

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RESIDENCIA
UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA MUYUNA, SECTOR
ATACAPI**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como
requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior de en
Administración.

AUTORA: Ana Natividad Yánez Castillo

DIRECTORA: Lcda. Tania Angélica Alvarado Shiguango

Tena - Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

LCDA. TANIA ANGÉLICA ALVARADO SHIGUANGO
DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Directora del Trabajo de Integración Curricular denominado:
PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE RESIDENCIA
UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA MUYUNA, SECTOR ATACAPI,
de autoría de la señora **ANA NATIVIDAD YÁNEZ CASTILLO**, con CC.
1500574452, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración
del Instituto Superior Tecnológico Tena, **CERTIFICO** que se ha realizado la
revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de
forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 12 de diciembre del 2022



Firmado electrónicamente por:
TANIA ANGELICA
ALVARADO SHIGUANGO

Lcda. Tania Angélica Alvarado Shiguango
DIRECTORA

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 01 de febrero de 2023

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Integración Curricular denominado: **PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA MUYUNA, SECTOR ATACAPI**, presentado por **ANA NATIVIDAD YÁNEZ CASTILLO**, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;



Firmado electrónicamente por:
**CARINA ELIZABETH
MENDOZA VERGARA**

Econ. Carina Elizabeth Mendoza Vergara
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**CARLOS VINICIO
GUERRERO LLIGUIN**

Mg. Carlos Vinicio Guerrero Lliguin
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**OSWALDO PATRICIO
BONIFAZ VALLEJO**

Mg. Oswaldo Patricio Bonifaz Vallejo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, **ANA NATIVIDAD YÁNEZ CASTILLO**, declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA MUYUNA, SECTOR ATACAPI**, y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de esta.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR:

ANA NATIVIDAD YÁNEZ CASTILLO

CÉDULA: 1500574452

FECHA: Tena, 03 de febrero 2023

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Yo, ANA NATIVIDAD YÁNEZ CASTILLO, declaro ser la autora del Trabajo de Integración Curricular titulado: **PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA MUYUNA, SECTOR ATACAPI**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 03 de febrero del 2023, firma el autor.

AUTOR: Ana Natividad Yánez Castillo

FIRMA:

CÉDULA: 1500574452

DIRECCIÓN: Av. Simón Bolívar # 277 y García Moreno

CORREO ELECTRÓNICO: ana.yanez@est.itstena.edu.ec

TELÉFONO: 062310487 **CELULAR:** 0982309317

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: Lcda. Tania Angélica Alvarado Shiguango

TRIBUNAL DEL GRADO:

Econ. Carina Elizabeth Mendoza Vergara (Presidente).

Mg. Carlos Vinicio Guerrero Lliguin (Miembro).

Mg. Oswaldo Patricio Bonifaz Vallejo (Miembro).

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico a mis amados hijos, a mi compañero de vida, a mis queridos padres, hermanos, y apreciados sobrinos, porque ustedes han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio, han sido mis guías.

Gracias por ser quiénes son y por creer en mí

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y al personal que integran el Instituto Superior Tecnológico Tena, por abrirme las puertas de esta noble institución y haberme permitido formarme y en ella, a todas las personas que fueron partícipes de este proceso.

De igual manera a mis queridos Docentes, quienes con su enseñanza y sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad; así mismo quiero agradecer a mi directora del Trabajo de Investigación Curricular principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

Finalmente agradecer a mis queridos compañeros, con quienes compartí momentos de alegría y tristeza en este proceso de formación superior,

ÍNDICE GENERAL

Contenido

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	iii
AUTORÍA	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
A. TÍTULO	1
RESUMEN	2
ABSTRACT.....	4
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA.....	5
2.1 Necesidad	5
2.2 Actualidad	6
2.3 Importancia.....	7
2.4 Presentación del Problema de Investigación:.....	8
2.5. Árbol de Problemas	8
2.6 Delimitación	9
2.6.1 Delimitación Espacial.....	9

2.6.2 Delimitación Temporal.....	9
2.7 Beneficiarios.....	9
2.7.1 Directos.....	9
2.7.2 Indirecto.....	9
C. OBJETIVOS	10
3.1 Objetivo General	10
3.2. Objetivos Específicos.....	10
D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS	11
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	17
5.1 Estudio de economía de mercado.....	17
5.1.1. Oferta	18
5.1.2. Población.....	21
5.2 Servicio al cliente	23
5.2.1 Estrategias	23
5.2.2. Plan para la implementación de servicios complementarios	24
5.3 Marco Legal	25
5.4 Marco Conceptual	29
F. METODOLOGÍA.....	31
6.1 Materiales / equipos	31
6.1.1. Equipos	31
6.1.2. Materiales	32
6.2 Ubicación del Área de estudio	32
6.2.1 Población	33
6.2.2. Muestra	33
6.3 Tipo de investigación	34
6.3.1. Por la mayor o menor manipulación de variables	34

6.3.2. Por la naturaleza de los datos - Enfoque	35
6.3.3. Según el tipo de inferencia - Método	35
6.3.4. Técnica / Instrumento	37
6.4 Metodología para cada objetivo	39
6.4.1. Objetivo 1: Realizar un estudio de economía de mercado para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi. 39	
6.4.2. Objetivo 2: Determinar la factibilidad para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.....	41
G. RESULTADOS.....	44
7.4.1. Realizar un estudio de economía de mercado para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi. 44	
7.4.2. Determinar la factibilidad para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi	48
7.4.3. Resultados del Objetivo 3	61
H. CONCLUSIONES	73
I. RECOMENDACIONES	75
J. BIBLIOGRAFÍA	76
Bibliografía	76
K. ANEXOS	80

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz Asignaturas Integradoras	12
Cuadro 2: Metodología objetivo 1	39
Cuadro 3: Metodología objetivo 2	41
Cuadro 4: Metodología Objetivo 3	42
Cuadro 6: Orgánico funcional.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas	8
Figura 2: Jerarquización de variables	17
Figura 3: Ubicación Residencia Universitaria	32
Figura 4: Matriz FODA.	40
Figura 5: Análisis FODA	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género encuestados	48
Tabla 2: Edad	49
Tabla 3: Lugar de Residencia	50
Tabla 4: Residencia cercana a su lugar de estudio.	51
Tabla 5: Tipo de ambiente de la habitación para su residencia.	52
Tabla 6: Desearía que su habitación sea.	53
Tabla 7: Valor a pagar mensualmente por una habitación.	54
Tabla 8: Servicios complementarios.	56
Tabla 9: Qué servicio desea en la residencia universitaria con costo adicional.	57
Tabla 10: Existen tras residencia universitaria cercano a la	58
Tabla 11: Tipo de publicidad de la residencia universitaria a través de.	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género	48
Gráfico 2: Edad	49
Gráfico 3: Lugar de Residencia	51
Gráfico 4: Le gustaría que su residencia este cercana a su lugar de estudio	52
Gráfico 5: Cómo le gustaría la habitación para su residencia.....	53
Gráfico 6: Desearía que su habitación sea	54
Gráfico 7: Pago por habitación.	55
Gráfico 8: Servicios complementarios.....	56
Gráfico 9: Tipo de servicios adicionales.....	57
Gráfico 10: Residencias cercanas a Ikiam	58
Gráfico 11: Sugiere usted tal vez publicidad de la residencia universitaria a través de.....	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Oficio petición población estudiantes IKIAM	81
Anexo 2: Respuesta IKIAM	82
Anexo 3: Encuesta aprobada.....	83

A. TÍTULO

**PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RESIDENCIA
UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA MUYUNA, SECTOR ATACAPI.**

RESUMEN

El proyecto tiene como objetivo el desarrollo de un plan para la implementación (servicios) de una residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi, que busca satisfacer la necesidad de estudiantes universitarios provenientes de varios puntos del país, que se encuentran cursando el proceso académico en la Universidad Regional Amazónica Ikiam.

Con los antecedentes se establece el planteamiento del problema y su correspondiente formulación, el desarrollo de la fundamentación teórica se establece por definición de conceptos científicos, la elaboración del plan para la implementación de la residencia, su misión, visión, objetivos, estrategias, con la aplicación encuesta a 313 estudiantes de la universidad Regional Amazónica Ikiam, muestra calculada de una población de 1.683 estudiantes, en la que manifiestas su deseo por una residencia cercana al lugar de estudio; con habitación de un solo ambiente (baño privado y mesón para cocina); habitación sencilla amoblada con un costo de USD 120,00, con servicio de lavandería, sugieren realizar la publicidad en medios no tradicionales (redes sociales), con un enfoque investigativo cuantitativo, de tipo descriptivo y no experimental, con estrategias idóneas, con un análisis situacional, estrategias comerciales, para lograr los objetivos y el posicionamiento en el mercado de Tena, y así fidelizar a los clientes.

Palabras clave: estudiantes, redes sociales, estrategias, plan, residencia, universitaria.

ABSTRACT

The main objective of these project is the development of a plan for the implementation (services) of a university house located in the Muyuna – Atacapi, which seeks to satisfy the needs of university students from different parts of the country, who are studying the academic process at the Ikiam Amazon Regional University.

According to the background, the problem statement and its corresponding formulation are established, the development of the theoretical foundation is established by definition of scientific concepts, the elaboration of the plan for the implementation of the residency, its mission, vision, objectives, strategies, with the survey application to 313 students from the Ikiam Amazon Regional University, a calculated sample of a population of 1,683 students, in which they express their desire for a residence near the place of study; with a single room (private bathroom and kitchen counter); single furnished room with a cost of USD 120.00, with laundry service, suggests advertising in non-traditional media (social networks), with a quantitative, descriptive and non-experimental investigative approach, with suitable strategies, with an analysis situational, commercial strategies, to achieve the objectives and positioning in the Tena market, and thus build customer loyalty.

Keywords: students, social networks, strategies, plan, residence, university.

Reviewed by



Lcda. Carmen Gutiérrez Heras, Mg.

Languages Center Coordinator - ISTT

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Necesidad

En Ecuador, la primera residencia universitaria fue la Residencia Universitaria Ilinizas en Quito en el año 1.957, instalada por doctor Juan Larrea Holguín y el sacerdote José Giner Puche.

En 1959 una persona desprendida concedió un amplio terreno, donde sigue funcionando la Residencia., aunque en aquel tiempo resultaba un algo lejano del área urbana de la Ciudad

El arquitecto Luis Borobio realizó el diseño arquitectónico de la nueva casa, además concedió a la residencia diversas pinturas de su autoría, siendo la obra más recordada por los antiguos y nuevos residentes será la imagen del cazador (casi a tamaño natural) ubicada en las escaleras, y que ahora se la reprodujo idéntica en el segundo piso de la nueva sede.

En esa casa se entabló la costumbre de traer a ilustres invitados para que dicten una conferencia, seminarios, a gente de la política, a deportistas, a profesionales del mundo de la comunicación, tanto para actividades culturales, como para pasar un rato ameno de tertulia. La residencia comenzó desde sus inicios a llenar su libro de visitas; con el pasar de los años se construyeron nuevas habitaciones, un auditorio nuevo y otras instalaciones más. Para tales menesteres, la parte posterior del terreno fue vendida y urbanizada.

La primera casa fue demolida con la finalidad de construir una nueva sobre el mismo terreno y poder hospedar a más gente y brindarles un espacio más cómodo.

En marzo de 1994, dentro de una emotiva celebración, se puso la primera piedra de la nueva Residencia Ilinizas; en la actualidad, después de 50 años de

grata historia, existe la gran casa Ilinizas, más sólida y con más trayectoria de todo Quito.

Actualmente la Residencia está dirigida por la Corporación de Cultura Ilinizas, establecimiento sin fines de lucro que busca formar jóvenes universitarios para que sobresalgan por sus cualidades académicas, humanas y espirituales. La formación humana y espiritual de la Residencia está confiada a la Prelatura del Opus Dei. (Residencia Universitaria Ilinizas, s.f.)

Atacapi es un sector alejado de la ciudad de Tena, ubicada a 7 kilómetros de la urbe. Lugar donde los habitantes son en su mayoría kichwas y sus residencias son pequeñas de construcción mixta o madera y poseen como servicios básicos solo el agua potable y la luz.

Los estudiantes que asisten a este centro de estudios en la Universidad IKIAM tienen dificultad en encontrar una residencia cercana, que les provea de múltiples servicios que facilite y sea más llevadera su permanencia durante sus estudios superiores y se ven obligados a residir en el centro de la ciudad.

A lo cual se ve la necesidad de implementar servicios elementales como muebles, áreas sociales, internet, televisión, alimentación, servicios de lavado, aseo del área, seguridad, servicios, etc. La residencia en la que se va a implementar los servicios es de construcción mixta, cuenta con doce habitaciones, cada una con baño privado, mesón para cocina y servicios básicos, tiene un avalúo municipal de USD 18.698,51, situada a kilómetro y medio de la universidad Ikiam.

2.2 Actualidad

Según estudios realizados por la Universidad IKIAM; se obtienen cifras que este centro de estudios cuenta con gran afluencia de estudiantes, que año tras año ha venido incrementándose y actualmente cuenta con 1.683 estudiantes, de los cuales el 44,24% son de la Amazonía y el 55,76% son foráneos, siendo así, la universidad inicia sus actividades académicas con 150 estudiantes. (Ikiam, 2019).

A pesar de haber transcurrido 8 años desde que la Universidad IKIAM abriera sus puertas a la población estudiantil, en la actualidad los estudiantes que vienen de otros lugares del Ecuador para cursar sus estudios no encuentran habitaciones que les proporcione múltiples servicios para su confort en el sector Atacapi en la parroquia Muyuna.

Por lo tanto, se ven obligados a residir lejos de su lugar de estudio y viajar todos los días implicando en gastos extras para cada estudiante; es por cual surge la necesidad de implementar servicios complementarios como muebles, áreas sociales, internet, televisión, alimentación, servicios de lavado, aseo del área, seguridad, etc.

2.3 Importancia

La elaboración de un Plan para la implementación de una residencia universitaria, radica en la importancia de realizar un Estudio de Economía de Mercado, dónde establece la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada, con el que se determinará la factibilidad de la implementación de residencia universitaria con servicios complementarios como muebles, áreas sociales, internet, televisión, alimentación, servicios de lavado, aseo del área, seguridad, etc., facilitando la vida de los universitarios y las relaciones entre los mismos para mayor comodidad, calidad, a costos accesibles, además, este tipo de alojamiento ofrecerá grandes ventajas como garantizar la privacidad y la seguridad de las pertenencias de cada residente.

2.4 Presentación del Problema de Investigación:

En la ciudad de Tena, sector Atacapi, se encuentra la Universidad Regional Amazónica Ikiam, la cual labora en modalidad presencial, siendo el principal motivo por el cual muchos jóvenes que han culminado sus estudios de

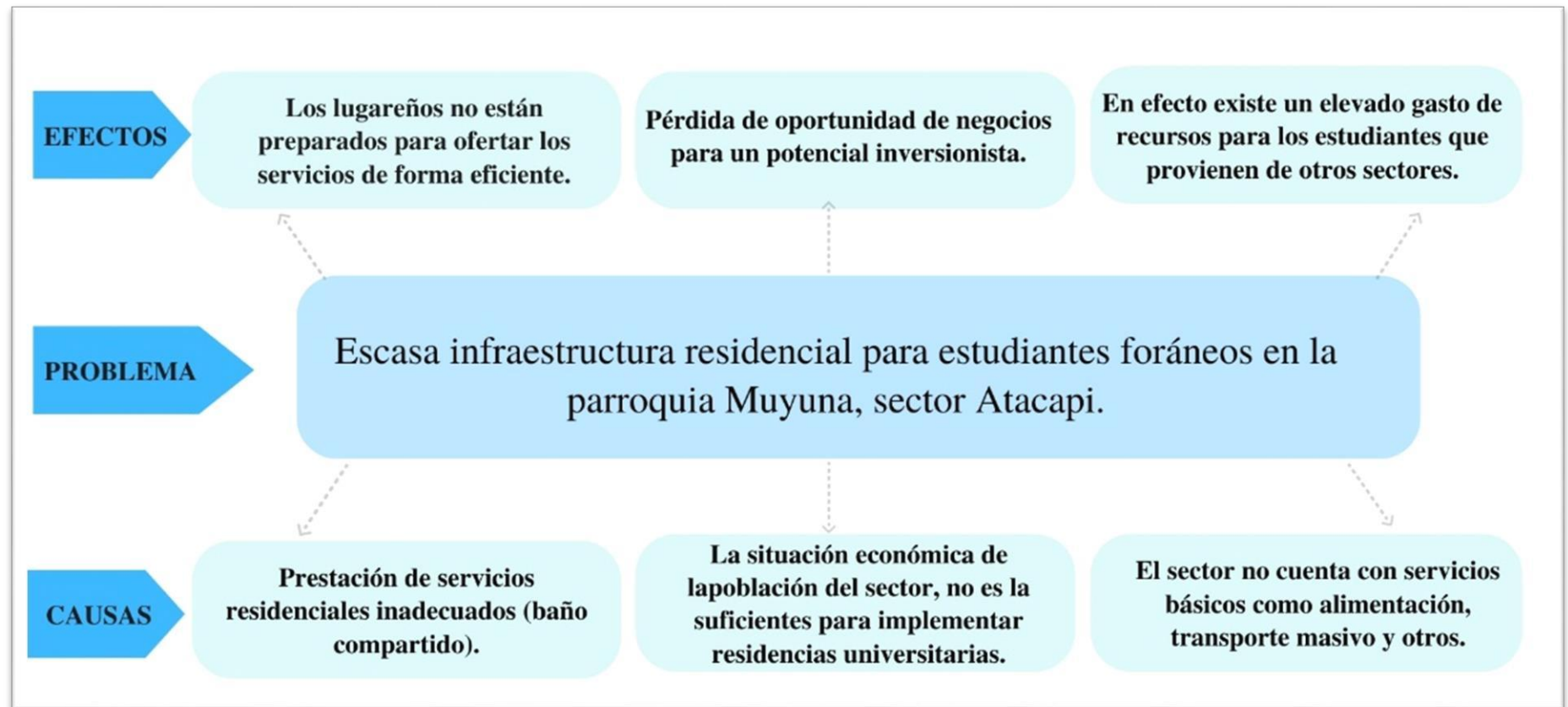
bachillerato, se ven en la necesidad de trasladarse hasta la capital provincial, con la expectativa de acceder a estudios universitarios y lograr el tan anhelado sueño de obtener un título de tercer nivel, la problemática del sector es que no existe infraestructura residencial para temas de arrendamientos, lo que genera gastos de transporte en los estudiantes, por lo que se adecúa la residencia existente con servicios complementarios para ofertar como residencia para alojamiento de estudiantes.

Sin embargo en la parroquia Muyuna, sector Atacapi dónde funciona la Universidad IKIAM, mediante experiencia propia en el sector, llegué a la conclusión que existen escasos inmuebles poco adecuados que se ofertan en arriendo, como pequeños cuartos, casa de familiares o viviendas de amigos, los mismos que no disponen de las condiciones necesarias en calidad de alojamiento para la comodidad y buen desenvolvimiento como estudiantes; como lo es un departamento adecuado, muebles, áreas sociales, internet, televisión, alimentación, servicios de lavado, aseo del área, seguridad, que permitan una estancia satisfactoria en un corto a largo plazo durante su etapa de formación como profesional, causa por la cual surge la premura de establecer un lugar apropiado donde se pueda contar con una estancia cómoda que además cuente con servicios complementarios, satisfactorios, confortables, flexibles a precios accesibles a su economía.

2.5. Árbol de Problemas

El árbol de problemas es una forma o técnica que expresa de manera grafica los problemas identificados a resolver

Figura 1: Árbol de problemas



2.6 Delimitación

2.6.1 Delimitación Espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Muyuna

Comunidad: Atacapi

Emprendimiento: Implementación de servicios complementarios en residencia para estudiantes.

2.6.2 Delimitación Temporal

El trabajo de investigación se desarrolló en el ciclo académico Mayo - Octubre 2022.

2.7 Beneficiarios

2.7.1 Directos

- Propietario de residencia
- Comunidad del sector

2.7.2 Indirecto

- Estudiantes universitarios del Ikiam

C. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Presentar un plan para la implementación de una Residencia Universitaria en la Parroquia Muyuna, sector Atacapi.

3.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de economía de mercado para la implementación de la residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.
- Determinar la factibilidad para la implementación de la residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.
- Elaborar un plan para la implementación de la residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi,

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Para el desarrollo del trabajo de integración curricular se ha considerado apoyarse en las siguientes metodologías de estudios que contempla la malla curricular de la carrera de administración

La matriz que se visualiza a continuación forma parte de las técnicas metodológicas, mismas que serán aplicadas dentro de la unidad académica, igualmente la estructuración de lo aquí mencionado responde a la necesidad de precisar soluciones científicas a las dificultades que los estudiantes se enfrentan en el transcurso de su instrucción pedagógica, así como la instrumentación de herramientas para los estudiantes para crear una lluvia de ideas que sean relevantes a la comunidad a servir.

Cuadro 1: Matriz Asignaturas Integradoras

MATRIZ ASIGNATURAS INTEGRADORAS				
Línea			D	I N
de			I	D
Investigación	Asignaturas	Resultados de Aprendizaje	R	I
			E	R
			C	E
			T	C
			A	T
				A
Aseguramien to de la Calidad de las Empresas públicas y privadas	Formulación y Evaluación de proyectos	• Construir y analizar el estudio de mercado a fin de poder conocer los oferentes, y demandantes, de un bien o servicio, aplicando las técnicas cuantitativas y cualitativas, para poder determinar la demanda insatisfecha. • Identificar y proponer el tamaño adecuado y la mejor localización del proyecto de inversión acorde al entorno que le rodea con el fin de generar una opción válida para el proyecto. • Realizar un estudio organizacional, administrativo y legal del entorno empresarial para conocer y asumir con responsabilidad los factores internos y externos que afectan el desarrollo de las actividades, a través del diseño organigramas acorde a las necesidades administrativas de proyectos de inversión • Efectuar un estudio financiero a fin formular estrategias y evitar riesgos que afecten la estabilidad económica de la empresa apoyado en indicadores financieros.	X	

Economía Empresarial	Metodología de la Investigación	• Desarrollar un proyecto de inversión desde su concepción hasta su última etapa con el objetivo de establecer la factibilidad económica y construir propuestas de inversión. • Formula la solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.	X
	Comercio Electrónico	• Determina y analizar los fundamentos del comercio electrónico, de la actividad empresarial que exigen en el entorno del negocio virtual a fin generar oportunidades de negocio en el ámbito global con la ayuda de las Tics. • Define y propone seguridad y ética en los negocios por medios virtuales siempre amparado en el uso de las normas de comercio electrónico existentes en el mercado.	X
	Investigación de Mercado	• Identifica el aporte de la investigación de mercado en las diferentes decisiones de las organizaciones de manera eficiente.	X
	Planificación Estratégica	• Analizar la importancia, características y componentes de la Planificación, su trayectoria y desarrollo alcanzado, diagnostica la situación actual de las organizaciones en sus procesos de Planificación Estratégica direccionamiento alcanzado y requerimiento para su crecimiento.	X
	Microeconomía	• Analizar el comportamiento de los mercados, su equilibrio y desequilibrio en el contexto de la realidad nacional.	X
	Macroeconomía	• Análisis de la oferta y demanda agregada, variables económicas, elaboración de	X

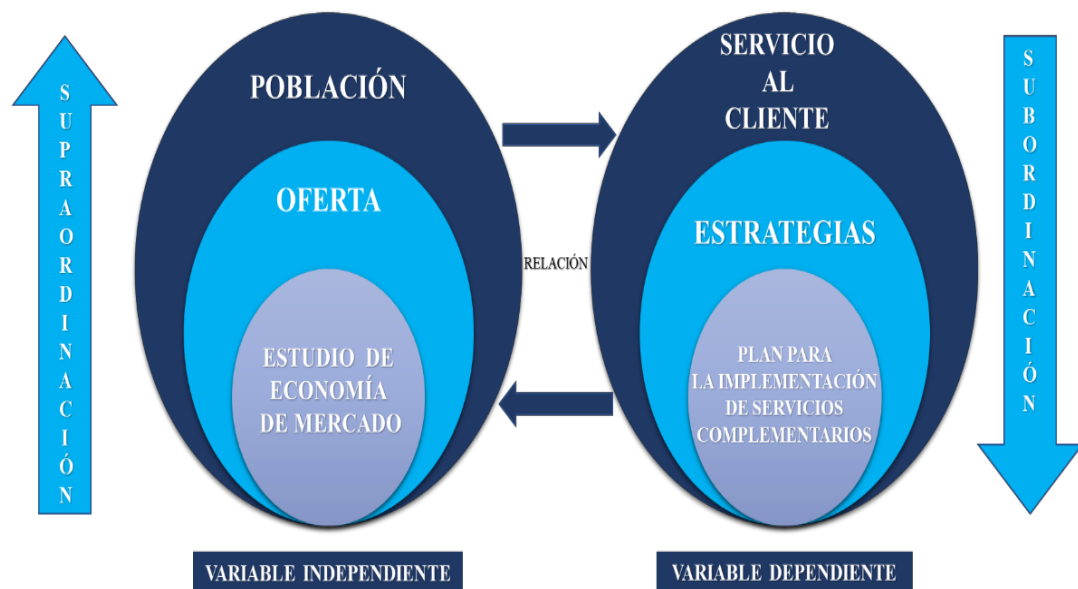
	flujogramas económicos, cálculo de la matriz insumo-producto en una matriz simplificada.	
Administración de la Producción	• Interrelacionar la naturaleza y contexto de la Administración de la Producción y Operaciones desde sus orígenes y su proyección al futuro de acuerdo con teorías existentes para su mejor comprensión y entendimiento. • Identificar que es un producto, su ciclo de vida, como este se descompone con el propósito de estudiar las diferentes clases de producción que se dan en una empresa.	X
Matemática Financiera	• Determinar el Interés simple, Interés compuesto y sus aplicaciones en la liquidación de documentos financieros, endeudamiento e inversiones a corto, mediano y largo plazo.	X
Métodos Estadísticos	• Describir los datos estadísticos con el fin de presentar la información en forma de resumen por medio de tablas y gráficos.	X
Presupuesto	• Identificar los principios financieros revisados en clases de manera que pueda aplicarlos en diferentes escenarios de tomas de decisiones. • Interpretar los cuatro estados financieros básicos y utilizarlos para emplear herramientas de evaluación histórica. • Calcular e interpretar razones financieras como herramientas de tomas de decisiones. • Demostrar estados financieros para realizar procesos de planificación y control.	X
Gestión	• Identificar la normativa vigente en el Ecuador, como también las sanciones que	X

Tributaria	conlleva el incumplimiento de sus obligaciones tributarias con el fin de dar soluciones oportunas a problemas tributarios basados siempre en la ley de Régimen Tributario Interno. • Presentar solicitudes de devolución de impuestos por pagos indebidos ya sea IVA e Impuesto a la Renta, cumpliendo los requisitos establecidos para la obtención íntegra y en el menor tiempo posible los valores considerados.	
Estadística Inferencial	• Aplicar técnicas estadísticas que permitan obtener datos confiables para analizar los resultados que contribuyan a la toma de decisiones para la organización.	X
Liderazgo y Emprendimiento	• Distinguir los componentes de un estilo de liderazgo centrado tanto en logro de las tareas como en la calidad de las relaciones entre los integrantes del equipo con elevado grado de responsabilidad. • Construir estrategias y técnicas que le permitan alcanzar emprendimientos de una manera oportuna y eficiente con la finalidad que se ponga en marcha sus iniciativas productivas.	X
Matemática aplicada	• Utilizar el Algebra como mecanismo de modelamiento matemático para desarrollar problemas del campo administrativo.	X
Herramientas de Colaboración digital	• Manejar adecuadamente el procesador de texto, hoja electrónica y elaboración de presentaciones mediante diapositivas.	X

Fuente: Planes analíticos 2022 - Líneas de Investigación del IST Tena.

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Figura 2: Jerarquización de variables



5.1 Estudio de economía de mercado

El estudio de mercado es el conjunto de acciones que se elaboran con el fin de saber la respuesta del mercado sean estos el público objetivo, proveedores e, incluso, de la competencia ante un nuevo producto o servicio en el que se analizarán aspectos muy fundamentales como el precio de los productos, servicios o el modo de comunicación y distribución de los mismos, para obtener una visión más clara de qué es lo que nuestro objetivo exige, lo que actualmente más demandan en el mercado, Con esta información, se dé adecuará nuestro producto o servicio al máximo, con la finalidad de satisfacer y cumplir con las expectativas de los consumidores y, procurando siempre de poseer un elemento diferenciador respecto de la competencia. (EmprendePyme, 2022)

Consecuentemente, la investigación de mercado se precisa como la recolección de información por medio del estudio de la plaza, precio, producto y promoción, observando las preferencias del mercado, alcanzando resultados que proporcionen una adecuada toma de decisiones.

5.1.1. Oferta

La palabra oferta proviene del latín offerre, que significa ofrecer, posee diversos significados, una de ellas podría ser definida como la promesa de cumplir o entregar algo. También puede ser entendido como la rebaja de un precio. Pero donde mayor importancia adquiere el concepto es en Economía, donde es entendida como uno de los motores del mercado. (Concepto, 2022)

La oferta se determina como la cantidad de productos o servicios que las diferentes organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado periodo tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades.

La ley de oferta es entendida como la diferenciación de la disposición de bienes y servicios en un mercado, cuyos cambios se encuentran estrechamente vinculados con la variación de los precios. Si los precios son altos la oferta aumenta, por el contrario, si los precios bajan la oferta hará lo mismo.

5.1.1.1 Elementos claves de la oferta:

a) Disposición de venta: Habla de los deseos del vendedor o productor de ofrecer su mercancía o servicio. Estos deseos suelen ser determinados por los precios de la oferta, tal como ha sido explicado en la ley de oferta. Si los precios son altos los vendedores desean ofrecer su bien o servicio. En caso contrario

muchas veces se opta por conservarlo.

b) Vendedores: Hace referencia a sujetos físicos o bien a cualquier tipo de organización o empresa que tenga la capacidad para ofrecer los productos o servicios.

c) Cantidad. Se refiere al número exacto de cada producto o servicio que los vendedores desean ofrecer en el mercado.

d) Capacidad de venta: Este elemento no depende de la voluntad de los vendedores sino más bien de aquello que tienen la posibilidad de producir u ofrecer en un determinado lapso a cierto precio.

e) Deseos y necesidades. Cuando se habla de pretensiones de los compradores no se habla de necesidades concretas, sino más bien de deseos.

f) Mercado. Lugar donde pueden ser intercambiados producto o servicios a canje de dinero. Este espacio puede ser físico o virtual, por ejemplo, por medio de Internet.

g) Lapso. Es el ciclo en que los productos o servicios pueden ser encontrados en el mercado. Pueden ser semanas, meses, años.

h) Precio. Se refiere al valor pecuniario expresado en una determinada moneda que poseen los productos y/o servicios.

5.1.1.2. Oferta y demanda

La oferta y la demanda determinan la cantidad de bienes a producir y sus precios, son dos términos que se están estrechamente vinculados, la demanda se trata de la cantidad de productos o servicios que las personas desean conseguir. La oferta es otro de los motores del mercado.

Cuando estas dos fuerzas de mercado se unen son los determinan la cantidad de bienes y/o servicios que se producirán y el precio serán vendidos. No es necesaria la presencia de ningún otro agente para que fije los precios en caso de que se hable de libre oferta y demanda.

Generalmente los gobiernos deciden intervenir en la formación y disponibilidad precios y productos o servicios, recurriendo a diversas metodologías, como los subsidios para obtener precios menores o la producción acreciente. Por otro lado, se intenta disminuir ese consumo o producción y para ello puede aumentar las cargas impositivas. (Etecé, 2022)

5.1.1.3. Demanda satisfecha.

Se manifiesta cuando el mercado satisface todas las necesidades de los consumidores con los productos existentes. (Mandragón, Diario del exportador, 2022)

La población de estudiantes de la Universidad Regional Amazónica Ikiam es 1.683 alumnos, de los cuales 745 estudiantes que representa el 44,24%, están dentro de la demanda satisfecha porque residen en la ciudad de Tena.

5.1.1.4. Demanda insatisfecha.

Ocurre cuando el mercado no cubre los requerimientos de la demanda, sean productos o servicios que hay en el mercado, por lo que se debe calcular el volumen de la demanda y de esta forma precisar la cantidad necesaria de producción para cubrir el mercado. (Mandragón, Diario del exportador, 2022)

Existe una demanda insatisfecha de los 938 estudiantes que representan el 55,76%, ya que provienen de otras ciudades del país, por lo que se generará un Plan para la implementación de servicios complementarios para la residencia universitaria.

5.1.2. Población

La población estadística consiste en la recolección de un conjunto de elementos o sujetos que gozan de características comunes, con el fin de estudiarlos y sacar conclusiones específicas para determinar resultados. (Económica, 2022)

Dentro de este apartado es necesario mencionar que se cuenta con una población objetivo cómo tal y a la cual está dirigida la propuesta planteada, se pretende dar a conocer la ubicación de la residencia universitaria y los servicios complementarios a ofertar para dicha población determinada dentro de IKIAM.

5.1.3. Costeo

Valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica.

Dentro de esta utilización de factores que admiten la creación de costes o costos se incluyen el pago a trabajadores, gastos derivados de la actividad económica como servicios de marketing o la compra de mercaderías (Galán, 2022)

5.1.4. Rentabilidad

Se refiere a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión. Ya sea en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial, es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados.

5.1.4. Análisis CAME

Es la herramienta o mecanismo que te permite identificar estrategias, una vez creada tu matriz DAFO, su principal objetivo, es determinar varias estrategias con estructura y claridad, tomando como base el resultado de la matriz FODA, ya que estas dos metodologías van juntas con las estrategias empresariales.

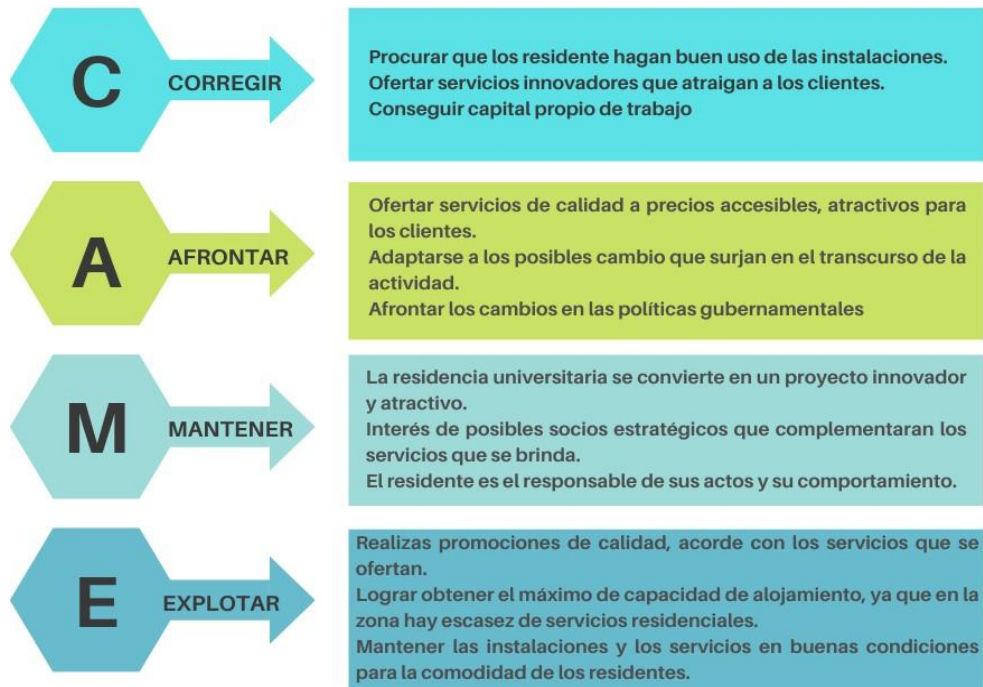
Sus siglas significas, corregir, afrontar, mantener, explotar.

Corregir las debilidades que presenta tu negocio (factores internos).

Afrontar las amenazas externas que se puedan presentar en el mercado en cual se desenvuelve tu negocio.

Mantener las fortalezas que caracterizan a tu negocio.

Explotar las oportunidades que presenta el mercado. (Barroeta, 2020)



5.2 Servicio al cliente

Se define como todo el apoyo que la empresa ofrece a los consumidores, relacionarse con tus consumidores, establecer conversaciones y contactos que te permitan atender sus necesidades, aclarar dudas, escuchar sus quejas, entre otros puntos no solo se trata de establecer una relación con el propósito de vender, así como trabajar para mejorar la experiencia, es la relación directa con la experiencia del cliente y con la relación que con sus consumidores.

El servicio al cliente es importante para establecer una relación con el consumidor, una relación que sea beneficiosa para ambos, un buen servicio al cliente se traduce, en fidelización, divulgación natural de tu marca y aumento del volumen de ventas, con el uso de canales se pueden utilizar para brindar servicio al cliente, tales como: Puntos de venta (servicio presencial), teléfono, email, redes sociales, chatbots, WhatsApp, autoservicio

Por otro lado, una mala atención al cliente puede comprometer la imagen de tu empresa y provocar la pérdida de consumidores, lo que, en consecuencia, afecta negativamente las ventas. (Silva, 2021)

5.2.1 Estrategias

Es el método idóneo para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Por medio del cual, se busca alcanzar uno o varios objetivos definidos con anterioridad; mediante el cual se busca conseguir una meta. Esto puede ser aplicado en diversos ámbitos como el militar o el empresarial. (Westreicher, Economipedia, 2022)

5.2.1.1. Estrategia Comercial

Conjunto de acciones que pone en práctica una empresa o negocio para

promocionar un nuevo producto, con la finalidad de aumentar la cuota de venta o de participación de mercado y alcanzar una ventaja competitiva permitiendo a la empresa mantenerse en el mercado con suficiente margen de rentabilidad, con una comercialización adecuada de los bienes y servicios que se ofrecen al mercado, estar al tanto la necesidad del cliente, además de conocer a la competencia. (Quiroa, 2022)

5.2.2. Plan para la implementación de servicios complementarios

Proceso que busca organizar las operaciones de servicio al cliente de una empresa con las necesidades y expectativas del beneficiario final. Esto requiere investigar en profundidad el perfil de cliente, delimitando protocolos que diferencian a cada tipo de cliente, información que se obtiene con la elaboración de un estudio de economía de mercado.

Además, se debe considerar al usuario como un individuo con características particulares, con una forma de comunicación definido y con potencial para convertirse en un cliente cautivo a largo plazo. (ComparaSoftware, 2022)

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

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

5.2.3. Catálogo de servicios complementarios

Un catálogo de servicios suministra la información necesaria sobre todos los servicios que se ofertan a los clientes, debe ser un subconjunto de toda la cartera de servicios vigentes. Un documento, un portal en línea, una experiencia de compra en un sitio web u otros formularios pueden formar parte de este catálogo; brinda un valor y beneficios extraordinarios, ayudar a identificar áreas para el autoservicio, promueve la satisfacción del cliente. Internamente, los catálogos de servicios aclaran las cargas de trabajo y las expectativas laborales de toda la empresa.

Una empresa de éxito intuye las necesidades de sus clientes y saben cómo satisfacerlas. Los clientes esperan un vínculo de usuario intuitivo que les permita comprender y experimentar los servicios ofrecidos; el catálogo ayuda a las empresas a clasificar los servicios ofrecidos y a proporcionar información agregada, pero también sirve como conexión entre las tecnologías de la información de la empresa y los usuarios finales. Con el pasar de los años, el sector de las tecnologías de la información ha ganado importancia, ya algunas empresas brindan servicios como acceso web, correos electrónicos, aplicaciones y soluciones de software. (Spring Professional, 2021)

5.3 Marco Legal

Como señala la CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008, en su Art. 1. El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 30.- Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica.

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Art. 424.- La Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica.

La Ley de Inquilinato señala en su título II, Art. 3.- Condiciones de los locales de arrendamiento. - Los locales destinados al arrendamiento deberán reunir, a más de las condiciones que fijen las ordenanzas municipales, las siguientes:

a) Disponer de servicios higiénicos completos y permanentes, siquiera uno para cada piso de la casa, de acuerdo con las modalidades del lugar.

Cuando en un mismo piso hubiere dos o más departamentos independientes, cada uno de ellos deberá tener, por lo menos, un servicio higiénico completo y exclusivo;

b) Tener aireación y luz suficientes para las habitaciones;

c) Disponer, permanentemente, de los servicios de agua potable y de luz eléctrica, en los sectores urbanos donde existen estos servicios;

d) No ofrecer peligro de ruina; y,

e) Estar desinfectados, lo que se acreditará con el correspondiente Certificado de Sanidad.

Como señala el Código Civil en su título X en el Art. 825.- El derecho de uso es un derecho real que consiste, generalmente, en la facultad de gozar de una parte limitada de las utilidades y productos de una cosa.

Si se refiere a una casa y a la utilidad de morar en ella, se llama derecho de habitación.

Art. 828.- La extensión con que se concede el derecho de uso o de habitación se determina por el título que lo constituye; y a falta de esta determinación en el título, se regla por los artículos siguientes.

Art. 829.- El uso y la habitación se limitan a las necesidades personales del usuario o del habitador.

En las necesidades personales del usuario o del habitador se comprenden las de su familia.

La familia comprende la mujer y los hijos, tanto los que existen al momento de la constitución, como los que sobrevienen después; y esto, aun cuando el usuario o habitador no estén casados, ni hayan reconocido hijo alguno a la fecha de la constitución.

Comprende, además, las personas que a la misma fecha vivían con el habitador o usuario, y a costa de éstos; y las personas a quienes éstos deben alimentos.

Ley de Economía Popular y Solidaria en su Capítulo II, De las Unidades Económicas Populares: Art. 73. Unidades Económicas Populares. - Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad.

Se considerarán también en su caso, el sistema organizativo, asociativo promovido por los ecuatorianos en el exterior con sus familiares en el territorio nacional y con los ecuatorianos retornados, así como de los inmigrantes extranjeros, cuando el fin de dichas organizaciones genere trabajo y empleo entre sus integrantes en el territorio nacional.

5.4 Marco Conceptual

Catálogo. - es una lista de una serie de productos que se ofrecen para la venta.

Costos. - Es el gasto necesario para fabricar un bien o para generar un servicio. Suele incluir la materia prima y aprovisionamientos, la mano de obra directa e indirecta y otros costes de gestión como amortizaciones, alquileres o gastos de asesoramiento.

Factibilidad. - Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Gasto. - o egreso es el consumo de un bien o servicio a cambio de una contraprestación, que suele hacerse efectiva mediante un pago monetario.

Mercado: Lugar físico o digital, donde se efectúa la oferta y demanda, de productos y servicios, utilizando canales comerciales entre la empresa y los consumidores.

Oferta: Son la cantidad de productos o servicios expuestos en el mercado, a los cuales las empresas tienen la capacidad de ofrecer y satisfacer al público.

Precio: Valor monetario que presenta un producto o servicio en el mercado para su adquisición, el cual está expuesto al público en general.

Precio de venta. - es aquel importe que debe desembolsar el consumidor al vendedor para poder adquirir un determinado bien, ya sea éste tangible o intangible.

Residencia. - es un término que procede del latín “residens” y que menciona la acción y efecto de residir (estar establecido en un lugar, asistir periódicamente por razones de empleo). Puede tratarse del lugar o domicilio en el que se reside

Producto: Resultado de la transformación de la materia prima, repetible, empleado para satisfacer necesidades, a través del uso o del consumo.

Promoción: Dar a conocer un producto o servicio a través de métodos publicitarios atractivos.

F. METODOLOGÍA

Es el conjunto afín y racional de procedimientos y metodologías que se emplean de manera metódica y sistemática en la ejecución de un estudio; lo que determinará la forma en que los investigadores recaban, ordenan y analizan los datos obtenidos.

Aplicándose en todas las fases de la investigación, y constituye una fase del estudio en sí donde se exponen, describen y razonan los criterios adoptados en la elección de la metodología con el objetivo de conceder valor y rigor científico a los resultados del estudio.

La metodología de investigación es decisiva para las conclusiones que se obtengan sobre el estudio, pues afecta no solo a lo que podamos decir sobre las causas, sino también a los factores que influyen en el fenómeno. (Universia Fundación, 2020)

6.1 Materiales / equipos

Los materiales que se utilizarán en ejecución de la investigación son los que se detallan a continuación.

6.1.1. Equipos

- Computador HP Pavillon, Intel CORE i7, GEFORCE
- Impresora EPSON L220
- Celular Samsung A10s
- Internet

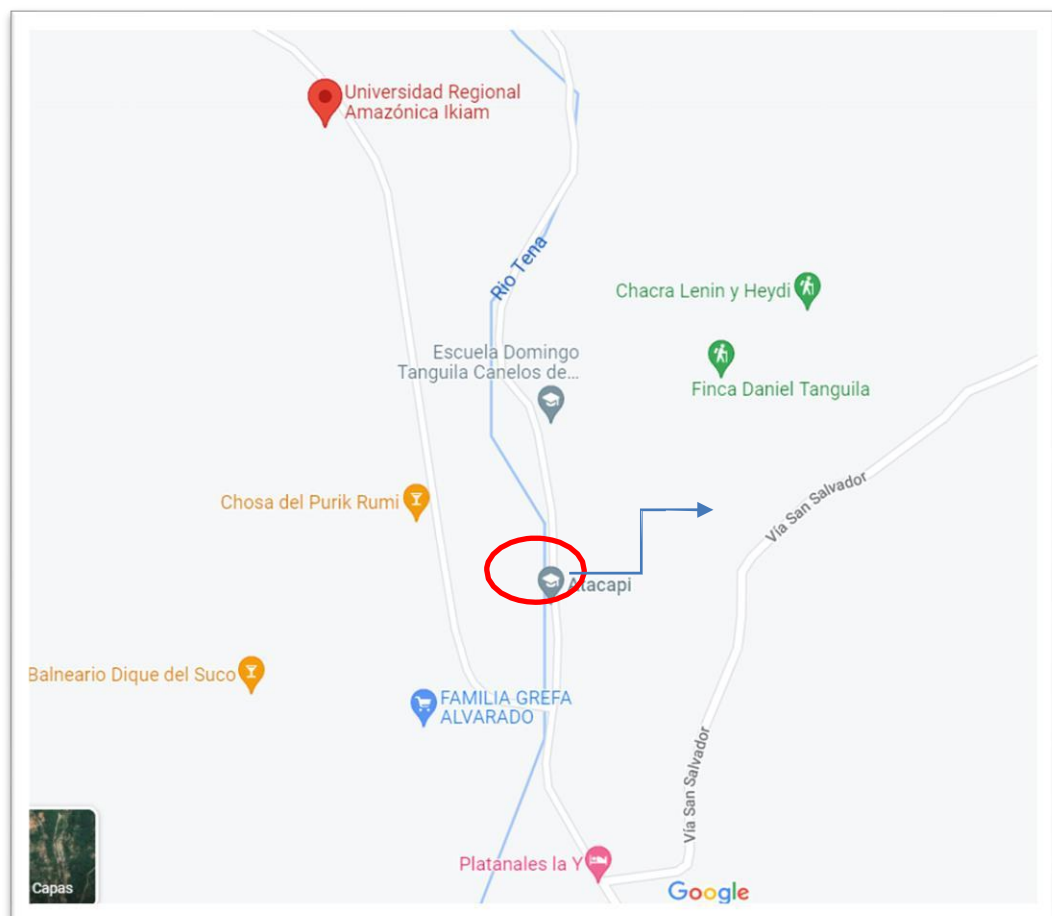
6.1.2. Materiales

- Cuaderno de apuntes
- Lapiceros
- Hojas de papel bon

6.2 Ubicación del Área de estudio

El lugar de estudio está ubicado en la provincia de Napo, en su cabecera cantonal Tena, Parroquia Muyuna, sector Atacapi, en la Universidad Regional Amazónica IKIAM

Figura 3: Ubicación Residencia Universitaria



Fuente: Google Maps

Modificado por: Ana Yáñez (2022)

6.2.1 Población

Según expresa Palella y Martins (2008), define la población como: “un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones” (p.83).

La población objetivo para la ejecución de la investigación se encuentra conformada por todos los estudiantes de la universidad Regional Amazónica IKIAM, con un total que a 1.683 estudiantes.

6.2.2. Muestra

Con una población total de 1.683 estudiantes en el año 2022, se aplica la fórmula para la obtención de la muestra de una población finita, se trabajará con un nivel de confianza del 95%. El error establecido de la muestra es del 5%. La información obtenida es facilitada directamente de la Universidad (**ANEXO 1**)

Fórmula para el cálculo de la muestra

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de población

Z= Coeficiente de nivel de confianza

P= Población a favor

(1-p) = Población en contra

E= Error de estimación

Datos:

$$n = 3.13$$

$$N = 1.638$$

$$Z = 95\% = 1,96$$

$$P = 0.5$$

$$(1-p) = 0,5$$

$$E = 1,05$$

Cálculo

$$n = \frac{1.683 * (1,96^2) * 0,5 * (1 - 0,5)}{0,05^2 * (1.683 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{1.616.35}{5,17}$$

$$n = 313 \text{ encuestas}$$

6.3 Tipo de investigación**6.3.1. Por la mayor o menor manipulación de variables****6.3.1.1. No experimental:**

Como señala Kerlinger (1979, p. 116). La investigación, también conocida como investigación Ex Post Facto, es un tipo de investigación sistemática en la que no se tiene control sobre las variables independientes porque son hechos que ya ocurrieron, se limita a la observación de la situación ya existente dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos.

Se escoge este tipo de investigación porque el estudio está condicionado únicamente a la observación de hechos que ya ocurrieron, restringiendo la intervención en sus variables evitando la manipulación de los resultados.

6.3.2. Por la naturaleza de los datos - Enfoque

6.3.2.1. Cuantitativo:

Según Landeau (2007) y Cruz, Olivares, & González (2014) pretende establecer el grado de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra.

Esta investigación está encaminada a comprobar de manera argumentada las proposiciones planteadas en la investigación, mediante la construcción de hipótesis en base a la relación de variables para luego someterlas a medición obteniendo la confirmación u objeción. Es una investigación objetiva y comprobable, en la que los actores principales son los elementos numéricos, donde el análisis de los resultados se lo realiza de manera estadística, para deducir el comportamiento de la muestra.

6.3.3. Según el tipo de inferencia – Método

6.3.3.1. Deductivo:

El método deductivo es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos).

Según el método deductivo, la conclusión se halla dentro de las propias premisas referidas o, dicho de otro modo, la conclusión es consecuencia de estas. (Significados, 2013)

6.3.3.2. Inductivo:

Es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales.

El método inductivo se maneja realizando generalizaciones amplias ayudándose en observaciones concretas. Esto es así porque en el razonamiento inductivo las premisas son las que proporcionan la evidencia que dota de veracidad una conclusión, sigue una serie de pasos. Inicia por la observación de determinados hechos, los cuales registra, analiza y contrasta. A continuación, clasifica la información obtenida, establece patrones, hace generalizaciones, para inferir, de todo lo anterior, una explicación o teoría.

El método inductivo es el más utilizado en el ámbito científico. Es, por un lado, un método relativamente flexible y, por el otro, se presta para la exploración. Este método es utilizado, sobre todo, para formular teorías e hipótesis. (Significados, 2013)

6.3.3.4. Estadístico:

En este tipo de investigación se usa la estadística como procedimiento de análisis, que consiste en recopilar, ordenar y analizar una serie de datos, utilizada para aproximarnos a la situación o realidad y entenderla de una mejor manera. (Arias, 2021)

Para llevar a cabo el estudio estadístico, se procederá a elaboración de una encuesta, la que estará compuesta por once preguntas, la que será ejecutada en la población objeto de estudio, de la cual se determinó la muestra mediante la aplicación de la fórmula de muestra para una población finita

6.3.3.5. Descriptivo:

Una investigación descriptiva busca el “qué” del objeto de estudio, más que el “por qué”, busca describir y manifestar lo que se investiga, sin dar las razones por las cuales eso tiene lugar.

Si bien el investigador conoce las variables, no tiene por objetivo regularlas, puesto que solo se limita a utilizar métodos de observación. (Tesis y Másters, 2021)

Con la aplicación de este tipo de investigación se recolectará información para determinar el tipo de servicios complementarios que los futuros clientes les gustaría tener en la residencia universitaria

6.3.4. Técnica / Instrumento

6.3.4.1. Técnica:

Es un conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación, la técnica a aplicarse es la encuesta en línea a una muestra de estudiantes para obtener información de los sujetos en estudio, proporcionados por ellos.

6.3.4.2. Instrumento:

Es un mecanismo que usa el investigador para recolectar y registrar la información, como el cuestionario cuyas respuestas serán formuladas por escrito sin de la presencia del investigador, para respalda el análisis de las matrices

aplicadas.

6.3.5. Por los medios para obtener los datos

6.3.5.1. De campo:

Su objetivo es comprender, analizar e interactuar de forma cualitativa con los individuos en sus entornos naturales y recopilar datos. Al decir que están en el «campo», se refiere al mundo real donde se estudian las actividades y los acontecimientos de la vida habitual de las personas. (ARTEAGA, 2022)

6.3.5.2. Bibliográfica:

Laura Cázares, investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana de México: “(...) depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos a los que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar.

6.4 Metodología para cada objetivo

6.4.1. Objetivo 1: Realizar un estudio de economía de mercado para la implementación (servicios adicionales) de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.

Cuadro 2: Metodología objetivo 1

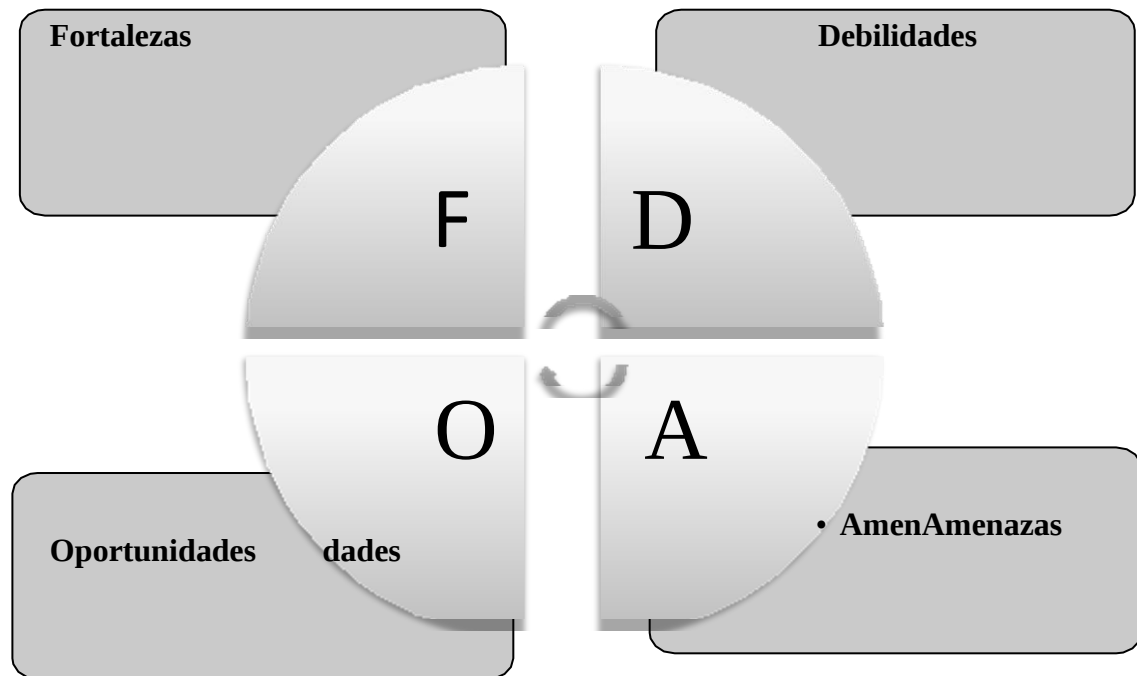
Enfoque	Método	Tipo de Investigación	Herramienta
Cualitativo	Deductivo	Campo Bibliográfica	Estudio de economía de mercado. Análisis Foda. Costeo. Precios.

6.4.1.1. Análisis FODA

Es un instrumento diseñado para percibir la situación de un negocio a través de la elaboración de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, siendo fundamental para la toma de decisiones presentes y futuras, herramienta muy valiosa para cualquier negocio, en tanto que da la pauta para conocer lo que se está haciendo bien y todo aquello que representa un reto actual o potencial. (Pursell, 2021)

El Análisis FODA se usará para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas que tiene la residencia universitaria.

Figura 4: Matriz Foda.



6.4.1.2. Costeo

Hace referencia al conjunto de metodologías o instrucciones formales, técnicas y administrativas, que implementan las empresas para controlar los costos. Esto, en los distintos procesos de la organización, es decir, en cada área o departamento, un costo de producción es el gasto necesario para fabricar un bien o entregar un servicio. Así, se incluye la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos. Es decir, el sistema de costos son todas las técnicas empleadas por una compañía para determinar y analizar sus costos. (Westreicher, Economipedia, 2021)

$$\text{Costo Total} = \text{Costo Fijo} + \text{Costo Variable}$$

6.4.1.3. Precio:

El precio de venta es aquel valor que debe solventar el consumidor al vendedor para poder adquirir un determinado bien o servicio, esto quiere decir que el precio de venta es la cotización que tiene un producto o servicio en el mercado.

De forma general, se puede decir que el cálculo del precio de venta por parte del vendedor se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Precio de venta} = \text{costos fijos} + \text{costos variables} + \text{margen de beneficio}$$

6.4.2. Objetivo 2: Determinar la factibilidad para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.

6.4.2.1. Factibilidad comercial

Este tipo de estudio te permitirá conocer al consumidor y descubrir si tu producto será lo suficientemente atractivo como para ser adquirido, también evalúa la logística en la distribución del bien o servicio y así aprender si cubrirá las demandas del mercado y la viabilidad económica es adecuada. (Euroinnova, 2022)

Cuadro 3: Metodología objetivo 2

Enfoque	Método	Tipo de Investigación	Herramienta
Cuantitativo	Deductivo	Campo Bibliográfica	Encuesta

Se desarrollará una encuesta, con la elaboración de un cuestionario, que contenía once preguntas, la misma que se ejecutó en la universidad Ikiam, con una población finita de 1.638 estudiantes, en la que se aplicó el cálculo de la muestra, dando como resultado una muestra de 313 estudiantes a ser encuestados.

La encuesta se ejecutó a través de la Google Forms o Formularios de Google es una herramienta totalmente gratuita y fácil acceso de Google Workspace, ayuda a crear formularios simples y rápidos, que facilita el acceso a las respuestas y su tabulación.

Una vez que se procedió a tabular los datos obtenidos de la ejecución de la encuesta, mediante el uso de hojas de cálculo de Excel, se procesó la información, en la que se determinará qué tipo de servicios complementarios los estudiantes desean tener en la residencia universitaria, así como valores que están dispuestos a pagar.

6.4.3. Objetivo 3: Elaborar un plan para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.

Facilita el proceso para la implementación de la residencia, detallando los servicios complementarios, y precios que los estudiantes están dispuestos a pagar.

Cuadro 4: Metodología Objetivo 3

Enfoque	Método	Tipo de Investigación	Herramienta
Cualitativo	Deductivo	Campo	Plan para la implementación de una residencia universitaria (servicios complementarios), con estrategias definidas desde el punto de partida situacional, hasta la fase de comercialización de los servicios (Catálogo de servicios).
cuantitativo	Inductivo	Bibliográfico	
Mixto	Analítico Descriptico	Documental	

El Plan para la implementación de una residencia universitaria está estructurado de la siguiente forma:

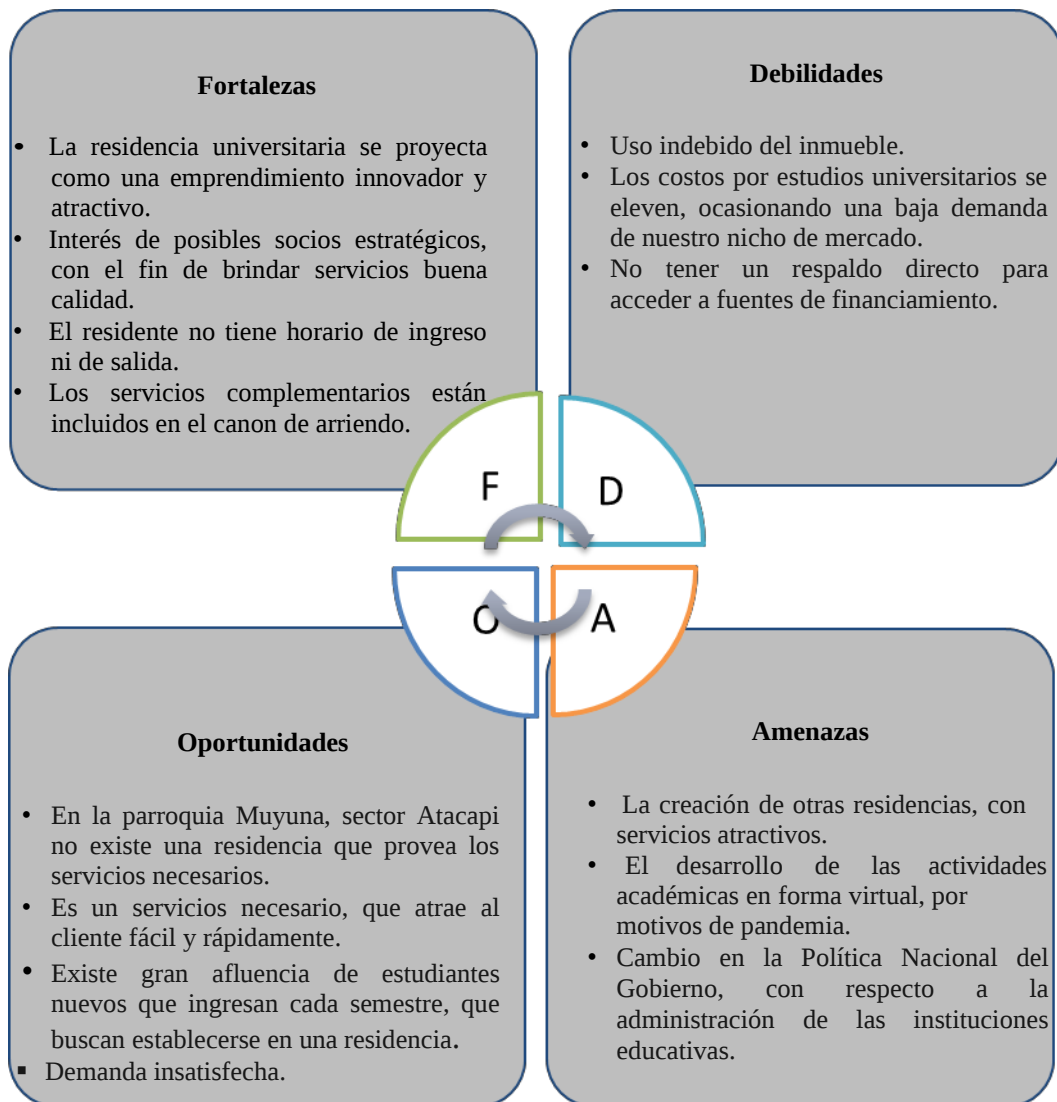
La portada se elaborará con el nombre de la empresa, imágenes de la residencia, servicios que ofrece, logotipo, dirección y contactos, contendrá un índice, introducción, misión, visión, valores, objetivos, estructura orgánica, estrategias, servicios, slogan, además contendrá un catálogo de servicios.

G. RESULTADOS

7.4.1. Realizar un estudio de economía de mercado para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.

Para la consecución del objetivo N. 1, se aplicó un análisis situacional mediante una matriz FODA, lo que permitió obtener como resultado, la siguiente información.

Figura 5: Análisis Foda



7.4.1.1. Costeo:

- **Costo del mobiliario por habitación**

El mobiliario básico que está disponible en cada habitación se detalla en la siguiente tabla, el mismo que tiene una depreciación de seis años, que la residencia lleva en funcionamiento.

Cant.	Detalle	V. Unit.	V. Total
1	Cama 1 ½ plaza	90,00	90,00
1	Colchones	105,00	105,00
1	Veladores	60,00	60,00
1	Solterones	75,00	75,00
1	Cocina	45,00	45,00
1	Cilindros de gas	65,00	65,00
Total, por habitación			440,00

- **Depreciación 10% anual**

Para calcular la depreciación anual del mobiliario se toma en cuenta el valor del mobiliario por habitación USD. 440,00.

Año	Valor	10%	Total
Año 1	440,00	44,00	396,00
Año 2	396,00	39,60	356,40
Año 3	356,40	35,64	320,76
Año 4	320,76	32,08	288,68
Año 5	288,68	28,87	259,82
Año 6	259,82	25,98	233,83

En el sexto año el valor del mobiliario, aplicando la depreciación respectiva, que nos da como resultado USD. 233,83, de este valor se toma el 30% por el uso de los bienes, que es USD. 70,15 que es el Costo Fijo

7.4.1.2. Precios:

- **Servicios básicos mensuales**

Los servicios básicos están incluidos en el canon de arrendamiento los mismos que se describen a continuación, cuyo valor total a pagar es por las 12 habitaciones, por ende, para el cálculo del Costo total por habitación, a este valor se lo debe dividir para 12 habitaciones que están en funcionamiento en la residencia.

Cant.	Detalle	V. Unit.	V. Total
1	Energía eléctrica	120,00	120,00
1	Agua	10,00	10,00
1	Servicio de internet 100 megas	55,00	55,00
1	Servicios de limpieza del área	85,00	85,00
Total, servicios por mes de 12 habitaciones			270,00

Total, servicios / para 12 habitaciones = $270/12 = 22.50$

- **Costo Total** = Costo Fijo + Costo Variable

$$\text{C.F.} = 70,15$$

$$\text{C.V.} = 22,50$$

$$\text{C.T.} = 70,15 + 22,50$$

$$\text{C.T.} = 92,65$$

- **Precio de venta al público por habitación amoblada**

$$\text{P.V.P.} = \text{C.T.} / (1 - 30\%)$$

$$\text{P.V.P.} = 92,65 / (1 - 0,30)$$

$$\text{P.V.P.} = 92,65 / (0.70)$$

$$\text{P.V. P} = 132,36$$

El precio de una habitación amoblada, con servicios básicos, es de USD. 132,36

- **Precio de venta al público por habitación sin amoblar.**

Para el cálculo del precio de venta al público tomamos el valor del Costo Fijo USD. 70,15, de este valor tomamos el 50% con referencia para calcular el precio por habitación sin amoblar

- **Costo Total = Costo Fijo + Costo Variable**

$$\text{C.F.} = 70,15 * 50\% = 35,08$$

$$\text{C.V.} = 22,50$$

$$\text{C.T.} = 35,08 + 22,50$$

$$\text{C.T.} = 57,58$$

Precio de venta al público por habitación no amoblada

$$\text{P.V.P.} = \text{C.T.} / (1 - 30\%)$$

$$\text{P.V.P.} = 57,58 / (1 - 0,30)$$

$$\text{P.V.P.} = 57,58 / (0,70)$$

$$\text{P.V. P} = 82,36$$

El precio de venta al público por habitación sin amoblar es de USD. 82.36

Para la obtención del costo por habitación simple y amoblada, se toma en consideración el valor del mobiliario básico que se implementara en cada una, además se aplicó la respectiva depreciación de cuyo valor se considera el 30% por el uso del mobiliario para su cálculo, se toma en cuenta también el valor de los servicios básicos, valor que se divide para el número total de habitaciones, de donde se obtienen los siguientes valore:

El precio de la venta al público por habitación sencilla sin amoblar es de USD. 82.36

El precio de la habitación sencilla amobladas es de USD 132.36

7.4.2. Determinar la factibilidad para la implementación de residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi.

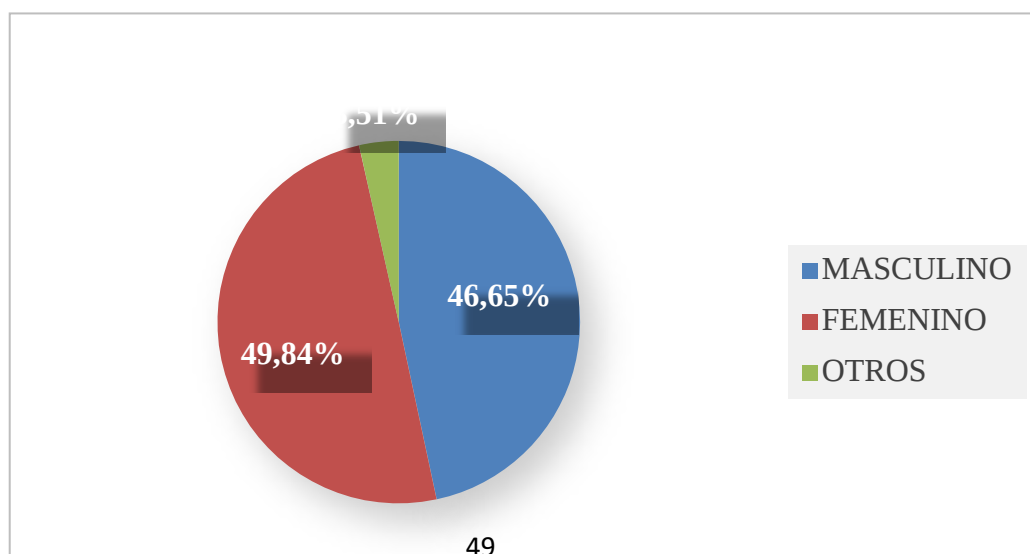
Se ejecutó la encuesta de aplicación en línea, mediante el uso del internet, que por su tipo de frecuencia es de estudios transversales, que se administran a una pequeña muestra obtenida de 313 estudiantes, de una población total de 1.683 estudiantes de la Universidad Regional Amazónica Ikiam, que ofrece un resumen rápido de lo que piensan los encuestados en ese instante, son cortas y están listas para responder y medir la opinión en una situación concreta, con preguntas y respuestas cerradas, dónde los participantes deberán elegir alguna de las posibles opciones, su ventaja es que son más fáciles de cuantificar, en la que se obtuvo los siguientes resultados

1. ¿A qué género pertenece?

Tabla 1:

Alternativas	N. De personas	Porcentaje
Masculino	146	46,65%
Femenino	156	49,84%
Otros	11	3,51%
Total	313	100%

Gráfico 1:



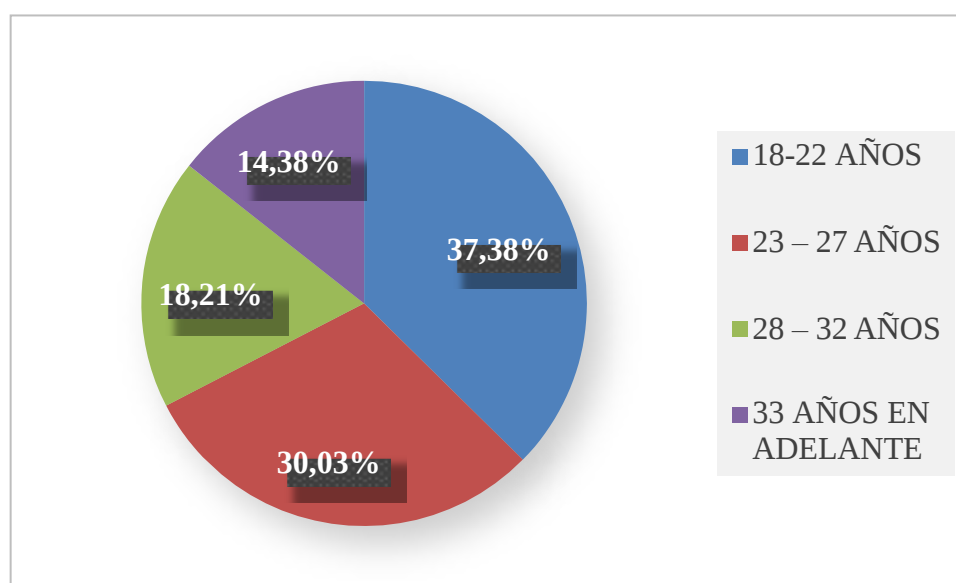
Interpretación: Cómo se observa en el grafico 1 respecto a la pregunta sobre el género de los encuestados, 156 estudiantes pertenecen al género femenino, que representa el 49,84%, 146 estudiantes de género masculino, que representa el 46,65%, de un total de 313 encuestas aplicadas. Con lo que se determina que hay predominancia mínima del género femenino, al momento de la aplicación de las encuestas

2. Edad

Tabla 2:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
18-22 AÑOS	118	37,38%
23 – 27 AÑOS	95	30,03%
28 – 32 AÑOS	58	18,21%
33 AÑOS EN ADELANTE	45	14,38%
TOTAL	313	100%

Gráfico 2:



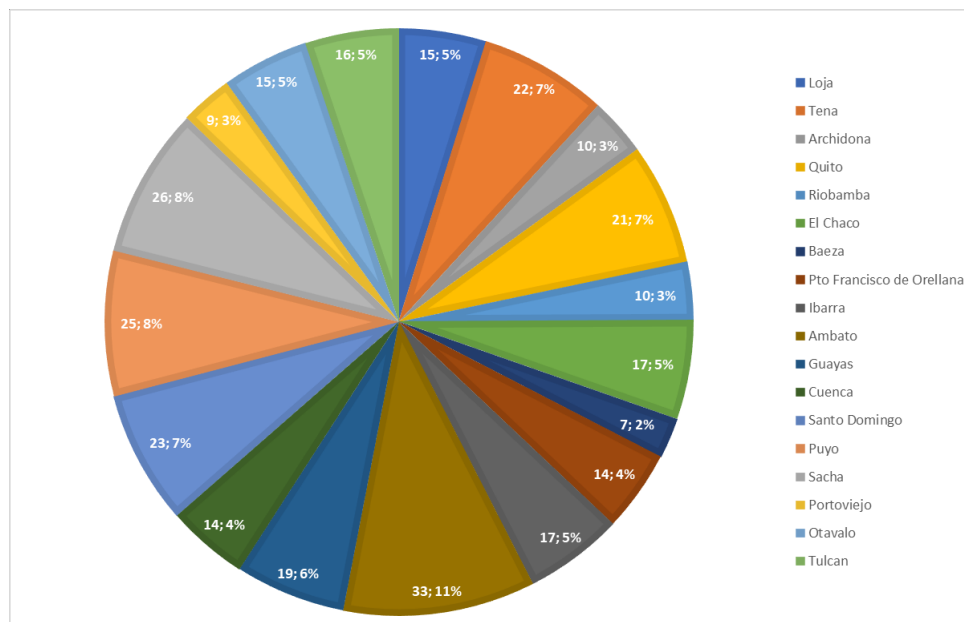
Interpretación: De acuerdo con el gráfico 2, en relación con la pregunta sobre la edad de los encuestados, 118 estudiantes que corresponde al 37,38%, pertenecen al rango de edad entre 18 -22 años, 95 estudiantes que simboliza el 30,03% corresponden al rango de edad entre 23 – 27 años, 58 encuestados que representan el 18,21%, son del rango de edad entre 28-32 años, 45 encuestados que representan el 14,38% son de edad de 33 años en adelante. Se establece que 37,38% de encuestados que pertenecen al rango de edad 18-22 años sobresale mayoritariamente.

3. Lugar de residencia actual

Tabla 3:

Lugar	Cantidad	Porcentaje
Loja	15	5%
Tena	22	7%
Archidona	10	3%
Quito	21	7%
Riobamba	10	3%
El Chaco	17	5%
Baeza	7	2%
Pto. Francisco de Orellana	14	4%
Ibarra	17	5%
Ambato	33	11%
Guayas	19	6%
Cuenca	14	4%
Santo Domingo	23	7%
Puyo	25	8%
Sacha	26	8%
Portoviejo	9	3%
Otavalo	15	5%
Tulcán	16	5%
Total	313	100%

Gráfico 3:



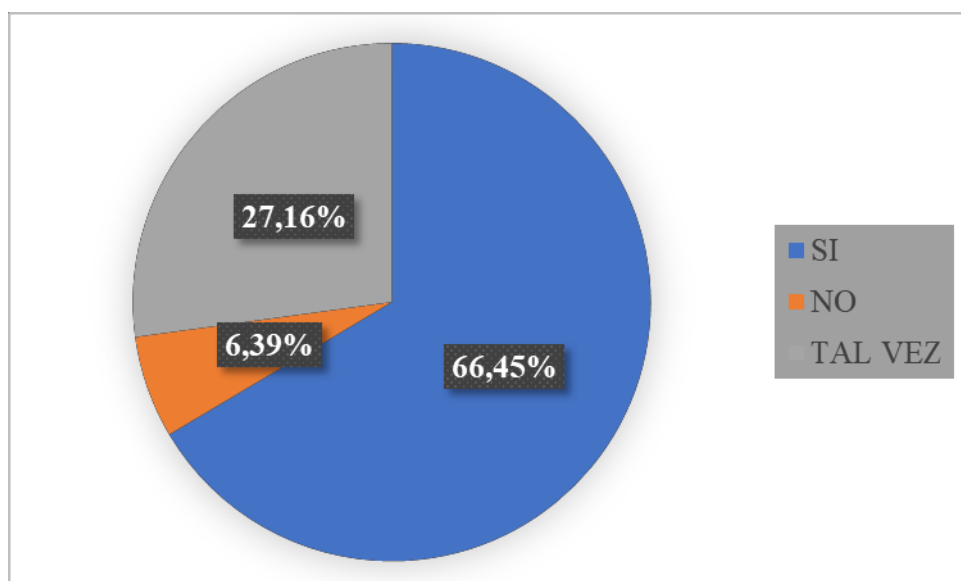
Interpretación: Como se aprecia en el cuadro 5, con respecto a la pregunta del lugar de residencia, se observa que el lugar más cercano en el que residen los estudiantes en una mínima cantidad es la parroquia Muyuna, Atacapi, la mayor parte de encuestados residen en lugares alejados del centro de estudios, lo que les genera costos en transporte.

4. ¿Le gustaría que su residencia este cercana a su lugar de estudio?

Tabla 4:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
Si	208	66,45%
No	20	6,39%
Tal vez	85	27,16%
Total	313	100%

Gráfico 4:



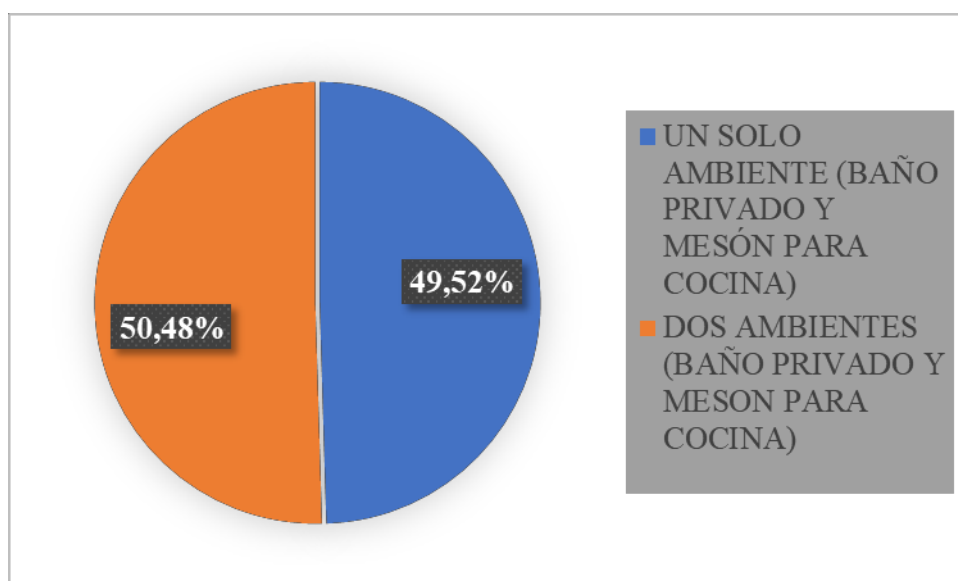
Interpretación: De acuerdo con el gráfico 3, con relación a la pregunta: le gustaría que su residencia esté cercana al lugar de estudios, 208 encuestados responden que Sí, que simboliza el 66,45%, 85 manifiestan que talvez, que representa el 27,16%, 20 expresan que no, que corresponde al 6,39%. Con lo que se determina que en un porcentaje elevado manifestaron que si desearían una residencia cercana a su centro de estudios.

5. ¿Cómo le gustaría la habitación para su residencia?

Tabla 5:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
Un solo ambiente (baño privado y mesón para cocina)	155	49,52%
Dos ambientes (baño privado y mesón para cocina)	158	50,48%
Total	313	100%

Gráfico 5:



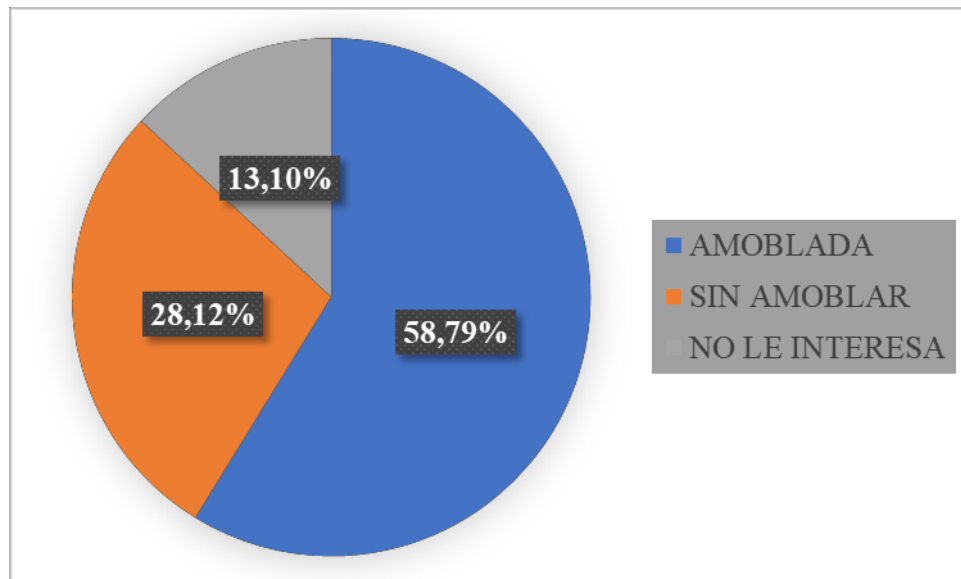
Interpretación: Como se aprecia en el gráfico 4, con respecto a la pregunta sobre el tipo de habitación, 158 encuestados, que corresponde al 50,48%, expresaron su deseo de un solo ambiente (baño privado y mesón para cocina), 155 estudiantes, que simbolizan el 49,52% manifestaron que desearían dos ambientes (baño privado y mesón para cocina). Con lo que se concluye que en un porcentaje mínimamente más alto desean la habitación de un solo ambiente.

5. ¿Desearía que su habitación sea?

Tabla 6:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
Amoblada	184	58,79%
Sin amoblar	88	28,12%
No le interesa	41	13,10%
Total	313	100,00%

Gráfico 6:



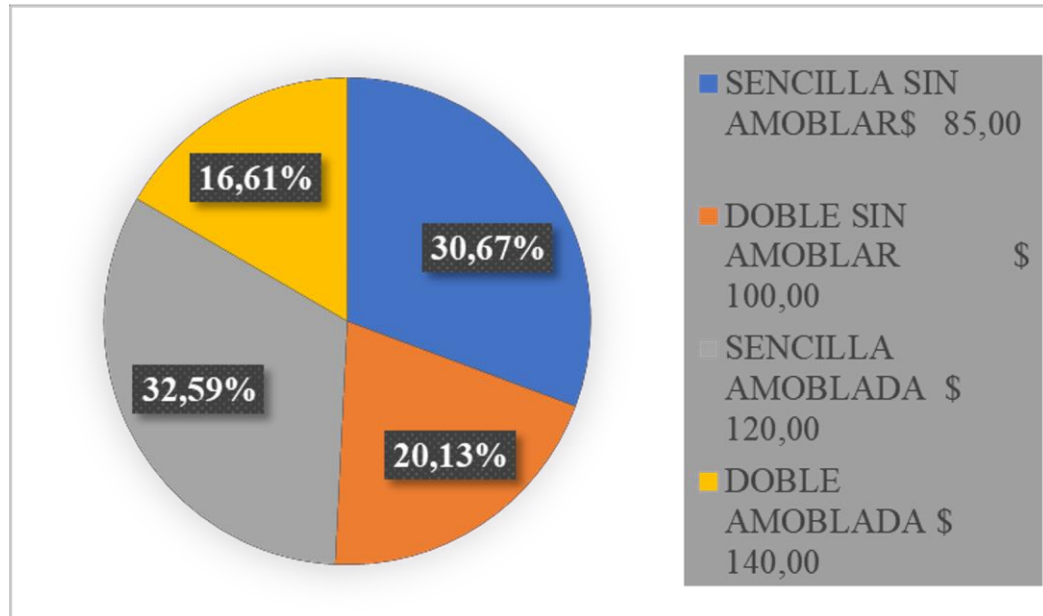
Interpretación: Con respecto al gráfico 5, referente a la pregunta sobre qué tipo de habitación desea, 184 encuestados, que representan el 58,79%, se manifestaron por una habitación amoblada, 88 encuestados, que corresponde al 28,12%, expresaron que desearían una habitación sin amoblar, 41 personas, que simbolizan el 13,10%, no les interesa el tipo de habitación, con estos datos obtenidos se concluye que hay un mayor porcentaje que desearía una habitación amoblada para su estadía.

6. ¿Cuánto está dispuesto pagar mensualmente por una habitación?

Tabla 7:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
SENCILLA SIN AMOBLAR \$ 85,00	96	30,67%
DOBLE SIN AMOBLAR \$ 100,00	63	20,13%
SENCILLA AMOBLADA \$ 120,00	102	32,59%
DOBLE AMOBLADA \$ 140,00	52	16,61%
TOTAL	313	100%

Gráfico 7:



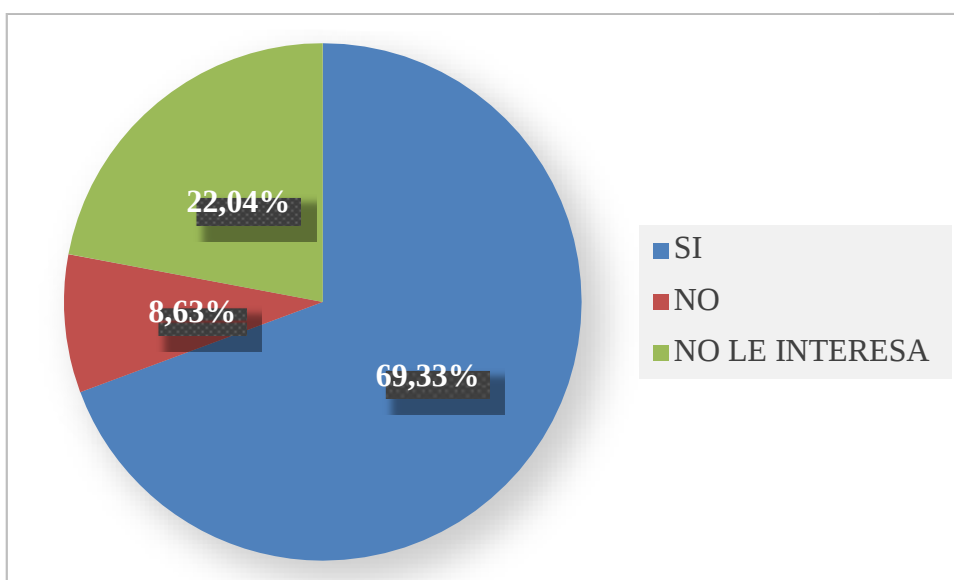
Interpretación: De acuerdo con el gráfico 6, en la pregunta ¿Cuánto está dispuesto pagar mensualmente por una habitación?, 102 encuestados, que corresponden al 32,59%, responden que desearían una habitación sencilla amoblada con un costo de USD 120,00, 96 estudiantes, que representan el 30,67%, manifestaron su deseo de una habitación sencilla sin amoblar cuyo costo es de USD 85,00, 63 estudiantes, que simbolizan el 20,13%, respondieron sobre su interés por una habitación doble sin amoblar con un costo de USD 100,00, finalmente 52 encuestados, que representan el 16,61%, respondieron por la opción de una habitación doble amoblada que tiene un valor de USD 145,00, con estos datos se determina que la opción con mayor aceptación es la habitación sencilla amoblada por un valor de USD 120,00.

7. ¿Desearía que su lugar de residencia cuente con servicios complementarios?

Tabla 8:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
SI	217	69,33%
NO	27	8,63%
NO LE INTERESA	69	22,04%
TOTAL	313	100%

Gráfico 8:



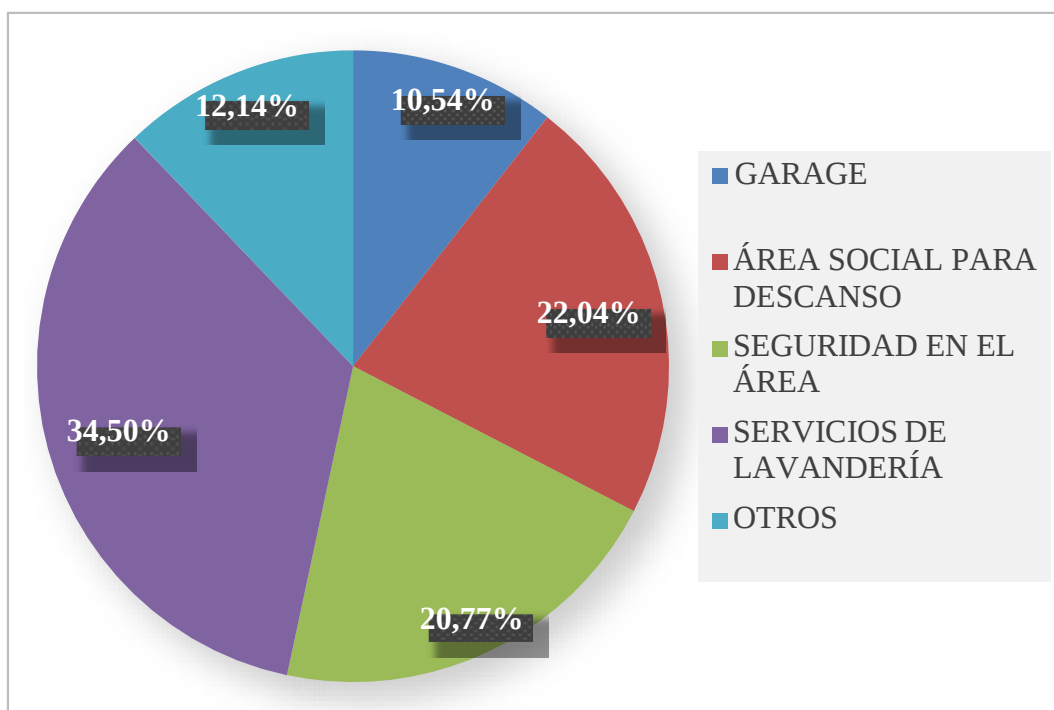
Interpretación: Como se detalla en el gráfico 7, con relación a la pregunta ¿Desearía que su lugar de residencia cuente con servicios complementarios?, 217 encuestados, que representan el 69,33%, respondieron que sí desearía servicios complementarios, 69 estudiantes, que simbolizan el 22,04%, revelaron que no les interesa, 27 encuestados, que corresponden al 8,63%, manifestaron que no les interesa, por lo que se determina que 69,33% sí desean contar con servicios complementarios en su lugar de residencia.

8. ¿Qué tipos de servicio le gustaría recibir en la residencia universitaria con costo adicional?

Tabla 9:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
GARAGE	33	10,54%
ÁREA SOCIAL PARA DESCANSO	69	22,04%
SEGURIDAD EN EL ÁREA	65	20,77%
SERVICIOS DE LAVANDERÍA	108	34,50%
OTROS	38	12,14%
TOTAL	313	100%

Gráfico 9:



Interpretación: De acuerdo al gráfico 8, en referencia a la pregunta sobre qué tipo de servicios le gustaría recibir en la residencia universitaria, 108 personas, que simbolizan el 34,50%, manifiestan su deseo por contar con el servicios de lavandería, 69 encuestados que corresponden al 22,04%, desearían contar con un área social, 65 personas, que representan el 20,77%, formulan su aspiración de

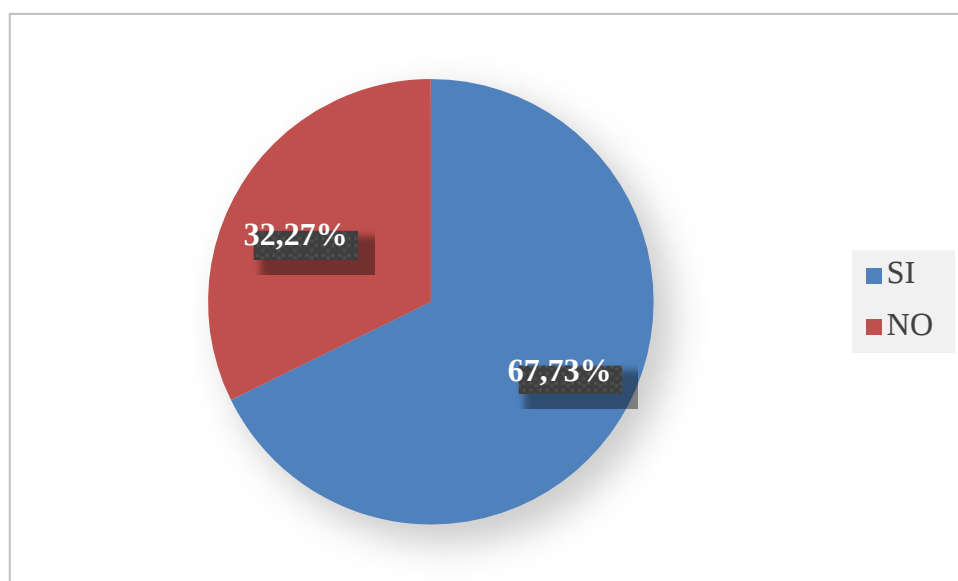
contar con un área segura, 33 personas que pertenecen al 10,54%, revelaron que les gustaría un área para garaje, 38 encuestados, que representan el 12,14%, expresaron la opción otros servicios. Con estos resultados se establece que en un mayor porcentaje lo residentes desearía contar con el servicio de lavandería.

10. ¿Conoce usted que existe una residencia universitaria cercano a la universidad Ikiam?

Tabla 10

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
Si	212	67,73%
No	101	32,27%
Total	313	100%

Gráfico 10:



Interpretación: Con respecto al gráfico 9, en referencia a la pregunta si conoce si existe una residencia universitaria cercada a la universidad Ikiam, 212 encuestados, que pertenecen al 67,73%, expresaron que sí conocen residencia

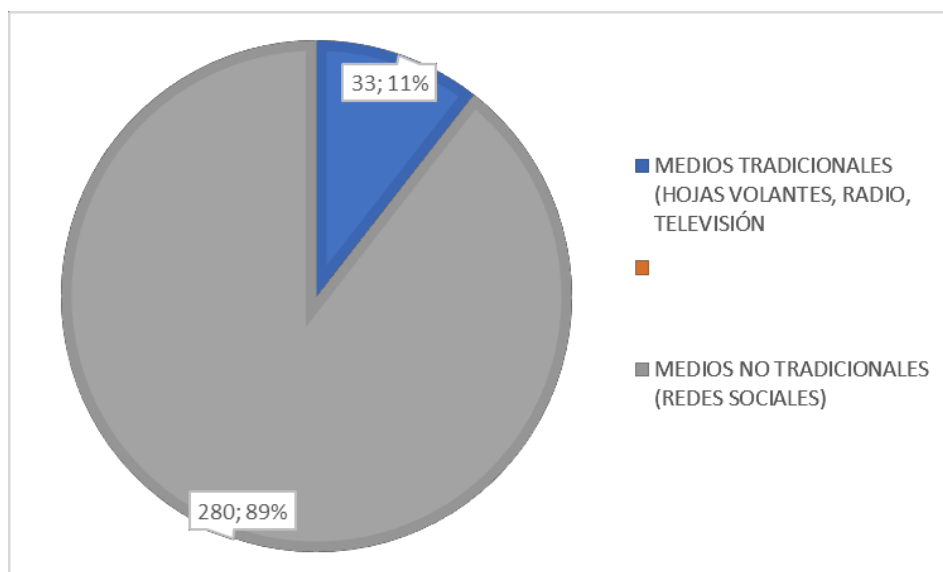
cercana a la universidad Ikian, 101 encuestados, que representan el 32,27%, manifestaron que no conocen. Se concluye que en un mayor porcentaje los estudiantes si conocen de la existencia de residencia cercanas a su centro de estudios.

11. ¿Sugiere usted tal vez publicidad de la residencia universitaria a través de?:

Tabla 11:

Alternativas	N. de personas	Porcentaje
Medios tradicionales (hojas volantes, radio, televisión)	33	89,46%
Medios no tradicionales (redes sociales)	280	10,54%
Total	313	100%

Gráfico 11:



Interpretación: Como se observa el gráfico 10, sobre la pregunta sobre las opciones para publicidad de la residencia, 280 personas, que pertenecen al 89,46%, sugieren realizar la publicidad en medios no tradicionales (redes sociales), 33 personas que representan el 10,54%, manifestaron realizarlo en medios tradicionales (hojas volantes, radio, televisión). Se concluye de acuerdo con los resultados realizar la difusión de publicidad por medios no tradicionales.

Luego de la tabulación de los datos se llega a la conclusión que sí existe la factibilidad para la implementación de servicios complementarios en la residencia universitaria existente.

De acuerdo con los resultados de la pregunta 6 ¿Cuánto está dispuesto pagar mensualmente por una habitación?, las opciones con más aceptación son: el 32,59%, responden que desearían una habitación sencilla amoblada con un costo de USD 120,00, y el 30,67%, manifestaron su deseo de una habitación sencilla sin amoblar cuyo costo es de USD 85,00, que van de acuerdo con el cálculo de costo realizado, el mismo que incluye los servicios de lavandería, garaje, área social, seguridad, y servicios básicos.

7.4.3. Resultados del Objetivo 3

Una vez obtenidos los resultados de los objetivos 1 y 2, se plantea el Plan para la implementación (servicios) de una residencia universitaria en la Parroquia Muyuna, sector Atacapi.



INTRODUCCIÓN

La Residencia Universitaria Barú, es una empresa dedicada a la prestación de servicios de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos que vienen a realizar sus estudios en la ciudad de Tena,

En la actualidad las empresas necesitan desarrollar un plan para la implementación de un producto o servicio, con la finalidad de alcanzar el éxito en sus propósitos, evitando tomar decisiones sin un objetivo firme, se debe disponer de una guía, la misma que servirá como referencia en la planificación de estrategias, generando acciones que permitan incrementar la satisfacción de los clientes, facilitando la consecución de la meta.

Una vez realizada la investigación y obtenido los resultados, a través de las encuesta aplicadas a los estudiantes, se evalúa las características para la implementación de los servicios que se brindarán en la residencia universitaria permitiendo así precisar y establecer estrategias que llevará el negocio al éxito y la satisfacción de servicios a los clientes.

ANTECEDENTES

La residencia estudiantil Barú es ubicada una la provincia de Napo, cantón Tena, parroquia Muyuna, sector Atacapi, a un kilómetro antes de la Universidad Regional Ikiam, es de construcción mixta, posee departamentos cómodos individuales y dobles, amoblados y sin amoblar, todos los departamentos poseen baño privado y mesón para cocina, área de lavanderías de uso común, área totalmente segura, con servicios básicos como luz, agua y wifi.

JUSTIFICACIÓN

En el sector de Atacapi existe una gran afluencia de estudiantes que llegan de distintas ciudades del país, para cursar sus estudios, generándose la necesidad de buscar una vivienda que posea infraestructura adecuada, segura y cerna al centro universitario, dotada con servicios básicos, habitaciones cómodas, individuales o dobles, con o son amoblar, las que poseen baño privado y mozn para cocina, totalmente funcionales para una estadía agradable, con oferta de servicios complementarios como lavandería, garaje, área social para estudio, acceso a internet; siendo una fortaleza la cercanía de la residencia al centro universitario.

MISIÓN

Ofertar a los residentes todos los recursos y servicios que les permitan desenvolverse de mejor manera durante su vida universitaria creando un ambiente idóneo para la convivencia, promoviendo la formación integral tanto individual como social.

VISIÓN

Ser reconocidos como un servicio moderno, con visión de futuro, competitivo y comprometido con los valores. Ser un Servicio valorado por los usuario tanto externos como internos, ser reconocida por la prestación de sus servicios, ser una organización eficaz y eficiente, con una clara orientación de servicio al usuario, mejorar la calidad de los servicios con la incorporación de las nuevas tecnologías.

Intensión estratégica

Objetivos Corporativos	Políticas	Valores
Proveer a los clientes servicios de excelente calidad	Comercializar servicios de óptima calidad que sean reconocidos y recomendados.	Respeto
Mejorar periódicamente los servicios, para satisfacer las exigencias de los clientes.	Innovar en el mercado local con asesorías sobre los servicios.	Ética
Difundir los servicios que se oferta para mayor conocimiento en el mercado	Uso de redes sociales para promocionar los servicios que se ofertan en la residencia.	Innovación
Efectuar estrategias competitivas para tener un mejor posicionamiento.	Controlar continuamente el mejoramiento de procesos, para ofrecer a los clientes un servicio de calidad que fortalezca su confianza en el servicio.	Transparencia
	Constante	
Innovar de forma constante los servicios y de ser necesario la infraestructura	mantenimiento y control sobre el buen funcionamiento de los servicios	Compromiso

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar a los residentes y futuros clientes un servicio de alojamiento, con todas las comodidades básicas para una estadía placentera.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Describir los servicios que se ofertan de manera clara y comprensible.

Guía para la implementación de servicios complementarios que requieren los residentes.

Poner a disposición de todo el personal el catálogo que se halle en contacto directo con los clientes.

ESTRATEGIAS

Dentro de la propuesta se plantean estrategias de tipo comercial, así como también la utilización de medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, que faciliten el posicionamiento de la unidad básica de negocio.

Como primer estrategia se plantea realizar el análisis CAME, herramienta estratégica que funciona como complemento al análisis FODA, que brinda la información esencial para establecer guías de los aspectos encontrados, y desarrollar una serie de estrategias, en función de la información recogida y que

gracias a este proceso se tomará decisiones correctas para el negocio, planteando en un diseño estratégico perfecto.

A partir de este preámbulo se plantea la matriz CAME, para poder determinar estrategias ofensivas, estrategias defensivas, estrategias de reorientación y estrategias de supervivencia, por lo que se plantea la matriz adjunta para contribuir al desarrollo del negocio.

Fortalecer		Mantener	Debilidades
Corregir			
• La residencia universitaria se proyecta como una emprendimiento innovador y atractivo.	La residencia universitaria se convierte en un proyecto innovador y atractivo.	• Uso indebido del inmueble.	Procurar que los residente hagan buen uso de las instalaciones.
• Interés de posibles socios estratégicos, con el fin de brindar servicios buena calidad.	Interés de posibles socios estratégicos que complementaran los servicios que se brinda.	• Los costos por estudios universitarios se eleven, ocasionando una baja demanda de nuestro nicho de mercado.	Ofertar servicios innovadores que atraigan a los clientes.
• El residente no tiene horario de ingreso ni de salida.	El residente es el responsable de sus actos y su comportamiento.	• No tener un respaldo directo para acceder a fuentes de financiamiento.	Conseguir capital propio de trabajo
• Los servicios complementarios están incluidos en la canon de arriendo.	Los servicios complementarios están incluidos en la canon de arriendo		
Oportunidades	Explotar	Amenazas	Afrontar
• En la parroquia Muyuna, sector Atacapi no existe una residencia que provea los servicios necesarios.	Realizas promociones de calidad, acorde con los servicios que se ofertan.	• La creación de otras residencias, con servicios atractivos.	Ofertar servicios de calidad a precios accesibles, atractivos para los clientes.
		• El desarrollo de	Adaptarse a los

• Es un servicio necesario, que atrae al cliente fácil y rápidamente.	Lograr obtener el máximo de capacidad de alojamiento, ya que en la zona hay escasez de servicios residenciales.	las actividades académicas en forma virtual, por motivos de pandemia.	posibles cambio que surjan en el transcurso de la actividad.
• Existe gran afluencia de estudiantes nuevos que ingresan cada semestre, que buscan establecerse en una residencia.	Mantener las instalaciones y los servicios en buenas condiciones para la comodidad de los residentes.	• Cambio en la Política Nacional del Gobierno, con respecto a la administración de las instituciones educativas.	Afrontar los cambios en las políticas gubernamentales

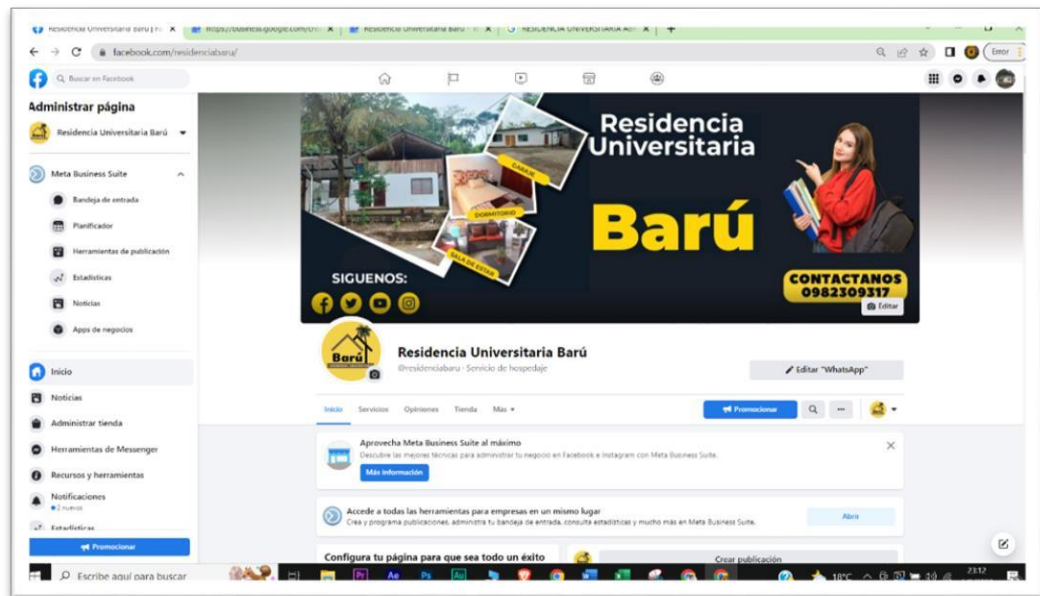
Segunda estrategia

Fan Page

Página creada principalmente para posicionar las marcas, empresas, blogs, entre otros, es un espacio que reúne seguidores y poder crear una comunidad fiel a la empresa, fortalecer la presencia y la impresión que los demás tienen de ella , promoviendo una mayor interacción del público, permiten el impulso de las publicaciones, aumentando la visibilidad así como algunos contenidos clave, genera informes de estadísticas obteniendo un análisis de las campañas promovidas y del nivel de compromiso del público con las publicaciones, nuevos “me gusta”, gráficos de desempeño, entre otros.

Dentro de la página se puede observar el nombre de la empresa, el logotipo, los servicios a ofertar, números de contacto, mensajes con respuesta automáticos.

<https://www.facebook.com/residenciabaru/>



Google My Business

Es una herramienta de fácil uso, que permite a las empresas y organizaciones administrar su presencia en línea en Google, su finalidad es ayudar a los clientes a encontrar tu empresa, puedes verificarla y editar su información, alcanza que las personas que te encuentren en la Búsqueda de Google y Google Maps se conviertan en clientes con un Perfil de Negocio gratuito para un producto o área de servicio, permitiendo personalizar el perfil con fotos, ofertas, publicaciones y mucho más.

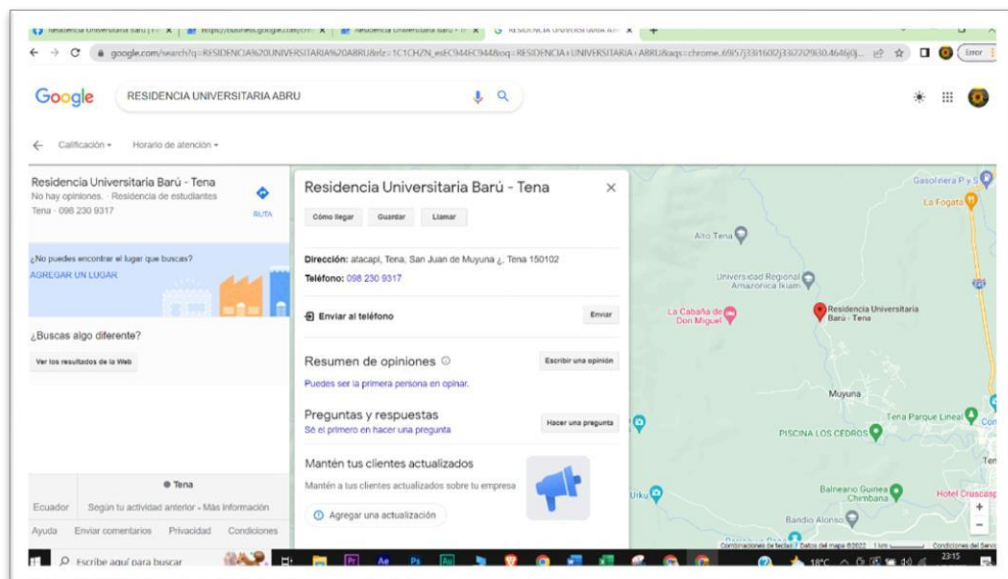
Con el uso de esta aplicación gratuita, los clientes podrán observar la ubicación exacta donde se sitúa la empresa, logrando observar que se encuentra muy cercano al lugar de estudios, lo que reducirán en gastos de movilización Gastos de movilización para los estudiantes

Localización de un Proyecto

En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se deben analizar otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto. (Sapag Chain 2004).

a) **Macro- localización;** Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región.

b) **Micro localización;** Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. (Jerouchalmi 2003)



Slogan:

“Para nosotros, tú eres lo más importante”

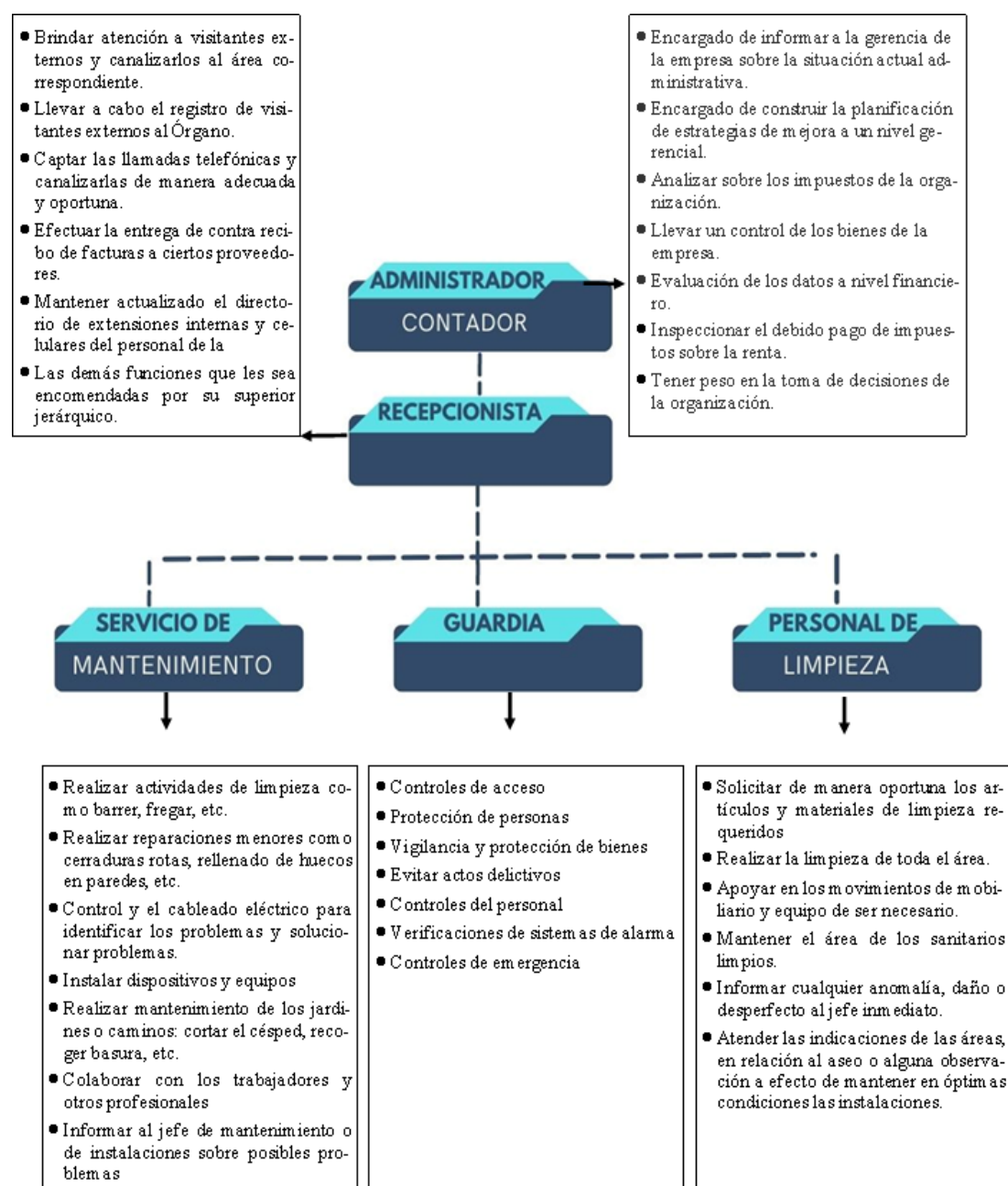
Logotipo:



Estructura Orgánica funcional:

La administración de la Residencia Universitaria Barú no dispone de una estructura organizacional y funcional, con la que pueda distribuir actividades, generando dificultades a la hora de tomar decisiones. El desarrollo de un negocio inicia en la parte interna, se propone la estructura organizacional y funcional para la residencia universitaria, que se localiza en la ciudad de Tena, parroquia Muyuna, sector Atacapi, con el propósito de perfeccionar los procesos, logrando un crecimiento económico.

Cuadro 5: Orgánico funcional



PRESUPUESTO:

Cant.	Detalle	Valor Unitario USD	Valor Total USD
1	Diseño de logotipo 30	50,00	50,00
1	Diseño del Plan	40,00	40,00
1	Diseño de catálogo	40,00	40,00
1	Diseño fan page	180,00	180,00
1	Diseño Google my business	180,00	180,00
1	Impresión de Plan y catálogo	60,00	60,00
Total			550,00

CRONOGRAMA:

N	Actividades	<u>Abr.</u>				<u>May</u>					<u>Jun</u>				<u>Jul.</u>			
		1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración de un Plan para la implementación de servicios complementarios.	x	x	x	x	x	x	x	x									
2	Diseño de logotipo									x	x							
3	Diseño del plan											x	x					
4	Diseño de catálogo													x				
5	Impresión de Plan y catálogo de servicios														x			
6	Socialización del plan y catálogo de servicios															x		
7	Promoción de catálogo en redes sociales																x	
8	Implementación del plan catálogo																	x

H. CONCLUSIONES

Al culminar con el trabajo de investigación propuesto con el tema “Plan para la implementación de una residencia universitaria en la parroquia Muyuna, sector Atacapi”. Se ha llegado a las siguientes conclusiones con base a los objetivos específicos:

- La investigación permitió realizar el diagnóstico situacional de la Unidad Básica de Negocio Residencia Universitaria Barú, orientado en el análisis FODA se determinó la información recabada, se desprendió que la unidad de negocio no cuenta con un plan para la implementación de una residencia universitaria (servicios complementarios), razón por la cual se orienta la propuesta en una análisis situacional y se propone como estrategia el análisis CAME, así como estrategias comerciales y publicidad mediante el uso de herramientas tecnológicas.
- Se aplicó encuestas mediante el uso herramientas técnicas, con las que se determinó la demanda existente, alcanzando resultados del número muestral de 313 estudiantes encuestados, se determina que 208 encuestados, que simboliza el 66,45%, responden que Sí le interesa una residencia cercana al lugar de estudio; con respecto a la pregunta sobre el tipo de habitación, 158 encuestados, que corresponde al 50,48%, expresaron su deseo de un solo ambiente (baño privado y mesón para cocina); referente a la pregunta sobre qué tipo de habitación desea, 184 encuestados, que representan el 58,79%, se manifestaron por una habitación amoblada; en la pregunta ¿Cuánto está dispuesto pagar mensualmente por una habitación?, 102 encuestados, que corresponden al 32,59%, responden que desearían una habitación sencilla amoblada con un costo de USD 120,00, USD 145,00, con estos datos se determina que la opción con mayor aceptación es la habitación sencilla amoblada por un valor de USD 120,00; en la pregunta sobre qué tipo de servicios le gustaría recibir en la residencia universitaria, 108 personas, que

simbolizan el 34,50%, manifiestan su deseo por contar con el servicios de lavandería, sobre la pregunta para publicidad de la residencia, 280 personas, que pertenecen al 89,46%, sugieren realizar la publicidad en medios no tradicionales (redes sociales).

- La ejecución y cumplimiento de los dos primeros objetivos, suministró información mediante la cual se pone en evidencia los servicios requeridos por los estudiantes, que se deberá implementar en la residencia universitaria Barú, con base en las cuales se expone la necesidad de implementar acciones estratégicas para su implementación y posicionamiento, las que se propondrán en plan para su implementación.

I. RECOMENDACIONES

- Se sugiere a futuro que se conserve una cultura de análisis situacional, que se deberá ejecutar cada cierto periodo del comportamiento de la Unidad Básica de Negocio en la Residencia Universitaria Barú, con el propósito de conservarse en el mercado local, con la revisión adecuada y correcto de las variables, objeto de estudio analizado, para de esta manera identificar adecuadamente los métodos y herramientas que se van a utilizar para la obtención de información.
- Aplicar encuestas a clientes para conocer sobre la complacencia de los servicios que se presta en la Unidad Básica de Negocio Residencia universitaria Barú, con la finalidad de tomar decisiones que generen un excelente posicionamiento en el mercado, apoderándose de mayor espacio frente a la competencia, con estrategias publicitarias y promociones de los servicios.
- Realizar operaciones que compensen la pérdida de clientes, por medio de un plan de para la implementación de una residencia universitaria (servicios complementarios) en la parroquia Muyuna, sector Atacapi, con el que se admita conocer detalladamente las necesidades que satisfagan a los clientes, con promociones a través de redes sociales.

J. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Residencia Universitaria Ilinizas. (s.f.). *Residencia Universitaria Ilinizas*.

Obtenido de Residencia Universitaria Ilinizas:

http://www.ilinizas.org/Ilinizas_historia.html

2022, E. (2022). *ESERP 2022* . Obtenido de ESERP 2022 :

<https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/>

Arias, E. R. (06 de enero de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/estudio-estadistico.html>

Arrieta, E. (2018). *diferenciador* . Obtenido de diferenciador:

<https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>

ARTEAGA, G. (28 de 02 de 2022). *TESTSITEFORME*. Obtenido de

TESTSITEFORME: <https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/>

Barroeta, M. R. (10 de 08 de 2020). *ruizbarroeta*. Obtenido de ruizbarroeta:

<https://milagrosruizbarroeta.com/analisis-came/>

ComparaSoftware. (2022). *ComparaSoftware*. Obtenido de ComparaSoftware:

<https://blog.comparasoftware.com/plan-de-servicio-al-cliente/>

Concepto. (2022). *Editorial Etecé*. Obtenido de Editorial Etecé:
<https://concepto.de/oferta/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20oferta%20proviene%20del,la%20rebaja%20de%20un%20precio.>

Copyright, I. (2019). *Ikiam Copyright*. Recuperado el 2 de Julio de 2022, de
https://www.ikiam.edu.ec/ikiam_cifras.html

Económica. (2022). *Económica*. Obtenido de Económica:
<https://enciclopediaeconomica.com/poblacion-estadistica/>

Edraw, P. b. (2020). *Edrawsoft*. Obtenido de Edrawsoft:
https://www.edrawsoft.com/es/five-forces-chart.html?gclid=CjwKCAjw3K2XBhAzEiwAmmgrAvQ-zwWpVtHm7hr0tYJwPYhuUCMq20VwmKuME4rPiVT2IEtKDBV9sxoCxggQAvD_BwE

Elías, J. (s.f.). *ucema*. Obtenido de ucema:
<https://ucema.edu.ar/u/je49/microeconomia/ofertaydemanda.pdf>

EmprendePyme. (2022). *EmprendePyme*. Obtenido de EmprendePyme:
<https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

Enciclopedia Económica. (2022). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de Enciclopedia Económica:
<https://enciclopediaeconomica.com/microentorno/>

Etecé, E. (2022). *concepto*. Obtenido de concepto: <https://concepto.de/oferta/>

Fernandes, A. Z. (2018). *diferenciador* . Obtenido de diferenciador:
<https://www.diferenciador.com/tipos-de-investigacion/>

Galán, J. S. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html#:~:text=Se%20define%20como%20coste%20o,un%20servicio%20como%20actividad%20econ%C3%B3mica.>

GALIANA, P. (11 de junio de 2021). *IEBS*. Obtenido de IEBS:
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-analisis-came-y-como-se-hace-marketing-digital/>

Ikiam. (2019). *ikiam*. Obtenido de ikiam: <https://www.ikiam.edu.ec/historia.html>

Kenneth Delgado Santa Gadea, W. F.-Q. (2018). Rompiendo Barreras en la Investigación. *Redes 2017*, 174.

La Residencia de Estudiantes. (2021). *La Residencia de Estudiantes*. Obtenido de La Residencia de Estudiantes:
<http://www.residencia.csic.es/pres/historia.htm>

Mandragón, V. (2022). *Diario del exportador*. Obtenido de Diario del exportador:
<https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>

Mandragón, V. (2022). *Diario del exportador*. Obtenido de Diario del exportador:
<https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>

PAZ, G. B. (2014). Metodología de la Investigación. *Metodología de la Investigación*, 11.

Pursell, S. (2021). *hubspot*. Obtenido de hubspot:
<https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>

Questionpro. (2022). *Questionpro*. Obtenido de Questionpro:

<https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>

QuestionPro. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

QuestionPro. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/diferencias-entre-estudio-transversal-y-estudio-long/>

Quiroa, M. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia-comercial.html>

Ranís, A. (20 de diciembre de 2016). *Economipedi*. Obtenido de Economipedi:

<https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>

Real, J. d. (2022). *Consumoteca*. Obtenido de Consumoteca:

<https://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/residencia-universitaria/>

Significados. (2013). *Significados*. Obtenido de Significados:

<https://www.significados.com/metodo-deductivo/>

Significados. (2013). *Significados*. Obtenido de Significados:

<https://www.significados.com/metodo-inductivo/>

Significados. (2013-2022). *Significados*. Obtenido de Significados:

www.significados.com/estudio-de-mercado/

Silva, D. d. (28 de 04 de 2021). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Blog de Zendesk:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-al-cliente-que-es/#:~:text=El%20servicio%20al%20cliente%20consiste,proceso%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente.>

Sities google. (s.f.). *Sitis google*. Obtenido de

<https://sites.google.com/site/tallerdeinvestigacion/home/1-3-investigacion-no-experimental-cuasi-experimental-y-experimental>

Spring Professional. (9 de junio de 2021). *Spring Professional*. Obtenido de Spring Professional:

<https://blogcandidatos.springspain.com/transformacion-digital/catalogo-de-servicios-comerciales-vs-catalogo-de-servicios-tecnicos-cual-es-la-diferencia/>

TESIS PLUSS. (s.f.). Obtenido de TESIS PLUSS: <https://tesisplus.com/metodo-analitico/metodo-analitico-segun-autores/>

Tesis y Másters. (2021). *Tesis y Másters*. Obtenido de Tesis y Másters:

<https://tesisymasters.com.ar/investigacion-descriptiva-ejemplos/>

Universia Fundación. (23 de marzo de 2020). *Universia Fundación*. Obtenido de Universia Fundación:

<https://www.universia.net/mx/actualidad/habilidades/conceptos-fundamentales-metodologia-investigacion-1167677.html>

Westreicher, G. (21 de junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>

Westreicher, G. (16 de 07 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/sistema-de-costos.html>

Westreicher, G. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Z, G. B. (s.f.). Metodología de la Investigación.

K. ANEXOS

Anexo 1: Oficio petición población estudiantes IKIAM



Tena, 15 de julio del 2022

Señor

Ing. Daniel Antonio Coronel Navarro

ASESOR – IKIAM

Presente. –

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo, a la vez expresarle éxito en las funciones a usted encomendadas.

Yo, ANA NATIVIDAD YÁNEZ CASTILLO, con cédula de identidad N° 1500574452, alumna del quinto semestre de la carrera de Tecnología Superior en Administración, del Instituto Superior Tecnológico Tena, el motivo del presente tiene la finalidad de solicitarle de la manera más comedida, se me facilite información sobre el número de alumnos con que cuenta la entidad educativa IKIAM, así mismo los números de contacto, correos electrónicos y lugar de procedencia, información que será empleada en la investigación dentro de mi Trabajo de Integración Curricular (TIC) previo a la obtención del título de Tecnología Superior en Administración, cuyo Tema es: Pla para la implementación de una residencia universitaria en la parroquia Myuna, sector Atacapi.

A la Espera de que mi petición sea favorablemente atendida, le anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Ana Yánez Castillo

C. I. 1500574452

0982309317

!Tecnología Innovación y Desarrollo!

Anexo 2: Respuesta IKIAM


Daniel Antonio Coronel Navarro <daniel.coronel@ikiam.edu.ec>
para mí

18 jul 2022, 11:51

Estimada

ANA NATIVIDAD YANEZ CASTILLO
ESTUDIANTE DE TERCERO C
Tecnología Superior en Administración
Instituto Superior Tecnológico Tena

Al amparo de lo dispuesto en la Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 66, numeral 19, mediante el cual se establece:

"19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley."

En este sentido, la información solicitada es carácter personal, lo que implica que no se puede entregar esta información, sin embargo contamos con informar que, nuestra institución cuenta con la siguiente información de estudiantes

FACULTAD	CARRERA	SEMESTRE								8 Total general	
		0	1	2	3	4	5	6	7		
Facultad de Ciencias de la Tierra y Agua	GEOCIENCIAS	15	10	7	11	7	6	8	24	17	105
	Hidrología	7	6	2	3	11	12	9	16	18	84
Total Facultad de Ciencias de la Tierra y Agua		22	16	9	14	18	18	17	40	35	189
Facultad de Ciencias de la Vida	Biotecnología	71	57	39	71	23	63	42	101	43	510
	ECOSISTEMAS	27	7	9	10	11	7	12	27	12	122
Total Facultad de Ciencias de la Vida		98	64	48	81	34	70	54	128	55	632
Facultad de Ciencias Socioambientales	Agroecología	42	14	5	9	8	7	5	3		93
	ARQUITECTURA SOSTENIBLE	128	84	84	75	41	63	26	15	3	519
	BIOCOMERCIO	36	19	12	29	17	13	9	14		149
	Educación en Ciencias Experimentales		24	23	31	23					101
Total Facultad de Ciencias Socioambientales		206	141	124	144	89	83	40	32	3	862
Total general		326	221	181	239	141	171	111	200	93	1683

Atento a sus comentarios

Saludos Cordiales,

Daniel A. Coronel N.
Asesor - 5
Vicerrectorado Académico
UNIVERSIDAD REGIONAL AMAZÓNICA IKIAM
Km 7 Vía Muyuna - Parroquia Muyuna
Tena - Ecuador
www.ikiam.edu.ec |  IKIAMoficial |  @u_ikiam |  u_ikiam

NO IMPRIMA ESTE DOCUMENTO A MENOS QUE CONSIDERE NECESARIO O REUTILICE EL PAPEL / Please don't print this document unless deemed necessary


IKIAM UNIVERSIDAD REGIONAL AMAZÓNICA

Anexo 3: Encuesta aprobada



PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA EN LA PARROQUIA MUYUNA, SECTOR ATACAPI

La presente encuesta tiene por objetivo averiguar sobre la apertura de una residencia universitaria con fines académicos para personas foráneos en la ciudad de Tena.

1. ¿A QUÉ GÉNERO PERTENECE?

- ☐ MASCULINO
- ☐ FEMENINO
- ☐ OTROS

2. EDAD

- ☐ 18 - 22 AÑOS
- ☐ 23 – 27 AÑOS
- ☐ 28 – 32 AÑOS
- ☐ 33 AÑOS EN ADELANTE

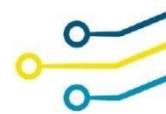
3. LUGAR DE RESIDENCIA ACTUAL

.....

4. ¿LE GUSTARÍA QUE SU RESIDENCIA ESTE CERCANA A SU LUGAR DE ESTUDIO?

- ☐ SÍ
- ☐ NO
- ☐ TAL VEZ

!Tecnología Innovación y Desarrollo!



5. **¿CÓMO LE GUSTARÍA LA HABITACIÓN PARA SU RESIDENCIA?**

- ☐ UN SOLO AMBIENTE (BAÑO PRIVADO Y MESÓN PARA COCINA)
☐ DOS AMBIENTES (BAÑO PRIVADO Y MESON PARA COCINA)

6. **¿DESEARÍA QUE SU HABITACIÓN SEA?**

- ☐ AMOBLADA
☐ SIN AMOBLAR
☐ NO LE INTERESA

7. **¿CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO PAGAR MENSUALMENTE POR UNA HABITACIÓN?**

- ☐ SENCILLA SIN AMOBLAR\$ 85,00
☐ DOBLE SIN AMOBLAR \$ 100,00
☐ SENCILLA AMOBLADA \$ 120,00
☐ DOBLE AMOBLADA \$ 140,00

8. **¿DESEARÍA QUE SU LUGAR DE RESIDENCIA CUENTE CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS?**

- ☐ SÍ
☐ NO
☐ NO LE INTERESA

9. **¿QUÉ TIPOS DE SERVICIO LE GUSTARÍA RECIBIR EN LA RESIDENCIA UNIVERSITARIA CON COSTO ADICIONAL?**

- ☐ GARAGE
☐ ÁREA SOCIAL PARA DESCANSO
☐ SEGURIDAD EN EL ÁREA
☐ SERVICIOS DE LAVANDERÍA
☐ OTROS

.....

!Tecnología Innovación y Desarrollo!



10. ¿CONOCE SI EXISTE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA CERCANO A LA UNIVERSIDAD IKIAM?

() SÍ

() NO

11. ¿SUGIERE USTED TALVEZ PUBLICIDAD DE LA RESIDENCIA UNIVERSITARIA A TRAVÉS DE?:

() MEDIOS TRADICIONALES (HOJAS VOLANTES, RADIO, TELEVISIÓN)

() MEDIOS NO TRADICIONALES (REDES SOCIALES)

 Firmado electrónicamente por: TANIA ANGELICA ALVARADO SHIGUANGO	Ana Natividad Yáñez Castillo Firmado digitalmente por Ana Natividad Yáñez Castillo Fecha: 2022.07.25 20:31:38 -05'00'
Lcda. Tania Angélica Alvarado DIRECTORA DE T.I.C.	Sra. Ana Natividad Yáñez Castillo ALUMNA QUINTO ADM. "B"
 Firmado electrónicamente por: BETTY ALEXANDRA JARAMILLO TITURNA	
Ing. Betty Jaramillo RESPONSABLE DE TITULACIÓN	

!Tecnología Innovación y Desarrollo!

Anexo 4: Link Plan para la implementación de una residencia universitaria (servicios complementarios), en la parroquia Muyuna, sector Atacapi

https://www.canva.com/design/DAFL416321E/HWE9rOw-aMhly6rzNFsyPg/edit?utm_content=DAFL416321E&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton