15,60%, contribuyendo 0,74% al costo ponderado.

El capital propio, que ascendió a \$1.864.940,80, representó 88,18% del total con un rendimiento esperado del 8,86%, aportando 7,82% al cálculo final. Con estos elementos, se determinó una tasa de descuento ponderada (WACC) de 9,80%.

Análisis del Flujo de Caja

Ver Apéndice N.º 3.

Tabla 78

Análisis de los indicadores

Indicadores	Valor
VAN	\$ 330.910,97
TIR	14,61%
PAYBACK	4,73
IR	1,2

Elaborado por: La Autora, 2026

Se analizaron los indicadores financieros del proyecto para evaluar su viabilidad económica. El Valor Actual Neto (VAN) se calculó en \$330.910,97, lo que indicó que los flujos de caja proyectados superaron la inversión inicial, reflejando rentabilidad positiva.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) fue de 14,61%, superior a la tasa de descuento del proyecto, lo que confirmó que la inversión generaba rendimientos atractivos.

El periodo de recuperación de la inversión (PAYBACK) se estimó en 4,73 años, demostrando que el capital invertido se recuperó en menos de cinco años, lo que evidenció una adecuada liquidez y eficiencia en la gestión de recursos. Estos resultados validaron la factibilidad económica de la residencia universitaria para estudiantes foráneos en el cantón Milagro.

Análisis del punto de equilibrio

Tabla 79

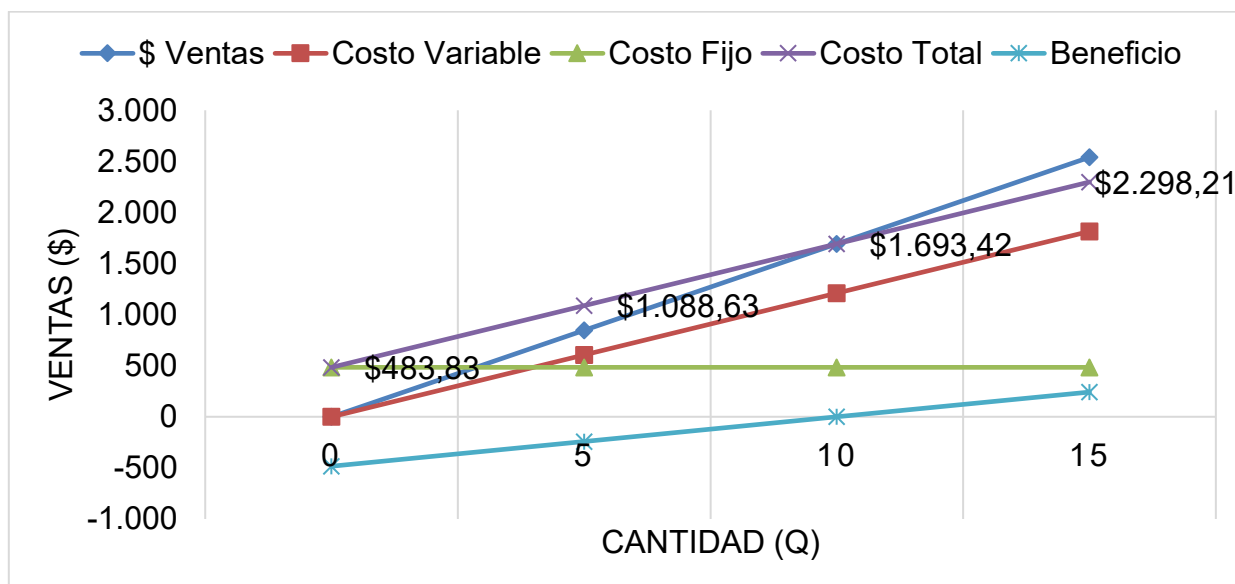
Datos iniciales P.E de las Habitaciones Individuales

Precio Venta	\$	165,07	
Coste Unitario	\$	117,91	
Gastos Fijos del mantenimiento por habitación al mes	\$	483,83	
Pto. Equilibrio		10	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	\$	1.693,42	\$ de Equilibrio

Elaborado por: La Autora, 2026

Se determinó el punto de equilibrio para las habitaciones individuales considerando los datos iniciales del proyecto. El precio de venta por habitación se estableció en \$165,07, mientras que el costo unitario fue de \$117,91. Los gastos fijos de mantenimiento por habitación al mes se calcularon en \$483,83, lo que permitió estimar la cantidad mínima de habitaciones que debían ocuparse para cubrir los costos totales.

Con base en estos valores, el punto de equilibrio se alcanzó en 10 habitaciones, generando ventas equivalentes a \$1.693,42, cifra necesaria para que los ingresos igualaran a los costos y se evitara la pérdida económica.

Figura 50**Punto de Equilibrio H.I****Elaborado por: La Autora, 2026**

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 10 unidades mes.

Tabla 80**Datos iniciales P.E de las Habitaciones Compartidas**

Precio Venta	\$135,59	
Coste Unitario	\$117,91	
Gastos Fijos del mantenimiento por habitación al mes	242	
Pto. Equilibrio	14	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	1.855	\$ de Equilibrio

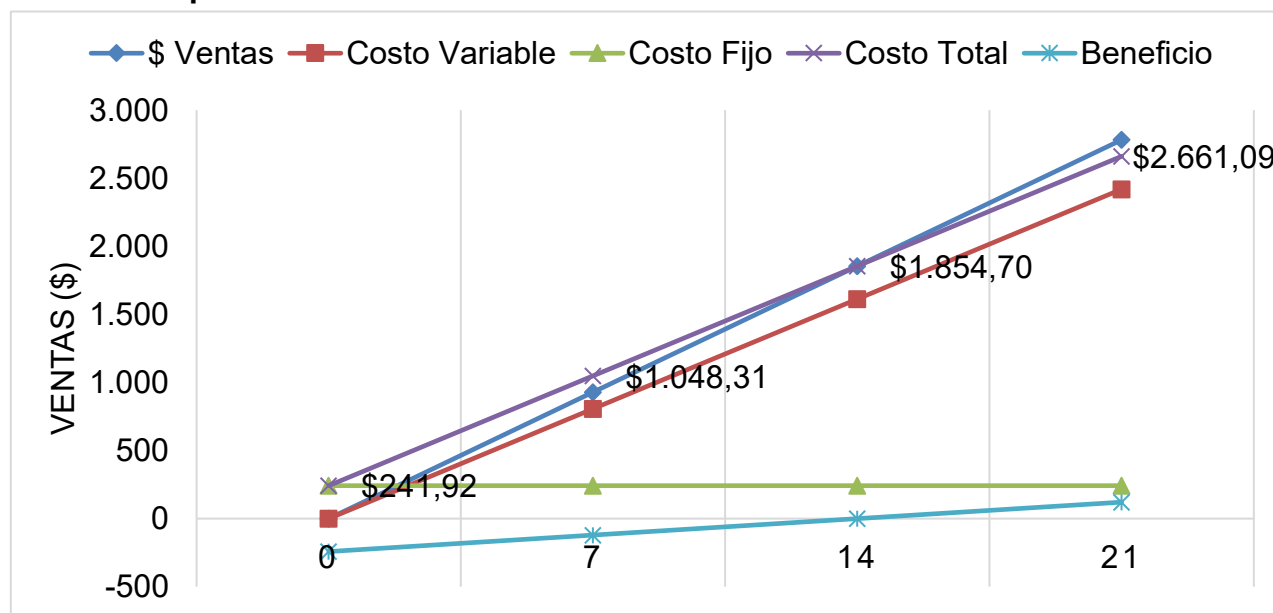
Elaborado por: La Autora, 2026

Se calculó el punto de equilibrio para las habitaciones compartidas tomando como referencia los datos iniciales del proyecto. El precio de venta por habitación se fijó en \$135,59, mientras que el costo unitario fue de \$117,91. Los gastos fijos de mantenimiento por habitación al mes se estimaron en \$242, lo que permitió determinar la cantidad mínima de habitaciones compartidas que debían ocuparse para cubrir los costos totales.

Con estos parámetros, el punto de equilibrio se alcanzó en 14 habitaciones, generando ventas equivalentes a \$1.855, asegurando que los ingresos fueran suficientes para cubrir los costos y evitar pérdidas económicas.

Figura 51

Punto de Equilibrio H.C



Elaborado por: La Autora, 2026

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 14 unidades mes.

Variación en la tasa de descuento

Se realizó un análisis de la variación en la tasa de descuento del proyecto para evaluar cómo estos cambios afectan la viabilidad financiera de la residencia universitaria.

Se consideraron diferentes escenarios: un escenario normal del 9.80%, un escenario Optimista con una tasa de descuento del 5%, un escenario Pesimista con una tasa del 15%.

Tabla 81

Escenarios

Resumen del escenario			
	VALOR ACTUAL	PESIMISTA	OPTIMISTA

Celdas cambiantes:			
TASAS DE DESCUENTO	9,80%	15,00%	5,00%
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 330.910,97	\$ (23.933,32)	\$ 749.895,79
TIR	14,61%	14,61%	14,61%
PAYBACK	4,73	5,03	4,50

Elaborado por: La Autora, 2026

Se evaluaron los indicadores financieros del proyecto bajo dos escenarios para evaluar su solidez frente a cambios en el costo de capital, incremento en la prima riesgo o fluctuaciones en la inflación. En el escenario normal (9.80%), el Valor Actual Neto (VAN) fue de \$330.910,97, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanzó 14,61%, y el periodo de recuperación de la inversión (PAYBACK) se estimó en 4,73 años. Con una tasa de descuento del 15%, el VAN aumentó se vuelve negativo \$-23.933,32 y el TIR a 14,61% y su PAYBACK es de 5,03 años, reflejando que el proyecto no sea rentable. Por otro lado, tenemos el escenario optimista con una tasa de descuento del 5%, el VAN es positivo de \$749.895,79 y el TIR de 14,61%, con un PAYBACK de 4.50 años.

Finalmente, el proyecto demuestra ser financieramente viable bajo diferentes escenarios de la tasa de descuento. Aunque un aumento en la tasa de descuento, genero efectos negativos en el VAN y aumenta el Payback, el proyecto de una residencia universitaria es rentable con la tasa de descuento base, por ende, se observa que la inversión es robusta frente a variaciones razonables en el costo de capital y la prima riesgo.

5.DISCUSIÓN

Se analiza como primer caso de discusión a Espinoza (2020), su objetivo fue brindar residencias temporales seguras y confiables a los estudiantes de otras provincias del país y del extranjero, teniendo un criterio de investigación cuantitativo de tipo descriptivo y no experimental, con recolección de datos mediante encuestas piloto y profesional; demostrando resultados financieros rentables y positivos. En relación con el presente estudio, la diferencia se genera en la metodología, ya que aplica un enfoque mixto (inductivo - deductivo), lo cual no solo permitió analizar desde lo particular hasta lo general a través del método inductivo, sino también ratificar supuestos con el método deductivo con enfoques cuantitativos y cualitativos enriqueciendo el análisis más integral sobre la factibilidad del negocio.

Segundo caso, Guanoluisa (2021), su objetivo principal se centra en dar alojamiento a los estudiantes universitarios del cantón y provincias del Ecuador, con pequeños departamentos modernos y confiables con internet y asequible. Su metodología es de enfoque mixto, aplicando encuestas y entrevistas, lo que ayudo a identificar la rentabilidad y viabilidad del proyecto con un VAN positivo de \$22,927,63, un TIR del 10.3%. En comparación con el presente trabajo, ambas investigaciones utilizan un enfoque mixto, la diferencia se genera en los resultados o indicadores financieros, ya que la presente investigación refleja un VAN positivo de \$219.680,41 y un TIR de 12.97%, demostrando un nivel alto de rentabilidad con un tiempo de recuperación de 4 años y 10 meses.

Por último, en el trabajo de investigación de Reino (2022), se centra en la realización de un estudio viable para la creación de una residencia estudiantil en la Cuidad de Riobamba, para así determinar la utilidad económica de dicho proyecto, empleo un enfoque mixto (inductivo – deductivo), a través de encuestas y recolección de datos, alcanzando un VAN de \$64.020,40 y un TIR de 13.59% con un tiempo de recuperación de 6 años y 3 meses, al relacionarlo, ambos trabajos comparten el mismo método aplicativo pero en el presente proyecto de investigación presenta indicadores financieros elevados y con un tiempo de recuperación más corto de 4 años y 10 meses.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El estudio de mercado evidenció una alta demanda potencial para la creación de una residencia universitaria mixta en el cantón Milagro, principalmente dirigida a estudiantes foráneos. La mayoría de los encuestados un 73,96 %, equivalente a 28.477 estudiantes ya se hospedaba en Milagro, y un 83,33 % aproximadamente 24.000 estudiantes proyectados manifestaron disposición a hospedarse en la residencia propuesta. Se identificó que 26% de los estudiantes priorizan seguridad, un 23% precio accesible y el 21% comodidad 21 %, prefiriendo habitaciones individuales en un 52 % de los casos, mientras que el 26 % optaría por compartidas.

El plan de comercialización de la residencia universitaria mixta en Milagro se fundamentó en una propuesta de valor clara, al ofrecer alojamiento seguro, cómodo e inclusivo con servicios diferenciados como internet de alta velocidad, vigilancia 24/7, áreas de estudio y atención personalizada, dirigido principalmente a estudiantes foráneos de la UNEMI.

La estrategia de marketing mix (4P) combinó precios accesibles desde \$100 mensuales con promociones por pagos adelantados, ubicación estratégica cercana a la universidad, y canales de contratación presenciales y digitales. La promoción se centró en campañas segmentadas en redes sociales (57 % de preferencia), convenios con universidades, ferias estudiantiles y un programa de referidos, mientras que los KPI's propuestos buscan una ocupación ≥ 90 %, retención ≥ 85 % y satisfacción del cliente $\geq 4,5/5$.

Con una inversión inicial en infraestructura, equipamiento y activos complementarios, acompañada de un plan de capital de trabajo que asegura la operación eficiente. La estructura de costos y precios permitió cubrir gastos operativos y administrativos, mientras se aplican márgenes de ganancia diferenciados para habitaciones individuales y compartidas, garantizando la viabilidad financiera del proyecto.

El análisis financiero demostró que el proyecto de la residencia universitaria para estudiantes foráneos en el cantón Milagro fue viable económicamente, ya que el Valor Actual Neto (VAN) resultó positivo en \$330.910,97, la Tasa Interna de

Retorno (TIR) alcanzó 14,61%, superando la tasa mínima de rentabilidad requerida del 8,86%, y el periodo de recuperación de la inversión (PAYBACK) se situó en 4,73 años, indicando que la inversión se recuperó en un plazo razonable y generó rendimientos atractivos para los inversionistas.

Finalmente, se realizó dos tipos de escenarios en la variable tasa de descuento, el primero escenario se estableció una tasa del 15%, arrojándonos un resultado negativo en el indicador VAN de \$-23.933,32 y el TIR a 14,61% y su PAYBACK es de 5,03 años, reflejando así que el proyecto no es rentable. Por otro lado, tenemos el segundo escenario con una tasa de descuento del 5%, el VAN es positivo de \$749.895,79 y el TIR de 14,61%, con un PAYBACK de 4.50 años, por tal razón, podemos concluir que, el proyecto de residencia universitaria es rentable con la tasa de descuento base (9.80%), por ende, se observa que la inversión es robusta frente a variaciones razonables en el costo de capital y la prima riesgo.

6.2 Recomendaciones

Implementar campañas publicitarias a través de las redes sociales, dado que el 57% de los encuestados prefieren obtener información por este medio. Esta estrategia ayudará a establecer una comunicación efectiva y rápida con el público objetivo, optimizando procesos y ampliando el alcance del trabajo, además los medios digitales permitirán aumentar la visibilidad, el interés de los universitarios fortaleciendo el posicionamiento de la residencia como una alternativa confiable de alojamiento.

De tal forma, es importancia generar estrategias de promoción dirigidas a incentivar la decisión del hospedaje, considerando que el 83% de los universitarios estarían dispuestos a hospedarse en nuestro servicio, por tal razón, la implementación del marketing diferenciado, con incentivos agradables y asequibles, permitirá la captación directa, ya que el 98% de los estudiantes universitarios provienen de otras provincias, fortaleciendo la ocupación sostenida del alojamiento, la viabilidad financiera y el posicionamiento en el mercado.

Por último, se recomienda de forma necesaria la creación de una residencia universitaria en Milagro puesto que, el 99% de los encuestados considera la implementación de dicha residencia y a su vez, desconocen la existencia de un

servicio como tal dentro de la ciudad, por ende, resulta relevante implementar campañas de humanización que creen beneficios a los estudiantados y fortalezcan la aceptación del trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Advance Consultora. (2025). Obtenido de <https://advance.ec/noticias/estudio-tendencias-consumidores-ecuad2025/>
- Alejo, A. y. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. *Conrado vol.14 no.63 Cienfuegos abr.-jun. 2018*,
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000300117.
- Alvarado, C. (2019). *Teoría de comportamiento del consumidor*. Obtenido de https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6965/Linda_Exam.Suf.Prof_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Anaya, A. (2017). *Microeconomía intermedia. Conductas del consumidor y productor en los diferentes mercados*. Santa Marta: Unimagdalena.
- Arias. (2010). Investigación Descriptiva.
- Arroyo, P. y. (2016). *Ingeniería económica: ¿cómo medir la rentabilidad de un proyecto?* Lima: Universidad de Lima, Fondo Editorial. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10726>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2005). *Código del trabajo*. Quito: Registro Oficial Suplemento 167.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Suplemento Nro 351.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2014). *Ley de Propiedad Intelectual*. Quito: Registro Oficial Suplemento 426.
- Asana. (2023). El Precio en Marketing Mix. <https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing>.
- Banco Mundial. (2025). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>
- BCE. (2024). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/Boletin01_TC.pdf
- BCE. (2025). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/estadisticas-economicas/>

- Braizat, R. (2018). *Teoría de la empresa*. Obtenido de https://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/5723/Raquel_examen_titulo_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y&fbclid=IwAR3mXBEffl6rxyZm9l9nBhIHgJnLvMnUeF0D1Nt5fk4EOUpbzKI89ho9Rps
- Brendon. (2023). Marketing Mix. https://www.mediummultimedia.com/marketing/cuales-son-las-4-teorias-del-marketing/#google_vignette.
- Briones, A., Quintana, P., & Jumbo, A. (2016). Relación beneficio - costo por tratamiento en la producción orgánica de las hortalizas .
- Cajahuanca Mayta, J. C., & Palomino Huachos, R. S. (2020). Plan de negocios de una empresa de fumigacion y desinfeccion - BioFuming. (*Tesis de Grado*). Universidad Científica del Sur, Lima - Peru. Obtenido de <https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/1521>
- Calderon, F., & Mojarovich, O. (2020). *Plan de negocios para la implementación de una residencia estudiantil para alumnos de la Universidad Católica San Pablo, Arequipa 2020. [Título Licenciado en Administración de Negocio, Universidad Católica de San Pablo]*. Repositorio Institucional, Arequipa. Obtenido de <https://repositorio.ucsp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/0823d9c9-8d20-4c1d-b619-896600df73a4/content>
- Camino, J. R. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Esic Editorial.
- Camino, R., & Garcillá, M. (2012). *Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid: Esic Editorial.
- Castillo. (2022). Plan Estratégico para la empresa AGP en Perú. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/62510980-b2b4-4637-8888-3544795711f9/content>.
- Castro, A. (2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/econ>

omia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf

Comunicare. (2021). Producto en Marketing Mix. <https://www.comunicare.es/que-es-el-producto-en-marketing-mix/>.

Congreso Nacional. (2014). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfendmkaj/<https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/este-es-10-LEY-DE-INQUILINATO-Leyes-conexas.pdf>

Congreso Nacional. (2014). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfendmkaj/<https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Ley-de-Propiedad-Intelectual.pdf>

Douglas, D. S. (2023). *Estudio de mercado*.

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Buenos Aires: Ediciones Granica SA. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FpvOL1kpfKoC&oi=fnd&pg=PA17&dq=Definici%C3%B3n+del+valor+comercial+del+bien+o+servicio+que+se+brindar%C3%A1,+de+tal+forma+que+sea+accesible,+rentable+y+competitivo.+El+precio+es+la+%C3%BAnica+de+las+variables+del>

Ecuador, P. N. (2023). *Inspección a Vehículos Blindados*. Obtenido de <https://www.policia.gob.ec/inspeccion-de-blindados/>

Edwards, R. D., Magee, J., & Bassetti, W. (2021). *Análisis técnico de las tendencias de los valores*. España: Profit Editorial.

Enemdu. (2025). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-enemdu/>

Escudero Serrano, M. J. (2013). *Gestión logística y comercial*. Mexico: Ediciones Paraninfo, SA. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zQv_AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=La+demand+insatisfecha+es+la+cantidad+de+un+producto+o+servicio+que+los+consumidores+est%C3%A1n+dispuestos+a+adquirir+en+el+mercado,+pero+que+no+pueden+adquirir+debido+a+diversos+fa

- Espinosa Viera, S. C. (2020). *Diseño del plan de negocios para la creación de "La Quinta" residencia estudiantil. [Título Magister en Administración de Empresas, Universidad Técnica de Cotopaxi]*. Repositorio Institucional, Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7424/1/MUTC-000891.pdf>
- Espitia, V. (2014). *Teoría general de la administración*. Obtenido de https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre1/11092015/teoriageneraladmin.pdf
- Estado, F. G. (2021). *Cifras de Robos*. Obtenido de <https://www.fiscalia.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Cifras-robo-corte08072021.pdf>
- Fabbro. (2020). Diseño y ejecución de una estrategia digital para la empresa Rex Auto Sales C.A. <http://repositoriodigital.uma.edu.ve:8080/jspui/handle/123456789/28>.
- Fernandez, F. J. (2017). *Estudio de mercado*. Mexico: CEEI. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yuskDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=El+estudio+de+mercado+es+un+an%C3%A1lisis+detallado+de+la+demanday+la+competencia+en+un+mercado+determinado.+Este+tipo+de+estudio+se+lleva+a+cabo+con+el+fin+de+obtener+informaci%C3%A>
- García Miranda, K. d., & Moyano Miranda, C. A. (2018). Situación financiera del presupuesto del gobierno central. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 2(16), 7-11.
- García Ramírez, M., & Lucena Valverde, M. (2018). Análisis Técnico de los mercados financieros del mediterráneo: España, Italia y Grecia. *Revista de Administración y Dirección de Empresas*(2), 90.
- García Uceda, M. (2008). *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC editorial.
- García, T. (2013). *Escuela de Administración de Empresas*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/899/1/75572.pdf>
- Goldratt. (2020). Teoría de las Restricciones. <https://jaimecotes.com/5-teorias-cientificas-aplicadas-al-marketing-digital/>.

- Guanoluisa Arequipa, L. H. (2021). *Estudio de factibilidad para la construcción de una residencia universitaria en el barrio Zumbalica del cantón Latacunga-Ecuador*. [Título de Maestría en Administración de Empresas, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Institucional, Latacunga, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8116/1/MUTC-001086.pdf>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 163-173. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hart, O. (2003). Una perspectiva económica sobre la teoría de la empresa.
- Hernández, P. M. (2011). *Estadísticas del cierre de empresas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Obtenido de https://handbook.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/ECONOMICAS_6/Contaduria_Publica/70%20sec%20chaires.pdf#page=158
- Jarama. (2023). Influencia del branding en la lealtad de marca de clientes de una empresa de blindaje automotriz, Lima, 2023. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/131555/Jarama_MFM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Jesús, Z. M. (2002). *Dadun*. Obtenido de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/6115/1/Marshall%20y%20la%20teor%C3%ADa%20econ%C3%B3mica.pdf>
- Kiuhan, M. (2017). *Gestión de mercados*. (F. U. Andina., Ed.) Bogotá: AREANDINA. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1178>
- Latam. (2023). Plaza en Marketing Mix. <https://www.marketeroslatam.com/p-de-plaza-en-marketing-estrategias-de-distribucion/>.
- León, A., López, C., Mesía, F., & Quintanilla, D. (2022). *Trabajo de investigación Instalación y administración de una residencia Universitaria en Piura*. [Título de Administración de empresas, Universidad Tecnológica de Perú]. Repositorio Institucional, Lima. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5651/A.Leon_

- C.Lopez_F.Mesia_D.Quintanilla_Trabajo_de_Investigacion_Maestria_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López. (2020). Precio en Marketing Mix.
<https://www.econfinados.com/post/marketing-mix-el-precio>.
- Macías. (2020). Análisis de la gestión administrativa de la empresa Tanter S.A. en la ciudad de Guayaquil.
<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/05211c4b-27ec-4c9c-a6b7-1054864b0892/content>.
- Martínez. (2020). Teoría de la Demanda. <https://marketinginfluencer.com/>.
- Mejia , Z. (2025). *Roastbrief*. Obtenido de
<https://roastbrief.com.mx/2025/03/informe-digital-2025-ecuador-2/>
- Mendez, R. A. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores*. Bogotá: Ecoe. Obtenido de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MBwuEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Los+proyectos+de+inversi%C3%B3n+surgen+de+la+identificaci%C3%B3n+de+necesidades+humanas+y+colectivas.+Los+estudios+que+s e+realizan+como+parte+del+proyecto+de+inversi%C3%B3n+son+eleme>
- Mendoza, J., & Véliz, M. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *ECA Sinergia*, 9(2), 69.
- Ministerio del Trabajo. (2024). Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/reglamento-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Miño Tomalá, A. P., & Montalvo Rodríguez, A. B. (Enero de 2018). *Creación de una empresa dedicada a prestar servicios de limpieza en el hogar como alternativa ante la contratación de empleadas domésticas*. Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.
- Molina, J., Oña, J., Tipán, M., & Topa, S. (2018). Análisis financiero en las empresas comerciales de Ecuador. *Universidad de las Fuerzas Armadas*, 5(1), 8-28.
- Navarro, H. (2005). *Manual para la evaluación de impacto de proyectos y programas de lucha contra la pobreza*. Chile: Cepal. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5605>
- Novelo, J. O. (2016). *Fundamentos de economía*. Mexico: Editorial Digital UNID.

- Osorio, S. (23 de Junio de 2023). *Bloomberg Línea*. Obtenido de [https://www.bloomberglinea.com/latinoamerica/ecuador/el-desempleo-en-ecuador-cayo-a-32-en-mayo-de-2023/#:~:text=Bloomberg%20L%C3%ADnea%20%E2%80%94%20La%20tasa%20de,Estad%C3%ADsticas%20y%20Censo%20\(INEC\).](https://www.bloomberglinea.com/latinoamerica/ecuador/el-desempleo-en-ecuador-cayo-a-32-en-mayo-de-2023/#:~:text=Bloomberg%20L%C3%ADnea%20%E2%80%94%20La%20tasa%20de,Estad%C3%ADsticas%20y%20Censo%20(INEC).)
- Parra Barrios, A. (2013). Valoración de empresas: métodos de valoración. *Contexto*, 84-100. Obtenido de <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/44>
- Pazmiño. (2020). Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de chalecos Airbag en la ciudad de Guayaquil. *UCSG - Universidad Católica Santiago de Guayaquil*, <http://201.159.223.180/handle/3317/15438>.
- Pérez. (2021). Propuesta de valor para un servicio posventa diferenciado en el sector automotriz. <https://pirhua.udep.edu.pe/items/03d5d672-0aff-4bfe-836c-0eda3fc4ff78>.
- Plusvalia. (2025). Obtenido de <https://www.plusvalia.com/propiedades/clasificado/vecltein-terreno-urbano-en-milagro-64740784.html>
- Público, C. O. (19 de Junio de 2017). *Asamblea Nacional* . Obtenido de <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/Código-Orgánico-de-Entidades-de-Seguridad-Ciudadana-y-Orden-Público.pdf>
- Puga, Y. (2022). *El lienzo de modelo de negocios o modelo canvas: herramienta para emprendedores*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/221/2213811033/>
- Reino Cuji, X. E. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una residencia estudiantil en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, periodo 2021. [Título de Licenciada en Finanzas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]*. Repositorio Institucional, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16217/1/22T0766.pdf>
- Restrepo, A. (2021). *Análisis del currículo de los cursos de fundamentos de economía, microeconomía y fundamentos de economía y microeconomía*

- con la teoría del productor*. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-51622021000200167#B12
- Reyes, B. (2018). *Teoría de la empresa*. Obtenido de https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/5723/Raquel_examen_titulo_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Ridge. (2023). Plaza en Marketing Mix. <https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-es-la-plaza-en-marketing-ejemplos/>.
- Rojas Lopez, M. D. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Rubio, F., & Jimenez, B. (2006). *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía*. Madrid: Esic Editorial.
- Salinas, C. (2015). Criterios para la toma de decisión de inversiones. *revista electrónica de investigación en Ciencias Económicas*, 109.
- Sanabria, S. Y. (2004). *Material de apoyo para el curso de historia del pensamiento empresarial*. Obtenido de <https://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2004/13077.pdf>
- Sanchez. (2000). *El sistema económico de León Walras*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/26442452_El_sistema_economico_de_Leon_Walras
- Serrano. (2020). Teoría Organizacional. <https://jaimecotes.com/5-teorias-cientificas-aplicadas-al-marketing-digital/>.
- Superintendencia de Compañía. (1999). *Asamblea Nacional del Ecuador*. Quito: Registro oficial 132.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguro. (2025). *Supercias*. Obtenido de Supercias: <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>
- Toro Espinoza, R. V. (2020). *Estudio de factibilidad para la implementación de un conjunto habitacional para los estudiantes que se educan en la Universidad Técnica del Norte*. [Título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio Institucional, Ibarra. Obtenido de

- <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11269/2/02%20ICA%201711%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- UAE. (2025). Obtenido de <https://www.uagraria.edu.ec/documentos/2025/Plan-Operativo-Anual-2025-Reformado.pdf>
- UNEMI. (2024). Obtenido de <https://www.unemi.edu.ec/index.php/2024/08/07/mas-de-70-000-estudiantes-iniciaran-clases-en-unemi/>
- Universidad Agraria del Ecuador. (2022). *Informe de Autoevaluación Universidad Agraria del Ecuador*. UAE. Obtenido de <https://www.uagraria.edu.ec/documentos/2023/INFORME-DE-AUTOEVALUACION-INSTITUCIONAL-I-Y-II-CICLO-2020-Y-2021.pdf>
- Universidad Estatal de Milagro. (2021). *Informe de Gestión Institucional UNEMI 2021*. UNEMI. Obtenido de <https://www.unemi.edu.ec/wp-content/uploads/2022/02/5.-Redaccion-del-Informe-de-Rendicion-de-Cuentas.pdf>
- Valencia, W. A. (08 de noviembre de 2011). <http://ateneo.unmsm.edu.pe>. Recuperado el 31 de 08 de 2021, de http://ateneo.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4365/industrial_d ata08v14n2_2011.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Vargas, M. y. (2021). Plan de negocio para la creación de una empresa de auto alarma que brinde seguridad a los vehículos. <https://repository.ucc.edu.co/items/091bbd97-ac55-480b-bbfe-5baf9b199051>.
- Vásquez. (2004). Teoría de la Demanda. https://files.uladech.edu.pe/docente/17975995/Microeconom%C3%ADa/Sesi%C3%B3n_2/Contenido%20de%20la%20sesi%C3%B3n%2002.pdf.
- Vergara Garcia, N. (1986). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: IICA. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6y6a-1nJQZcC&oi=fnd&pg=PA9&dq=libros+de+formulacion+de+proyectos&ots=XoJTkkYdGa&sig=XS_KR47Mp1AppSBCx8yQA8BF5TU#v=onepage&q&f=false

- Vicchi Silvestre, J. (2020). *Plan de negocios "MANSO"-Hostel y Residencia Universitaria. [Título de Licenciatura en Adiministración, Universidad Nacional de Cuyo]*. Repositorio Institucional, Cuyo. Obtenido de https://ddhh.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15718/plan-de-negocio-manso-hostel-r.pdf
- Viera, E. (2020). *Diseño del plan de negocios para la creación de "La Quinta" residencia estudiantil*. Obtenido de https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7424/1/MUTC-000891.pdf?fbclid=IwAR3ACnEI9J8i7CZ3_zldT7N9MRv21hQCc3-jEmiqTJHkRX4O6F2SS4YOKtg
- Villavicencio, J. (2025). Estudio de factibilidad para la construcción de la residencia estudiantil "Cotopaxi Student Eco House" Citacion sugerida:. *RIEMAT*, 10 - 28. doi:<https://doi.org/10.33936/riemat.v8i2.6421>
- Zendesk. (2021). Teoría del Marketing. <https://www.zendesk.com.mx/blog/teorias-comportamiento-consumidor/>.

ANEXOS

Anexo N.º 1. Operacionalización de Variables

Variables Decisorias	Definición	Tipo de Medición e Indicador	Técnicas de Tratamiento de la Información	Resultados esperados
Valor Actual Neto	Es una herramienta que presenta los beneficios que surgen después de cubrir la inversión inicial durante el periodo proyectado, de esta manera se puede evidenciar la rentabilidad del proyecto.	Indicador financiero de medición cuantitativa	Mediante el flujo efectivo y la tasa de descuento.	VPN > 0 el proyecto será rentable. VPN = 0 el proyecto no generará beneficios ni pérdida. VPN < 0 el proyecto generará pérdidas.
Tasa Interna de Retorno	Indica el porcentaje de ganancia obtenido a partir de una inversión.	Indicador financiero de medición cuantitativa	Mediante el flujo de caja y el monto de inversión.	TIR < TMAR Proyecto Viable

Payback	Evalúa el tiempo que requiere una inversión para recobrar su costo inicial mediante los flujos de efectivo que produce.	Indicador financiero de medición cuantitativa	Mediante la inversión inicial y el flujo de caja.	Conocer el periodo necesario para recuperar la inversión realizada en el proyecto.
---------	---	---	---	--

Anexo N.º 2. Cronograma de Actividades

Anexo N.º 3. Encuesta**Estudio de Mercado para la Creación de una Residencia Universitaria en Milagro**

- 1. ¿A qué género pertenece usted?**
 - Femenino
 - Masculino
- 2. ¿Qué edad tiene?**
 - 18 a 20 años
 - 21 a 24 años
 - Mayor a 25 años
- 3. ¿De qué provincia proviene usted?**
 - Guayas
 - Manabí
 - Santa Elena
 - Los Ríos
 - Otros
- 4. ¿Usted para estudiar en Milagro viaja todos los días o se aloja en el cantón Milagro?**
 - Viajo todos los días
 - Me hospedo en el cantón Milagro
- 5. ¿Desde su llegada a Milagro qué tipo de alojamiento tiene?**
 - Casa de familiares
 - Departamento
 - Alquiler de cuarto
 - Otros
- 6. ¿Qué aspectos considera importante al momento de elegir el tipo de alojamiento?**
 - Comodidad
 - Precio
 - Seguridad
 - Calidad del servicio
 - Lugar y tamaño de localización
- 7. ¿Quién cubre los gastos de su hospedaje durante su periodo académico?**
 - Padre
 - Madre
 - Padre y madre
 - Tíos/as
 - Otros
- 8. ¿Qué tipo de ingreso reciben sus padres?**
 - Bajo (< \$215)
 - Medio (\$215 – \$560)
 - Alto (> \$560)
- 9. ¿Cuántos días a la semana permanece usted en Milagro por motivos de estudio?**
 - 1 a 2 días
 - 3 a 4 días

- 5 a 6 días
 - Toda la semana (incluye fines de semana)
- 10. ¿Durante cuántos meses al año permanece en Milagro?**
- Menos de 3 meses
 - De 3 a 6 meses
 - De 6 a 9 meses
 - Todo el año académico
- 11. ¿Qué tan satisfecho/a está con su alojamiento actual?**
- Muy satisfecho/a
 - Satisfecho/a
 - Poco satisfecho/a
 - Nada satisfecho/a
- 12. ¿Cuál es el principal problema que enfrenta actualmente con su alojamiento?**
- Precio elevado
 - Falta de seguridad
 - Lejanía de la universidad
 - Poca comodidad
 - Falta de servicios básicos
 - No tengo problemas
- 13. ¿Qué otros servicios adicionales valorarían en una residencia universitaria?**
- Comedor / alimentación
 - Lavandería
 - Vigilancia 24/7
 - Actividades recreativas
 - Transporte hacia la universidad
- 14. ¿Recomendaría una residencia universitaria a otros estudiantes de su provincia?**
- Sí
 - No
- 15. ¿Conoce usted alguna residencia universitaria en Milagro?**
- Sí
 - No
- 16. ¿Cree usted que es necesaria la creación de una residencia universitaria para alojar a estudiantes de otras provincias?**
- Sí
 - No
- 17. ¿Prefiere una residencia con habitaciones individuales o compartidas?**
- Habitación individual
 - Habitación compartida
 - No tengo preferencia
- 18. ¿Qué tarifa estaría dispuesto a pagar mensualmente?**
- \$150
 - \$250
 - \$350

19. ¿Qué precio estaría dispuesto(a) a pagar por el tipo de habitación que prefirió anteriormente?

Habitación individual

- \$150
- \$250
- \$350

Habitación compartida

- \$100
- \$150
- \$200

20. ¿Estaría usted dispuesto a hospedarse en nuestra residencia?

- Sí
- No

21. ¿Qué servicios considera esenciales en una residencia estudiantil?

- Conexión a internet
- Servicio de limpieza
- Áreas comunes de estudio
- Baños en cada habitación

22. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuestra residencia universitaria?

- Redes sociales
- Medios escritos
- Radio
- Televisión

APÉNDICES

Apéndice N.º 1. Nómina

Nomina Completa									
			base/12	S. Básico/12	8,33%	24	11,15%	9,45%	
Cargo	Cant	Sueldo Base	13vo	14vo	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Aporte Personal	Total
Gerente General	1	\$1.300,00	\$108,33	\$39,17	\$108,29	\$54,17	\$144,95	\$122,85	\$1.754,91
Administrador de Residencia	1	\$800,00	\$66,67	\$39,17	\$66,64	\$33,33	\$89,20	\$75,60	\$1.095,01
Auxiliar de limpieza	4	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58	\$52,41	\$44,42	\$2.637,89
Guardia de seguridad	2	\$600,00	\$50,00	\$39,17	\$49,98	\$25,00	\$66,90	\$56,70	\$1.662,09
Técnico de mantenimiento	2	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58	\$52,41	\$44,42	\$1.318,95
Asistente administrativa	1	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58	\$52,41	\$44,42	\$659,47
Responsable de marketing	1	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58	\$52,41	\$44,42	\$659,47
Atención al cliente	2	\$470,00	\$39,17	\$39,17	\$39,15	\$19,58	\$52,41	\$44,42	\$1.318,95
Total	14	\$ 5.050,00	\$ 420,83	\$ 313,33	\$ 420,67	\$ 210,42	\$ 563,08	\$ 477,23	\$11.106,73

Elaborado por: La Autora, 2026

Apéndice N.º 2 Nómina

Anual									
Cargo	Cant	Sueldo Base	13vo	14vo	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Aporte Personal	Total
Gerente General	1	\$15.600	\$1.300	\$470	\$1.299,48	\$650,00	\$1.739,40	\$1.474,20	\$21.058,88
Administrador de Residencia	1	\$9.600	\$800	\$470	\$799,68	\$400,00	\$1.070,40	\$907,20	\$13.140,08
Auxiliar de limpieza	4	\$5.640	\$470	\$470	\$469,81	\$235,00	\$628,86	\$532,98	\$31.654,69
Guardia de seguridad	2	\$7.200	\$600	\$470	\$599,76	\$300,00	\$802,80	\$680,40	\$19.945,12
Técnico de mantenimiento	2	\$5.640	\$470	\$470	\$469,81	\$235,00	\$628,86	\$532,98	\$15.827,34
Asistente administrativa	1	\$5.640	\$470	\$470	\$469,81	\$235,00	\$628,86	\$532,98	\$7.913,67
Responsable de marketing	1	\$5.640	\$470	\$470	\$469,81	\$235,00	\$628,86	\$532,98	\$7.913,67
Atención al cliente	2	\$5.640	\$470	\$470	\$469,81	\$235,00	\$628,86	\$532,98	\$15.827,34
Total	14	\$60.600	\$5.050	\$3.760	\$ 5.047,98	\$ 2.525,00	\$ 6.756,90	\$ 5.726,70	\$ 133.280,80

Elaborado por: La Autora 2026

Apéndice N.º 3. Flujo de Caja

Detalle	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 749.890,83	\$ 798.924,80	\$ 851.169,88	\$ 906.836,60	\$ 966.149,28
Costos de producción		\$ -13.000,00	\$ -13.626,60	\$ -14.283,40	\$ -14.971,86	\$ -15.693,51
Gastos de ventas		\$ -4.440,00	\$ -4.654,01	\$ -4.878,33	\$ -5.113,47	\$ -5.359,94
Gastos de administración		\$ -212.300,80	\$ -222.533,70	\$ -233.259,82	\$ -244.502,95	\$ -256.287,99
Gastos Financieros		\$ -41.955,00	\$ -35.953,37	\$ -28.942,29	\$ -20.751,43	\$ -11.181,63
Otros Gastos		\$ -13.000,00	\$ -13.626,60	\$ -14.283,40	\$ -14.971,86	\$ -15.693,51
Depreciación		\$ -54.183,40	\$ -54.183,40	\$ -54.183,40	\$ -52.170,40	\$ -52.170,40
UAP		\$ 411.011,63	\$ 454.347,13	\$ 501.339,24	\$ 554.354,63	\$ 609.762,32
15% participación a trabajadores		\$ (61.651,74)	\$ (68.152,07)	\$ (75.200,89)	\$ (83.153,19)	\$ (91.464,35)
UAI		\$ 349.359,88	\$ 386.195,06	\$ 426.138,35	\$ 471.201,43	\$ 518.297,97
Impuestos /25%		\$ (87.339,97)	\$ (96.548,77)	\$ (106.534,59)	\$ (117.800,36)	\$ (129.574,49)
UDI		\$ 262.019,91	\$ 289.646,30	\$ 319.603,76	\$ 353.401,08	\$ 388.723,48
Depreciación		\$ 54.183,40	\$ 54.183,40	\$ 54.183,40	\$ 52.170,40	\$ 52.170,40
Inversión inicial en Activos Fijos	\$ (1.815.100,00)					
Inversión inicial en Activos Diferidos	\$ (5.100,00)					
Préstamo recibido	\$ 250.000,00					
Amortización		(\$ 35.801,74)	(\$ 41.803,38)	(\$ 48.814,46)	(\$ 57.005,31)	(\$ 66.575,11)
Capital de trabajo	(\$ 294.740,80)					
Valor Residual						\$ 1.548.209,00
Flujo de caja	\$ (1.864.940,80)	\$ 280.401,57	\$ 302.026,32	\$ 324.972,71	\$ 348.566,16	\$ 1.922.527,76
Flujo descontado	\$ (1.864.940,80)	\$255.374,84	\$ 250.518,68	\$245.493,43	\$ 239.814,74	\$1.204.650,10
Flujo descontado acu	\$ (1.864.940,80)	\$ (1.609.565,96)	\$ (1.359.047,29)	\$ (1.113.553,86)	\$ (873.739,12)	\$ 330.910,97

Elaborado por: La Autora, 2026