



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA

**Estudio de Factibilidad Económico – Financiero de un
Country Club en el Cantón de Quevedo**

AUTOR:

Idrovo Arguello, Manuel Alexander

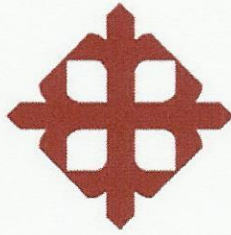
**Trabajo de Titulación
previo a la Obtención del Título de:
INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL
INTERNACIONAL**

TUTOR:

Eco. Esteves Palma, Juan Miguel

Guayaquil, Ecuador

2013



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **MANUEL ALEXANDER IDROVO ARGUELLO**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **INGENIERO EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTOR:

ECO. JUAN MIGUEL ESTEVES PALMA

REVISOR(ES):

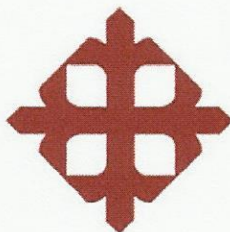
ECO. MANUEL VICENTE GRANDA DAVILA

ING. PATRICIA DENISE BAÑOS MORA

DIRECTOR DE LA CARRERA

DR. ALFREDO GOVEA MARIDUEÑA

Guayaquil, al 16 del mes de Agosto del año 2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Manuel Alexander Idrovo Arguello**

DECLARO QUE:

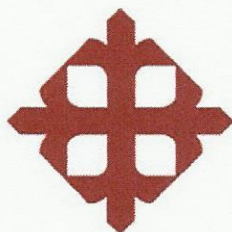
El Trabajo de Titulación **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERO DE UN COUNTRY CLUB EN EL CANTON QUEVEDO** previa a la obtención del Título de **INGENIERO EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 del mes de Agosto del año 2013

EL AUTOR:

MANUEL ALEXANDER IDROVO ARGUELLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Manuel Alexander Idrovo Arguello**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERO DE UN COUNTRY CLUB EN EL CANTON QUEVEDO**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 del mes de Agosto del año 2013

EL AUTOR:

MANUEL ALEXANDER IDROVO ARGUELLO

RESUMEN O ABSTRACT

En este proyecto se presenta un Estudio de Factibilidad Económico-Financiero de un Country Club en el Cantón Quevedo, se demuestra todo el proceso necesario para a la creación de este tipo de establecimiento en este sector del Ecuador.

El estudio de mercado demostró que no existe un lugar exclusivo en el cantón Quevedo, donde el nicho encontrado satisfaga sus necesidades. También, se analizó el tipo de organización, según la cantidad de socios y clientes que tendrá el Country Club. Se muestra los diferentes permisos, impuestos, afiliaciones que el Country Club deberá cumplir para su funcionamiento según los reglamentos establecidos por el gobierno.

En el estudio técnico se muestra el diseño de las diferentes áreas que tendrá el Country Club, así como la optimización del área a construir, el mantenimiento y el monto requerido para invertir en infraestructura y maquinarias necesarias.

Para concluir, se encuentra el estudio económico-financiero donde se puede observar la cantidad a invertir, el calendario de las respectivas inversiones, los ingresos proyectados, egresos proyectados, su respectiva tabla de amortización, así como también los estados financieros requeridos para el análisis respectivo de la institución financiera que otorgará el crédito para la realización del Quevedo Country Club.

INDICE GENERAL

PLAN DE TESIS	1
1. Antecedentes.....	1
2. Planteamiento del Problema.....	3
3. Justificación.....	4
4. Objetivos.....	5
4.1 Objetivo General.....	5
4.2 Objetivos Específicos.....	5
5. Marco Teórico.....	6
6. Metodología.....	12
CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO.....	14
Introducción.....	14
1.1 La Oferta.....	14
1.1.1 Precios.....	15
1.1.2 Tipo de producto.....	16
1.1.3 Forma de comercialización.....	18
1.1.4 Poder de negociación.....	19
1.1.5 Cuantificación de la Oferta.....	19
1.1.6 Abastecimiento.....	19
1.2 La Demanda.....	20
1.2.1 Identificación del producto.....	20
1.2.2 El modo de la manifestación de la necesidad.....	20
1.2.3 Identificación de núcleos o grupos interesados.....	21
1.2.4 Aplicación de un cuestionario para entrevistas.....	21
1.2.5 Cuantificación de la Brecha de la Demanda.....	35
1.3 Plan Estratégico de Mercadeo.....	36
1.3.3 Análisis FODA del Proyecto.....	36
1.3.4 El Marketing Mix del Proyecto.....	37
1.3.4.1 Análisis de Plaza.....	37
1.3.4.2 Análisis del Servicio o Producto.....	38
1.3.4.3 Análisis de Precio.....	40

1.3.4.4	Análisis de Promoción o de Política de Comunicación	41
1.3.4.4.1	Publicidad	41
1.3.4.4.2	Merchandising.....	42
1.3.4.4.2.1	Campaña Publicitaria.....	42
1.3.4.4.2.2	Selección del Medio.....	43
1.3.4.5	Análisis Partner (Socios).....	43
1.4	Plan de Ventas.....	44
1.4.1	Estrategias de ventas.	44
1.4.2	Gastos de Ventas	45
1.4.2.1	Matriz de Gatos de Ventas.....	48
1.5	Conclusiones.....	50
CAPITULO II: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y MARCO LEGAL...		51
Introducción.		51
2.1	Organización Orgánica.	51
2.1.1	Misión de la Organización	51
2.1.2	Visión de la Organización	51
2.1.3	Valores de la Organización.....	52
2.2	Descripción de elementos claves para el diseño de la estructura organizacional orgánica.	52
2.2.1	Especialización del Trabajo.	52
2.2.1.1	Catálogo de tareas y de puestos de trabajo.....	52
2.2.2	Departamentalización.....	52
2.2.2.1	Estructura Descriptiva.....	54
2.2.3	La Cadena de Mando.	55
2.2.4	Ámbito de Control.....	56
2.2.4.1	General	56
2.2.4.2	Departamental.	56
2.2.5	Descentralización	57
2.2.6	Formalización.	57
2.3	Gastos Administrativos	58
2.3.1	Matriz de Gastos Administrativos	60
2.4	Marco legal.....	61

2.4.1	Requisitos para levantar Acta Constitutiva	62
2.4.2	Afiliaciones	64
2.4.2.1	Afiliaciones a las Cámaras	64
2.4.2.1.1	Requisitos para la afiliación.	64
2.4.3	Principales Impuestos a Devengar	65
2.4.3.1	Impuesto al Valor Agregado IVA	65
2.4.3.2	El Impuesto sobre Sociedades, La Licencia Fiscal y la Retención Única de Contribuyente (RUC).....	65
2.4.3.3	Los Impuestos Municipales.....	65
2.4.4	Legislación laboral.....	66
2.4.5	Cuadro de Gastos por impuestos, afiliaciones, etc.....	66
2.5	Conclusiones.....	67
CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO.....		68
Introducción.....		68
3.1	Objetivo del Estudio Técnico.....	68
3.2	Tamaño del Proyecto.....	68
3.3	Localización del Proyecto.....	69
3.4	Inversiones Requeridas.....	70
3.4.1	Dimensiones del Terreno y Distribución de Edificación.....	70
3.4.1.1	Inversión Áreas Servicios.....	71
3.4.1.2	Inversión Parte Administrativa	72
3.4.2	Detalles de Inversiones operativas y/o servicio.....	72
3.4.2.1	Detalle de Inversión Áreas Servicio	72
3.4.2.2	Detalle de Inversión Parte Administrativa	85
3.5	Permisos	92
3.6	Resumen de la Inversión Física.....	92
3.7	Gastos Operativos.....	93
3.7.1	Matriz de Gastos Operativos	100
3.8	Matriz de Inversiones de Maquinarias.....	101
3.9	Depreciaciones.....	102
3.10	Conclusiones.....	103

CAPITULO IV: ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO	104
4.1 Introducción.....	104
4.2 Objetivos del Estudio Económico-Financiero.....	104
4.3 Determinación de Inversión Total.....	105
4.3.1 Inversión Fija.	105
4.3.2 Inversión Diferida.....	106
4.3.3 Capital de Trabajo.	106
4.3.4 Inversión Total	107
4.3.5 Financiamiento.....	108
4.3.6 Calendario de Inversiones.	110
4.4 Presupuesto de Ingresos y Egresos.	111
4.4.1 Presupuesto de Ingresos.....	111
4.4.2 Presupuesto de Egresos.	113
4.4.3 Ingresos Netos.	114
4.5 Depreciación y Amortización.....	114
4.6 Estados Financieros.....	115
4.6.1 Estado de Resultados.....	115
4.6.2 Balance General.....	116
4.7 Flujo de Caja	117
4.8 Tasa Interna de Retorno Financiera TIRF y Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR, basada en el modelo de Precios de Activos de Capital.....	118
4.9 Punto de Equilibrio	119
4.10 Índices Financieros	120
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	121
7. Conclusiones.....	121
8. Recomendaciones.....	122
Bibliografía.....	123
ANEXOS	126

INDICE DE TABLAS

CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 1.1 Valor de Membresías y alcúotas	16
Tabla 1.2 Capacidad Productiva “Guayaquil Country Club”	17
Tabla 1.3 Capacidad Productiva “Arrayanes Country Club”	18
Tabla 1.4 Cuantificación de la Oferta	19
Tabla 1.5 Cuantificación de la Población Objetivo	22
Tabla 1.6 Sexo	23
Tabla 1.7 Edad.....	23
Tabla 1.8 Lugar de residencia.....	24
Tabla 1.9 Clasificación de lugares de distracción	25
Tabla 1.10 Quevedo con Country Club	25
Tabla 1.11 Con que personas realiza paseos o actividades	26
Tabla 1.12 Lugares de Distracción	27
Tabla 1.13 Características importantes del Country Club	28
Tabla 1.14 Actividades que ofrece el Country Club	29
Tabla 1.15 Ingresos Netos Mensuales.....	30
Tabla 1.16 Valor Membresía de por vida	31
Tabla 1.17 Valor Alcúota dispuesto a pagar	32
Tabla 1.18 Medio de Recibir información del Country Club	33
Tabla 1.19 Nombre del Country Club.....	34
Tabla 1.20 Cuantificación de la Brecha de la Demanda	35
Tabla 1.21 Detalle de los Servicios a ofrecer.....	39
Tabla 1.22 Proyección de Membresías.....	44
Tabla 1.23 Detalle de Remuneraciones Gastos de Ventas.....	46
Tabla 1.24 Remuneraciones Gastos de Ventas.....	46
Tabla 1.25 Comisiones	47
Tabla 1.26 Propaganda y Publicidad	47
Tabla 1.27 Alimentación y Gasto de Transporte	48
Tabla 1.28 Matriz Gastos de Ventas.....	49

CAPITULO II: ESTRUSCTURA ORGANIZACIONAL Y MARCO LEGAL

Tabla 2.1 Catalogo de tareas y puestos de trabajo	52
Tabla 2.2 Detalle de Remuneraciones Gastos Administrativos	58
Tabla 2.3 Remuneraciones Gastos Administrativos	59
Tabla 2.4 Rubros restantes.....	59
Tabla 2.5 Matriz de Gastos Administrativos.....	60
Tabla 2.5 Cuadro de gastos por impuestos, afiliaciones, etc.....	66

CAPITULO III: ESTUDIO TECNICO

Tabla 3.1 Distribución de áreas del Country Club (1)	70
Tabla 3.2 Dimensiones del Terreno	71
Tabla 3.3 Inversión por áreas de servicios.....	71
Tabla 3.4 Inversión para las áreas Administrativas.....	72
Tabla 3.5 Detalle de Inversión RESTAURANTE PRINCIPAL	73
Tabla 3.6 Detalle de Inversión adicional RESTAURANTE PRINCIPAL ...	73
Tabla 3.7 Detalle de Inversión PISCINAS.....	74
Tabla 3.8 Detalle de Inversión adicional PISCINAS.....	75
Tabla 3.9 Detalle de Inversión PARQUEDERO, CICLO VIA	76
Tabla 3.10 Detalle de Inversión JUEGOS INFANTILES	77
Tabla 3.11 Detalle de Inversión CANCHAS DEPORTIVAS.....	78
Tabla 3.12 Detalles de Inversión CENTRO DE EVENTOS.....	80
Tabla 3.13 Detalle de Inversión adicional CENTRO DE EVENTOS	80
Tabla 3.14 Detalles de Inversiones CAMPO DE GOLF	82
Tabla 3.15 Detalle de Inversión ESTABLO DE CABALLOS y CAMPO ABIERTO	84
Tabla 3.16 Detalle de Inversión PORTON DE INGRESO.....	85
Tabla 3.17 Detalle de Inversión AREAS VERDES Y GUARDIANIA	86
Tabla 3.18 Detalle de Inversión BODEGAS DE CAMPO DE GOLF	87
Tabla 3.19 Detalles de Inversión OFICINAS.....	88
Tabla 3.20 Detalle de Inversión adicional OFICINAS	88
Tabla 3.21 Detalle de Inversión HALL DE INGRESO	90
Tabla 3.22 Detalle de Inversión adicional HALL DE INGRESO	90
Tabla 3.23 Cuadro de Pagos de Permisos	92
Tabla 3.24 Inversiones para Obras Físicas.....	92

Tabla 3.25 Gastos Operativos PISCINAS.....	94
Tabla 3.26 Gastos Operativos CANCHAS DEPORTIVAS (Tenis y Básquet).....	95
Tabla 3.27 Gastos Operativos CENTRO DE EVENTOS	96
Tabla 3.28 Gastos Operativos CANCHA DE FUTBOL	97
Tabla 3.29 Gastos Operativos CAMPO DE GOLF.....	99
Tabla 3.30 Gastos Operativos CARRITOS DE GOLF	99
Tabla 3.31 Matriz de Gastos Operativos.....	100
Tabla 3.32 Inversión para el Mantenimiento	101
Tabla 3.33 Depreciaciones	102

CAPITULO IV: ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

Tabla 4.1 Inversión Fija.....	105
Tabla 4.2 Inversión Diferida (1).....	106
Tabla 4.3 Capital de Trabajo.....	107
Tabla 4.4 Inversión Total.....	107
Tabla 4.18 Financiamiento.....	108
Tabla 4.5 Calendario de Inversiones	110
Tabla 4.6 Estimaciones de Ventas de Servicios (Unid) (1)	111
Tabla 4.7 Precios Estimados de Ventas	112
Tabla 4.9 Presupuestos de Egresos	113
Tabla 4.10 Ingresos Netos	114
Tabla 4.11 Depreciaciones	114
Tabla 4.12 Amortización	115
Tabla 4.13 Estado de Resultados	115
Tabla 4.14 Balance General	116
Tabla 4.15 Flujo de Caja	117
Tabla 4.16 Tasa Interna de Retorno Financiera TIRF.....	118
Tabla 4.17 Punto de Equilibrio	119
Tabla 4.19 Índices Financieros	120

Índice de Gráficos

CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO

Grafico 1.1 Sexo	23
Grafico 1.2 Edad	24
Grafico 1.3 Lugar de residencia	24
Grafico 1.4 Clasificación de Lugares de distracción	25
Grafico 1.5 Quevedo con Country Club	26
Grafico 1.6 Con quien realiza sus paseos.....	27
Grafico 1.7 Lugares de distracción	28
Grafico 1.8 Características importantes del Country Club	29
Grafico 1.9 Actividades que Ofrece el Country Club.....	30
Grafico 1.10 Ingresos netos mensuales.....	31
Grafico 1.11 Valor Membresía de por vida.....	32
Grafico 1.12 Valor Alícuota dispuesta a pagar.....	33
Grafico 1.13 Medio de recibir información del Country Club.....	34
Grafico 1.14 Nombre del Country Club	35

CAPITULO II: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y MARCO LEGAL

Grafico 2.1 Organigrama.....	53
Grafico 2.2 Cadena de Mando	55
Grafico 2.3 Ámbito de Control (General).....	56
Grafico 2.4 Ámbito de Control (Departamental 1)	56
Grafico 2.6 Ámbito de Control (Departamental 2)	57

CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO

Grafico 3.1 Localización del Proyecto.....	69
Grafico 3.2 Restaurante Principal	74
Grafico 3.3 Piscinas	75
Grafico 3.4 Ciclo vía Ecológica	76
Grafico 3.5 Parqueadero.....	77
Grafico 3.6 Juegos Infantiles.....	78
Grafico 3.7 Canchas deportivas (básquet y tenis)	79

Grafico 3.8 Cancha de Futbol	79
Grafico 3.9 Centro o Salón de Eventos Varios.....	81
Grafico 3.10 Campo de Golf	83
Grafico 3.11 Establo y Campo Abierto (áreas de galope)	84
Grafico 3.12 Bodegas de Campo de Golf	87
Grafico 3.13 Oficinas	89
Grafico 3.14 Hall de Ingreso	90
Grafico 3.15 Plano General de la Obra (Country Club).....	91

PLAN DE TESIS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERO DE UN COUNTRY CLUB EN EL CANTON QUEVEDO

1. Antecedentes.

Los Country Clubs empezaron a formarse en salas, comedores de los hogares norteamericanos y en reuniones donde hombres y mujeres deseaban establecer un dominio privado social y atlético. Ellos trazaron una línea entre los lugares públicos y privados, estableciendo así una afiliación colectiva para las damas y caballeros de este dominio privado. Se puede notar claramente cuáles son las intenciones básicas de un Country Club, privacidad y exclusividad. A principios de 1882, James Murray Forbes organizó una reunión en la avenida de su domicilio con el fin de presentar la idea de formar un club en los suburbios de Boston. Forbes presentó una circular explicando los objetivos propuestos para el Club, la circular invitaba a toda la clase elite de Boston para que pudieran disfrutar del Club a formarse. Durante los siguientes 50 años el proceso de la idea fue continuando, hasta que la mayoría de los pueblos norteamericanos contaban con un Club. Para esto en 1930 había aproximadamente unos cuatrocientos Country Clubs en los Estados Unidos. (Moss, 2001)

Esto llevó rápidamente a que se replegara fuera del país y llegando así a varios destinos latinoamericanos como Ecuador.

En 1914, conocidos empresarios norteamericanos e ingleses de las compañías como Cervecería Nacional, La Cemento Nacional, All American Cable, Banco de Londres y Empresa Eléctrica del Ecuador Inc., entre otras, se distraían jugando Golf en un campo de aviación ubicado en Durán. El 15 de mayo de 1933 se funda la Sociedad Anónima Guayaquil Country Club, con el boom de los norteamericanos en este tipo de clubs,

se lo adopto al Ecuador. Fue uno de los primeros Country Club del Ecuador.(Country Club, Guayaquil Country Club)

Actualmente, existen tres Country Clubs, seguidos de otros clubs que ofrecen el mismo servicio. El Guayaquil Country Club, LaCosta Country Club, Arrayanes Country Club son en la actualidad los más emblemáticos, en la mayoría se realizan torneos nacionales e internacionales de Golf. Por otra parte tenemos el Cuenca Tenis y Golf Club, los Cerros Club de Golf, Club Los Chillos, y El Quito Tenis y Golf Club que son de similares característica a los antes mencionados. En total existen siete entidades dedicadas a la actividad del Golf en el Ecuador.

El objetivo del presente proyecto es hacer un análisis de factibilidad Económico-financiero para la creación de un Country Club en el cantón Quevedo ya que en la actualidad no hay un espacio determinado para la implementación de actividades de esparcimiento familiar unificado como: pista de equitación, Golf, ciclismo, tenis, natación, entre otras, y también por la falta de espacios recreacionales para los niños, por lo que la creación de este club campestre ayudaría a generar mayor desarrollo en el ámbito social dentro del cantón y así incrementar el reconocimiento turístico nacional e internacionalmente a esta parte del Ecuador.

Tomando en cuenta estas indicaciones, se ha considerado la importancia de implementación del proyecto en el Cantón de Quevedo.

2. Planteamiento del Problema.

Quevedo es uno de los cantones más emblemáticos de la provincia de Los Ríos, con una población cercana a los ciento ochenta mil habitantes. A medida que pasa el tiempo, el cantón ha venido sufriendo una transformación significativa en el nivel socio económico de los habitantes, un ejemplo claro es el número determinado de empresas nacionales e internacionales en el sector agrario, empresarial, etc.

En este ámbito se ha notado que este sector de la población no cuenta con un lugar exclusivo donde puedan desarrollar actividades deportivas y realización de eventos varios. La parte poblacional del sector tiene un continuo crecimiento por lo que los espacios de áreas exclusivas son nulos, para que los funcionarios públicos, privados y magnates de la agricultura puedan desarrollar actividades deportivas como Golf, tenis, fútbol, baloncesto y de equitación, etc.

La inexistencia de un Country Club en el cantón Quevedo, es una grave problemática ya que una porción de los interesados de este servicio, forma parte o tiene membresía en Country Clubs fuera de la ciudad y de la provincia, creando una salida de dinero que bien puede quedarse en el cantón para incentivar el comercio e ingresos para la ciudad. Por otro lado, existiendo en la ciudad el 13,5% de desempleo según el Municipio y el INEC; la creación del country club constituiría en una fuente de trabajo.(Ecuador G. d.)(Quevedo, 2007)

El alcalde John Salcedo del cantón Quevedo manifiesta que los ejecutivos, funcionarios, empresarios es una parte importante en la economía del cantón, pero al pertenecer a un club de otra ciudad, atribuyen indirectamente al desarrollo de otros cantones y no a la ciudad donde se implementara el Country Club.

3. Justificación.

Como se mencionó en la definición del problema, es proyecto se justifica porque de no realizarse, el cantón dejaría de obtener ingresos que contribuiría a crear un efecto multiplicador de esta inversión.

Por el lado de la fuerza de trabajo no se contribuiría a incentivar el empleo. El municipio y así como el gobierno menciona que estaría dejando de percibir dado en efecto multiplicador, impuestos provenientes del IVA, así como el impuesto a la renta y lo referente a los predios urbanos, permisos y funcionamiento.

Los clientes seguirían trasladando riquezas hacia otros cantones donde existe este tipo de servicio.

La banca local dejaría de fomentar e incentivar actividades económicas de la región al no existir un detonante totalmente innovador, como es el Country Club, al ser un centro de generación de emprendimiento, a más del servicio social.

Al incentivarse la generación de comercio crearía una fuente de abastecimiento local requerido para la ejecución del proyecto.

4. Objetivos.

4.1 Objetivo General.

Realizar un estudio de factibilidad Económico-Financiero de un Country Club en el cantón Quevedo.

4.2 Objetivos Específicos.

Realizar un Estudio de Mercado.

Determinar la Estructura Organizacional y el Cuerpo Legal.

Realizar el Estudio Técnico.

Realizar el Estudio Económico-Financiero del proyecto.

5. Marco Teórico.

La precedente sección tratara acerca de los fundamentos teóricos en la cual se basó el trabajo. Para el desarrollo del marco teórico se seguirá el siguiente orden de exposición:

- Conceptualización de un Country Club
- Fundamento de marketing
- Fundamento de estrategias de marketing
- Fundamento de diseño organizacional
- El entorno legal del proyecto
- Fundamentos técnicos
- Fundamentos económicos financiero

Conceptualización de un Country Club

Según Guillermina Bourlot (Bourlot, 2009), los Country Clubs son conocidos como lugares de fin de semana. Debido al crecimiento de las ciudades, el hombre trata de protegerse volviendo a la naturaleza o buscando armonía. En el Ecuador, se ha venido desarrollando de dos maneras: utilizando Country Clubs y urbanizaciones cerradas alejadas de la selva de cemento como lo es la ciudad. Estas modalidades de urbanizaciones poseen elementos comunes pero también diferenciales, siendo así un poco compleja la estructuración del club de campo, por el ofrecimiento de mayor diversidad e importantes variantes entre sí.

Guillermina Bourlot (Bourlot, 2009) define a un Country Club como un complejo recreativo residencial ubicado en una extensión suburbana, limitada en el espacio e integrada por lotes construidos o a construirse, independientes entre sí, que cuenta con una entrada común y está dotado de espacios destinados a actividades deportivas, culturales y sociales, siendo las viviendas de uso transitorio o permanente y debiendo existir

entre el área de viviendas y el área deportiva, cultural y social una relación funcional y jurídica que convierta al Country Club en un todo inescindible.

El sector del turismo es muy importante desde lo económico, debido a que su actividad da mucha incidencia en el desarrollo del país, especialmente en la rentabilidad de sus recursos, la balanza comercial, el empleo, Producto Interno bruto PIB y las economías regionales. (Ecuador G. , Ministerio de Turismo)

El Ecuador por su gran atractivo turístico es uno de los lugares más preferidos por muchos turistas, he allí el prestigio que ha venido cosechando en los años y con el apoyo del gobierno y entidades que desean explotar el turismo ecuatoriano.

El Ecuador posee un gran potencial, tanto cultural como natural, para desarrollar turismo y considerarse un país con gran potencial con el Ecoturismo, Agroturismo, turismo comunitario, turismo de aventura acompañada con unos paisajes llenos de cascadas, valles, ríos, etc...

El turismo representa una parte importante de la economía en casi todos los países del Mundo. Esta actividad económica está definido por su demanda y consumo de visitantes, es decir, que el turismo ofrece bienes y servicios para satisfacer la demanda de turistas. Esto incluye una variedad de actividades, como por ejemplo, compras, alojamiento, servicios de agencias de viaje, transporte hacia y dentro de los destinos, etc. Hablando internacionalmente del turismo, los ingresos generados son importantes de esta actividad.

El gobierno municipal de Quevedo ha dado mucha importancia al campo turístico del cantón, considerandose el turismo en un pilar fundamental para el desarrollo económico y social de los pueblos y ciudades grandes. (Quevedo, 2007)

Según José Luis Andrés Sarasa(Sarasa J. , 2000), el paisaje urbano es un recurso turístico que tiene un gran potencial para su explotación. Es por eso que el cantón Quevedo con su sinnúmero de obras modernistas urbanas, puede llegarse a convertir en un lugar con potencial turístico de un nivel alto, llegando así a tener un paisaje urbano como las grandes ciudades del Ecuador. Las ciudades con esta potencialidad de recurso deberían plantear alternativas como la creación de centros y clubes donde puedan disfrutar de la naturaleza, si dejar al lado el paisaje arquitectónico moderno y antiguo, que caracteriza sus sectores y permite tener una identidad volviéndose así un atractivo turístico de manera innata dentro del país. El beneficio de una disponibilidad de tiempo libre diario y semanal que posee la población de ese sector, hace que la implementación de una Country Club, sea tradicional sin perder las características de sus espacios urbanos, es decir, haciendo una mezcla de sus espacios naturales con espacios urbanos de enorme interés por parte de la población y creando una atracción hacia los turistas que lleguen a la ciudad.

Sarasa(Sarasa J. A., 1998) también habla del turismo en espacios denominados como “atrasados”. Esto quiere decir que estos lugares vienen presentando buenos resultado en el turismo dado que presentan un desarrollo substancial a la comunidad de “atrasados”, debido a que las autoridades se enfocan en regenerar este tipo de lugares para cambiar el estilo de vida de las persona que habitan estos sectores y así llamar la atención de los turistas por el desarrollo rural que tiene la ciudad a sus alrededores o periferias.

Fundamentos de Marketing

Para Idelfonso Grande y Elena Abascal (Grande Esteban & Abascal Fernandez, 2009), el *estudio de mercado* es importante para la parte investigativa de un proyecto. Se habla de un nivel de investigación profundo al campo que se lo aplicara, que en algunos casos se asemejan con el periodismo de investigación. Se busca que con estos tipos de

estudios, los emprendedores se alimenten de la idea de iniciar un negocio al que se asumen buenas perspectivas económicas y de futuro, formulando indagaciones que serán de gran utilidad para evitar cierto riegos que vienen atados al inicio de una actividad económica, enfocando siempre a las que requieren una gran cantidad de inversión. En este estudio se tomaran en cuenta muchos factores a analizar, como: La oferta, la demanda, Plan estratégico de Mercadeo y Ventas.

Fundamentos de Estrategias del Marketing

Según Chales Lamb (Lamb, Jr., Hair, Jr., & Mc Daniel, 2006), para poder establecer las estrategias debemos tener como objetivo la selección de una parte del mercado. Lamb habla de tres tipos de mercados, la meta no diferenciada, la meta concentrada y la meta de segmentos múltiples. Cada uno de ellos tiene características diferentes pero la que se tomara en cuenta es el *Mercado Meta Concentrado*, debido a que el proyecto está enfocado a un nicho de mercado. En este caso, se seleccionara la parte de ejecutivos y gerentes de las empresas o entidades bancarias así también como dueños de haciendas dedicadas al agro, ya que en esta parte del Ecuador dichas personas tienen un nivel económico sustentable.

Fundamentos del Diseño Organizacional

Richard Daft (Daft, 2007) dice que existen tres componentes claves para la definición de la estructura en la organización, las relaciones formales de subordinación, el agrupamiento de los individuos en los departamentos en la organización y el diseño de sistemas para asegurar la comunicación efectiva; coordinación y la integración de los departamentos. Estos tres factores pertenecen a los aspectos verticales y horizontales de la organización. Toda estructura se refleja en su organigrama, es decir, hacer la distribución del personal para cada uno de los departamentos de la organización. El organigrama es la representación visual de un conjunto completo de actividades y procesos subyacentes a una organización, mostrando que puestos existen, como están agrupados y quien le

reportara a quien, y los siglos de antigüedad. Según lo antes dicho, el tipo de estructura se basara básicamente en el tipo de organización orgánica por lo que es muy aceptable y flexible.

El entorno Legal del proyecto

El marco legal o jurídico del proyecto se basó en las leyes del país, considerando las normas legales, principales impuestos a devengar por la empresa, impuestos sobre las sociedades y la licencia fiscal, los impuestos municipales y las normas internacionales para este tipo de proyecto.

Fundamentos del Estudio Técnico

Según Marcial Córdoba (Córdoba Padilla, 2006), el *estudio técnico* se basa en diseñar la función de producción adecuada del proyecto para la utilización óptima de los recursos disponibles, así mismo, establecer el sitio donde el proyecto pueda generar los mejores resultados a costos razonables, buscar y ampliar esquemas tecnológicos adecuados que garanticen la competitividad y finalmente establecer los mecanismos para ofrecer servicios de calidad con sostenibilidad. El *estudio técnico* está ligado con el *estudio de mercado*, debido a que indica si hay demanda suficiente; las características del servicio, tamaño de la demanda, la cuantificación del volumen de venta y precio de venta, definen el producto o servicio en el *estudio técnico*. Córdoba menciona que este estudio determina la necesidad del capital y de la mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, también abarca el estudio de la distribución de la infraestructura y del terreno, proyectos complementarios y rendimientos.

Fundamentos del estudio Económico-Financiero

Según en un artículo de la UNAM (UNAM) el *estudio económico-financiero* de un proyecto debe comprender en el monto de los recursos económicos que incluye la realización y la previa puesta en marcha,

tomando en cuenta la determinación del costo total que se necesite para el periodo de operación. Se deberá determinar el monto de la inversión total requerido y el tiempo que se efectuara, también el presupuesto de ingresos y egresos, sin olvidar el aplicativo a las tasas de depreciación y amortización correspondiente a los activos tangibles e intangibles, analizar costos y gastos incurridos; por ultimo determinar el punto de equilibrio analítico. Para ello se realizaran tablas donde serán reflejadas con números la información antes dicha. No hay que olvidar que para calcular la Tasa Minina Atractiva de Rendimiento (TMAR) se aplicara el Modela de Precios de Activos de Capital (MPAC); en este modelo el mercado es el punto de comparación donde se toma en cuenta la inversión y las observaciones del mercado, utilizando una regresión en la que los resultados se puedan expresar por medio de una ecuación llamada línea de mercado y poder pronosticar las condiciones del mercado.

6. Metodología.

En este proyecto se usaron diferentes metodologías, según cada capítulo.

La investigación de campo se dio por medio de entrevistas a empresarios dentro y en las cercanías del cantón Quevedo, obteniendo un resultado de las principales necesidades o problemas. También se utilizó un software para la interpretación de los resultados de la investigación de campo. Esto se realizará en el capítulo que trata sobre el estudio de mercado.

Se determinó la estructura organizacional que se utilizara dentro del Country Club y se analizaron los diferentes requerimientos, permisos e impuestos para la implementación de la empresa. En el segundo capítulo estará más detallado el método que se utilizó para escoger la estructura organizacional y sucesivamente la parte legal que corresponde.

En el capítulo tres se utilizó un tipo de análisis o método analítico, para poder optimizar cada espacio en donde se creara el Country Club y también se elaborara un diseño acorde a lo que los futuros socios se merezcan, con un amplio campo de Golf e instalaciones acorde a los estándares generales que requiere este tipo de establecimiento.

Debido a la inmensidad de información textual que provee la investigación se acumula un sinnúmero de característica de los estudios, administrativos, social, medio ambiental y técnicos; que tienen que formular para poder determinar la factibilidad para la creación de un Country Club en el Cantón de Quevedo.

Necesariamente las referencias textuales de los autores que hablan sobre el Country Club o la implementación de un tipo de empresa generando un marketing turístico, analizan factores puntuales como: impacto social, conceptos, generalidades, componentes, conformando un sólido cuerpo

teórico y orientar para la implementación y realización del siguiente proyecto.

El levantamiento de información es un factor muy importante para tener una idea clara y concisa de la implementación de un Country Club en el cantón de Quevedo, con las sugerencias y características que las personas ofrecen.

CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO.

Introducción.

Habiéndose definido el problema resaltado en la justificación, el fundamento teórico, así como la parte metodológica, a partir de este capítulo se da inicio del desarrollo del contenido, comenzando con el estudio de mercado, el mismo que tratara de determinar la brecha entre la oferta y la demanda, así como la consideración de los elementos propios del mercadeo, tal como se definición en el marco teórico.

1.1 La Oferta

Se entiende por oferta en este trabajo la cuantificación de las empresas existentes que brindan este servicio a los interesados en el mismo. Durante el proceso de la investigación se determinó que en la ciudad de Quevedo no existe servicio según la definición de country club, ni siquiera un negocio similar. Por lo que la investigación tuvo que salir del contorno de la ciudad y observar a nivel nacional, identificándose dos empresas dedicadas al servicio del country club:

GUAYAQUIL COUNTRY CLUB

El Guayaquil Country Club es una empresa que se inició en el año 1914, cuando funcionarios de Empresas norteamericanas e inglesas tales como Cervecería Nacional, La Cemento Nacional, All American Cable, Banco de Londres y Empresa Eléctrica del Ecuador Inc., entre otras, jugaban Golf en un campo de aviación que se encontraba en Durán, población en las riveras al otro lado del Río Guayas, trasladándose posteriormente a la sabana de San Pedro y San Pablo de la Atarazana.(Country Club, Guayaquil Country Club)

El 15 de mayo de 1933 fue fundada la "Sociedad Anónima Guayaquil Country Club" ubicando su sede en el kilómetro 8 de la vía a Playas, con una cancha de 9 hoyos, teniendo hasta 350 socios.

En el año 1974 cambio su nombre al de "Guayaquil Country Club", y en el año 1976, se trasladó al kilómetro 22 de la vía a Daule donde actualmente está ubicado.

Su logotipo es:



ARRAYANES COUNTRY CLUB

La Fundación Arrayanes Country Club, fue aprobada mediante acuerdo N° 01294 del 22 de octubre del 2002, del Ministerio de Bienestar Social, posee RUC, lo que permitirá empezar a desarrollar actividades para los fines que persigue dicha institución. Es una organización sin fines de lucro cuya principal orientación es mejorar la calidad y condiciones de vida de los trabajadores de Arrayanes Country Club, sus familias y la comunidad, principalmente en la parroquia de Puembo.(Arrayanes)

Su logotipo es:



1.1.1 Precios

En este mercado en relación a la oferta no existe el concepto precio, sino lo que se denomina membresía y alícuotas. En cuanto a los servicios como restaurantes, alquiler de carritos de golf, clases para los diferente deportes, etc... Están sujetos a una lista de precios.

Tabla 1.1 Valor de Membresías y alícuotas

	Guayaquil Country Club	Arrayanes Country Club
Membresía	\$ 11.000,00	\$ 12.000,00
Alícuota	\$ 360,00	\$ 350,00

Fuentes: Guayaquil Country Club y Arrayanes Country Club

Elaborado por: Autor

1.1.2 Tipo de producto

El Guayaquil Country Club cuenta en la actualidad con 1200 socios, los mismos que disfrutan de áreas deportivas comprendidas por 9 canchas de arcilla y dos de cemento de Tenis, Equitación, Squash, piscina y una cancha de Golf de 18 hoyos par 72 con fairways Bermuda 419 y greens Bermuda Teifdwarf.(Country Club, Guayaquil Country Club)

El Club se encuentra a nivel del mar, con temperaturas que fluctúan en 25 y 35 grados centígrados en el día y 19 y 30 grados centígrados en la noche. El Guayaquil Country Club ha sido sede de importantes torneos de Golf como:

- 1985 Sudamericano de Golf "Copa Los Andes".
- 1987 y 1992 Campeonato Sudamericano "Pre-Senior"
- 1993 al 1997 "Ecuadorian Open" de la gira Sudamericana profesional de Golf.

El alquiler de los carritos y los suplementos para jugar golf proporcionados a los socios de lunes a domingo de 10h00 hasta 15h00.

Posee una casa club, donde los socios disfrutan de una completa infraestructura de servicios, restaurante y bares, piscinas con hidromasajes, baños, vestidores, saunas y turcos, las salas para Squash, guardería para niños menores de 8 años de edad. También cuenta con un área hípica con cancha de salto y establo para los caballos.

Los socios del club también utilizan las instalaciones para realizar cualquier evento que deseen.

Tabla 1.2 Capacidad Productiva “Guayaquil Country Club”

Capacidad Productiva							
Hora / Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8 am - 9 am							
9 am - 10 am	Uso de canchas de Tenis, Clases de Equitación, Uso de piscina y Uso de campo de Golf. Atención de Restaurante.				Uso de canchas de Tenis, Clases de Equitación, Uso de piscina, Uso de campo de Golf y Uso de salas para Squash. Atención de Restaurante.		
10 am - 11 am							
11 am - 12 pm							
12 pm - 1 pm							
1 pm - 2 pm							
2 pm - 3 pm							
4 pm - 5 pm							
6 pm - 7 pm	Uso de canchas de Tenis, Uso de salas para Squash.						
8 pm - 9 pm							
9 pm - 10 pm	Uso de las Instalaciones para cualquier tipo de eventos que los socios deseen realizar.						
10 pm - 11 pm							
12 am - 1 am							
1 am - 2 am							

Fuente: Guayaquil Country Club

Elaborado por: Autor

Arrayanes Country Club se levanta dentro de 178 hectáreas, donde se disfruta de una variedad de servicios que ofrecen calidad total.

Su amplio campo de golf de 18 hoyos, par 71, su capacidad de 120 jugadores, posee un cuarto de talegas como lo pide los estándares internacionales. Posee una zona de práctica ubicada al final de hoyo 19 y cuenta con un bar.

Cuenta con un sistema de transporte que recorre todas las tardes los principales centros educativos de la capital y procede al traslado de los niños y jóvenes interesados en las clases que ofrece.

En la casa club de 8.000 m² de construcción, nuestros socios cuentan con una completa infraestructura de servicios, comedores y bares, piscinas para adultos y niños, hidromasajes, vestidores, peluquerías, baños, saunas y turcos, canchas de raquet y squash, gimnasio, sala cuna, y parque infantil.(Arrayanes).

Al igual que el Guayaquil Country Club, los socios pueden usar las instalaciones para diferentes tipos de eventos.

Tabla 1.3 Capacidad Productiva “Arrayanes Country Club”

Capacidad Productiva							
Hora / Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8 am - 9 am							
9 am - 10 am	Atención el todas las instalaciones. Clases de Golf, Tenis, Natación y Squash.				Uso de Campo de Golf, Piscinas, canchas de Tenis, Squash. Uso de Saunas y Turcos. Atención en restaurante y bares.		
10 am - 11 am							
11 am - 12 pm							
12 pm - 1 pm							
1 pm - 2 pm							
2 pm - 3 pm							
4 pm - 5 pm							
6 pm - 7 pm	Uso de canchas de Tenis, Uso de canchas de Squash, Uso de Sauna y turcos.						
8 pm - 9 pm							
9 pm - 10 pm	Uso de las Instalaciones para cualquier tipo de eventos que los socios deseen realizar.						
10 pm - 11 pm							
12 am - 1 am							
1 am - 2 am							

Fuente: Arrayanes Country Club

Elaborado por: Autor

1.1.3 Forma de comercialización

La forma con la que se difunde la presencia de estos dos country club, es de varias maneras; una de ellas es la distribución de revistas especializadas y otra la visita de los vendedores a los futuros socios.

1.1.4 Poder de negociación

Dada la naturaleza de exclusividad que tienen ambos clubes, se deduce que tiene un gran poder de influencia en el entorno empresarial, bancario e inclusive gubernamental.

1.1.5 Cuantificación de la Oferta.

Según el análisis previo, en la actualidad no existe ningún tipo de establecimiento que ofrezca el servicio de un Country Club.

Tabla 1.4 Cuantificación de la Oferta

	Oferta en la zona	Demanda en la zona *	Total
Número de socios	0	710	710

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

*Tomado de la Tabla 1.5

1.1.6 Abastecimiento

La investigación llegó a determinar, cómo se proveen de insumos para el funcionamiento de sus centros a través de los principales proveedores que son empresas de suministros de fertilizantes, pesticidas, las que venden maquinarias y demás implementos para un buen funcionamiento del Country Club. En la actualidad existen muchos centros especializados donde se pueden adquirir los suministros y maquinarias, así como empresas dedicadas a la venta de productos y máquinas agrícolas que en este caso serán de gran ayuda para el mantenimiento de las instalaciones.

Adicionalmente el cuidado de las demás áreas de las que comprende el country club necesitara proveedores de diversos artículos y suministros por lo que no habrá ningún problema en conseguir, por la existencia abundantes de los mismos.

1.2 La Demanda

Habiendo concluido con el estudio de la oferta en la precedente sección se determinara la potencial de la demanda por este tipo de servicio.

Para el desarrollo de esta sección se siguió los siguientes pasos:

- Identificación de necesidades
- El modo de la manifestación de las necesidades
- Identificación de núcleos o grupos interesados
- Aplicación de un cuestionario para entrevistas
- Cuantificación de la brecha de la demanda.

1.2.1 Identificación del producto.

Para la identificación del producto se visitó o se realizó un levantamiento de los diferentes centros turísticos y diversión de la zona. En el anexo 1 se aprecia que los centros no ofrecen la característica que un country club puede brindar para el nivel de clientes que los exigen, como son: utilizar el club para una constante relación y comunicación tendiente a mantener vivo la relación comercial de negocios o de tratamientos de asuntos políticos y económicos.

1.2.2 El modo de la manifestación de la necesidad

Para poder suplir esta necesidad los usuarios de este tipo de negocio que por lo general son ejecutivos dueños de empresas y haciendas, industrias, se ven obligados a salir a Guayaquil o Quito para realizar sus actividades, sobre todo en los actuales momentos que se percibe que la ciudad de Quevedo tiene una creciente de la presencia de ejecutivos y emprendedores extranjeros.

1.2.3 Identificación de núcleos o grupos interesados

La identificación de los grupos interesados, no constituyó una gran labor dado que la exclusividad del producto permite identificar sin mayor esfuerzo a los demandantes.

Los grupos interesados en el producto están a nivel de altos funcionarios y empresarios del cantón. Estos se encontraron en las grandes haciendas bananeras y palmeras, industrias de alto capital, ejecutivos bancarios y funcionarios del estado de alto nivel.

En el sector del banano y palmero se identificaron 150 empresarios con un nivel de ingresos de entre \$16.000,00 –\$25.000,00 mensuales.

En la zona industrial se detectaron 100 empresas de \$1.000.000,00 de patrimonio.

En el sector bancario existen 20 bancos e instituciones financieras que son sucursales de las oficinas centrales en las grandes ciudades del Ecuador.

Por último en el sector gubernamental e instituciones como la ONG's existen unas 20 entidades.

1.2.4 Aplicación de un cuestionario para entrevistas

Acorde a la identificación de los grupos interesados, la selección de las personas a ser entrevistadas se cuantificó tal como expresa en la siguiente tabla:

Tabla 1.5 Cuantificación de la Población Objetivo

Cuantificación de la Población Objetivo			
	Número de Empresas	Número Pre Calificados ⁽¹⁾	Total
Grupo 1 Bananeros y Palmeros	150	3	450
Grupo 2 Industrias	100	2	200
Grupo 3 Bancos	20	1	20
Grupo 4 ONG's e Institutos gubernamentales	20	2	40
TOTAL			710

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Autor

(1) Son las personas que ocupan un alto nivel dentro de su grupo.

Del total de la población objetivo que muestra la tabla se entrevistaron 138 personas, es decir el 19% de dicha población, entre ellos bananeros, palmeros, dueños de empresas y ejecutivos en general.

Los temas a tratar para las entrevistas fueron las siguientes:

- Lugar de residencia
- Clasificación de Lugares de Distracción
- Quevedo con un Country Club
- Con quien realiza sus paseos
- Lugares donde se reúnen para hacer negocios
- Lugares de distracción que visita
- Características para un Country Club
- Actividades que ofrece el Country Club
- Sueldo
- Recibir la información sobre le Country Club
- Valor de la Alícuota
- Valor dispuesto a pagar por membresía
- Nombre para el Country Club

1.2.4.1 Presentación de Resultados de las Entrevistas

Acorde a los temas a tratar de las entrevistas, se entrevistaron 138 personas de los cuales 77 fueron de hombres y 61 mujeres.

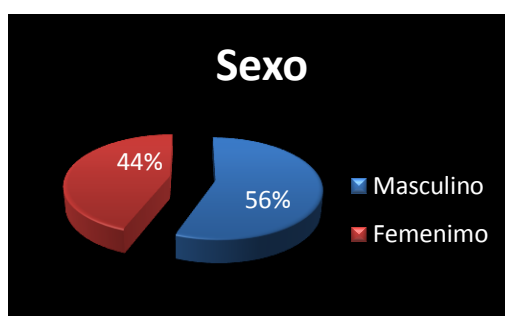
Tabla 1.6 Sexo

SEXO		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Masculino	77	55,8
Femenino	61	44,2
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.1 Sexo



Elaborado por: Autor

En la siguiente tabla muestra la edad de los entrevistados:

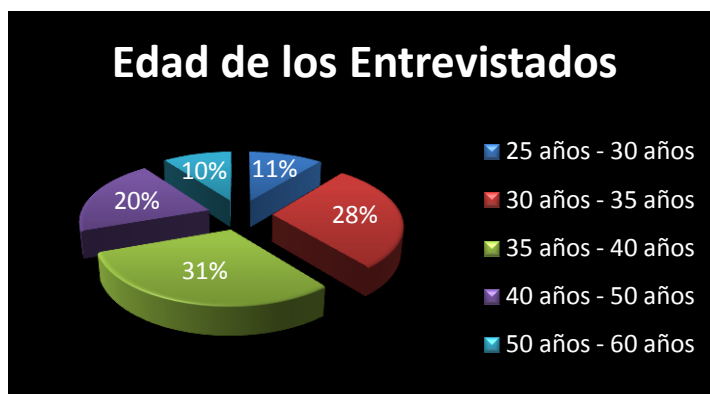
Tabla 1.7 Edad

EDAD		
Respuesta	Personas	Porcentaje
25 años - 30 años	15	10,9
30 años - 35 años	39	28,3
35 años - 40 años	42	30,4
40 años - 50 años	28	20,3
50 años - 60 años	14	10,1
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.2 Edad



Elaborado por: Autor

Los lugares de residencia de los entrevistados están dentro de la ciudad y a las afueras de la misma, en la siguiente tabla demuestra más detalladamente las ciudades de residencias:

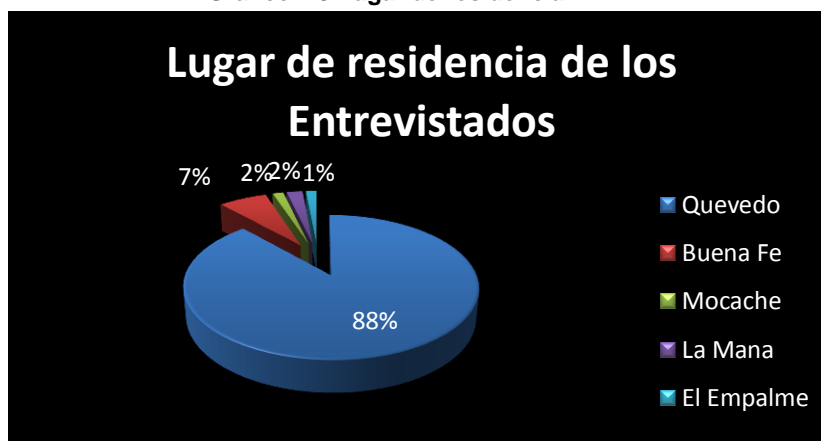
Tabla 1.8 Lugar de residencia

LUGAR DE RESIDENCIA		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Quevedo	122	88,4
Buena Fe	9	7
Mocache	2	1,4
La Mana	3	1,8
El Empalme	2	1,4
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.3 Lugar de residencia



Elaborado por: Autor

Al tocar el tema de los diferentes lugares de distracción que tiene Quevedo, los entrevistados reflejaron lo de la siguiente tabla:

Tabla 1.9 Clasificación de lugares de distracción

CLASIFICACION DE LUGARES DE DISTRACCION		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Excelente	13	10
Bueno	83	60
No tan bueno	36	26
Regular	6	4
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.4 Clasificación de Lugares de distracción



Elaborado por: Autor

Cuando se tomó en consideración que si Quevedo necesitaba un Country Club esto fue lo que se obtuvo como resultado:

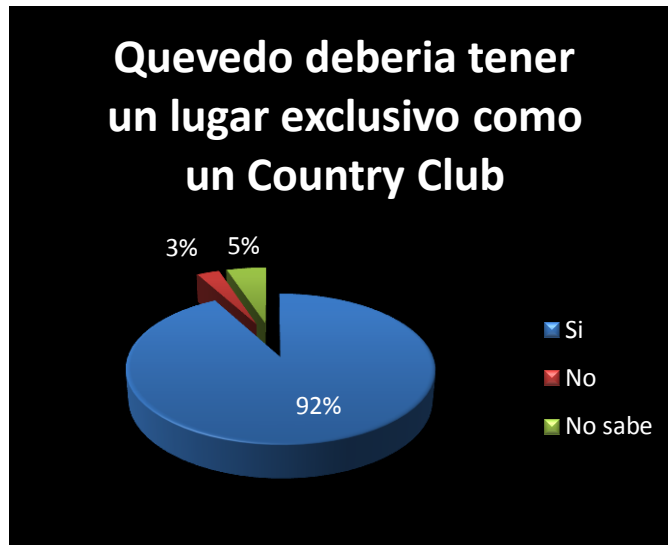
Tabla 1.10 Quevedo con Country Club

QUEVEDO CON UN COUNTRY CLUB		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Si	127	92
No	4	3
No sabe	7	5
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.5 Quevedo con Country Club



Elaborado por: Autor

Esto determina el agrado de la idea de que Quevedo cuente con un tipo de clubs como este, haciéndolo así novedoso e innovador para el cantón.

Pasando a la siguiente pregunta del cuestionario se habló sobre con que personas hacen sus paseos o actividades en general, la siguiente tabla demuestra los resultados:

Tabla 1.11 Con que personas realiza paseos o actividades

CON QUIEN REALIZAN PASEOS O ACTIVIDADES		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Solo	2	1
Familia	99	72
Amigos	30	22
Grupo Organizado	7	5
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.6 Con quien realiza sus paseos



Elaborado por: Autor

Se observó que la mayoría de los entrevistados les gusta realizar actividades con sus familias pero cierta parte de ese porcentaje gusta realizar actividades o reuniones de negocios, buscando lugares donde poder hacer dichas actividades.

Tomando en cuenta los lugares de distracción o recreación que existen en el cantón se preguntó a los entrevistados cuales de los siguientes lugares frecuenta más:

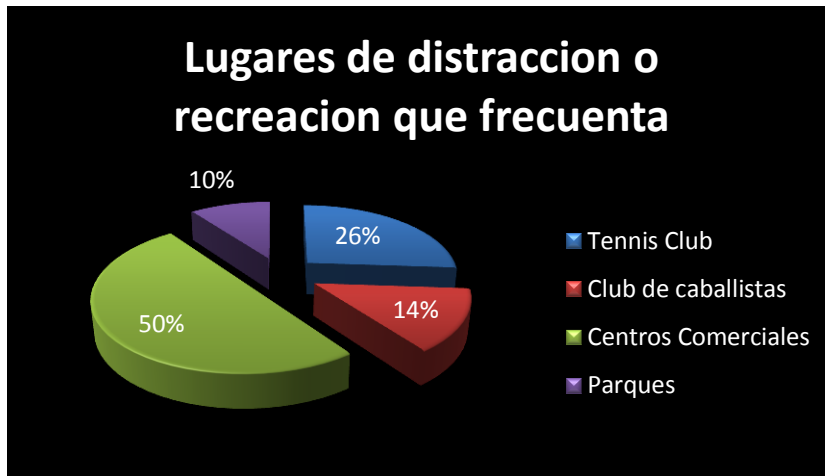
Tabla 1.12 Lugares de Distracción

LUGARES DE DISTRACCION		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Tenis Club	36	26
Club de Caballista	19	14
Centros Comerciales	69	50
Parques	14	10
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.7 Lugares de distracción



Elaborado por: Autor

Se obtuvo el resultado esperado el cual era centros comerciales, esto quiere decir que los centros comerciales son los lugares frecuentados para realizar sus actividades ya sean familiares o de negocios.

Para la creación de un country club o de cualquier tipo de club, siempre es importante considerar las características que los socios deseen plasmar en el mismo, entre las principales tenemos la comodidad, diversión, limpieza, precio, comida y seguridad, obteniendo el siguiente resultado:

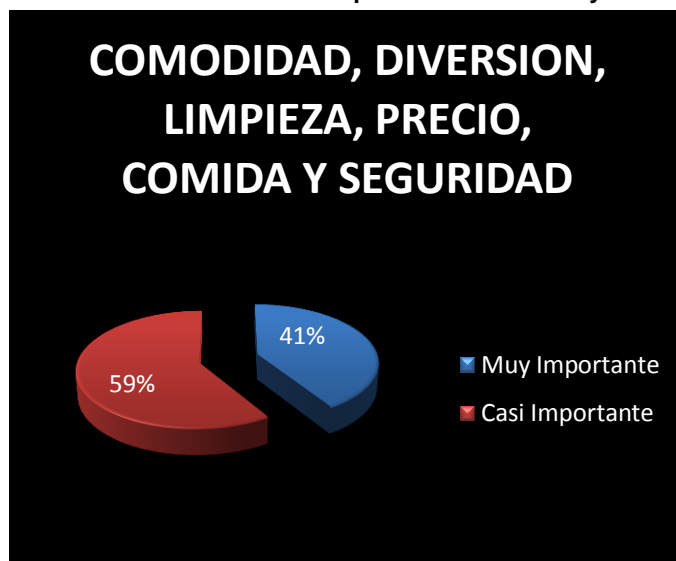
Tabla 1.13 Características importantes del Country Club

COMODIDAD, DIVERSION, LIMPIEZA, PRECIO, COMIDA Y SEGURIDAD		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Muy importante	55	41,0
Casi importante	79	59,0
No Participan	4	-
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.8 Características importantes del Country Club



Elaborado por: Autor

El 59% de los entrevistados creen que la dichas características con muy importantes en un country Club.

Un poco profundizando en el tema del Country Club, se tomó en consideración las diferentes actividades que ofrece este tipo de negocios, y encontramos lo siguiente:

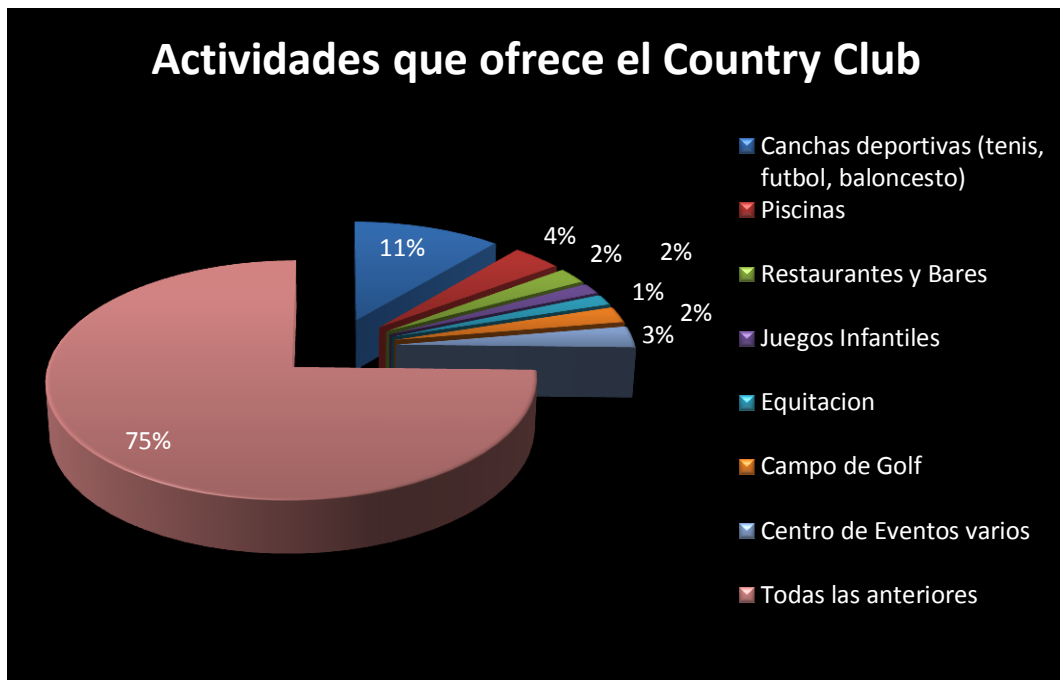
Tabla 1.14 Actividades que ofrece el Country Club

ACTIVIDADES QUE DEBE OFRECER EL COUNTRY CLUB		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Canchas deportivas (tenis, futbol, baloncesto)	15	11
Piscinas	5	4
Restaurantes y Bares	3	2
Juegos Infantiles	2	2
Equitación	2	2
Campo de Golf	3	1
Centro de Eventos varios	4	3
Todas las anteriores	100	75
No participan	4	-
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.9 Actividades que Ofrece el Country Club



Elaborado por: Autor

Se nota que todas las actividades tienen una gran acogida por parte de los entrevistados.

De acuerdo a sus ingresos mensuales netos, se establecieron rangos para no incomodar al entrevistado al momento de preguntas sobre sus ingresos, y se obtuvo lo detallado en la siguiente tabla:

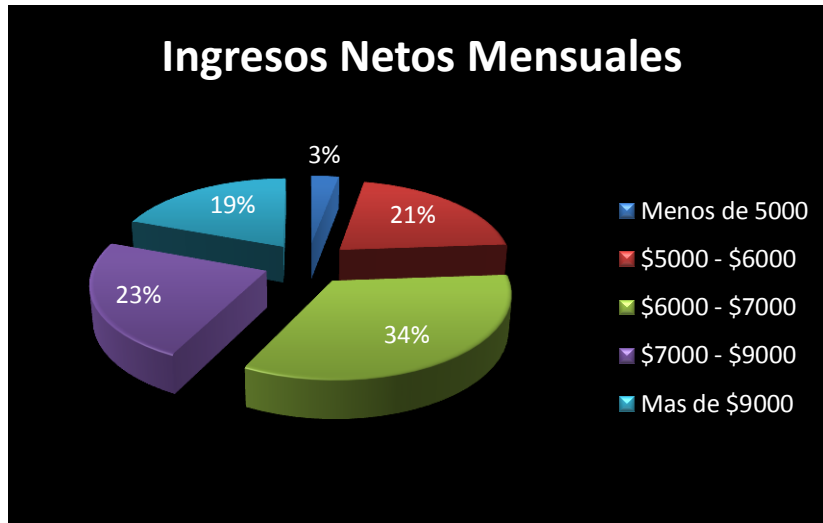
Tabla 1.15 Ingresos Netos Mensuales

INGRESO NETO MENSUAL		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Menos de \$5000	4	3
\$5000 - \$6000	28	21
\$6000 - \$7000	45	34
\$7000 - \$9000	31	23
Más de \$9000	26	19
No participan	4	-
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.10 Ingresos netos mensuales



Elaborado por: Autor

Esto refleja que el 34% de los entrevistados tienen ingresos netos anuales de más o menos \$ 78.000,00 anuales.

Seguido a esta pregunta se tomó en cuenta si los entrevistados tenían referencia del precio de la membresía en otros Country Clubs del Ecuador, y algunos sabían por amistades cercana y otros no tenían ni idea, entonces se procedió a explicar detalladamente en qué consistía las membresías del Guayaquil Country Club y del Arrayanes Country Club, y se obtuvo el siguiente resultado:

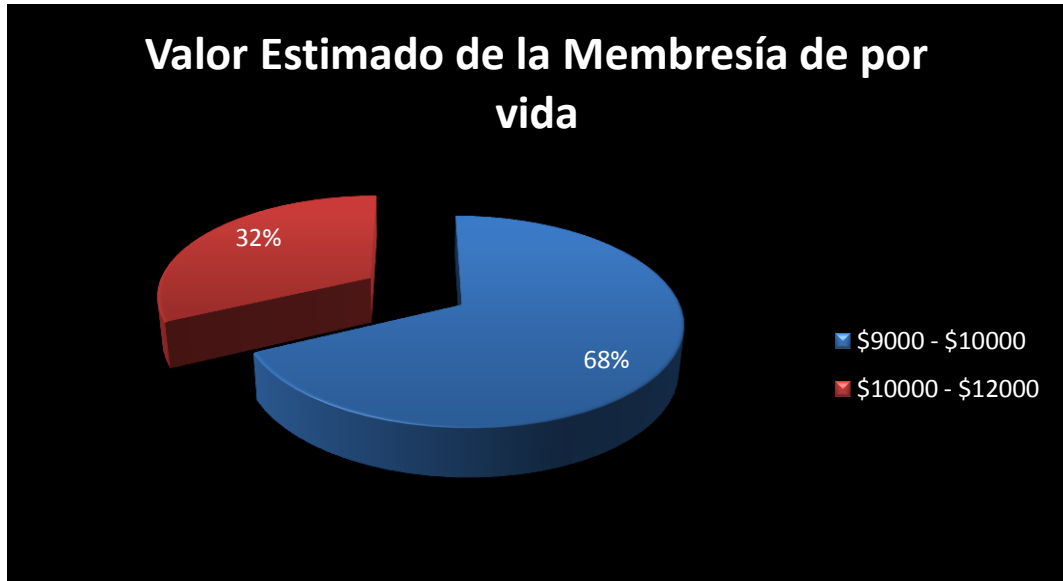
Tabla 1.16 Valor Membresía de por vida

VALOR DE MEMBRESIA DE POR VIDA DISPUESTO A PAGAR		
Respuesta	Personas	Porcentaje
\$9000 - \$10000	91	68
\$10000 - \$12000	43	32
No participan	4	-
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.11 Valor Membresía de por vida



Elaborado por: Autor

Para determinar el valor de la membresía se considerara un estimado de sus ingresos netos anuales.

Una vez explicado en qué consistía la afiliación a un Country Club, ya que ciertos entrevistados no tenían idea, se procedió a tocar el tema del valor de las Alícuotas elaborando un rango moderado para no afectar la economía del futuro socio, y esto fue lo que se obtuvo:

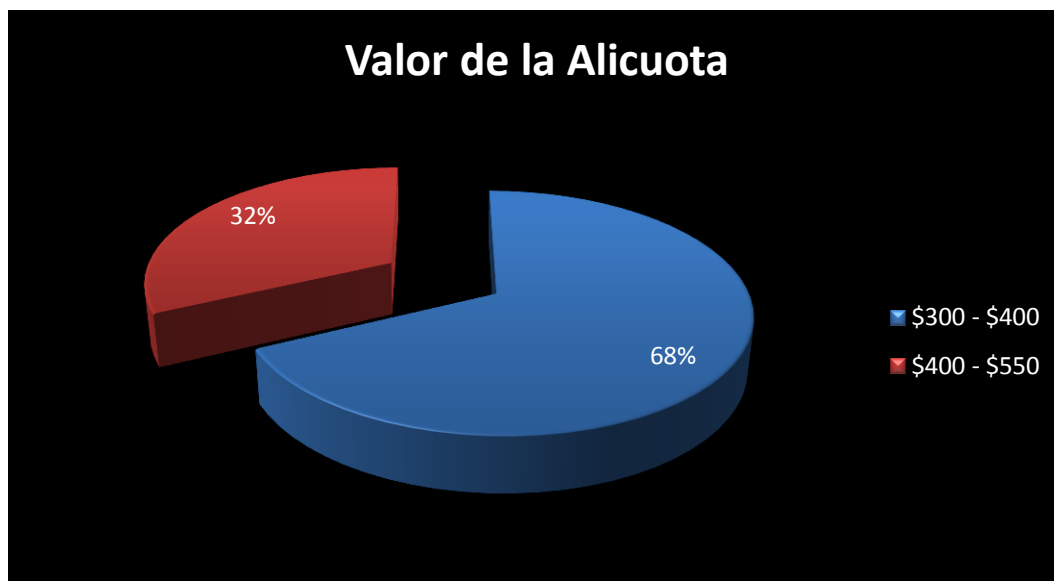
Tabla 1.17 Valor Alícuota dispuesto a pagar

VALOR DE ALICUOTA DISPUESTO A PAGAR MENSUALMETE		
Respuesta	Personas	Porcentaje
\$300 - \$400	91	68
\$400 - \$550	43	32
No participan	4	-
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.12 Valor Alícuota dispuesta a pagar



Elaborado por: Autor

Se esperaba un rango moderado de entre \$300,00 - \$400,00 con un 68% de los entrevistados.

Para facilitar un poco al cliente se le pregunto sobre las formas de recibir información del country club, la siguiente tabla explica cuál es la mejor forma que los entrevistados prefieren:

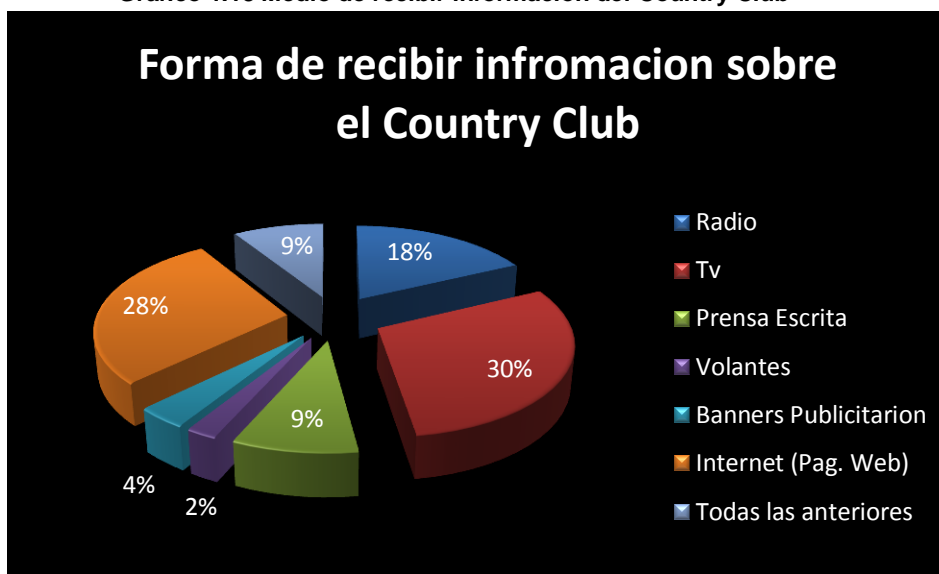
Tabla 1.18 Medio de Recibir información del Country Club

MEDIO DE RECIBIR INFORMACION DEL COUNTRY CLUB		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Radio	24	18,0
Tv	40	30,0
Prensa Escrita	12	9,0
Volantes	3	2,0
Banners Publicitarios	5	4,0
Internet (pag. Web)	38	28,0
Todas las Anteriores	12	9,0
No participan	4	-
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.13 Medio de recibir información del Country Club



Elaborado por: Autor

Se nota una parcialidad en casi todos los medios de comunicación, esto se considerara para establecer unas buenas estrategias de mercado.

Y para concluir con la entrevista, se procedió a preguntar el nombre que tendrá el Country Club:

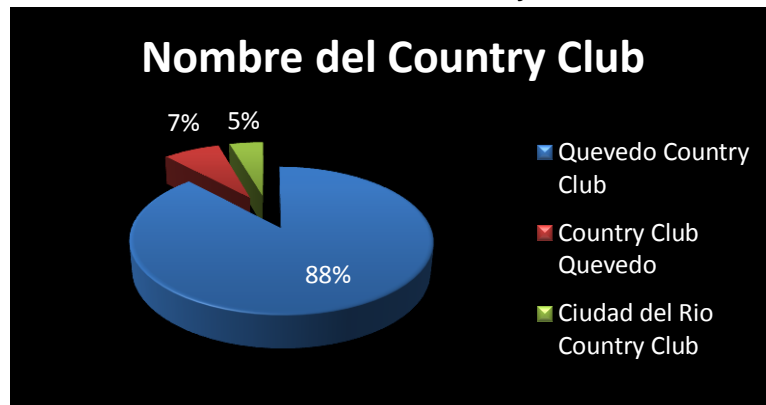
Tabla 1.19 Nombre del Country Club

NOMBRE DEL COUNTRY CLUB		
Respuesta	Personas	Porcentaje
Quevedo Country Club	118	88
Country Club Quevedo	10	7
Cuidad del Rio Country Club	6	5
No Participan	4	-
TOTAL	138	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Grafico 1.14 Nombre del Country Club



Elaborado por: Autor

1.2.5 Cuantificación de la Brecha de la Demanda

Tabla 1.20 Cuantificación de la Brecha de la Demanda

	Oferta en la zona	Demanda en la zona *	Total
Número de socios	0	710	710

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

*Tomado Tabla 1.5

De acuerdo a lo tratado, la oferta, definida con la presencia de empresas que ofrezcan el mismo servicio, en la zona, es de cero. Aunque existe competencia a nivel nacional, caso Quito y Guayaquil, constituye una gran oportunidad para el proyecto, ya que la demanda se cuantificó en 710 socios potenciales, lo que significa que la brecha de mercado encontrada es de 710 socios, sobre el cual se desarrollará el estudio.

1.3 Plan Estratégico de Mercadeo

Habiendo definido la brecha de la demanda, en la sección anterior. En esta parte del estudio, se desarrolla las estrategias para la brecha encontrada en el estudio de mercado.

1.3.1 Misión del Proyecto

Quevedo Country Club es una sociedad sin fines de lucro creada con el objetivo de brindar un servicio de calidad a sus socios y crear un ambiente de comodidad al momento de usar sus instalaciones, con un espacio amplio para realizar cualquier tipo de actividad.

1.3.2 Visión del Proyecto

Convertirnos en un lugar exclusivo dentro de la provincia y brindar un servicio de calidad, donde los niveles de satisfacciones de nuestros socios sean siempre óptimos.

1.3.3 Análisis FODA del Proyecto

Fortalezas

- El incremento de Socios que se interesen en el Cantón Quevedo por lo atractivo del proyecto.
- Ser el único ser el único Country Club en el Cantón Quevedo para desarrollar diversas actividades.
- Poseer una infraestructura acorde a las necesidades del socio.

Oportunidades

- No existe un Country Club por el sector.
- El **Club de caballistas de Quevedo** será un potencial socio, ya que con la ayuda de ellos podremos crear la parte hípica del Country Club.

Debilidades

- Empresa nueva sin experiencia.
- Los socios no perciban diferencias entre nuestro Country Club y Complejos Turísticos existentes cerca del Cantón Quevedo.
- Falta de lealtad de los socios al Country Club.
- Publicidad débil ya que el Cantón posee una amplia zona natural con atractivos turísticos.

Amenazas

- Creación de Country Clubs cerca de la zona.
- Daños en las vías de acceso a Quevedo, debido a la estación invernal.
- Crear una estima alta de lealtad de parte de los socios.

1.3.4 El Marketing Mix del Proyecto

Como determina los resultados de las entrevistas, se definirá el proceso de planificación y ejecución de los servicios, fijación de precios, promociones, para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones que acudirán al establecimiento. Se analizarán 5 variables fundamentales:

1.3.4.1 Análisis de Plaza

El Country Club estará ubicado en la vía a Santo Domingo, sector La Estrella por la nueva vía que se está construyendo para el fluido de tráfico considerado como pesado; nuestro mercado está situado dentro y fuera del cantón.

Según la investigación de mercado, el Country Club contara con una amplia parte de áreas verdes, complejo de restaurantes, canchas deportivas entre las más llamativas el campo de golf, la parte Hípica, ciclo

vía, que ofrece un servicio de calidad para los usuarios al momento de estar dentro de las instalaciones.

Pendiente de las sugerencias y grados de satisfacción, deberá haber una mejora continua en cuanto se refiere a la infraestructura, ya que es la carta de presentación del Country Club, por lo tanto será importante contar con instalaciones de muy alta calidad que atraigan a los futuros socios, y así mismo cada periodo de tiempo realizar mejoras y mantenimientos.

1.3.4.2 Análisis del Servicio o Producto.

La demanda de brindar un servicio de calidad como Country Club, será reflejado en las instalaciones físicas del proyecto, su personal capacitado, campaña promocional y material de comunicación. Adicionando la exclusividad del lugar y creando en el socio o miembro del club un estatus dentro de la sociedad del cantón Quevedo.

El Country Club ofrecerá un buen lugar de confort para el descanso, distracción, conexión con la naturaleza y la experiencia única de participar o ver torneos de Golf, siempre y cuando ligando las actividades comerciales a realizarse en el Country Club por parte de los socios.

Es importante conocer a profundidad el servicio, convertir las particularidades en beneficios, es decir, que hay que generar emoción en los futuros socios.

En la siguiente tabla esta detallado cada uno de los servicio que el Country Club Ofrecerá:

Tabla 1.21 Detalle de los Servicios a ofrecer

Capacidad Productiva							
Hora / Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8 am - 9 am							
9 am - 10 am	Atención en las Piscinas, Paseos, Canchas deportivas, Restaurantes y bares.				Atención en las Piscinas, Paseos, Canchas deportivas, Restaurantes y bares		
10 am - 11 am							
11 am - 12 pm							
12 pm - 1 pm							
1 pm - 2 pm							
2 pm - 3 pm							
4 pm - 5 pm							
6 pm - 7 pm	Canchas de tenis y bares		Canchas de futbol y bares		Canchas de tenis y bares	Canchas de tenis y bares	Canchas de tenis y bares
8 pm - 9 pm		Alquiler de instalaciones para Eventos Varios		Alquiler de instalaciones para Eventos Varios			
9 pm - 10 pm							
10 pm - 11 pm							
12 am - 1 am							
1 am - 2 am							

Fuente: Estudio de Mercado y Técnico

Elaborado por: Autor

Otros.

El uso del campo de golf será utilizado por los socios y las personas que pagan las clases de golf.

Para las clases de equitación, se establecerá una política en la empresa donde, el socio tiene la opción de dejar su caballo dentro del establo del Country Club, y el costo de mantenimiento, pasa por cuenta de la casa, siempre y cuando el socio promocioe las clases de equitación y traiga alumnos. Cabe recalcar que los costos de mantenimiento saldrán del ingreso neto de las clases de equitación.

Con lo que respecta al personal, serán sucesivamente capacitados en el área que les correspondan ejercer su actividad, para poder brindar un servicio de calidad como caracteriza ofrecer un Country Club en cualquier parte del mundo.

Sobre el material de comunicación, el Country Club reflejara seriedad, confianza y excelencia administrativa en cada uno de los mensajes para los socios.

Para poder asegurar la calidad del servicio, se implementara: atención de quejas, observaciones y reclamos. Así mismo, un control de desempeño de los empleados, mejorando el servicio del Country Club.

1.3.4.3 Análisis de Precio.

En espera de satisfacer las necesidades de la población objetivo, buscaremos la calidad con un costo medio mínimo, sin dejar de lado la relación costo-beneficio que lo amerite.

Se implementaran la membresía vitalicia con sus condiciones y requisitos. La membresía de por vida es de \$ 10.000,00 con una mensualidad denominada alícuota de \$ 300,00. Los precios fueron fijados según el monto de ingresos netos anuales de cada entrevistado.

A los socios al día, se les darán promociones, con descuentos para la utilización o reservación de eventos dentro del establecimiento.

Todo lo antes mencionado se realizara con la intención de maximizar la capacidad de trabajo dentro del Country Club y ofrecer un servicio exclusivo para los socios.

Contar no solo con precios competitivos para el mercado y los clientes, sino también precios diferenciados, contando con paquetes o combos personalizados para grupo de ejecutivos, socios y amigos de los socios, que puedan sentirse motivados a pertenecer al Country Club, no solo por el servicio, sino por el incentivo.

Existirán convenios con los Bancos, respecto a la aceptación de tarjetas de crédito y débitos bancarios, ya que hoy en día son muy requeridos por las personas para hacer sus pagos o transacciones.

1.3.4.4 Análisis de Promoción o de Política de Comunicación

Por el involucramiento de la comunicación en las ventas. Es importante la utilización de los medios para dar a conocer el Country Club a sus socios.

En la mezcla promocional se deberá considerar las herramientas más óptimas para comunicar los servicios del Country Club:

1.3.4.4.1 Publicidad

El material publicitario se utilizara es solo de apoyo para una captación de socios al Country Club. Ya que como revela la información proporcionada por las entrevistas, existe una parcialidad entre los diferentes medios de información.

La campaña publicitaria estará orientada a presentar ventajas competitivas del proyecto:

- Calidad y enfoque familiar
- Ubicación
- Precios
- Centro de Negocios

Se buscara a una agencia de publicidad para que se encargue de crear una vía más óptima de comunicar los servicios del Country Club.

1.3.4.4.2 Merchandising

Según el estudio de mercado realizado, el Country Club tiene una fuerte demanda en el cantón, así que se deberá utilizar una estrategia para estimular el marketing y llegar de una manera amplia al futuro socio.

- Nombre.

Quevedo Country Club

- Logo.



- Slogan.

“La mejor opción para relajarte, disfrutar y hacer negocios.”

1.3.4.4.2.1 Campaña Publicitaria.

Como objetivo principal tenemos que dar a conocer los servicios adicionales que ofrece el Country Club, de esta forma el socio o miembro tenga conocimiento, más a fondo del beneficio que se le ofrecerá.

Una campaña de publicidad masiva, ya que el servicio es nuevo dentro del mercado local.

Con la publicidad se incrementará la demanda de los servicios y afrontar a la competencia indirecta con productos sustitutos y tomar un posicionamiento en el mercado.

1.3.4.4.2.2 Selección del Medio

Según los resultados de las entrevistas, entre los medios de comunicación elegidos para dar a conocer este nuevo tipo de *centro de recreación*, denominado *Quevedo Country Club* ubicado en el Cantón Quevedo, tenemos:

- Diario el UNIVERSO, escogido por ser catalogado como una periódico de información de mayor circulación, más demandado y conocido en el Ecuador; dentro de este medio informativo aparecerán anuncios publicitarios atractivos, los cuales estarán ubicados estratégicamente, con el fin de llamar la atención de manera inmediata a dicha publicidad.
- También se tomarán en cuenta las diversas revistas para ejecutivos donde los futuros socios podrán echar un vistazo del country club y los diferentes tipos de servicios que posee.

Al mismo tiempo es importante recalcar que para atraer la atención de las demás provincias y ciudades del Ecuador realizaremos publicidades en las distintas redes sociales y la implementación de una página web, puesto que el Internet se encuentra cada vez más dentro de cada uno de los hogares del mundo, y además por caracterizarse este, en ser el medio más económico para hacer una publicidad.

1.3.4.5 Análisis Partner (Socios)

Se debe considerar al socio o cliente como la mayor arma para generar un valor adicional a la empresa, en este caso generar valor al Country Club.

Se recogerá información de quejas, peticiones, sugerencias o comentarios de los socios, con el fin de llevar un mejor control del grado de satisfacción que tienen los clientes con respecto al servicio que

brindaremos, y de esta manera tomar decisiones respecto a la mejora continua que se deberá llevar a cabo.

1.4 Plan de Ventas.

Luego de haber definido la Brecha de Demanda y el plan de mercadeo, en la presente sección se establece el plan de ventas para el Country Club. Teniendo en consideración que en la zona no existe un complejo de similares características como un Country Club es necesario escoger un porcentaje de la brecha para aplicar un plan de ventas óptimo y vender las membresías a dicho porcentaje de la población objetivo. También se tomó en consideración número de socios de los otros Country Clubs y el tiempo en el cual tardaron en tener esa cantidad de socios. De acuerdo a eso se proyectaron el número de ventas, detallada en la siguiente tabla:

Tabla 1.22 Proyección de Membresías

Estimaciones de Ventas (Unid)					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
CONCEPTO					
Membresías	60	141	222	303	384
Alquiler de carritos de golf	40	204	326	588	588
Alquiler de Restaurante	4	12	12	12	12
Clases de Tenis	60	200	300	400	400
Clases de Equitación	80	300	400	500	500
Clases de Natación	80	300	400	500	500
Clases de Golf	60	540	600	1020	1020
Alquiler de salón de Eventos Varios	120	540	864	1382	1382

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

1.4.1 Estrategias de ventas.

Para hacer más efectivo el proceso de venta del servicio es necesario usar las siguientes estrategias:

- Usar credenciales y testimonios: es importante demostrar al futuro socio que el servicio del Country Club tiene mucha satisfacción y cumple con las necesidades de los socios actuales.
- No presentar vaguedades: tratar de explicarle al futuro socio con lujo de detalle lo que ofrece el Country Club. Con una serie de detalles expresar y describir el servicio que se está ofreciendo.
- Hacer el servicio diferente: esto se refiere a que crear un valor agregado al servicio, explicar al futuro socio que al formar parte del Country Club podrá elevar su estatus social dentro de la sociedad.
- No vender el tiempo: dejar que el futuro socio tome la decisión correcta y no crear miedo de querer hacerlo rápido sin lograr el objetivo de cumplir con las necesidades y beneficios que se ofrecieron.
- Pensar en el servicio como un producto: crear la necesidad al futuro socio de pertenecer al Country Club.

1.4.2 Gastos de Ventas

Para la puesta en marcha del plan de ventas es necesario detallar los siguientes rubros:

- Remuneraciones
- Comisiones sobre ventas
- Propaganda y publicidad
- Alimentación
- Gastos de transporte y,
- Depreciaciones.

Remuneraciones

Para el detalle de las remuneraciones se considera a las tres personas encargadas de vender las membresías y de ofrecer un buen servicio a los

socios, cada uno tendrá un salario de \$ 400,00 mensuales más los beneficios de ley estipulados por el código laboral ecuatoriano.

Tabla 1.23 Detalle de Remuneraciones Gastos de Ventas

Concepto	Sueldo	Seguro Social	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Bonos	Total
Vendedor 1	\$ 1.600,00	\$ 90,00	\$ 6.252,00	\$ 1.600,00	\$ 13.397,94	\$ 22.939,94
Vendedor 2	\$ 1.600,00	\$ 90,00	\$ 6.252,00	\$ 1.600,00	\$ 13.397,94	\$ 22.939,94
Vendedor 3	\$ 1.600,00	\$ 90,00	\$ 6.252,00	\$ 1.600,00	\$ 13.397,94	\$ 22.939,94

Fuente: Marco Legal

Elaborado por: Autor

Se prevé un aumento de los salarios del 9% (2014), 5% (2015, 2016, 2017) aproximadamente, según se establezca en la empresa o por acuerdo gubernamental.

Tabla 1.24 Remuneraciones Gastos de Ventas

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Remuneraciones:					
Vendedor 1	\$ 22.939,94	\$ 25.016,93	\$ 26.267,78	\$ 27.581,17	\$ 28.960,23
Vendedor 2	\$ 22.939,94	\$ 25.016,93	\$ 26.267,78	\$ 27.581,17	\$ 28.960,23
Vendedor 3	\$ 22.939,94	\$ 25.016,93	\$ 26.267,78	\$ 27.581,17	\$ 28.960,23
Total	\$ 68.819,82	\$ 75.050,80	\$ 78.803,34	\$ 82.743,51	\$ 86.880,69

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Comisiones sobre Ventas

Del 7 % de los ingresos por servicios, se establecen las comisiones. Según las estimaciones de ventas se implantan dos objetivos para los vendedores y de acuerdo a eso se determina el monto anual. En la presente tabla se muestra cuanto comisiona cada vendedor:

Tabla 1.25 Comisiones

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Comisiones sobre Ventas:					
Vendedor 1:					
Objetivo en ventas 1	\$ 12.308,00	\$ 26.800,55	\$ 36.500,75	\$ 45.300,96	\$ 46.500,46
Objetivo en ventas 2	\$ 5.500,00	\$ 10.024,00	\$ 10.029,00	\$ 22.078,00	\$ 22.400,00
Subtotal	\$ 17.808,00	\$ 36.824,55	\$ 46.529,75	\$ 67.378,96	\$ 68.900,46
Vendedor 2:					
Objetivo en ventas 1	\$ 12.000,00	\$ 26.500,55	\$ 35.029,50	\$ 47.078,90	\$ 48.900,23
Objetivo en ventas 2	\$ 5.808,00	\$ 10.324,00	\$ 11.500,25	\$ 20.300,06	\$ 20.036,23
Subtotal	\$ 17.808,00	\$ 36.824,55	\$ 46.529,75	\$ 67.378,96	\$ 68.936,46
Vendedor 3:					
Objetivo en ventas 1	\$ 10.308,00	\$ 26.200,00	\$ 38.500,50	\$ 46.000,96	\$ 47.336,46
Objetivo en ventas 2	\$ 7.500,00	\$ 10.624,55	\$ 8.029,25	\$ 21.378,00	\$ 21.600,00
Subtotal	\$ 17.808,00	\$ 36.824,55	\$ 46.529,75	\$ 67.378,96	\$ 68.936,46
Total	\$ 53.424,00	\$ 110.473,65	\$ 139.589,25	\$ 202.136,88	\$ 206.773,38

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Propaganda y Publicidad

Siguiendo con el análisis de los costos de ventas se encuentra la propaganda y la publicidad, que representa el 6% de los ingresos por servicios. Como se mencionó en el análisis de política de comunicación habrá varios medios que serán utilizados para el marketing del Quevedo Country Club. Los gastos están detallados a continuación:

Tabla 1.26 Propaganda y Publicidad

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Propaganda y Publicidad:					
Diarios y Revistas	\$ 15.750,60	\$ 35.800,00	\$ 45.900,00	\$ 50.200,60	\$ 55.100,50
Redes sociales	\$ 15.100,00	\$ 30.200,00	\$ 35.890,00	\$ 45.540,99	\$ 49.600,10
Radio y Tv	\$ 14.941,40	\$ 28.691,70	\$ 37.857,92	\$ 77.518,60	\$ 72.564,59
Total	\$ 45.792,00	\$ 94.691,70	\$ 119.647,92	\$ 173.260,19	\$ 177.265,19

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Alimentación y Gasto de transporte

Cada vendedor tendrá dinero para sus gastos de transporte y alimentación, el detalle de estos rubros se encuentra en esta tabla:

Tabla 1.27 Alimentación y Gasto de Transporte

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Alimentación:					
Vendedor 1	\$ 48,00	\$ 172,80	\$ 241,92	\$ 287,07	\$ 658,02
Vendedor 2	\$ 48,00	\$ 172,80	\$ 241,92	\$ 287,07	\$ 658,02
Vendedor 3	\$ 48,00	\$ 172,80	\$ 241,92	\$ 287,07	\$ 658,02
TOTAL	\$ 144,00	\$ 518,40	\$ 725,76	\$ 1.161,22	\$ 1.974,07
Gastos de transporte:					
Vendedor 1	\$ 128,00	\$ 460,80	\$ 645,12	\$ 1.032,19	\$ 1.754,73
Vendedor 2	\$ 128,00	\$ 460,80	\$ 645,12	\$ 1.032,19	\$ 1.754,73
Vendedor 3	\$ 128,00	\$ 460,80	\$ 645,12	\$ 1.032,19	\$ 1.754,73
TOTAL	\$ 384,00	\$ 1.382,40	\$ 1.935,36	\$ 3.096,58	\$ 5.264,18

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Depreciaciones

Según el monto de depreciación \$ 102.463,60, el 58% de dicho valor se lo denomina a ventas, es decir, que la cantidad es \$ 59.428,89. El primer periodo es de \$ 19.809,44 debido a que solamente son cuatro meses operativos.

1.4.2.1 Matriz de Gatos de Ventas

En esta matriz se resumen todos los gastos de ventas del Quevedo Country Club:

Tabla 1.28 Matriz Gastos de Ventas

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	\$ 68.819,81	\$ 75.050,80	\$ 78.803,34	\$ 82.743,51	\$ 86.880,69
Comisiones sobre ventas 7%	\$ 53.424,00	\$ 110.473,65	\$ 139.589,24	\$ 202.136,89	\$ 206.809,39
Propaganda y publicidad 6%	\$ 45.792,00	\$ 94.691,70	\$ 119.647,92	\$ 173.260,19	\$ 177.265,19
Alimentacion	\$ 144,00	\$ 518,40	\$ 725,76	\$ 1.161,22	\$ 1.974,07
Gastos de transporte	\$ 384,00	\$ 1.382,40	\$ 1.935,36	\$ 3.096,58	\$ 5.264,18
Subtotal	\$ 168.563,81	\$ 282.116,95	\$ 340.701,62	\$ 462.398,38	\$ 478.193,51
Gastos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	\$ 19.809,63	\$ 59.428,89	\$ 59.428,89	\$ 59.428,89	\$ 59.428,89
TOTAL	\$ 188.373,44	\$ 341.545,84	\$ 400.130,51	\$ 521.827,27	\$ 537.622,40

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

1.5 Conclusiones.

Se puede decir que los datos arrojados por el estudio de mercado realizado son los siguientes:

La oferta demuestra que existen dos Country Clubs de enorme prestigio, tanto en Quito como en Guayaquil, los cuales son: Guayaquil Country Club y el Arrayanes Country Club. Teniendo entre los dos una cantidad 1560 socios, de los cuales ninguno pertenece a Quevedo.

Por otro lado, la demanda muestra que en Quevedo no existe un lugar exclusivo donde las personas de nivel económico alto puedan disfrutar cómodamente de sus actividades. Se determinó que la cantidad máxima de socios potenciales es de 384. De los cuales están repartidos en 4 grupos considerados de gran poder económico dentro de la zona, entre ellos en sector agrícola con los bananeros y palmeros, sector bancario, industrias y sector público gubernamental, cuyos ingresos netos anuales son de \$ 70.000,00 – \$150.000,00 anuales.

Para finalizar, la brecha de Demanda es de 710 socios, porque en la actualidad no existe ningún tipo de complejo que ofrezca el servicio de un Country Club en la zona. De esa cantidad se estima una máximo de 384 socios para el Country Club debido a su capacidad instalada.

El valor de la membresía vitalicia es de \$10.000,00, cuya fijación se tomó consideración de los ingresos netos anuales de cada entrevistado. Se analizó el valor de la Alícuota mensual para los socios, dejando disponible la cifra en el rango de \$300,00 - \$450,00.

CAPITULO II: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y MARCO LEGAL

Introducción.

Concluido el estudio de mercado y las estrategias, en este capítulo se tratara sobre estructura organizacional y el marco legal del Country Club, tal como se definió en el marco teórico.

2.1 Organización Orgánica.

Para una distribución formal de los empleos dentro del Country Club, se empleó un diseño organizacional involucrando los elementos claves tales como: especialización de trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y descentralización, y formalización.

La estructura organizacional *Orgánica* es muy adaptable y flexible, que permite cambiar con rapidez según el requerimiento de sus necesidades.

Una buena organización orgánica conlleva a niveles de satisfacción altos, los cuales se verán reflejados en el transcurso de operación del proyecto, y es por este motivo que se ha efectuado una inversión significativa que comprende personal calificado e infraestructura de primera.

2.1.1 Misión de la Organización

Poder crear una fuerza de trabajo colectiva y dinámica, en base a una buena toma de decisión con principios y valores morales de cada individuo involucrado en el desarrollo de la empresa.

2.1.2 Visión de la Organización

Tener en mente siempre el principal objetivo de la organización que es el ser proactivo en su puesto de trabajo.

2.1.3 Valores de la Organización

Los valores a demostrar dentro del country club serán: Honestidad, Humildad, Sencillez, Puntualidad, Pro actividad, Solidaridad, etc.

2.2 Descripción de elementos claves para el diseño de la estructura organizacional orgánica.

2.2.1 Especialización del Trabajo.

El grado de división de los puestos de trabajo, logra un incremento en la eficiencia de las tareas a realizarse. En caso de mejorar la organización del country club se deberá estructurar las funciones para la obtención de la eficiencia en todo el country club.

2.2.1.1 Catálogo de tareas y de puestos de trabajo.

Tabla 2.1 Catalogo de tareas y puestos de trabajo

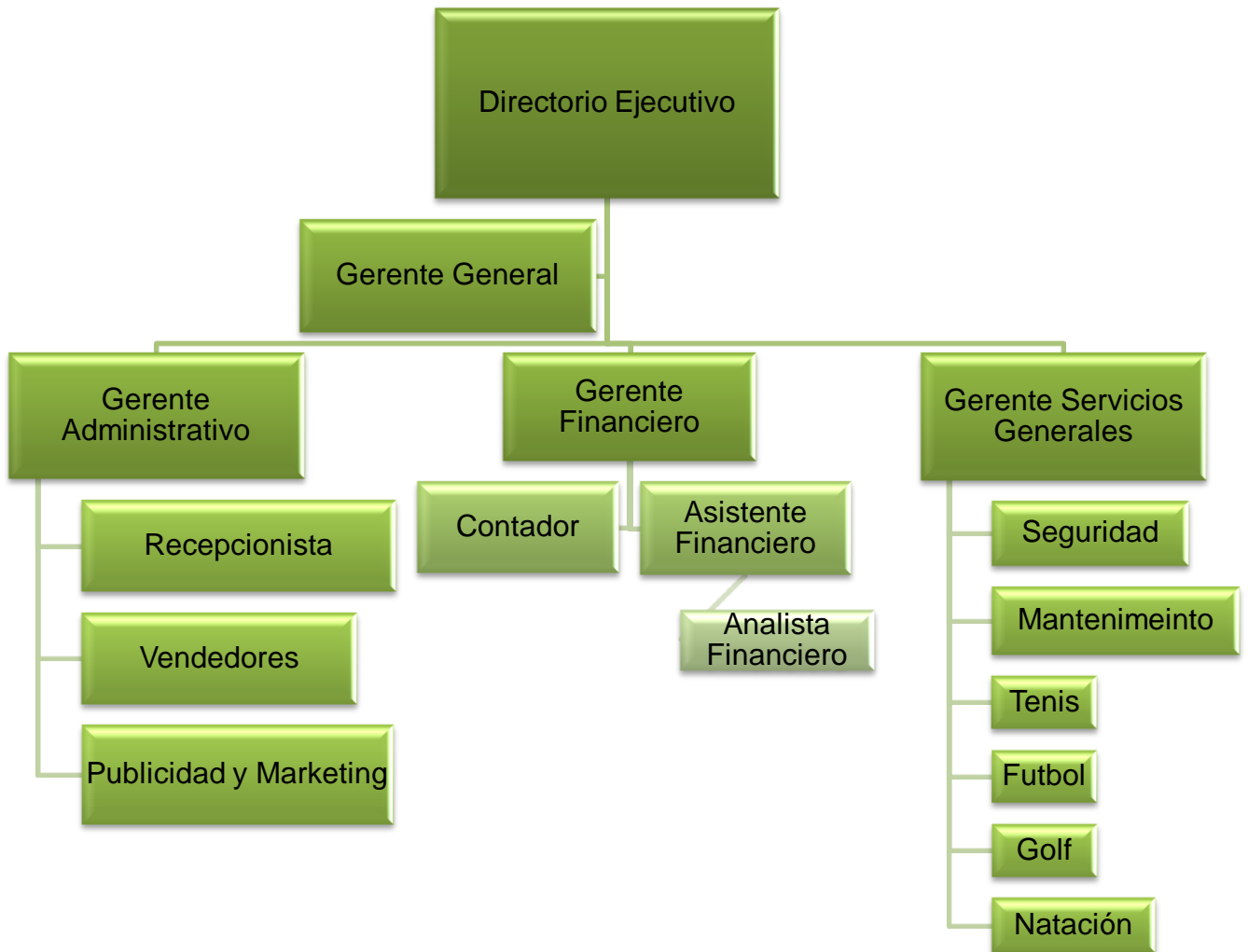
Especialización de Trabajo			
Cargo	No. Trabajadores	Departamento	Tarea
Gerente General	1	Administrativo	Toma de decisiones para el bien del Country Club.
Gerente Administrativo	1	Administrativo	Poder llevar una buena Administración, establecer, planificar, dirigir y controlar al equipo humano dentro del Country Club
Gerente Financiero	1	Finanzas	Gestionar y administrar fondos y asuntos de dinero en lo que este envuelto el Country Club
Gerente de Servicios Generales	1	Servicios Generales	Dirigir el mantenimiento de las diferentes áreas del Country Club.
Recepcionista	1	Administrativo	Recibir a los socios y ayudarlos en cualquier inquietud.
Vendedor	3	Administrativo	Encargado de vender membresías a socios y llevar una atención personalizada a cada uno de ellos.
Asistente Financiero	3	Finanzas	Soporte para el gerente financiero.
Personal de mantenimiento general	19	Servicios Generales	Mantenimiento general de las diferentes áreas, incluido el Campo de Golf.
Profesor de Golf	4	Ninguno	Enseñar a los alumnos de la escuela de Golf
Profesor de Equitación	2	Ninguno	Enseñar a los alumnos de la escuela de Equitación
Profesor de Natación	1	Servicios Generales	Enseñar a los alumnos de la escuela de Natación.
Profesor de Tenis	2	Servicios Generales	Enseñar a los alumnos de la escuela de Tenis.
Seguridad	4	Servicios Generales	Encargado de la seguridad de todo el Country Club.

Fuente: Estructura Organizacional

Elaborado por: Autor

2.2.2 Departamentalización.

Grafico 2.1 Organigrama



Elaborado por: Autor

2.2.2.1 Estructura Descriptiva.

Las razones por las cuales cada uno de las áreas fueron incluidas en el previo organigrama serán detalladas a continuación:

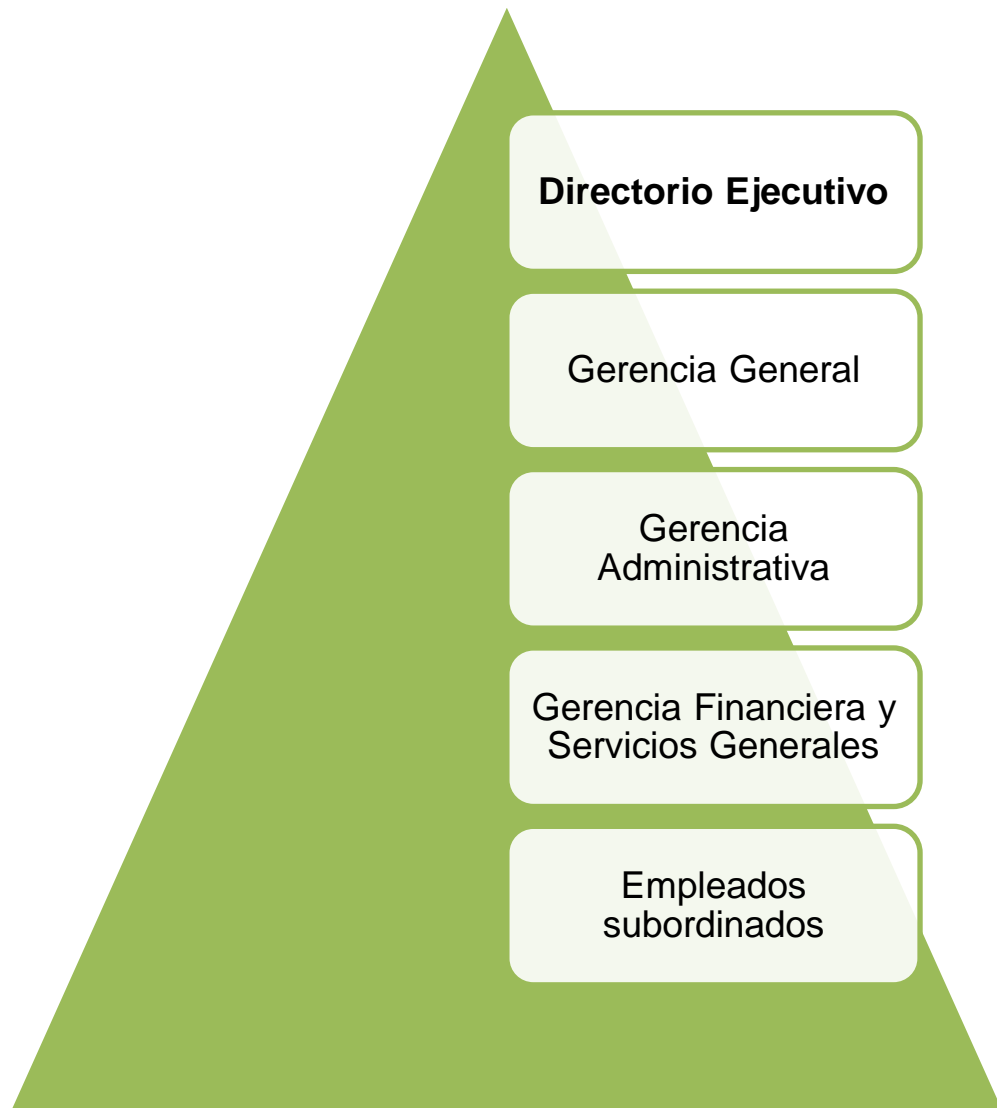
- **Gerencia General:** aparte de existir un director ejecutivo, esta como su mano derecha el Gerente General, que junto con el anteriormente mencionado Director Ejecutivo, es la persona que tomara las grandes y definitivas decisiones correspondientes al cumplimiento y búsqueda de objetivos de la organización. El sueldo aproximado para este cargo es \$1.700.00.
- **Gerencia Administrativa:** se considera que esta unidad es la responsable de establecer la orientación estratégica de la empresa, planificar su actividad, dirigir y supervisar a las dependencias que la conforman, coordinar y controlar el equipo humano que colabora, rigiéndose siempre a los criterios y políticas previamente establecidos en el momento de establecer la organización. El sueldo aproximado para este cargo es \$1.100.00.
- **Gerencia Financiera:** esta es otra de las unidades esenciales en la organización, ya que es la que se encargara de gestionar y administrar fondos y asuntos de dinero en los que este envuelta la empresa; optimizando siempre los recursos monetarios para el beneficio de la compañía. El sueldo aproximado para este cargo es \$900.00

En esta unidad existirán 3 personas capacitadas para comunicar, analizar y tomar decisiones con base en la información recopilada a partir de muchas fuentes como el análisis de los estados financieros, además de pronosticar, planear y determinar el efecto de la magnitud, el riesgo y la temporalidad de los flujos de efectivo. Cada uno recibirá un sueldo aproximado de \$400.00

- **Gerencia de Servicios Generales:** Como un recurso adicional, también implementaremos la unidad de servicios generales, que comúnmente es dirigida al mantenimiento de áreas específicas del country club; en el caso del presente proyecto se han identificado seis áreas relevantes las cuales son: equitación, golf, ciclismo, tenis, natación, gastronomía; estas se refieren a las diferentes actividades y servicios ofrecidos en el proyecto. El sueldo aproximado para este cargo es \$750.00

2.2.3 La Cadena de Mando.

Grafico 2.2 Cadena de Mando



Elaborado por: Autor

2.2.4 Ámbito de Control.

2.2.4.1 General

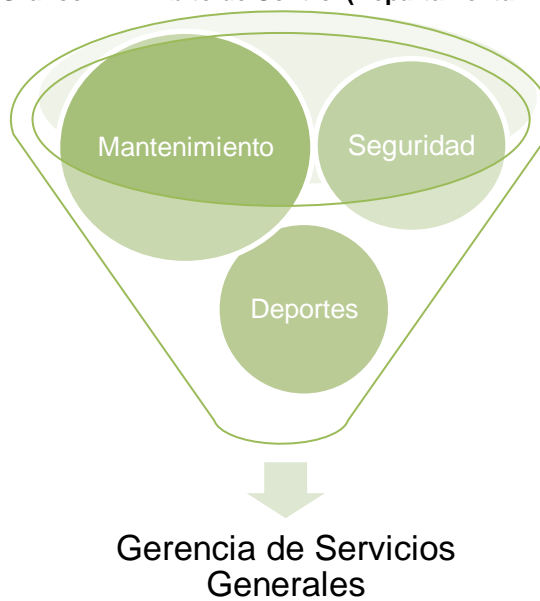
Grafico 2.3 Ámbito de Control (General)



Elaborado por: Autor

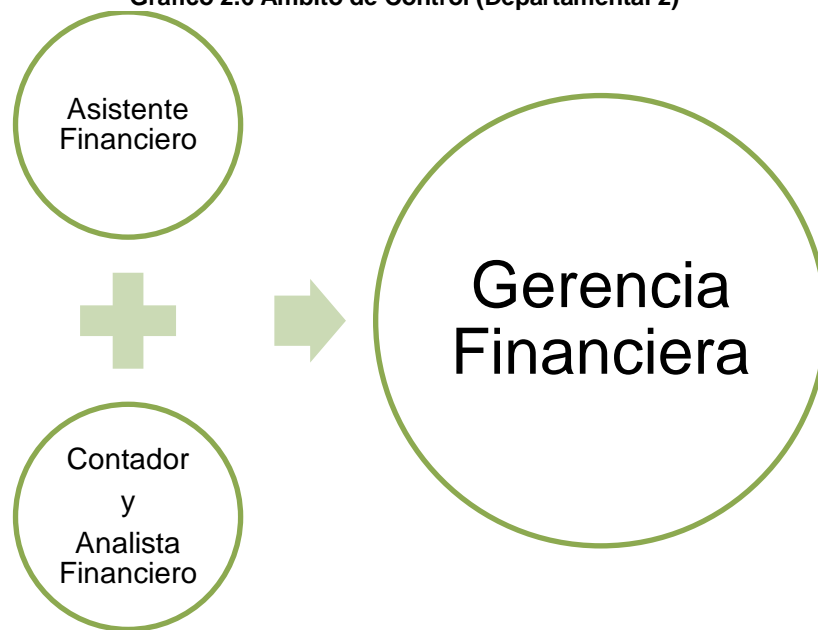
2.2.4.2 Departamental.

Grafico 2.4 Ámbito de Control (Departamental 1)



Elaborado por: Autor

Grafico 2.6 **Ámbito de Control (Departamental 2)**



Elaborado por: Autor

2.2.5 Descentralización

La organización será descentralizada porque se pueden tomar acciones con rapidez para resolver inconvenientes y personas que contribuyan con información.

2.2.6 Formalización.

Todos los puestos en el Country Club, deberán tener un formalismo alto, debido a que cada persona realice bien sus funciones y perder la discrecionalidad en su trabajo.

2.3 Gastos Administrativos

Para que el área administrativa pueda operar con normalidad necesitamos analizar los siguientes gastos:

- Remuneraciones
- Gastos de Oficina
- Movilización y viáticos
- Cuotas y suscripciones
- Gastos legales, y
- Depreciaciones

Remuneraciones

Para el detalle de las remuneraciones se considera el personal administrativo, cada uno tendrá un salario que se observa en la Tabla 4.3, más los beneficios de ley estipulados por el código laboral ecuatoriano.

Tabla 2.2 Detalle de Remuneraciones Gastos Administrativos

Concepto	Sueldo	Seguro Social	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Bonos	Total
Gerente General	\$ 6.000,00	\$ 90,00	\$ 2.400,00	\$ 1.500,00	\$ 373,69	\$ 10.363,69
Gerente Administrativo	\$ 4.000,00	\$ 90,00	\$ 2.500,00	\$ 1.500,00	\$ 373,69	\$ 8.463,69
Gerente Financiero	\$ 3.000,00	\$ 90,00	\$ 3.000,00	\$ 1.500,00	\$ 373,69	\$ 7.963,69
Gerente de Servicios Generales	\$ 3.000,00	\$ 90,00	\$ 2.500,00	\$ 1.500,00	\$ 373,69	\$ 7.463,69
Recepcionista	\$ 1.600,00	\$ 90,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00	\$ 373,69	\$ 5.063,69
Contador	\$ 1.800,00	\$ 90,00	\$ 2.200,00	\$ 1.000,00	\$ 373,69	\$ 5.463,69
Asistente Financiero 1	\$ 1.800,00	\$ 90,00	\$ 2.200,00	\$ 1.000,00	\$ 373,69	\$ 5.463,69
Asistente Financiero 2	\$ 1.800,00	\$ 90,00	\$ 2.200,00	\$ 1.000,00	\$ 373,69	\$ 5.463,69
Asistente Financiero 3	\$ 1.800,00	\$ 90,00	\$ 2.200,00	\$ 1.000,00	\$ 373,69	\$ 5.463,69

Fuente: Marco Legal

Elaborado por: Autor

Se prevé un aumento de los salarios del 9% (2014), 5% (2015, 2016, 2017) aproximadamente, según se establezca en la empresa o por acuerdo gubernamental.

Tabla 2.3 Remuneraciones Gastos Administrativos

Año					
Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Remuneraciones:					
Gerente General	\$ 10.363,69	\$ 42.004,44	\$ 51.749,03	\$ 53.062,42	\$ 54.441,48
Gerente Administrativo	\$ 8.463,69	\$ 31.204,44	\$ 35.549,03	\$ 36.862,42	\$ 38.241,48
Gerente Financiero	\$ 7.963,69	\$ 27.604,44	\$ 30.149,03	\$ 31.462,42	\$ 32.841,48
Gerente de Servicios Generales	\$ 7.463,69	\$ 24.904,44	\$ 26.099,03	\$ 27.412,42	\$ 28.791,48
Recepcionista	\$ 5.063,69	\$ 14.883,55	\$ 13.319,23	\$ 14.369,94	\$ 15.473,18
Contador	\$ 5.463,69	\$ 14.883,55	\$ 13.319,23	\$ 14.369,94	\$ 15.473,18
Asistente Financiero 1	\$ 5.463,69	\$ 14.883,55	\$ 13.319,23	\$ 14.369,94	\$ 15.473,18
Asistente Financiero 2	\$ 5.463,69	\$ 14.883,55	\$ 13.319,23	\$ 14.369,94	\$ 15.473,18
Asistente Financiero 3	\$ 5.463,69	\$ 14.883,55	\$ 13.319,23	\$ 14.369,94	\$ 15.473,18
Total	\$ 61.173,17	\$ 200.135,48	\$ 210.142,25	\$ 220.649,37	\$ 231.681,83

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Gastos de oficina, Movilización y viáticos, Cuotas y suscripciones, Gastos legales

A continuación se detallan los rubros restantes:

Tabla 2.4 Rubros restantes

Año					
Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Gastos de oficina:					
Suministros de oficina					
Papel bond	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 1.000,00	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
Carpetas	\$ 100,00	\$ 440,00	\$ 516,00	\$ 725,60	\$ 1.500,00
clips, grapas	\$ 50,00	\$ 150,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 783,52
Esferos	\$ 100,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 200,00
Total	\$ 400,00	\$ 1.440,00	\$ 2.016,00	\$ 3.225,60	\$ 5.483,52
Movilización y viáticos:					
Gerente General	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Gerente Administrativo	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Gerente Financiero	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Gerente de Servicios Generales	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Recepcionista	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Contador	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Asistente Financiero 1	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Asistente Financiero 2	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Asistente Financiero 3	\$ 266,67	\$ 960,00	\$ 1.344,00	\$ 2.150,40	\$ 3.655,68
Total	\$ 2.400,00	\$ 8.640,00	\$ 12.096,00	\$ 19.353,60	\$ 32.901,12
Cuotas y suscripciones:					
Revistas	\$ 100,00	\$ 360,00	\$ 504,00	\$ 806,40	\$ 1.370,88
Total	\$ 100,00	\$ 360,00	\$ 504,00	\$ 806,40	\$ 1.370,88
Gastos legales:					
Otros	\$ 300,00	\$ 1.080,00	\$ 1.512,00	\$ 2.419,20	\$ 4.112,64
Total	\$ 300,00	\$ 1.080,00	\$ 1.512,00	\$ 2.419,20	\$ 4.112,64

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Depreciaciones

Según el monto de depreciación \$ 102.463,60, el 42% de dicho valor se lo denomina a ventas, es decir, que la cantidad es \$ 43.034,71. El primer periodo es de \$ 14.344,90 debido a que solamente son cuatro meses operativos.

2.3.1 Matriz de Gastos Administrativos

Tabla 2.5 Matriz de Gastos Administrativos

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	\$ 61.173,17	\$ 200.135,48	\$ 210.142,25	\$ 220.649,37	\$ 231.681,83
Gastos de oficina	\$ 400,00	\$ 1.440,00	\$ 2.016,00	\$ 3.225,60	\$ 5.483,52
Movilización y viáticos	\$ 2.400,00	\$ 8.640,00	\$ 12.096,00	\$ 19.353,60	\$ 32.901,12
Cuotas y suscripciones	\$ 100,00	\$ 360,00	\$ 504,00	\$ 806,40	\$ 1.370,88
Gastos legales	\$ 300,00	\$ 1.080,00	\$ 1.512,00	\$ 2.419,20	\$ 4.112,64
Subtotal	\$ 64.373,17	\$ 211.655,48	\$ 226.270,25	\$ 246.454,17	\$ 275.549,99
Gastos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	\$ 14.344,90	\$ 43.034,71	\$ 43.034,71	\$ 43.034,71	\$ 43.034,71
TOTAL	\$ 78.718,07	\$ 254.690,19	\$ 269.304,97	\$ 289.488,88	\$ 318.584,71

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

2.4 Marco legal.

Habiéndose definido la estructura organizacional, es importante saber cuáles son los trámites que deben presentarse o las leyes a las cuales se deben acatar al momento de poner en marcha el proyecto.

Las normas o reglas de juego varían de acuerdo al tipo de empresa que se decida crear, en el caso del proyecto *Quevedo Country Club*, pertenece a una sociedad anónima, cuyas dichas normas podemos observar dentro de la *ley de Compañías* y respecto a la sociedad establecida tenemos lo siguiente:

- Sociedad Anónima denominada también “Compañía de Capital” cuyo mínimo es de 2 socios pero sin límites de personas, estos podrán aportar su dinero, bienes o derechos de contenido patrimonial. Se elige este tipo de compañía debido a su versatilidad en la que los socios pueden vender sus acciones sin el consentimiento de los demás socios.
- Monto Mínimo Requerido \$800
- Tiene la denominación libre, siempre que no se repita el nombre ya seleccionado por otra sociedad.
- Hay que realizar Escritura Pública e Inscripción en el Registro Mercantil.
- La responsabilidad es limitada. La gestión corresponderá a los administradores nombrados.
- Decisiones importantes son tomadas por la asamblea general de accionistas.

- Los beneficios tributarán al 35% en el Impuesto sobre Sociedades.

2.4.1 Requisitos para levantar Acta Constitutiva.

- Nombre completo de los socios y del comisario también datos generales de todos (lugar y fecha de nacimiento, ocupación, estado civil, domicilio).

➤ Manuel Idrovo Arguello

- Quevedo – 10 de septiembre de 1989
- Estudiante
- Soltero
- Urdesa norte Calle primera #101 y Rodrigo Chávez

➤ *Manuel Idrovo Arauz*

- Quevedo – 8 de marzo de 1945
- Ingeniero Agrónomo
- casado
- Calle 7 de octubre #711, entre séptima y octava

➤ *Ligia Arguello de Idrovo*

- Quevedo – 25 de septiembre de 1965
- Arquitecta
- Casada
- Calle 7 de octubre #711, entre séptima y octava

- Identificaciones de todos los socios.
- Copia de la Cédula del R.F.C. de todos los socios, para el caso de que alguno o todos no la tengan, se puede llevar acabo la firma de la escritura, sin embargo, hacienda exige a los Notarios que se le informe para el caso de que alguno de ellos no le exhiba la cédula o bien no esté dado de alta.

- Tres posibles nombres que vaya a tener la sociedad.
 - *Quevedo Country Club*
 - *Country Club Quevedo*
 - *Ciudad del Rio Country Club*

- El objeto al cual se vaya a dedicar la sociedad.

- El objeto de la sociedad que se está iniciando es brindar servicios de recreación a sus clientes, los cuales tendrán acceso a áreas y actividades para su mayor confort con un ambiente relajado en el cual olvidaran el estrés de la vida cotidiana que deben llevar por sus muchas ocupaciones.

- El domicilio que vaya a tener la sociedad.

- Anillo vial de Quevedo, sector el Achiote km. 4 vía San Rafael.

- Sera repartido en partes iguales:
 - Manuel Idrovo Arguello – 34%
 - Manuel Idrovo Arauz – 33%
 - Ligia Arguello de Idrovo – 33%

- La designación de los socios que vayan a administrar la sociedad y de quien ejerza el cargo de comisario

- Por consenso se decidió que el Sr. Manuel Idrovo Arguello será el socio encargado de administrar la sociedad, ejerciendo el cargo comisario y Director Ejecutivo.

2.4.2 Afiliaciones.

Se procederá a la afiliación en la Federación Ecuatoriana de Golf del Ecuador para los torneos y campeonatos a realizarse dentro del Country Club; y a la afiliación a la cámara de Comercio del Quevedo.

2.4.2.1 Afiliaciones a las Cámaras

Se afilia a la cámara de comercio local debido a la ley de Cámaras de Comercio art. 13, donde especifica que si la compañía se dedicara al comercio deberá obtener obligatoriamente la afiliación a la misma.

Art. 13: (matrícula para el ejercicio y cedula de afiliación) para ejercer el comercio será indispensable poseer la matrícula de comercio y la cedula de afiliación a la respectiva cámara.

2.4.2.1.1 Requisitos para la afiliación.

Para formar parte de la Cámara de Comercio se necesita:

Personas Jurídicas

- Copia de Cédula de Ciudadanía del representante legal de la empresa
- Copia del Certificado de Votación
- Copia del Ruc de la empresa
- Copia de la escritura de constitución de la Empresa
- 4 fotos tamaño carnet
- Cuota de afiliación*

LA CUOTA DE AFILIACIÓN INCLUYE:

- Botón Institucional
- Carnet Institucional
- Certificado de Afiliación
- Primera Cuota Mensual

*La cuota de afiliación podrá variar de acuerdo al capital en giro

2.4.3 Principales Impuestos a Devengar.

2.4.3.1 Impuesto al Valor Agregado IVA.

El Impuesto sobre el valor agregado es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y grava las entrega de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por empresarios.(Andrade V., 2003)

2.4.3.2 El Impuesto sobre Sociedades, La Licencia Fiscal y la Retención Única de Contribuyente (RUC)

El impuesto sobre las sociedades es un tributo de carácter directo y personal que grava la renta de las sociedades. Se exige en todo el territorio fiscal.

Licencia Fiscal de actividades comerciales es el tributo local de carácter real que recae sobre las citadas actividades y grava el mero ejercicio de las mismas.(Andrade V., 2003)

Todo esto tiene un valor de \$5.000.00, con el adicional de \$50.00 para la creación del RUC.

2.4.3.3 Los Impuestos Municipales.

Entre los principales, tenemos al Impuesto de Radicación, el Impuesto sobre Publicidad y el impuesto Predial.

El Impuesto de radicación consiste en hecho imponible de la utilización o disfrute para fines comerciales y para el ejercicio de actividades profesionales, de los locales de cualquier naturaleza situados en la jurisdicción municipal.

El Impuesto sobre Publicidad gravara la exhibición o distribución de rótulos y carteles que tengan objeto dar a conocer la actividad comercial a realizar.

El Impuesto Predial constituye en el pago para las mejoras de la ciudad, ya sea, calles, parques, y obras civiles con el fin de desarrollo cantonal.(Quevedo, 2007)

2.4.4 Legislación laboral.

La parte laboral en el Ecuador ha venido sufriendo una serie de regulaciones por el actual gobierno. Pero actualmente la Ley de Seguridad Social y el Código de Trabajo son las más importantes para las empresas de sociedades anónimas.

La Ley de Seguridad Social obliga a la empresa a asegurar a sus empleados desde el primer momento que presta sus servicios dentro de la empresa, debiendo contribuir con el pago mensual y obligado, el seguro social del empleado.

En el Código de Trabajo se encuentran todas las terminologías en base a los tipos de contratos, salarios y todas las regulaciones que conlleve al buen manejo del mismo.(Ecuador)

2.4.5 Cuadro de Gastos por impuestos, afiliaciones, etc.

Tabla 2.5 Cuadro de gastos por impuestos, afiliaciones, etc.

Cuadro de Resumen	
Cuentas	Monto
Constitución de la Empresa	\$ 5.000,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	\$ 150,00
Permisos Municipales	\$ 500,00
RUC (Retención Única de Contribuyente)	\$ 50,00
TOTAL	\$ 5.700,00

Fuente: Marco Legal
Elaborado por: Autor

2.5 Conclusiones.

Se demuestra que el Country Club contara con una Estructura organizacional Orgánica sólida, con un Directorio Ejecutivo, un Gerente General, un Gerente Administrativo, un Gerente Financiero y un Gerente de Servicios Generales.

Siendo de esta manera relevante mencionar que el proyecto como tal se referirá a una empresa constituida como Sociedad Anónima, ya que representa una sociedad mercantil cuyo capital está dividido en acciones, integradas por las aportaciones de los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales contraídas sino que lo harán con el capital aportado. Y además es una manera versátil en la cual los socios en cualquier momento pueden vender sus acciones sin el consentimiento de los demás socios.

Como toda empresa, el Country Club está obligado a seguir la ley por ejercer sus actividades dentro del país. Deberá cumplir con sus impuestos y obligaciones que rigen para el funcionamiento de sus actividades comerciales.

CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO.

Introducción.

En este capítulo se tomarán en cuenta aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficaz de los servicios que se ofrecerán, lo que determinará el tamaño del lugar, la localización, instalaciones y otros factores requeridos, que ya se mencionaron en el marco teórico.

Es importante la posibilidad de valorar económicamente las variables técnicas del proyecto, que permitirán una apreciación aproximada de los recursos que se necesiten; adicionalmente se proporciona información de mucha utilidad para el *estudio económico-financiero*.

3.1 Objetivo del Estudio Técnico.

El objetivo es demostrar la viabilidad técnica del proyecto y conseguir aceptación por parte de los 384 socios de la inversión realizada.

3.2 Tamaño del Proyecto.

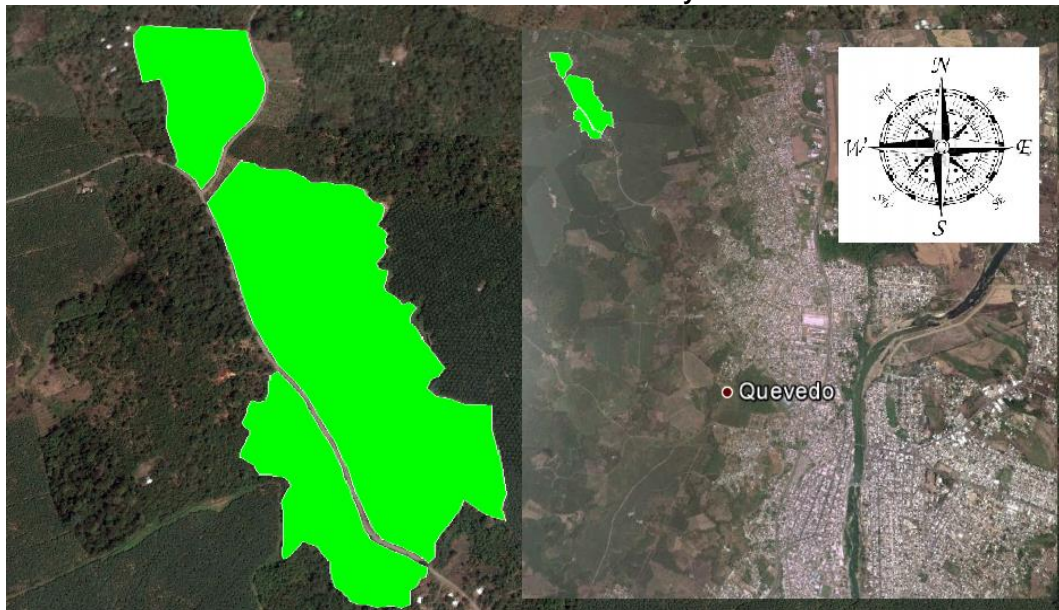
Según el estudio de mercado, la capacidad que manejara el Country Club es de 384 socios, lo que conlleva a la realización de una buena optimización de todas las áreas y servicios que ofrecerá el Country Club.

El Country Club será construido sobre 314.000 m² (31,4 Ha.), donde se encontrarán las diferentes áreas para el desenvolvimiento de este proyecto.

3.3 Localización del Proyecto.

El Quevedo Country Club estará ubicado junto al anillo vial de Quevedo, en el sector el Achiote km. 4 vía San Rafael, que favorecerá a la ciudad e indirectamente al Country Club por su buena ubicación (Gráfico 3.1)

Gráfico 3.1 Localización del Proyecto



Fuente: Google Earth

Elaborado por: Autor

3.4 Inversiones Requeridas.

En la presente sección se analizan las inversiones requeridas para este proyecto, tomando en consideración los factores adecuados para la construcción del mismo.

Se aborda el tema de las dimensiones y la distribución de las edificaciones que tendrá el Country Club, luego se ira detallando el monto de inversión de cada área.

3.4.1 Dimensiones del Terreno y Distribución de Edificación.

El terreno donde será construido el Country Club es propiedad del accionista Ing. Manuel Idrovo Arauz, cuyo valor según el avalúo comercial es de \$500.000,00.

La inversión a realizar en cuanto a edificaciones y construcciones requeridas para el funcionamiento del Quevedo Country Club, comprenden un área de 125.829 m² de los 314.000 m² del terreno. Las edificaciones demuestran un monto total de \$1.628.272,00 como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 3.1 Distribución de áreas del Country Club (1)

Codificación	Áreas del Country Club	Unidad	Tamaño	Precio m	Monto
9	Portón de Ingreso	m ²	83	\$ 20,00	\$ 1.660,00
10	Hall de ingreso (Baños, centros de información, bodegas)	m ²	798	\$ 100,00	\$ 79.800,00
11	Restaurante Principal(Cocina, Baños)	m ²	1051	\$ 100,00	\$ 105.100,00
12	Piscinas (Restaurante/Bar y Vestidores)	m ²	3720	\$ 30,00	\$ 111.600,00
13	Parqueadero	m ²	5452	\$ 10,00	\$ 54.520,00
14	Campo de Golf	m ²	88383	\$ 8,00	\$ 707.064,00
15	Canchas Deportivas (futbol, tennis, básquet)	m ²	11791	\$ 8,00	\$ 94.328,00
16	Áreas Verdes	m ²	816	\$ 5,00	\$ 4.080,00
17	Establo de Caballos (parqueadero)	m ²	2300	\$ 35,00	\$ 80.500,00
18	Campo abierto (áreas para galope)	m ²	4898	\$ 5,00	\$ 24.490,00
19	Ciclo vía Ecológica	m	1443	\$ 10,00	\$ 14.430,00
20	Centro de Eventos Varios	m ²	1908	\$ 100,00	\$ 190.800,00
21	Oficinas (2 pisos)	m ²	540	\$ 100,00	\$ 54.000,00
22	Edificación en Campo de Golf (baños, bares, vestidores)	m ²	2034	\$ 50,00	\$ 101.700,00
23	Juegos Infantiles	m ²	600	\$ 5,00	\$ 3.000,00
24	Guardanía	m ²	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL					\$ 1.628.272,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

(1) En las páginas siguientes se detalla la inversión para cada área.

Tabla 3.2 Dimensiones del Terreno

Concepto	Áreas de Construcción	Áreas sin Construcción	Total
Área m ²	125829	188171	314000

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

El precio promedio del metro cuadrado de construcción para cualquier tipo de infraestructura es de \$100,00, esto varía de acuerdo al tipo de construcción a realizarse (Colegio de Ingenieros Civiles del Ecuador)

3.4.1.1 Inversión Áreas Servicios

De las edificaciones y construcciones, las áreas de servicios alcanzaron la cifra de \$1.385.832,00, considerando adicionalmente la climatización, muebles y enseres, y el equipamiento (Tabla 3.3)

Tabla 3.3 Inversión por áreas de servicios

ÁREAS DONDE SE OFRECERAN SERVICIOS									
Area	Tamaño (m ²)	Edificación y construcción		Climatización		Muebles y Enseres		Equipamiento	
		Ref.		Ref.		Ref.		Ref.	
Restaurante Principal(Cocina, Baños)	1051	3.5	\$ 105.100,00	3.6	\$ 5.000,00				
Piscinas (Restaurante/Bar y Vestidores)	3720	3.7	\$ 111.600,00			3.8	\$ 2.000,00		
Parqueadero	5452	3.9	\$ 54.520,00						
Ciclo via Ecologica	1443	3.9	\$ 14.430,00						
Juegos Infantiles	600	3.10	\$ 3.000,00			3.10	\$ 1.000,00		
Canchas Deportivas (futbol, tennis, basquet)	11791	3.11	\$ 94.328,00						
Centro de Eventos Varios	1908	3.12	\$ 190.800,00	3.13	\$ 5.000,00	3.13	\$ 4.500,00	3.13	\$ 1.000,00
Campo de Golf	88383	3.14	\$ 707.064,00						
Establo de Caballos (parqueadero)	2300	3.15	\$ 80.500,00						
Campo abierto (areas para galope)	4898	3.15	\$ 24.490,00						
TOTAL			\$ 1.385.832,00		\$ 10.000,00		\$ 7.500,00		\$ 1.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Ref. (Numeración de tablas)

3.4.1.2 Inversión Parte Administrativa

Además de las Edificación y construcción para el área de servicios, el área administrativa requiere una inversión de \$242.440,00, comprende según climatización, muebles y enseres y equipamiento como se detalla en la tabla que sigue:

Tabla 3.4 Inversión para las áreas Administrativas

AREAS ADMINISTRATIVAS									
Area	Tamaño (m ²)	Edificación y construcción		Climatización		Muebles y Enseres		Equipamiento	
		Ref.		Ref.		Ref.		Ref.	
Portón de Ingreso	83	3.16	\$ 1.660,00						
Bodegas Campo de Golf	2034	3.18	\$ 101.700,00						
Oficinas (2 pisos)	540	3.19	\$ 54.000,00	3.20	\$ 2.500,00	3.20	\$ 1.500,00	3.20	\$ 1.000,00
Hall de ingreso (Baños, centros de información, bodegas)	798	3.21	\$ 79.800,00	3.22	\$ 2.500,00	3.22	\$ 2.000,00	3.22	\$ 1.000,00
Areas Verdes	816	3.17	\$ 4.080,00						
Guardianía	12	3.17	\$ 1.200,00						
TOTAL			\$ 242.440,00		\$ 5.000,00		\$ 3.500,00		\$ 2.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Ref. (Numeración de tablas)

3.4.2 Detalles de Inversiones operativas y/o servicio.

En este apartado, se detalla cada uno de los rubros de la tabla 3.1.

3.4.2.1 Detalle de Inversión Áreas Servicio

Como se mencionó en la Inversión Áreas Servicios, existen cuatro rubros: Edificaciones, Climatización, Muebles y Enseres, y Equipamiento, dichas inversiones deben ser consideradas para la construcción de las áreas. A continuación se procede a detallar la inversión de cada una de ellas.

Restaurante Principal (Cocina, Baños)

La inversión total de esta área es de \$105.100,00, donde se incluye el restaurante principal, cocina y baños. Para la construcción del mismo tenemos unos costos (Tabla 3.5) también se consideró una inversión adicional como la Climatización (Tabla 3.6)

Tabla 3.5 Detalle de Inversión RESTAURANTE PRINCIPAL

Concepto	Restaurante	Cocina	Baños	Total
Área m ²	729	205	117	1051
Costos de Construcción				
Materiales de Construcción:				
Cemento	\$ 10.000,00	\$ 4.500,00	\$ 3.350,00	\$ 17.850,00
Bloques	\$ 20.500,00	\$ 15.550,00	\$ 7.700,00	\$ 43.750,00
Hierro	\$ 7.500,00	\$ 5.500,00	\$ 4.000,00	\$ 17.000,00
Encofrado	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00	\$ 5.500,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 1.500,00	\$ 7.000,00
Instalaciones eléctricas y sanitarias	\$ 2.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00
Mano de Obra	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 6.000,00
Otros gastos	\$ 2.000,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 3.000,00
TOTAL INVERSION	\$ 50.000,00	\$ 34.050,00	\$ 21.050,00	\$ 105.100,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 3.6 Detalle de Inversión adicional RESTAURANTE PRINCIPAL

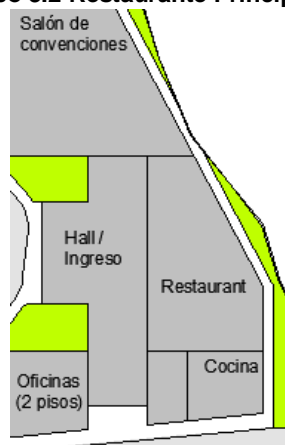
Concepto	Restaurante
Climatización:	
Acondicionador de aire	\$ 5.000,00
TOTAL	\$ 5.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

En el siguiente plano se visualiza la ubicación del restaurante principal:

Grafico 3.2 Restaurante Principal



Fuente: Plano General de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Piscinas (Restaurante/bar y Vestidores)

El monto de inversión para esta área es de \$111.600,00, donde se encuentran las cuatro piscinas, las edificaciones del Restaurante/bar y los vestidores (Tabla 3.7) también se considera una inversión adicional sobre los muebles y enseres que se necesitan (Tabla 3.8)

Tabla 3.7 Detalle de Inversión PISCINAS

Concepto	Piscina 1	Piscina 2	Piscina 3	Piscina 4	Restaurante /bar	Vestidores	Total
Area m ²	765	130	474	568	1241	543	3720
Profundidad (metros)	2	1,5	1,5	2			
Excavacion	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.200,00	\$ 1.250,00			\$ 4.950,00
Costo de Construccion							
Materiales de Construccion:							
Cemento	\$ 2.500,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 1.500,00	\$ 12.500,00
Encofrado	\$ 1.500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.400,00	\$ 500,00	\$ 400,00	\$ 5.300,00
Baldosas	\$ 8.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.500,00	\$ 4.500,00	\$ -	\$ -	\$ 18.500,00
Material petreo (arena, lastre)	\$ 900,00	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 1.500,00	\$ 600,00	\$ 4.350,00
Bloques	\$ 3.000,00	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.500,00	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00	\$ 23.500,00
Hierro	\$ 3.500,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 7.000,00	\$ 5.050,00	\$ 22.050,00
Tuberias	\$ 1.000,00	\$ 300,00	\$ 550,00	\$ 900,00	\$ -	\$ -	\$ 2.750,00
Instalaciones eléctricas y sanitarias	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 300,00	\$ 3.300,00
Mano de Obra	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 14.400,00
Otros gastos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 24.800,00	\$ 11.500,00	\$ 15.750,00	\$ 18.900,00	\$ 25.400,00	\$ 15.250,00	\$ 111.600,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

*el valor de excavación de las piscinas es relativo a los precios impuestos por el municipio para este tipo de actividad.

Tabla 3.8 Detalle de Inversión adicional PISCINAS

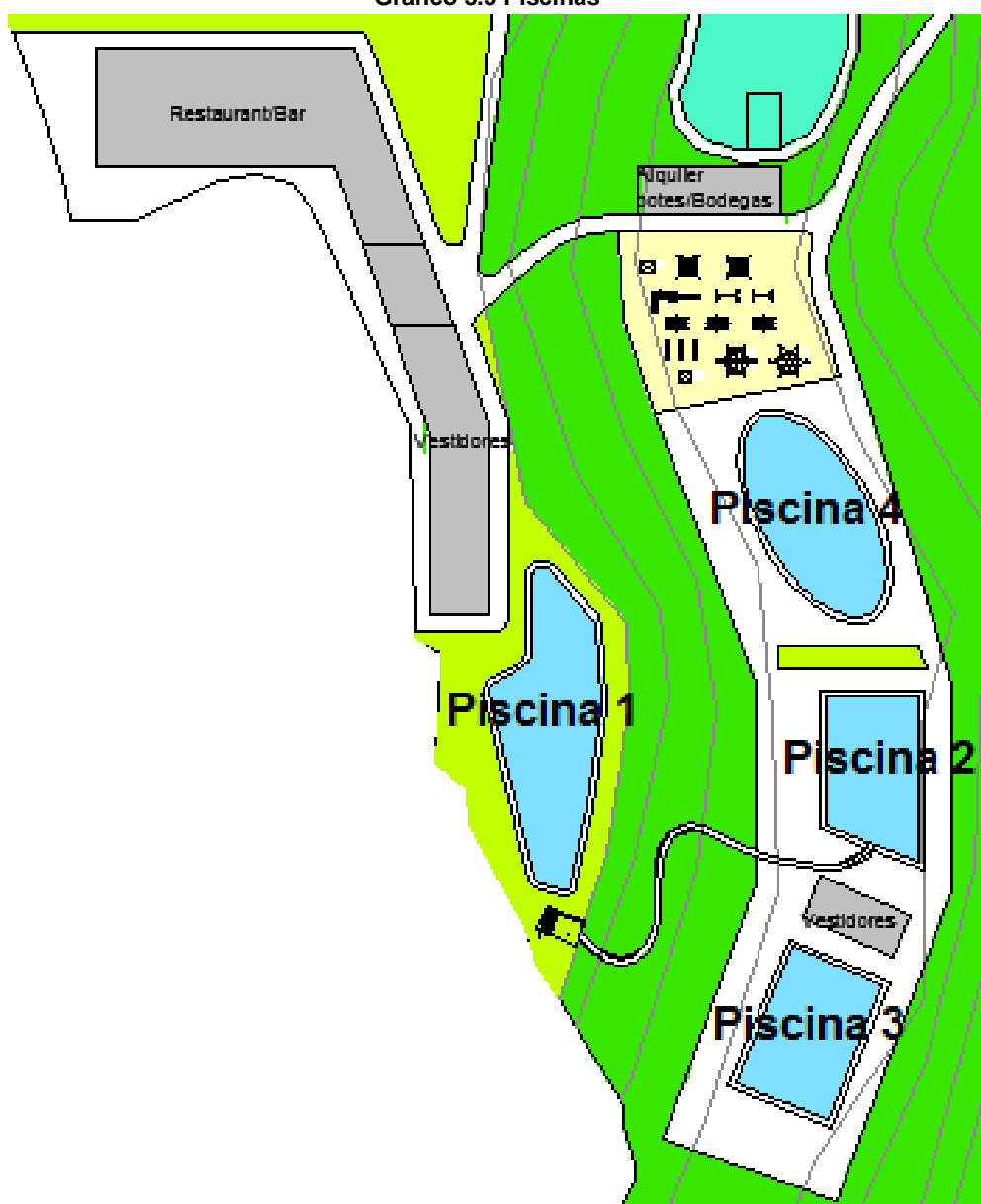
Concepto	Restaurante
Muebles y Enseres:	
Muebles de Plástico	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 1.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

En el siguiente grafico se puede apreciar la ubicación de las cuatro piscinas y las edificaciones pertinentes:

Grafico 3.3 Piscinas



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Parqueadero y Ciclo Vía

La inversión requerida para el Parqueadero es de \$54.520,00 y de la ciclo vía es \$14.430,00 con un total de inversión en \$68.950,00 (Tabla 3.9)

Tabla 3.9 Detalle de Inversión PARQUEDERO, CICLO VIA

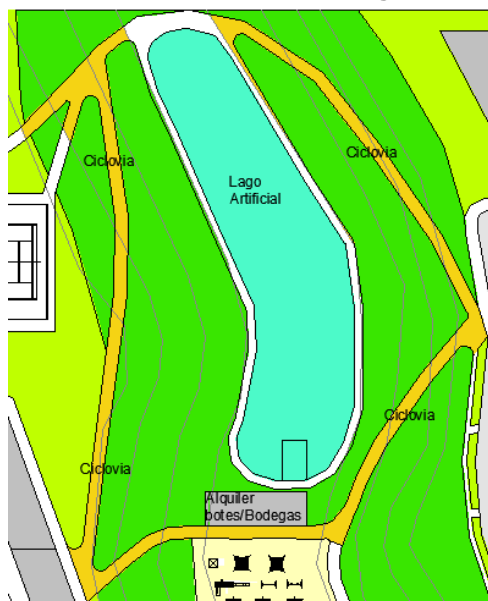
Concepto	Parqueadero	Ciclo vía	Total
Área m ²	5452	1443	6895
Costo de Construcción			
Materiales de Construcción:			
Cemento	\$ 30.000,00	\$ 4.630,00	\$ 34.630,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 17.370,00	\$ 5.000,00	\$ 22.370,00
Hierro	\$ 4.000,00	\$ 1.500,00	\$ 5.500,00
Mano de Obra	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 5.600,00
Otros gastos	\$ 350,00	\$ 500,00	\$ 850,00
TOTAL	\$ 54.520,00	\$ 14.430,00	\$ 68.950,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Dentro del proyecto de inversión del Quevedo Country Club, se puede visualizar la ubicación de la ciclo vía ecológica (Grafico 3.4) y parqueadero (Grafico 3.5)

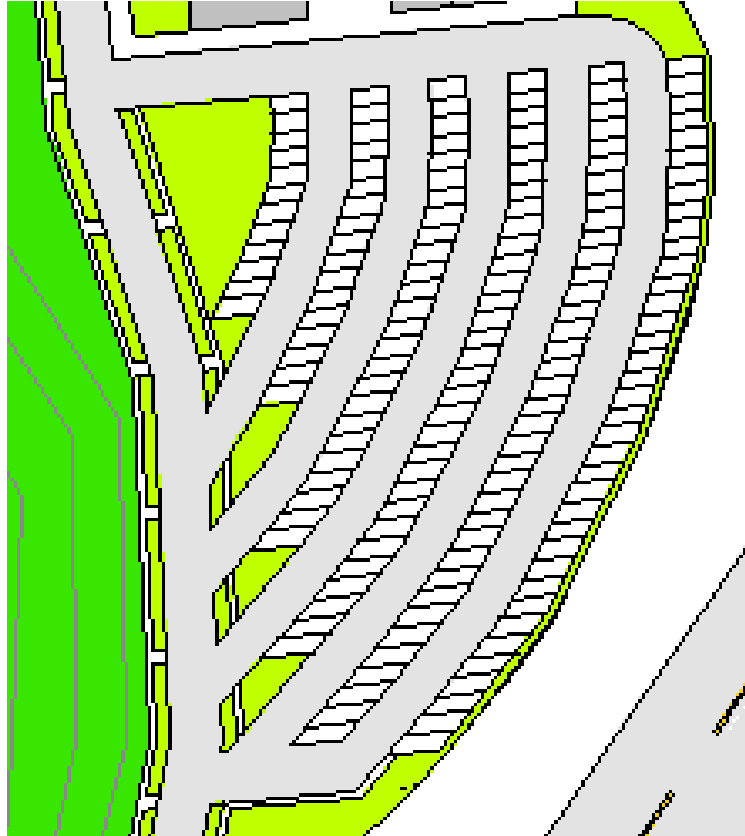
Grafico 3.4 Ciclo vía Ecológica



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Grafico 3.5 Parquedero



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Juegos Infantiles

La inversión para esta área es de \$4.000,00, los muebles y enseres están considerados en el rubro de “equipos” (Tabla 3.10)

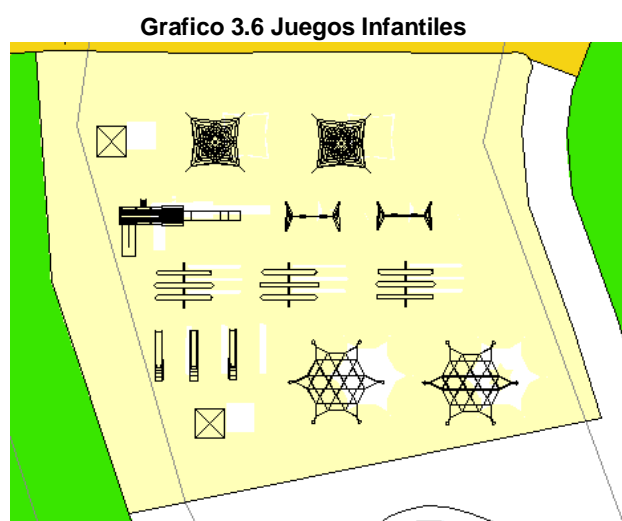
Tabla 3.10 Detalle de Inversión JUEGOS INFANTILES

Concepto	Juegos Infantiles
Área m ²	600
Costo de Construcción	
Materiales de Construcción:	
Arena	\$ 600,00
Césped	\$ 400,00
Equipos	\$ 2.000,00
Mano de Obra	\$ 800,00
Otros gastos	\$ 200,00
TOTAL	\$ 4.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

En este grafico podemos observar la ubicación de los juegos infantiles (Grafico 3.6)



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Canchas deportivas (futbol, tenis, básquet)

El monto de inversión para las canchas deportivas es \$94.328,00, donde están considerados los costos de construcción, mano de obra y otros gastos, adicionalmente el sistema de riego que lleva la cancha de futbol está considerado dentro del rubro de “otros gastos”(Tabla 3.11)

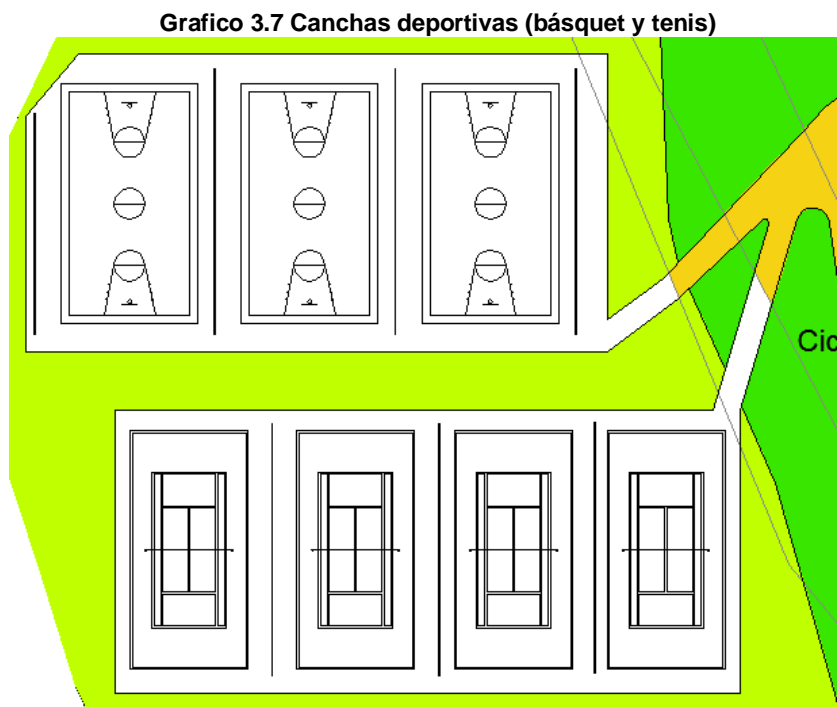
Tabla 3.11 Detalle de Inversión CANCHAS DEPORTIVAS

Concepto	Cancha de Futbol	Canchas de Tenis	Canchas de Básquet	Total
Área m2	8255	1906	1630	11791
Costo de Construcción				
Materiales de Construcción:				
Cemento	\$ 250,00	\$ 10.000,00	\$ 8.750,00	\$ 19.000,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 300,00	\$ 6.000,00	\$ 4.500,00	\$ 10.800,00
Hierro	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 5.000,00	\$ 14.000,00
Césped	\$ 25.000,00	\$ -	\$ -	\$ 25.000,00
Mano de Obra	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 10.800,00
Otros gastos	\$ 7.728,00	\$ 4.000,00	\$ 3.000,00	\$ 14.728,00
TOTAL	\$ 39.878,00	\$ 29.600,00	\$ 24.850,00	\$ 94.328,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

El Quevedo Country Club contara con canchas de básquet y tenis (Grafico 3.7) y una cancha de futbol profesional (Grafico 3.8)



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Centro de Eventos varios

La inversión requerida para esta área es \$190.800,00 (Tabla 3.12) y una inversión adicional que conlleva la Climatización, Muebles y enseres, equipamiento (Tabla 3.13)

Tabla 3.12 Detalles de Inversión CENTRO DE EVENTOS

Concepto	Salón de eventos
Área m ²	1908
Costo de Construcción	
Materiales de Construcción:	
Cemento	\$ 30.000,00
Bloques	\$ 25.800,00
Hierro	\$ 25.000,00
Encofrado	\$ 25.000,00
Baldosas	\$ 20.000,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 10.000,00
Instalaciones eléctricas y sanitarias	\$ 15.000,00
Mano de Obra	\$ 10.000,00
Otros gastos	\$ 30.000,00
TOTAL	\$ 190.800,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 3.13 Detalle de Inversión adicional CENTRO DE EVENTOS

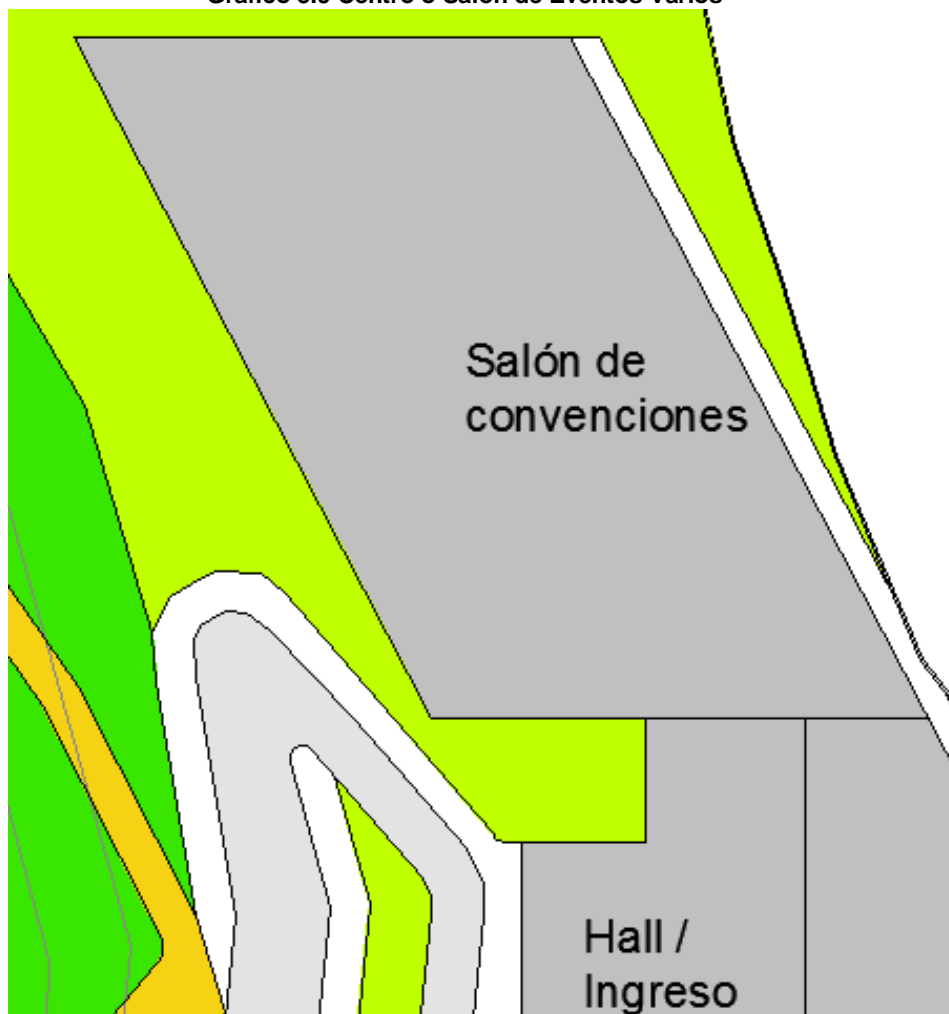
Concepto	Salón de eventos
Climatización:	
Acondicionador de aire	\$ 5.000,00
Muebles y Enseres:	
Mesas y sillas	\$ 4.500,00
Equipamiento:	
luces y sonidos	\$ 1.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

El Salón de Eventos varios estará ubicado junto al Hall de Ingreso (Grafico 3.9)

Grafico 3.9 Centro o Salón de Eventos Varios



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Campo de Golf

El campo Profesional de Golf del Quevedo Country Club será para el uso exclusivo de los socios y para la realización de torneos provinciales como nacionales. El riego, las plantas, topografía, etc. son parámetros en consideración para la reserva de zonas libres de intervención. Hay que tener en cuenta el diseño del campo, y adaptar las zonas de prácticas para la escuela de golf y servicio adicionales a las necesidades y exigencia de los clientes. Para eso se prevé la construcción de un lago principal, seguido de dos lagos artificiales. También se tomara en cuenta la creación de los tees que son únicamente los puntos de salida del juego

o comúnmente donde se realiza el primer golpe. Los greens son parte fundamental del campo de golf ya que en ella es donde se encuentra ubicado el hoyo. Los bunkers son considerados las trampas de arena que existen en todos los campos de golf alrededor del mundo, se construirán algunos de forma artificial ya que el terreno no posee obstáculos naturales, todo lo anteriormente mencionado está diseñado en base a las reglas del juego de Golf. La siembra del césped o pasto es fundamental para la construcción del campo de golf, se utiliza 2 tipos de césped el *bermuda grassy* el *ben cross*, dependiendo de las zonas de juego, son consideradas resistentes a las plagas. Y por último la creación un sistema de riego óptimo para el mantenimiento del campo de golf. Se adquirirán 10 carros de golf marca Yamaha modelo The Driver y las características de los carros se verán reflejadas en el anexo 2.

La dimensión del campo de golf es de 88.383 m² con 12 hoyos respectivamente. El campo de golf necesita tener un mantenimiento especial, para eso se debe contar con un sistema de riego, la fertilización adecuada, fumigación oportuna, corte o ciega del césped, etc.

La inversión para esta área es de \$707.064,00 (Tabla 3.14). El sistema de riego para el campo de golf está considerado dentro del rubro “otros gastos”.

Tabla 3.14 Detalles de Inversiones CAMPO DE GOLF

Concepto	Hoyo 1	Hoyo 2	Hoyo 3	Hoyo 4	Hoyo 5	Hoyo 6	Hoyo 7	Hoyo 8	Hoyo 9	Hoyo 10	Hoyo 11	Hoyo 12	Total
Area m2	12592	9960	11329	10486	4759	12306	4155	4082	5857	5204	4190	3463	88383
Costo de Construcción													
Materiales de Construcción:													
arena	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
cesped	\$ 25.000,00	\$ 20.000,00	\$ 23.000,00	\$ 22.500,00	\$ 16.000,00	\$ 23.500,00	\$ 14.800,00	\$ 14.500,00	\$ 17.500,00	\$ 17.000,00	\$ 15.000,00	\$ 14.000,00	\$ 222.800,00
Movimiento de tierra	\$ 15.000,00	\$ 10.000,00	\$ 11.000,00	\$ 10.500,00	\$ 5.000,00	\$ 14.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.000,00	\$ 6.000,00	\$ 5.500,00	\$ 4.500,00	\$ 3.500,00	\$ 94.000,00
Mano de Obra	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 216.000,00
Otros gastos	\$ 18.500,00	\$ 13.500,00	\$ 15.250,00	\$ 14.250,00	\$ 12.900,00	\$ 17.564,00	\$ 11.500,00	\$ 11.500,00	\$ 13.000,00	\$ 12.500,00	\$ 12.000,00	\$ 11.000,00	\$ 163.464,00
TOTAL	\$ 77.400,00	\$ 62.400,00	\$ 68.150,00	\$ 66.150,00	\$ 52.800,00	\$ 74.464,00	\$ 49.700,00	\$ 48.900,00	\$ 55.400,00	\$ 53.900,00	\$ 50.400,00	\$ 47.400,00	\$ 707.064,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

El diseño del campo de golf con sus respectivos hoyos se puede observar a continuación (Grafico 3.10)



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Establo de caballos y Campo abierto (área de galope)

El establo es una pequeña área donde los socios y dueños de caballos podrán montarlos. Se considera un amplio terreno, con una capacidad para 30 caballos, con un estacionamiento y el campo abierto para las clases de equitación. El terreno será acondicionado para la construcción

de las áreas asignadas. La inversión requerida es \$104.990,00 (Tabla 3.15)

Tabla 3.15 Detalle de Inversión ESTABLO DE CABALLOS y CAMPO ABIERTO

Concepto	Establo de caballos (parqueadero)	Campo abierto (áreas de galope)	Total
Área m2	2300	4898	7198
Costo de Construcción			
Materiales de Construcción:			
Cemento	\$ 10.200,00	\$ 3.650,00	\$ 13.850,00
Madera	\$ 25.000,00	\$ 10.000,00	\$ 35.000,00
Bloques	\$ 20.000,00	\$ -	\$ 20.000,00
Hierro	\$ 3.000,00	\$ 6.200,00	\$ 9.200,00
Encofrado	\$ 4.000,00	\$ -	\$ 4.000,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 12.000,00	\$ -	\$ 12.000,00
Instalaciones eléctricas y sanitarias	\$ 3.000,00	\$ 2.000,00	\$ 5.000,00
Mano de Obra	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 4.800,00
Otros gastos	\$ 900,00	\$ 240,00	\$ 1.140,00
TOTAL	\$ 80.500,00	\$ 24.490,00	\$ 104.990,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

El establo y el campo abierto para las áreas de galope estarán ubicados cerca del campo de Golf (Grafico 3.11)

Grafico 3.11 Establo y Campo Abierto (áreas de galope)



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

3.4.2.2 Detalle de Inversión Parte Administrativa

Los rubros que aparecen en la Tabla 3.4, comprenden a las inversiones administrativas, se detallan a continuación:

Portón de Ingreso

La inversión requerida para el Portón de Ingreso es \$1.660,00 (Tabla 3.16)

Tabla 3.16 Detalle de Inversión PORTON DE INGRESO

Concepto	Portón de Ingreso
Área m ²	83
Costo de Construcción	
Materiales de Construcción:	
Cemento	\$ 500,00
Bloques	\$ 200,00
Hierro	\$ 100,00
Encofrado	\$ 100,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 150,00
Instalaciones eléctricas	\$ 200,00
Mano de Obra	\$ 400,00
Otros gastos	\$ 10,00
TOTAL	\$ 1.660,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Áreas verdes, Guardianía

La parte de áreas verdes corresponde a todo lo que es plantas que se necesitan para decorar el Country Club. Por otro lado tenemos la Guardianía, se construirán tres garitas, una cerca del portón de ingreso, otra en el campo de Golf y la última cerca del establo de los caballos. En la siguiente matriz se podrá ver el detalle de la inversión de las respectivas áreas:

Tabla 3.17 Detalle de Inversión AREAS VERDES Y GUARDIANIA

Concepto	Áreas verdes	Guardianía
Área m ²	816	12
Costo de Construcción		
Materiales de Construcción:		
Cemento	\$ -	\$ 200,00
Bloques	\$ -	\$ 300,00
Hierro	\$ -	\$ 100,00
Encofrado	\$ -	\$ 100,00
Plantas	\$ 1.000,00	\$ -
Tierra	\$ 80,00	\$ -
Instalaciones eléctricas	\$ -	\$ 50,00
Mano de Obra	\$ -	\$ 400,00
Otros gastos	\$ 3.000,00	\$ 50,00
TOTAL	\$ 4.080,00	\$ 1.200,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Bodegas de Campo de Golf

Adicionalmente a la inversión requerida para el campo de Golf se considera la construcción de una bodega para el almacenamiento de todos los materiales y maquinarias que sirven para el mantenimiento del mismo, se incluye la construcción de un mini bar ya que esta área es de gran afluencia de deportistas.

El monto de inversión requerida para esta área es \$101.700,00 incluidas la bodega y el mini Bar (Tabla 3.18)

Tabla 3.18 Detalle de Inversión BODEGAS DE CAMPO DE GOLF

Concepto	Bodegas	Mini Bar	Total
Área m2	2000	34	2034
Costo de Construcción			
Materiales de Construcción:			
Cemento	\$ 5.000,00	\$ 1.250,00	\$ 6.250,00
Bloques	\$ 20.000,00	\$ 1.000,00	\$ 21.000,00
Hierro	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00
Techo	\$ 15.000,00	\$ 50,00	\$ 15.050,00
Encofrado	\$ 4.000,00	\$ 7.000,00	\$ 11.000,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 12.000,00	\$ 300,00	\$ 12.300,00
Instalaciones eléctricas y sanitarias	\$ 7.000,00	\$ 4.000,00	\$ 11.000,00
Mano de Obra	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 5.600,00
Otros gastos	\$ 3.000,00	\$ 1.500,00	\$ 4.500,00
TOTAL	\$ 78.800,00	\$ 22.900,00	\$ 101.700,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Las bodegas y el mini bar estarán ubicados cerca de la cancha de futbol (Grafico 3.12)

Grafico 3.12 Bodegas de Campo de Golf



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Oficinas

Las oficinas estarán ubicadas en el conjunto de edificaciones, junto al hall de ingreso, centro de eventos varios y el restaurante principal. La edificación donde estarán las oficinas será de 2 pisos distribuidos en 540 m² de construcción (Grafico 3.13)

La inversión de esta área es \$54.000,00 (Tabla 3.19) adicionalmente se considera la inversión en Climatización, Muebles y Enseres, Equipamiento (Tabla 3.20)

Tabla 3.19 Detalles de Inversión OFICINAS

Concepto	Oficinas
Área m ²	540
Costo de Construcción	
Materiales de Construcción:	
Cemento	\$ 10.000,00
Bloques	\$ 15.000,00
Hierro	\$ 5.000,00
Techo	\$ 4.000,00
Encofrado	\$ 5.000,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 4.500,00
Instalaciones eléctricas y sanitarias	\$ 7.000,00
Mano de Obra	\$ 2.800,00
Otros gastos	\$ 700,00
TOTAL	\$ 54.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 3.20 Detalle de Inversión adicional OFICINAS

Concepto	Oficinas
Climatización:	
Acondicionador de aire	\$ 2.500,00
Muebles y Enseres:	
Escritorios y sillas	\$ 1.500,00
Equipamiento:	
Computadoras e impresoras	\$ 1.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Grafico 3.13 Oficinas



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Hall de Ingreso

La construcción de esta área contara con baños, la recepción y las bodegas pertinentes a archivero de las oficinas. Sera una área que contara con un equipo de climatización, sus respectivos muebles y enseres, y con el equipo de cómputo que requiere la recepcionista. Esta es la parte principal del Country Club ya que será la primera área donde los socios llegaran. La dimensión de esta área es de 798 m² de construcción.

Para la construcción del Hall es necesaria un inversión de \$79.800,00 (Tabla 3.21) adicionalmente inversiones de Climatización, muebles y enseres, equipamiento (Tabla 3.22)

Tabla 3.21 Detalle de Inversión HALL DE INGRESO

Concepto	Hall de Ingreso
Área m ²	798
Costo de Construcción	
Materiales de Construcción:	
Cemento	\$ 20.000,00
Bloques	\$ 15.000,00
Hierro	\$ 7.000,00
Techo	\$ 5.000,00
Encofrado	\$ 8.700,00
Material pétreo (arena, lastre)	\$ 4.500,00
Instalaciones eléctricas y sanitarias	\$ 7.000,00
Mano de Obra	\$ 3.200,00
Otros gastos	\$ 9.400,00
TOTAL	\$ 79.800,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 3.22 Detalle de Inversión adicional HALL DE INGRESO

Concepto	Hall de Ingreso
Climatización:	
Acondicionador de aire	\$ 2.500,00
Muebles y Enseres:	
Escritorio, sillas y muebles de estar	\$ 2.000,00
Equipamiento:	
Computadora e impresora	\$ 1.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

El hall de ingreso se encuentra ubicado entre el salón de eventos, oficinas y el restaurante principal (Grafico 3.14)

Grafico 3.14 Hall de Ingreso



Fuente: Plano general de la obra (Grafico 3.15)

Elaborado por: Autor

Plano General del Country Club

Grafico 3.15 Plano General de la Obra (Country Club)



Fuente: Anexo 11 (Plano Físico de la Obra)

Elaborado por: Autor

3.5 Permisos

Para llevar a cabo la construcción del Country Club se tramitará todos los pagos de impuestos y permisos previstos en el marco legal.

Tabla 3.23 Cuadro de Pagos de Permisos

Cuentas	Monto
Afiliación a la Cámara de Comercio	\$ 150,00
Permisos Municipales	\$ 500,00
RUC (Retención Única de Contribuyente)	\$ 50,00
TOTAL	\$ 700,00

Fuente: Marco Legal
Elaborado por: Autor

3.6 Resumen de la Inversión Física

Tabla 3.24 Inversiones para Obras Físicas

CUENTAS	Áreas de Servicio	Áreas Administrativas	General	TOTAL
Terreno	\$ -	\$ -	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Edificaciones	\$ 1.385.832,00	\$ 242.440,00	\$ -	\$1.628.272,00
Muebles y Enseres	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00	\$ -	\$ 15.000,00
Equipos de Climatización	\$ 6.500,00	\$ 3.500,00	\$ -	\$ 10.000,00
Equipamiento	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ -	\$ 3.000,00
Permisos			\$ 700,00	\$ 700,00
TOTAL	\$ 1.403.332,00	\$ 252.940,00	\$ 500.700,00	\$2.156.972,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Autor

3.7 Gastos Operativos.

Restaurante

Este servicio no incurre ningún gasto operativo por parte del Quevedo Country Club, debido a que el lugar será alquilado para que otra empresa ofrezca el servicio de comidas y bebidas. Esta empresa será encargada de todos los gastos operativos de esta área.

Parqueadero, Ciclo vía ecológica, Juegos Infantiles

Se considera que el gasto operativo de estas áreas será unificado, debido a que son lugares que no requieren un mantenimiento continuo sino periódico.

En el caso del parqueadero y la ciclo vía ecológica, se prevé el gasto de la señalética respectiva que se lo incluye en el rubro de otros gastos (Tabla 3.9)

Con respecto a los juegos infantiles, el gasto de mantenimiento será solo de la mano de obra, es decir, que habrá una persona encargada de revisar periódicamente los juegos para evitar algún accidente con los niños.

Piscinas

El gasto de mantenimiento de las piscinas está basado en los siguientes rubros:

- Insumos.

La cantidad requerida para el continuo mantenimiento de las piscinas es acorde a su dimensión y estructura;

Dimensión: 3.720 m² distribuidas en 4 piscinas.

Estructura: son tres piscinas para niños y una para adultos.

Los insumos a usar son agua y químicos. Los químicos a utilizarse son el Sulfato de aluminio y cloro para el mantenimiento del agua.

- Mano de Obra.

El mantenimiento de las piscinas estará a cargo de dos personas. Una aplicara la limpieza de las piscinas y la otra la aplicación de los diferentes químicos para que el agua este en buen estado al momento de ser usadas por los socios.

Se puede observar el gasto operativo de las piscinas, durante los primeros cinco años de vida del proyecto (Tabla 3.25)

Tabla 3.25 Gastos Operativos PISCINAS

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
PISCINAS					
Insumos:					
Luz	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.400,00	\$ 2.240,00	\$ 4.032,00
Químicos	\$ 2.000,00	\$ 15.000,00	\$ 21.000,00	\$ 33.600,00	\$ 60.480,00
Agua	\$ 5.000,00	\$ 16.000,00	\$ 22.400,00	\$ 35.840,00	\$ 64.512,00
Mano de Obra:					
Personal	\$ 14.400,00	\$ 24.500,00	\$ 34.300,00	\$ 54.880,00	\$ 98.784,00
TOTAL	\$ 22.900,00	\$ 56.500,00	\$ 79.100,00	\$ 126.560,00	\$ 227.808,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Canchas deportivas (Tenis y Básquet)

El gasto de mantenimiento de las canchas deportivas, tanto las de básquet como las de tenis, se basa en los siguientes rubros:

- Insumos.

Para el continuo mantenimiento de las canchas se debe considerar sus dimensiones y estructura;

Dimensiones: 3.535 m² distribuidas en las canchas.

Estructura: existirán tres canchas de básquet y 4 de tenis, todas serán de piso duro.

Se utilizaran pinturas especiales para estos tipos de canchas.

- Mano de Obra.

Una sola persona estará a cargo del mantenimiento de esta área, la cual se encargará de limpiar las canchas en caso de lluvia o de algún tipo de basuras para que estén en buen estado en momento de ser usadas por los socios.

El gasto operativo anual para este servicio esta detallado en la siguiente tabla:

Tabla 3.26 Gastos Operativos CANCHAS DEPORTIVAS (Tenis y Básquet)

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
CANCHAS DE TENIS Y BASQUET					
Insumos:					
Pintura	\$ 1.200,00	\$ 6.500,00	\$ 9.100,00	\$ 14.560,00	\$ 26.208,00
Mano de obra					
Personal	\$ 8.000,00	\$ 25.500,00	\$ 35.700,00	\$ 57.120,00	\$ 102.816,00
TOTAL	\$ 9.200,00	\$ 32.000,00	\$ 44.800,00	\$ 71.680,00	\$ 129.024,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Centro de Eventos varios

El Gasto de mantenimiento del Centro de Eventos varios se basa en los siguientes rubros:

- Insumos

Al igual que las demás áreas es importante considerar la dimensión y estructura del Centro de Eventos Varios;

Dimensión: 1.908 m²de construcción

Estructura: el local contará con baños privados y una adecuada climatización.

Los insumos que utilizará el local son agua para los baños, electricidad para la iluminación con la respectiva climatización y materiales de limpieza.

- Mano de Obra.

Semejante a las piscinas, el mantenimiento de esta área estará a cargo de dos personas. Una se encargará de la limpieza y la otra del acondicionamiento del salón. La empresa encargada del restaurante principal será la que abastecerá de alimentos, bebidas y meseros, para las actividades a realizarse dentro del local.

Para tener una idea clara de los gastos operativos de esta área se encuentra la presente tabla:

Tabla 3.27 Gastos Operativos CENTRO DE EVENTOS

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
CENTRO DE EVENTOS					
Insumos:					
Agua	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 5.600,00	\$ 8.960,00	\$ 16.128,00
Luz	\$ 4.000,00	\$ 15.000,00	\$ 21.000,00	\$ 33.600,00	\$ 60.480,00
Materiales de limpieza	\$ 1.600,00	\$ 10.000,00	\$ 14.000,00	\$ 22.400,00	\$ 40.320,00
Mano de Obra:					
Personal	\$ 4.500,00	\$ 15.400,00	\$ 21.560,00	\$ 34.496,00	\$ 62.092,80
TOTAL	\$ 13.100,00	\$ 44.400,00	\$ 62.160,00	\$ 99.456,00	\$ 179.020,80

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Cancha de Futbol

El gasto de mantenimiento de la cancha de futbol se basa en los siguientes rubros:

- Insumos.

La cantidad requerida de insumos para el mantenimiento de la cancha de futbol se basa a su dimensión y estructura;

Dimensión: 8.256 m²

Estructura: la cancha contara con césped cortado a la medida indicada para el juego óptimo.

Los insumos que se necesitaran son fertilizantes, abonos foliares y agua.

- Mano de Obra.

Para el mantenimiento de la cancha estarán disponibles dos personas. Una realizara labores de fertilización y fumigación al césped con la maquinaria pertinente, y la segunda persona hará labores de corte de césped con la seguido de chequeos rutinarios de los arcos y las líneas de la cancha y el sistema de riego.

El gasto operativo anual de la cancha de futbol se podrá visualizar a continuación:

Tabla 3.28 Gastos Operativos CANCHA DE FUTBOL

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Cancha de Futbol					
Maquinarias (combustible)	\$ 1.200,00	\$ 8.500,00	\$ 10.200,00	\$ 16.320,00	\$ 29.376,00
Insumos:					
Fertilizantes	\$ 3.500,00	\$ 25.600,00	\$ 30.720,00	\$ 49.152,00	\$ 88.473,60
Fumigacion (abonos foliares)	\$ 1.200,00	\$ 20.900,00	\$ 29.260,00	\$ 46.816,00	\$ 84.268,80
Agua	\$ 3.147,56	\$ 15.200,00	\$ 21.280,00	\$ 34.048,00	\$ 47.667,20
Mano de Obra:					
Personal	\$ 4.500,00	\$ 25.857,39	\$ 36.200,35	\$ 57.920,55	\$ 81.088,78
TOTAL	\$ 13.547,56	\$ 96.057,39	\$ 127.660,35	\$ 204.256,55	\$ 330.874,38

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Campo de Golf

El gasto de mantenimiento del campo de golf se basa en los siguientes rubros:

- **Insumos**

Al igual que la cancha de futbol, la cantidad requerida para el mantenimiento del campo de golf es acorde a su dimensión y estructura;

Dimensión: 88.383 m²

Estructura: el campo de golf contará con 12 hoyos con un lago principal y 4 pequeños lagos artificiales, alimentados por una reserva de agua natural, con un sistema de riego óptimo trampas de arena y trampas naturales.

Los insumos que se necesitan son fertilizantes, abonos foliares, césped (para resiembra) y arena (mantenimiento de bunkers).

- **Mano de Obra**

En el mantenimiento del campo de golf se necesita todo el personal de mantenimiento, para las diferentes labores como fertilización fumigación de abonos foliares, corte de césped, resiembra en los lugares que ameriten, mantenimiento de bunkers o trampas de arena, y mantenimiento de los árboles que existen dentro del campo de golf, todo con ayuda de la siguiente maquinaria:

- Cortadora de Green (césped) Toro Green Master 1000
- Cortadora de Fairway y reelmaster Gang Mowers
- Aireadora de césped modelo 686 con tiro marca Toro
- Tractor John Deere series 5D 55HP
- Moto guadaña STIHL con 0,95kW, motor 4-mix, manillar abierto.
- Atomizador STIHL SR430
- Pulverizador STIHL SG20

Sus características estarán reflejadas en los anexos 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10.

Dentro del gasto operativo anual del campo de golf encontramos los siguientes rubros:

Tabla 3.29 Gastos Operativos CAMPO DE GOLF

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
CAMPO DE GOLF					
Maquinarias (combustible)	\$ 3.000,00	\$ 15.050,00	\$ 17.482,62	\$ 20.979,14	\$ 29.370,80
Insumos:					
Agua	\$ 6.000,00	\$ 31.600,00	\$ 37.920,00	\$ 53.088,00	\$ 64.323,20
Fertilizantes	\$ 11.331,81	\$ 35.000,00	\$ 36.094,76	\$ 45.532,66	\$ 55.745,73
Fumigacion (abonos foliares)	\$ 8.000,00	\$ 30.500,00	\$ 36.600,00	\$ 46.240,00	\$ 54.736,00
Resiembra	\$ 7.200,00	\$ 25.500,00	\$ 28.600,00	\$ 30.040,00	\$ 36.056,00
Mantenimiento de Bunkers	\$ 6.000,00	\$ 18.500,00	\$ 22.200,00	\$ 26.860,00	\$ 31.604,00
Mantenimiento de Arboles	\$ 4.802,00	\$ 15.500,00	\$ 18.600,00	\$ 21.180,00	\$ 29.652,00
Mano de Obra:					
Personal	\$ 22.400,00	\$ 57.685,22	\$ 68.877,86	\$ 87.956,19	\$ 123.138,66
TOTAL	\$ 68.733,81	\$ 229.335,22	\$ 266.375,24	\$ 331.875,99	\$ 424.626,39

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Carritos de golf

Los gastos operativos para los carritos de golf tienen solo un elemento importante, el cual es la electricidad porque los carritos son eléctricos y necesitan recargarse para su funcionamiento. Refiriéndose a la mano de obra, habrá una persona encargada en el lavado y recarga de los carritos. En la siguiente tabla se muestra detallado el gasto operativo de este servicio:

Tabla 3.30 Gastos Operativos CARRITOS DE GOLF

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Carritos de Golf					
Insumos:					
Luz	\$ 4.889,37	\$ 10.512,83	\$ 12.615,40	\$ 15.138,48	\$ 21.092,66
Mano de Obra:					
Personal	\$ 2.003,74	\$ 15.540,00	\$ 18.648,00	\$ 21.573,53	\$ 30.099,41
TOTAL	\$ 6.893,11	\$ 26.052,83	\$ 31.263,40	\$ 36.712,01	\$ 51.192,07

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

Establo de Caballos

Con respecto al mantenimiento del establo y de los caballos, los gastos de mantenimiento, no serán considerados de las alícuotas sino de las clases de equitación que el Country Club ofrecerá. Para los socios que tengan caballos, el cuidado y mantenimiento de los mismos será infundado por el Quevedo Country Club, según se estipuló en el estudio de mercado. Cerca de esta área habrá un sector para el cultivo de pastizales donde se obtendrá el alimento para los caballos. El agua es un recurso muy importante, es por eso que los caballos tendrán una fuente natural de agua como lo es el estero que pasa por el sector.

3.7.1 Matriz de Gastos Operativos

En esta matriz se demostrara el monto proyectado de gastos operativos para cada área del Country Club:

Tabla 3.31 Matriz de Gastos Operativos

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Materiales e Insumos:					
Piscinas	\$ 2.000,00	\$ 15.000,00	\$ 21.000,00	\$ 33.600,00	\$ 60.480,00
Canchas de Tenis y Basquet	\$ 1.200,00	\$ 6.500,00	\$ 9.100,00	\$ 14.560,00	\$ 26.208,00
Centro de Eventos	\$ 1.600,00	\$ 10.000,00	\$ 14.000,00	\$ 22.400,00	\$ 40.320,00
Cancha de Futbol	\$ 5.900,00	\$ 55.000,00	\$ 70.180,00	\$ 112.288,00	\$ 202.118,40
Campo de Golf	\$ 40.333,81	\$ 140.050,00	\$ 159.577,38	\$ 190.831,81	\$ 237.164,53
Carritos de Golf	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Subtotal	\$ 51.033,81	\$ 226.550,00	\$ 273.857,38	\$ 373.679,81	\$ 566.290,93
Servicios Basicos:					
Piscinas	\$ 6.500,00	\$ 17.000,00	\$ 23.800,00	\$ 38.080,00	\$ 68.544,00
Canchas de Tenis y Basquet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Centro de Eventos	\$ 7.000,00	\$ 19.000,00	\$ 26.600,00	\$ 42.560,00	\$ 76.608,00
Cancha de Futbol	\$ 3.147,56	\$ 15.200,00	\$ 21.280,00	\$ 34.048,00	\$ 47.667,20
Campo de Golf	\$ 6.000,00	\$ 31.600,00	\$ 37.920,00	\$ 53.088,00	\$ 64.323,20
Carritos de Golf	\$ 4.889,37	\$ 10.512,83	\$ 12.615,40	\$ 15.138,48	\$ 21.092,66
Subtotal	\$ 27.536,93	\$ 93.312,83	\$ 122.215,40	\$ 182.914,48	\$ 278.235,06
Mano de Obra:					
Piscinas	\$ 14.400,00	\$ 24.500,00	\$ 34.300,00	\$ 54.880,00	\$ 98.784,00
Canchas de Tenis y Basquet	\$ 8.000,00	\$ 25.500,00	\$ 35.700,00	\$ 57.120,00	\$ 102.816,00
Centro de Eventos	\$ 4.500,00	\$ 15.400,00	\$ 21.560,00	\$ 34.496,00	\$ 62.092,80
Cancha de Futbol	\$ 4.500,00	\$ 25.857,39	\$ 36.200,35	\$ 57.920,55	\$ 81.088,78
Campo de Golf	\$ 22.400,00	\$ 57.685,22	\$ 68.877,86	\$ 87.956,19	\$ 123.138,66
Carritos de Golf	\$ 2.003,74	\$ 15.540,00	\$ 18.648,00	\$ 21.573,53	\$ 30.099,41
Subtotal	\$ 55.803,74	\$ 164.482,61	\$ 215.286,21	\$ 313.946,27	\$ 498.019,65
Total	\$ 134.374,48	\$ 484.345,44	\$ 611.358,99	\$ 870.540,55	\$ 1.342.545,64

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

3.8 Matriz de Inversiones de Maquinarias.

Según los gastos operativos del Campo de Golf y la cancha de futbol será necesaria la adquisición de maquinaria para el mantenimiento pertinente.

La inversión requerida para las maquinarias y equipos es de \$150.500,00 (Tabla 3.32)

Tabla 3.32 Inversión para el Mantenimiento

CUENTAS	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Maquinarias y Equipos: Carrito de golf Marca YAMAHA modelo The Driver	10	5.000,00	\$ 50.000,00
Cortadoras de Green TORO GreenMaster 1000	4	\$ 6.000,00	\$ 24.000,00
Contadora de Fairway Aireador de Césped modelo 686 con tiro TORO	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
Tractor JOHN DEERE serie 5D 55hp	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
Pulverizador STIHL	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Automatizador STIHL	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Motoguadaña STIHL	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Vehículo	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
TOTAL			\$ 150.500,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

3.9 Depreciaciones.

En la siguiente tabla se muestra los rubros que presentan depreciaciones en el proyecto:

Tabla 3.33 Depreciaciones

DEPRECIACIONES				
CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	VIDA UTIL (años)	TASA %	AMORTIZACION ANUAL
Edificios	\$ 1.628.272,00	20	5	\$ 81.413,60
Maquinarias y equipos	\$ 125.500,00	10	10	\$ 12.550,00
Muebles y enseres	\$ 10.000,00	10	10	\$ 1.000,00
Vehículos	\$ 25.000,00	5	20	\$ 5.000,00
Equipos de Climatización	\$ 15.000,00	10	10	\$ 1.500,00
Equipamiento	\$ 3.000,00	3	33,33	\$ 1.000,00
TOTAL	1.806.772,00			\$ 102.463,60

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

3.10 Conclusiones.

La capacidad real de socios que puede tener el Country Club es de 384 socios.

Es muy importante resaltar la ubicación del proyecto, que estará localizado en una futura vía transcurrida, como lo es el anillo vial de Quevedo, sector el Achiote km. 4 vía San Rafael.

El área total del proyecto de 314.000 m² (31.4 Ha), que serán utilizados en áreas de construcción de edificaciones, áreas verdes, áreas de juegos, campo de golf, etc. El terreno será replanteado para el inicio de la construcción por maquinarias y trabajadores que analizaran el terreno y la topografía que permitirán una mejor distribución del proyecto. También se tramitaran todos los permisos correspondientes para el inicio de la construcción.

Están consideradas todas las inversiones que se necesitan en cuanto a edificaciones, climatización, muebles y enseres, equipamiento, sin olvidar todos los gastos operativos que requieren las diferentes áreas de servicio como: piscinas, canchas deportivas, campo de golf, etc.

CAPITULO IV: ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

4.1 Introducción.

Como se definió en el marco teórico, el estudio económico-financiero demostrara una figura sistemática y ordenada de la información de carácter monetario que proporcionaron cada uno de los capítulos anteriores, donde se podrá evaluar la rentabilidad económica del proyecto.

Es importante tener en cuenta el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, determinando el costo total requerido en cada periodo de operación.

4.2 Objetivos del Estudio Económico-Financiero.

Los objetivos a realizar en este capítulo son:

- Determinar el monto de inversión total requerido.
- Presupuesto de ingresos y egresos.
- Tasas de depreciación y amortización para los activos tangibles e intangibles.
- Analizar costos y gastos incurridos.

4.3 Determinación de Inversión Total.

Para poder sintetizar el monto de inversión total requerido se debe analizar los tres siguientes segmentos:

4.3.1 Inversión Fija.

La inversión fija es de \$ 2.422.110,00 donde se encuentran los rubros de edificaciones, terreno, muebles y enseres, equipos de climatización, etc. Dicha información la proporciona el estudio técnico (Tabla 4.1)

Tabla 4.1 Inversión Fija

PLAN DE INVERSIONES FIJAS			
CUENTAS	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Terreno			\$ 500.000,00
Edificaciones			\$ 1.628.272,00
Equipos de Climatización			\$ 15.000,00
Equipamiento			\$ 3.000,00
Muebles y Enseres			\$ 10.000,00
Subtotal			\$ 2.156.272,00
Maquinarias:			
Carrito de golf Marca YAMAHA modelo The Driver	10	\$ 5.000,00	\$ 50.000,00
Cortadoras de Green TORO GreenMaster 1000	4	\$ 6.000,00	\$ 24.000,00
Contadora de Fairway	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
Aireador de Césped modelo 686 con tiro TORO	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
Tractor JOHN DEERE serie 5D 55hp	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
Pulverizador STIHL	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Automatizador STIHL	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Motoguadaña STIHL	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Camioneta Wingle 5 4x4 GREAT WALL	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Subtotal			\$ 150.500,00
Total de Inversiones Activos Fijos			\$ 2.306.772,00
Imprevistos 5%			\$ 115.338,60
TOTAL INVERSION FIJA			\$ 2.422.110,60

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

4.3.2 Inversión Diferida.

La inversión diferida del proyecto es de \$ 5.700,00 la cual se refiere a todos los permisos y actas constitutivas para la puesta en marcha del Proyecto (Tabla 4.2) Esta información la podemos encontrar en el marco legal.

Tabla 4.2 Inversión Diferida (1)

Plan de Inversión Diferida	
Cuentas	Monto
Constitución de la Empresa	\$ 5.000,00
Permisos Municipales	\$ 500,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	\$ 150,00
RUC (Retención Única de Contribuyente)	\$ 50,00
TOTAL	\$ 5.700,00

Fuente: Marco Legal

Elaborado por: Autor

(1) Información tomada de la Tabla 2.4

4.3.3 Capital de Trabajo.

El capital de trabajo requerido para el funcionamiento del Country Club es de \$ 26.914,00 donde se toma en cuenta la materiales y suministros, y mano de obra directa e indirecta (Tabla 4.3)

Tabla 4.3 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
CONCEPTO	PUESTOS	MONTO MENSUAL	TOTAL MONTO MENSUAL
Materiales e Insumos			\$ 9.400,00
Subtotal			\$ 9.400,00
Servicios Basicos:			
Agua		\$	508,00
Luz		\$	416,00
Telefono		\$	150,00
Subtotal			\$ 1.074,00
Mano de Obra:			
Personal Externo			
Profesor de Golf	4	\$ 750,00	\$ 3.000,00
Profesor de Equitacion	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Personal Interno			
Recepcionista	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Gerente General	1	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Gerente Administrativo	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Gerente Financiero	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Gerente de Servicios Generales	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Vendedor	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Asistente Financiero	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Seguridad	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Personal de mantenimiento general	7	\$ 400,00	\$ 2.800,00
Profesor de Natacion	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Profesor de Tenis	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Subtotal			\$ 17.000,00
TOTAL			\$ 27.474,00

Fuente: Estudio Economico-Financiero, Estudio Técnico y Estructura Organizacional

Elaborado por: Autor

4.3.4 Inversión Total

La inversión total requerida para la creación del Quevedo Country Club es de \$ 2.454.724,60 (Tabla 4.4)

Tabla 4.4 Inversión Total

Plan de Inversión Total	
Concepto	Monto
Inversión Fija	\$ 2.422.110,60
Inversión Diferida	\$ 5.700,00
Capital de Trabajo	\$ 27.474,00
TOTAL	\$ 2.455.284,60

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.3.5 Financiamiento

Para el financiamiento se ha considerado la capacidad financiera de los inversionistas, la misma que acorde al monto de inversión están dispuestos a invertir \$ 491.056,12 que comprende al 20% del monto, el saldo que es del 80% con capital ajeno que pertenece al Banco del Pichincha por un total de \$ 1.964.227,68 (Tabla 4.18)

Tabla 4.18 Financiamiento

TABLA DE AMORTIZACION FINANCIAMIENTO		
BENEFICIARIO	Quevedo Country Club	
INSTIT. FINANCIERA	Banco Pichincha	
MONTO USD	\$ 1.964.227,68	
TASA	14,10%	T. EFECTIVA 15,0479%
PLAZO	5 años	
GRACIA	1 año	
FECHA DE INICIO	05/02/2013	
MONEDA	DOLARES	
AMORTIZACION CADA	30 días	
NÚMEROS DE PERIODOS	48	PARA AMORTIZAR EL CAPITAL

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

No.	VENCIMIENTO	SALDO CAPITAL	COSTO FINANC.	AMORTIZ CAPITAL	DIVIDENDO	COS FIN AÑO	AMOR. CAPITAL
0		\$ 1.964.227,68					
1	06/03/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
2	05/04/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
3	05/05/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
4	04/06/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
5	04/07/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
6	03/08/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
7	02/09/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
8	02/10/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
9	01/11/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
10	01/12/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
11	31/12/2013	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68	\$ 253.876,43	\$ -
12	30/01/2014	\$ 1.964.227,68	\$ 23.079,68		\$ 23.079,68		
13	01/03/2014	\$ 1.923.306,27	\$ 23.079,68	\$ 40.921,41	\$ 64.001,09		
14	31/03/2014	\$ 1.882.384,86	\$ 22.598,85	\$ 40.921,41	\$ 63.520,26		
15	30/04/2014	\$ 1.841.463,45	\$ 22.118,02	\$ 40.921,41	\$ 63.039,43		
16	30/05/2014	\$ 1.800.542,04	\$ 21.637,20	\$ 40.921,41	\$ 62.558,61		
17	29/06/2014	\$ 1.759.620,63	\$ 21.156,37	\$ 40.921,41	\$ 62.077,78		
18	29/07/2014	\$ 1.718.699,22	\$ 20.675,54	\$ 40.921,41	\$ 61.596,95		
19	28/08/2014	\$ 1.677.777,81	\$ 20.194,72	\$ 40.921,41	\$ 61.116,13		
20	27/09/2014	\$ 1.636.856,40	\$ 19.713,89	\$ 40.921,41	\$ 60.635,30		
21	27/10/2014	\$ 1.595.934,99	\$ 19.233,06	\$ 40.921,41	\$ 60.154,47		
22	26/11/2014	\$ 1.555.013,58	\$ 18.752,24	\$ 40.921,41	\$ 59.673,65		
23	26/12/2014	\$ 1.514.092,17	\$ 18.271,41	\$ 40.921,41	\$ 59.192,82	\$ 250.510,64	\$ 450.135,51
24	25/01/2015	\$ 1.473.170,76	\$ 17.790,58	\$ 40.921,41	\$ 58.711,99		
25	24/02/2015	\$ 1.432.249,35	\$ 17.309,76	\$ 40.921,41	\$ 58.231,17		
26	26/03/2015	\$ 1.391.327,94	\$ 16.828,93	\$ 40.921,41	\$ 57.750,34		
27	25/04/2015	\$ 1.350.406,53	\$ 16.348,10	\$ 40.921,41	\$ 57.269,51		
28	25/05/2015	\$ 1.309.485,12	\$ 15.867,28	\$ 40.921,41	\$ 56.788,69		
29	24/06/2015	\$ 1.268.563,71	\$ 15.386,45	\$ 40.921,41	\$ 56.307,86		
30	24/07/2015	\$ 1.227.642,30	\$ 14.905,62	\$ 40.921,41	\$ 55.827,03		
31	23/08/2015	\$ 1.186.720,89	\$ 14.424,80	\$ 40.921,41	\$ 55.346,21		
32	22/09/2015	\$ 1.145.799,48	\$ 13.943,97	\$ 40.921,41	\$ 54.865,38		
33	22/10/2015	\$ 1.104.878,07	\$ 13.463,14	\$ 40.921,41	\$ 54.384,55		
34	21/11/2015	\$ 1.063.956,66	\$ 12.982,32	\$ 40.921,41	\$ 53.903,73		
35	21/12/2015	\$ 1.023.035,25	\$ 12.501,49	\$ 40.921,41	\$ 53.422,90	\$ 181.752,44	\$ 491.056,92
36	20/01/2016	\$ 982.113,84	\$ 12.020,66	\$ 40.921,41	\$ 52.942,07		
37	19/02/2016	\$ 941.192,43	\$ 11.539,84	\$ 40.921,41	\$ 52.461,25		
38	20/03/2016	\$ 900.271,02	\$ 11.059,01	\$ 40.921,41	\$ 51.980,42		
39	19/04/2016	\$ 859.349,61	\$ 10.578,18	\$ 40.921,41	\$ 51.499,59		
40	19/05/2016	\$ 818.428,20	\$ 10.097,36	\$ 40.921,41	\$ 51.018,77		
41	18/06/2016	\$ 777.506,79	\$ 9.616,53	\$ 40.921,41	\$ 50.537,94		
42	18/07/2016	\$ 736.585,38	\$ 9.135,70	\$ 40.921,41	\$ 50.057,11		
43	17/08/2016	\$ 695.663,97	\$ 8.654,88	\$ 40.921,41	\$ 49.576,29		
44	16/09/2016	\$ 654.742,56	\$ 8.174,05	\$ 40.921,41	\$ 49.095,46		
45	16/10/2016	\$ 613.821,15	\$ 7.693,23	\$ 40.921,41	\$ 48.614,64		
46	15/11/2016	\$ 572.899,74	\$ 7.212,40	\$ 40.921,41	\$ 48.133,81		
47	15/12/2016	\$ 531.978,33	\$ 6.731,57	\$ 40.921,41	\$ 47.652,98	\$ 112.513,42	\$ 491.056,92
48	14/01/2017	\$ 491.056,92	\$ 6.250,75	\$ 40.921,41	\$ 47.172,16		
49	13/02/2017	\$ 450.135,51	\$ 5.769,92	\$ 40.921,41	\$ 46.691,33		
50	15/03/2017	\$ 409.214,10	\$ 5.289,09	\$ 40.921,41	\$ 46.210,50		
51	14/04/2017	\$ 368.292,69	\$ 4.808,27	\$ 40.921,41	\$ 45.729,68		
52	14/05/2017	\$ 327.371,28	\$ 4.327,44	\$ 40.921,41	\$ 45.248,85		
53	13/06/2017	\$ 286.449,87	\$ 3.846,61	\$ 40.921,41	\$ 44.768,02		
54	13/07/2017	\$ 245.528,46	\$ 3.365,79	\$ 40.921,41	\$ 44.287,20		
55	12/08/2017	\$ 204.607,05	\$ 2.884,96	\$ 40.921,41	\$ 43.806,37		
56	11/09/2017	\$ 163.685,64	\$ 2.404,13	\$ 40.921,41	\$ 43.325,54		
57	11/10/2017	\$ 122.764,23	\$ 1.923,31	\$ 40.921,41	\$ 42.844,72		
58	10/11/2017	\$ 81.842,82	\$ 1.442,48	\$ 40.921,41	\$ 42.363,89		
59	10/12/2017	\$ 40.921,41	\$ 961,65	\$ 40.921,41	\$ 41.883,06	\$ 43.274,39	\$ 491.056,92
60	09/01/2018	\$ 0,00	\$ 480,83	\$ 40.921,41	\$ 41.402,24	\$ 480,83	\$ 40.921,41

4.3.6 Calendario de Inversiones.

La programación de los desembolsos requeridos para la referencia del presupuesto a invertir esta acorde a la siguiente tabla:

Tabla 4.5 Calendario de Inversiones

Calendario de inversiones													
Concepto	Meses												Monto
	1	2	3	4									
Constitución de la Empresa	■												\$ 5.050,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	■												\$ 150,00
Permisos Municipales	■												\$ 500,00
Construcción		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	\$ 2.156.272,00
Adquisición de Mobiliarios y Equipos											■	■	\$ 265.838,60
Adquisición de Materia prima											■	■	\$ 10.474,00
Contratación del Personal											■	■	\$ 17.000,00
TOTAL													\$ 2.455.284,60

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.4 Presupuesto de Ingresos y Egresos.

Con estos presupuestos se trata de demostrar una estimación de entradas y salidas de efectivo de un periodo determinado de tiempo. Es una información de carácter monetario que es el resultado de la operación del Country Club, útil para los estados de Pérdidas y Ganancias; y punto de equilibrio.

4.4.1 Presupuesto de Ingresos.

Para obtener el presupuesto de ingresos (Tabla 4.8) debemos considerar las estimaciones de ventas (Tabla 4.6) y el precio de venta (Tabla 4.7)

Tabla 4.6 Estimaciones de Ventas de Servicios (Unid) (1)

Estimaciones de Ventas de Servicios (Unid)					
Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Socios	60	141	222	303	384
Alícuotas	60	141	222	303	384
Membresías	60	81	81	81	81
Alquiler de carritos de golf	40	204	326	588	588
Alquiler de Restaurante	4	12	12	12	12
Clases de Tenis	60	200	300	400	400
Clases de Equitación	80	300	400	500	500
Clases de Natación	80	300	400	500	500
Clases de Golf	60	540	600	1020	1020
Alquiler de salón de Eventos Varios	120	540	864	1382	1382
TOTAL	624	2459	3427	5089	5251

Fuente: Estudio Económico-Financiero y Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

(1) Información tomada de la Tabla 1.22

Tabla 4.7 Precios Estimados de Ventas

Precios Estimados de los Servicios					
Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Alícuotas	\$ 300,00	\$ 335,00	\$ 335,00	\$ 350,00	\$ 450,00
Membresías	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Alquiler de carritos de golf	\$ 15,00	\$ 20,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Alquiler de Restaurante	\$ 1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Clases de Tenis	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 121,30	\$ 181,95	\$ 181,95
Clases de Equitación	\$ 150,00	\$ 180,00	\$ 181,30	\$ 271,95	\$ 271,95
Clases de Natación	\$ 70,00	\$ 84,00	\$ 85,30	\$ 127,95	\$ 127,95
Clases de Golf	\$ 150,00	\$ 180,00	\$ 181,30	\$ 271,95	\$ 271,95
Alquiler de salón de Eventos Varios	\$ 900,00	\$ 932,00	\$ 965,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor

Tabla 4.8 Presupuesto de Ingresos

Presupuesto de Ingresos					
Año	2013	2014	2015	2016	2017
Concepto					
Alícuotas	\$ 18.000,00	\$ 47.235,00	\$ 74.370,00	\$ 106.050,00	\$ 172.800,00
Membresías	\$ 600.000,00	\$ 810.000,00	\$ 810.000,00	\$ 810.000,00	\$ 810.000,00
Alquiler de carritos de golf	\$ 600,00	\$ 4.080,00	\$ 9.792,00	\$ 23.500,80	\$ 23.500,80
Alquiler de Restaurante	\$ 4.000,00	\$ 13.200,00	\$ 14.400,00	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00
Clases de Tenis	\$ 6.000,00	\$ 24.000,00	\$ 36.390,00	\$ 72.780,00	\$ 72.780,00
Clases de Equitación	\$ 12.000,00	\$ 54.000,00	\$ 72.520,00	\$ 135.975,00	\$ 135.975,00
Clases de Natación	\$ 5.600,00	\$ 25.200,00	\$ 34.120,00	\$ 63.975,00	\$ 63.975,00
Clases de Golf	\$ 9.000,00	\$ 97.200,00	\$ 108.780,00	\$ 277.389,00	\$ 277.389,00
Alquiler de salón de Eventos Varios	\$ 108.000,00	\$ 503.280,00	\$ 833.760,00	\$ 1.382.400,00	\$ 1.382.400,00
TOTAL	\$ 763.200,00	\$ 1.578.195,00	\$ 1.994.132,00	\$ 2.887.669,80	\$ 2.954.419,80

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.4.2 Presupuesto de Egresos.

Este presupuesto comprende los costos de producción y gastos de operación (Tabla 4.9)

Tabla 4.9 Presupuestos de Egresos

PREPUPUESTO DE EGRESOS ANUALES					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
CONCEPTO					
COSTOS DE SERVICIOS (1)					
COSTOS DIRECTOS					
Materiales e Insumos	\$ 51.033,81	\$ 226.550,00	\$ 273.857,38	\$ 373.679,81	\$ 566.290,93
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$ 51.033,81	\$ 226.550,00	\$ 273.857,38	\$ 373.679,81	\$ 566.290,93
COSTOS INDIRECTOS					
Servicios Basicos	\$ 27.536,93	\$ 93.312,83	\$ 122.215,40	\$ 182.914,48	\$ 278.235,06
Mano de Obra	\$ 55.803,74	\$ 164.482,61	\$ 215.286,21	\$ 313.946,27	\$ 498.019,65
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 83.340,67	\$ 257.795,44	\$ 337.501,61	\$ 496.860,75	\$ 776.254,70
TOTAL DE COSTOS DE SERVICIOS	\$ 134.374,48	\$ 484.345,44	\$ 611.358,99	\$ 870.540,55	\$ 1.342.545,64
GASTOS DE ADMINISTRACION (2)					
Remuneraciones	\$ 61.173,17	\$ 200.135,48	\$ 210.142,25	\$ 220.649,37	\$ 231.681,83
Gastos de oficina	\$ 400,00	\$ 1.440,00	\$ 2.016,00	\$ 3.225,60	\$ 5.483,52
Movilización y viáticos	\$ 2.400,00	\$ 8.640,00	\$ 12.096,00	\$ 19.353,60	\$ 32.901,12
Cuotas y suscripciones	\$ 100,00	\$ 360,00	\$ 504,00	\$ 806,40	\$ 1.370,88
Gastos legales	\$ 300,00	\$ 1.080,00	\$ 1.512,00	\$ 2.419,20	\$ 4.112,64
Depreciaciones	\$ 14.344,90	\$ 43.034,71	\$ 43.034,71	\$ 43.034,71	\$ 43.034,71
TOTAL DEL GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 78.718,07	\$ 254.690,19	\$ 269.304,97	\$ 289.488,88	\$ 318.584,71
GASTOS DE VENTAS (3)					
Remuneraciones	\$ 68.819,81	\$ 75.050,80	\$ 78.803,34	\$ 82.743,51	\$ 86.880,69
Comisiones sobre ventas 7%	\$ 53.424,00	\$ 110.473,65	\$ 139.589,24	\$ 202.136,89	\$ 206.809,39
Propaganda y publicidad 6%	\$ 45.792,00	\$ 94.691,70	\$ 119.647,92	\$ 173.260,19	\$ 177.265,19
Alimentacion	\$ 144,00	\$ 518,40	\$ 725,76	\$ 1.161,22	\$ 1.974,07
Gastos de transporte	\$ 384,00	\$ 1.382,40	\$ 1.935,36	\$ 3.096,58	\$ 5.264,18
Depreciaciones	\$ 19.809,63	\$ 59.428,89	\$ 59.428,89	\$ 59.428,89	\$ 59.428,89
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	\$ 188.373,44	\$ 341.545,84	\$ 400.130,51	\$ 521.827,27	\$ 537.622,40
TOTAL EGRESOS ANUAL	\$ 452.499,81	\$ 1.307.131,47	\$ 1.554.651,84	\$ 2.055.536,51	\$ 2.765.043,67

Fuente: Estudio Economico-Financiero

Elaborado por: Autor

(1) Información tomada de la Tabla 3.31

(2) Información tomada de la Tabla 2.4

(3) Información tomada de la Tabla 1.27

4.4.3 Ingresos Netos.

Este es el resultado de la substracción de los egresos menos los ingresos brutos (Tabla 4.10)

Tabla 4.10 Ingresos Netos

Ingresos Netos Anuales			
Año	Ingresos Brutos	Egresos Brutos	Ingresos netos
2013	\$ 763.200,00	\$ 452.499,81	\$ 310.700,19
2014	\$ 1.578.195,00	\$ 1.307.131,47	\$ 271.063,53
2015	\$ 1.994.132,00	\$ 1.554.651,84	\$ 439.480,16
2016	\$ 2.887.669,80	\$ 2.055.536,51	\$ 832.133,29
2017	\$ 2.954.419,80	\$ 2.765.043,67	\$ 189.376,13

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.5 Depreciación y Amortización.

La depreciación se aplicara solamente para las obras físicas y al equipamiento para ser jugado en la contabilidad, para un pago menor de impuestos como una forma de recuperar inversión (Tabla 4.11)

Tabla 4.11 Depreciaciones

Depreciaciones						
Concepto	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Tasa	Amortización Anual	Depreciación Acumulada	Valor de Recuperación
Terrenos	\$ 500.000,00	0			\$ -	\$ 500.000,00
Edificios	\$ 1.628.272,00	20	5	\$ 81.413,60	\$ 1.628.272,00	\$ 814.136,00
Maquinarias y equipos	\$ 125.500,00	10	10	\$ 12.550,00	\$ 125.500,00	\$ -
Muebles y enseres	\$ 10.000,00	10	10	\$ 1.000,00	\$ 10.000,00	\$ -
Vehículos	\$ 25.000,00	5	20	\$ 5.000,00	\$ 25.000,00	\$ -
Equipos de Climatización	\$ 15.000,00	10	10	\$ 1.500,00	\$ 15.000,00	\$ -
Equipamiento	\$ 3.000,00	3	33,3	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	\$ -
TOTAL	2.306.772,00			\$ 102.463,60	\$ 1.806.772,00	\$ 1.314.136,00

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

El valor de recuperación está considerado al valor en libro y se supone que se realice en este mismo valor y no a valor de mercado, por lo tanto no existirá ganancia o pérdida de capital por venta de activo fijo.

Tabla 4.12 Amortización

Amortización				
Concepto	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Tasa	Amortización Anual
Constitución de la Empresa	\$ 5.000,00	10	10	\$ 500,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	\$ 150,00	1	10	\$ 150,00
Permisos Municipales	\$ 500,00	1	10	\$ 500,00
RUC (Retención Única de Contribuyente)	\$ 50,00	1	10	\$ 50,00
TOTAL	\$ 5.700,00			\$ 1.200,00

Fuente: Estudio Económico-Financiero, Marco Legal y Estudio Técnico

Elaborado por: Autor

4.6 Estados Financieros

En esta sección se mostrara las proyecciones financieras del Quevedo Country Club. Por medio de los estados financieros se podrán tomar decisiones en cuanto a la parte económica del proyecto.

4.6.1 Estado de Resultados.

A continuación se muestran los resultados obtenidos por el Country Club en términos de utilidades y perdidas en un determinado periodo a consecuencia de sus operaciones (Tabla 4.13)

Tabla 4.13 Estado de Resultados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
AÑO	2013		2014		2015		2016		2017	
CONCEPTO	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%
Ingresos por servicios	\$ 763.200,00	100	\$ 1.578.195,00	100	\$ 1.994.132,00	100	\$ 2.887.669,80	100	\$ 2.954.419,80	100
Costo de servicios	\$ 134.374,48	17,61	\$ 484.345,44	30,69	\$ 611.358,99	30,66	\$ 870.540,55	30,15	\$ 1.342.545,64	45,44
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 628.825,52	82,39	\$ 1.093.849,56	69,31	\$ 1.382.773,01	69,34	\$ 2.017.129,25	69,85	\$ 1.611.874,16	54,56
Gastos de ventas	\$ 188.373,44	24,68	\$ 341.545,84	21,64	\$ 400.130,51	20,07	\$ 521.827,27	18,07	\$ 537.622,40	18,20
Gastos de administración	\$ 78.718,07	10,31	\$ 254.690,19	16,14	\$ 269.304,97	13,50	\$ 289.488,88	10,02	\$ 318.584,71	10,78
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	\$ 361.734,00	47,40	\$ 497.613,53	31,53	\$ 713.337,53	35,77	\$ 1.205.813,11	41,76	\$ 755.667,06	25,58
Gastos financieros	\$ 253.876,43	33,26	\$ 250.510,64	15,87	\$ 181.752,44	9,11	\$ 112.513,42	3,90	\$ 43.755,22	1,48
Amortización diferidos	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-
Otros ingresos	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-
Otros egresos	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-
UTILIDAD (PERD) ANTES PARTICIPACIÓN	\$ 107.857,58	14,13	\$ 247.102,89	15,66	\$ 531.585,09	26,66	\$ 1.093.299,69	37,86	\$ 711.911,84	24,10
15% Participación utilidades	\$ 16.178,64	2,12	\$ 37.065,43	2,35	\$ 79.737,76	4,00	\$ 163.994,95	5,68	\$ 106.786,78	3,61
UTIL. (PERD.) ANTES IMP.RENTA	\$ 91.678,94	12,01	\$ 210.037,45	13,31	\$ 451.847,33	22,66	\$ 929.304,74	32,18	\$ 605.125,07	20,48
Impuesto a la renta 22%	\$ 20.169,37	2,64	\$ 46.208,24	2,93	\$ 99.406,41	4,98	\$ 204.447,04	7,08	\$ 133.127,51	4,51
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	\$ 71.509,57	9,37	\$ 163.829,21	10,38	\$ 352.440,91	17,67	\$ 724.857,69	25,10	\$ 471.997,55	15,98

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.6.2 Balance General

Este estado contable muestra la situación financiera durante un periodo determinado de tiempo, también la relación valorada de los activos y pasivos que posee el Country Club (Tabla 4.14)

Tabla 4.14 Balance General

BALANCE GENERAL						
AÑO / CONCEPTO	Saldo Inicial	2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y bancos	\$ 148.512,60	\$ 95.226,33	\$ 16.245,85	\$ 67.004,96	\$ 527.620,63	\$ 475.705,35
Ctas. y doc. por cobrar comerciales	\$ -	\$ 190.800,00	\$ 131.516,25	\$ 138.481,39	\$ 200.532,63	\$ 205.168,04
Inventarios:						
Productos terminados	\$ -	\$ 5.034,20	\$ 5.839,78	\$ 7.377,46	\$ 10.516,51	\$ 16.229,03
Productos en proceso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Materias primas	\$ -	\$ 430,91	\$ 954,96	\$ 2.313,59	\$ 4.551,71	\$ 4.551,71
Materiales y suministros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 148.512,60	\$ 291.491,45	\$ 154.556,84	\$ 215.177,30	\$ 743.221,47	\$ 701.654,13
ACTIVOS FIJOS						
Terrenos	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Edificios	\$ 1.628.272,00	\$ 1.628.272,00	\$ 1.628.272,00	\$ 1.628.272,00	\$ 1.628.272,00	\$ 1.628.272,00
Maquinarias y equipos	\$ 125.500,00	\$ 125.500,00	\$ 125.500,00	\$ 125.500,00	\$ 125.500,00	\$ 125.500,00
Muebles y enseres	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Vehículos	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Instalaciones	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
	\$ 2.306.772,00	\$ 2.306.772,00	\$ 2.306.772,00	\$ 2.306.772,00	\$ 2.306.772,00	\$ 2.306.772,00
(-) depreciaciones	\$ -	\$ 34.154,53	\$ 136.618,13	\$ 239.081,73	\$ 341.545,33	\$ 444.008,93
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 2.306.772,00	\$ 2.272.617,47	\$ 2.170.153,87	\$ 2.067.690,27	\$ 1.965.226,67	\$ 1.862.763,07
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 2.455.284,60	\$ 2.564.108,91	\$ 2.324.710,71	\$ 2.282.867,56	\$ 2.708.448,14	\$ 2.564.417,19
PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones bancarias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Porción corriente deuda Largo Plazo	\$ -	\$ 450.135,51	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92	\$ 40.921,41
Ctas. y doc por pagar proveedores	\$ -	\$ 966,74	\$ 949,16	\$ 1.851,51	\$ 4.333,50	\$ 7.889,62
Gastos acumulados por pagar	\$ -	\$ 36.348,00	\$ 83.273,67	\$ 179.144,18	\$ 368.442,00	\$ 239.914,29
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	\$ -	\$ 487.450,25	\$ 575.279,75	\$ 672.052,61	\$ 863.832,41	\$ 288.725,32
Créditos largo plazo	\$ 1.964.227,68	\$ 1.514.092,17	\$ 1.023.035,25	\$ 531.978,33	\$ 40.921,41	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 1.964.227,68	\$ 2.001.542,42	\$ 1.598.315,00	\$ 1.204.030,94	\$ 904.753,82	\$ 288.725,32
PATRIMONIO						
Capital Social pagado	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92
Reserva Legal	\$ -	\$ -	\$ 7.150,96	\$ 23.533,88	\$ 58.777,97	\$ 131.263,74
Futuras capitalizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad (pérdida) retenida	\$ -	\$ -	\$ 64.358,62	\$ 211.804,91	\$ 529.001,73	\$ 1.181.373,68
Utilidad (pérdida) neta	\$ -	\$ 71.509,57	\$ 163.829,21	\$ 352.440,91	\$ 724.857,69	\$ 471.997,55
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 491.056,92	\$ 562.566,49	\$ 726.395,71	\$ 1.078.836,62	\$ 1.803.694,32	\$ 2.275.691,87
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 2.455.284,60	\$ 2.564.108,91	\$ 2.324.710,71	\$ 2.282.867,56	\$ 2.708.448,14	\$ 2.564.417,19

Fuente: Estudio Economico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.7 Flujo de Caja

En la presente sección se mostrara la diferencia entre los ingresos operacionales y los egresos no operacionales en un periodo de tiempo determinado del funcionamiento del Country Club (Tabla 4.15)

Tabla 4.15 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
AÑO	Periodo Pre-Operativo	2013	2014	2015	2016	2017
CONCEPTO						
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	\$ -	\$ 572.400,00	\$ 1.637.478,75	\$ 1.987.166,86	\$ 2.825.618,56	\$ 2.949.784,38
	\$ -	\$ 572.400,00	\$ 1.637.478,75	\$ 1.987.166,86	\$ 2.825.618,56	\$ 2.949.784,38
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	\$ -	\$ 966,74	\$ 5.712,54	\$ 11.915,82	\$ 27.519,17	\$ 51.064,35
Mano de obra directa	\$ -	\$ 32.240,00	\$ 108.810,00	\$ 114.250,50	\$ 119.963,03	\$ 125.961,18
Mano de obra indirecta	\$ -	\$ 26.970,00	\$ 88.303,50	\$ 92.718,68	\$ 97.354,61	\$ 102.222,34
Pago participación de utilidades	\$ -	\$ -	\$ 16.178,64	\$ 37.065,43	\$ 79.737,76	\$ 163.994,95
Pago de impuestos	\$ -	\$ -	\$ 20.169,37	\$ 46.208,24	\$ 99.406,41	\$ 204.447,04
Gastos de ventas	\$ -	\$ 168.563,81	\$ 282.116,95	\$ 340.701,62	\$ 462.398,38	\$ 478.193,51
Gastos de administración	\$ -	\$ 64.373,17	\$ 211.655,48	\$ 226.270,25	\$ 246.454,17	\$ 275.549,99
Gastos de fabricación	\$ -	\$ 78.696,12	\$ 282.866,61	\$ 394.467,94	\$ 628.598,94	\$ 1.065.454,17
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 371.809,84	\$ 1.015.813,08	\$ 1.263.598,49	\$ 1.761.432,46	\$ 2.466.887,53
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)						
	\$ -	\$ 200.590,16	\$ 621.665,67	\$ 723.568,37	\$ 1.064.186,11	\$ 482.896,85
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Créditos a contratarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos a contratarse a largo plazo	\$ 1.964.227,68	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes futuras capitalizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes de capital	\$ 491.056,92	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de invers temporales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de otros activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 2.455.284,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses	\$ -	\$ 253.876,43	\$ 250.510,64	\$ 181.752,44	\$ 112.513,42	\$ 43.755,22
Pago de créditos de corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de créditos de largo plazo	\$ -	\$ -	\$ 450.135,51	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92	\$ 491.056,92
Adquisición de inversiones temporales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adquisición de activos fijos:						
Terrenos	\$ 500.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Edificios	\$ 1.628.272,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinarias y equipos	\$ 125.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Vehículos	\$ 25.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CLIMATIZACION	\$ 15.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EQUIPAMIENTO	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargos diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 2.306.772,00	\$ 253.876,43	\$ 700.646,15	\$ 672.809,36	\$ 603.570,34	\$ 534.812,14
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)						
	\$ 148.512,60	\$ (253.876,43)	\$ (700.646,15)	\$ (672.809,36)	\$ (603.570,34)	\$ (534.812,14)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)						
	\$ 148.512,60	\$ (53.286,27)	\$ (78.980,48)	\$ 50.759,01	\$ 460.615,77	\$ (51.915,28)
H. SALDO INICIAL DE CAJA						
	\$ -	\$ 148.512,60	\$ 95.226,33	\$ 16.245,85	\$ 67.004,86	\$ 527.620,63
I. SALDO FINAL DE CAJA (GHQ)						
	\$ 148.512,60	\$ 95.226,33	\$ 16.245,85	\$ 67.004,86	\$ 527.620,63	\$ 475.705,35
	\$ 266,54	\$ 55,14	\$ 8,08	\$ 22,67	\$ 178,49	\$ 354,64

Fuente: Estudio Economico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.8 Tasa Interna de Retorno Financiera TIRF y Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR, basada en el modelo de Precios de Activos de Capital.

La Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) es 36,05%, con un Valor Presente Neto de \$ 4.579.157,18 (Tabla 4.16)

Tabla 4.16 Tasa Interna de Retorno Financiera TIRF

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA (TIRF)						
	Pre Operativo	2013	2014	2015	2016	2017
Flujo de Fondos:						
Inversión Fija	\$ (2.306.772,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Diferida	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otras inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Operacional (egresos) ingresos	\$ -	\$ 200.590,16	\$ 621.665,67	\$ 723.568,37	\$ 1.064.186,11	\$ 482.896,85
Valor de Recuperación:						
Inversión fija	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.314.136,00
Excedentes operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otras inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto (Precios corrientes)	\$ (2.306.772,00)	\$ 200.590,16	\$ 621.665,67	\$ 723.568,37	\$ 1.064.186,11	\$ 1.797.032,85
Flujo Neto (Precios Constantes)	\$ (2.306.772,00)	\$ 200.590,16	\$ 621.665,67	\$ 723.568,37	\$ 1.064.186,11	\$ 1.797.032,85

TIRF:	36,05%
Valor Presente Neto	\$ 4.579.157,18

Fuente: Estudio Economico-Financiero

Elaborado por: Autor

Para determinar la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) se analizaron seis variables detalladas en la siguiente formula:

$$\text{TMAR} = \text{TLR} + \beta (\text{TM} - \text{TLR}) + \text{inflación} + \text{riesgo país}$$

*donde,

TLR es la Tasa Libre de Rendimiento,

β es Beta, y

TM es Tasa de Rendimiento del Mercado

La Tasa Libre de Rendimiento se fija en base al capital propio a invertir existente en una entidad financiera extranjera. Beta refleja la sensibilidad específica al riesgo no diversificable del mercado teniendo en consideración el rendimiento del mercado en cuanto a los ingresos

generados por el Country Club, creando así un premio para los inversionistas del proyecto. Es importante considerar la inflación y el riesgo país, debido a la inestabilidad política y económica que existe en el Ecuador.

Calculo:

$$\begin{aligned} \text{TMAR} &= 0,05 + 1,5 (0,12 + 0,05) + 0,0348 + 0,0699 \\ &= 0,2132 * 100 \end{aligned}$$

$$\text{TMAR} = 21,32\%$$

Podemos darnos cuenta que el proyecto es aceptable, ya que la TIRF es mayor que la TMAR.

4.9 Punto de Equilibrio

A continuación se relacionan o comparan los costos y gastos del Country Club, determinando el punto en que no se generen perdidas y utilidades (Tabla 4.17)

Tabla 4.17 Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
CONCEPTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO
VENTAS TOTALES	\$ 763.200,00	\$ 1.578.195,00	\$ 1.994.132,00	\$ 2.887.669,80	\$ 2.954.419,80
COSTOS FIJOS					
Gastos de Administración	\$ 78.718,07	\$ 254.690,19	\$ 269.304,97	\$ 289.488,88	\$ 318.584,71
Gastos de Ventas	\$ 188.373,44	\$ 341.545,84	\$ 400.130,51	\$ 521.827,27	\$ 537.622,40
Mano de Obra Indirecta	\$ 55.803,74	\$ 164.482,61	\$ 215.286,21	\$ 313.946,27	\$ 498.019,65
Costo Financiero	\$ 253.876,43	\$ 250.510,64	\$ 181.752,44	\$ 112.513,42	\$ 43.755,22
Depreciación	\$ 102.463,60	\$ 102.463,60	\$ 102.463,60	\$ 102.463,60	\$ 102.463,60
Amortización	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 680.435,28	\$ 1.114.892,89	\$ 1.170.137,73	\$ 1.341.439,43	\$ 1.501.645,57
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima	\$ 51.033,81	\$ 226.550,00	\$ 273.857,38	\$ 373.679,81	\$ 566.290,93
Mano de Obra Directa	\$ 129.992,98	\$ 275.186,28	\$ 288.945,60	\$ 303.392,88	\$ 318.562,52
Servicios Básicos	\$ 27.536,93	\$ 93.312,83	\$ 122.215,40	\$ 182.914,48	\$ 278.235,06
TOTAL	\$ 208.563,72	\$ 595.049,11	\$ 685.018,37	\$ 859.987,16	\$ 1.163.088,51
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 680.435,01	\$ 1.114.892,51	\$ 1.170.137,39	\$ 1.341.439,13	\$ 1.501.645,17
Porcentaje	89,16	70,64	58,68	46,45	50,83

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Autor

4.10 Índices Financieros

Para una evaluación financiera eficaz se considera el sistema DUPONT, ya que integra y combina los principales índices financieros del proyecto, determinando la eficiencia con que el Country Club utiliza sus activos, su capital de trabajo, su solvencia, etc. (Tabla 4.19)

Tabla 4.19 Índices Financieros

		Índices Financieros					
		Pre-Operativo	2013	2014	2015	2016	2017
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$ 148.512,60	\$ (195.958,80)	\$ (420.722,91)	\$ (456.875,31)	\$ (120.610,94)	\$ 412.928,80
Índice de Solvencia	Activo Corriente / Pasivo Corriente	0,00	0,60	0,27	0,32	0,86	2,43
Retorno sobre el Capital Propio	Utilidad Neta / Patrimonio	0,00	0,13	0,23	0,33	0,40	0,21
Retorno de la Inversion	(Utilidad Neta - Inversion) /	-1,00	-0,97	-0,93	-0,86	-0,70	-0,81
Margen de Utilidad	Utilidad Neta / Ventas	0,00	0,23	0,60	0,80	0,87	2,49
Índice de Endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total	0,80	0,78	0,69	0,53	0,33	0,11
Estructura patrimonial %	Patrimonio / Activo Total	20,00	21,94	31,25	47,26	66,60	88,74

Fuente: Estudio Economico-Financiero

Elaborado por: Autor

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7. Conclusiones.

- Según el estudio de mercado, con este proyecto se espera crear un estatus a la sociedad quevedeña al formar parte de un Country Club e incrementar el turismo en el cantón Quevedo. También se muestra que el mercado meta está ubicado en personas de 35-40 años con un sueldo dentro del rango de los \$6000-\$7000 mensualmente, esto sería fiable, ya que el valor de la membresía se definió en \$10000, con alícuotas mensuales de entre \$300 - \$450.
- La estructura organizacional del Country Club será muy sólida, con diferentes departamentos en los cuales cada uno desempeñara funciones específicas para lograr los objetivos que la empresa tenga. Cabe recalcar que el Country Club será una Sociedad Anónima, cumpliendo con todos sus deberes y haberes como empresa dentro del Ecuador, basada en una estructura orgánica.
- El estudio técnico demuestra que la capacidad instalada sea utilizada al máximo. La construcción del proyecto se realizara en una área total de 314.000m² donde estarán ubicadas las edificaciones, canchas deportivas, piscinas, campo de golf, ciclo vía ecológica y establo para los caballos. Se determinó que el campo de golf tendrá un mantenimiento especial debido a que necesita cuidados diferentes. Se debe mencionar a la economía ecuatoriana, ya que actualmente se pueden adquirir todos los insumos y maquinarias para el uso y mantenimiento del Country Club, dando un incentivo a la producción local y nacional; generando empleos indirectos.
- La inversión requerida para este proyecto es de\$ **2.455.284,60**; la que será financiada con un 20% capital propio y un 80% financiado por el Banco de Pichincha, con una tasa del 14,10%. Se consideró como inversión inicial el plan de inversión fija. La evaluación

financiera del proyecto revela que la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) es de 36,05% y la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) de 21,32%, lo que quiere decir que si la TIRF es mayor o igual que la TMAR el proyecto es viable.

8. Recomendaciones.

- Se recomienda hacer énfasis en el desarrollo de las actividades del Campo de golf, para crear torneos nacionales y porque no internacionales, que pongan en alto la calidad de los espacios de golf a nivel mundial al Ecuador.
- El alquiler de la Sala de Eventos varios, para obtener ingresos y con los mismos dar mantenimiento a la infraestructura.
- Que la Federación Ecuatoriana de Golf y el municipio del cantón Quevedo realicen planes de acciones para lograr la afluencia de deportistas y turistas tanto nacionales e internacionales, y así favorecer al turismo y al deporte en nuestro país.
- Realizar capacitaciones al personal del Country Club al momento de presentarse algún campeonato de Golf nacional o internacional.

Bibliografía

- Andrade V., R. D. (2003). *Legislación Económica del Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Arrayanes, C. C. (s.f.). *Arrayanes Country Club*. Obtenido de sitio web de Arrayanes Country Club: <http://www.arrayanes.com>
- Autonoma del Estado de Hidalgo, U. (s.f.). *Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/>
- Bourlot, G. (2009). *Club de Campo*. El Cid Editor | apuntes.
- Castaño, J. (2009). Psicología Social de los Viajes y del Turismo. *Gestion Turistica* , 113-118.
- Cebrian Avellan, A. (2001). *Turismo cultural y desarrollo sostenible: análisis de áreas patrimoniales*. Murcia: F.G. Graf S.L.
- Cobra, M. (2000). *Marketing de servicios: estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación*. Santa Fe de Botoga: McGraw-Hill.
- Córdoba Padilla, M. (2006). Formulación Y Evaluación de Proyectos. En M. Córdoba Padilla, *Formulación Y Evaluación de Proyectos* (págs. 207-278). Bogotá: Digiprint Editores.
- Country Club, G. (s.f.). *Acerca de nosotros: Guayaquil Country Club*. Obtenido de sitio web de Guayaquil Country Club: <http://www.guayaquilcountryclub.com>
- Country Club, G. (s.f.). *Guayaquil Country Club*. Obtenido de Sitio Web del Guayaquil Country Club: <http://www.guayaquilcountryclub.com>
- Daft, R. L. (2007). *Teoría y Diseño Organizacional*. Mexico: Consegraf.
- Ecuador. (s.f.). *Acerca de nosotros: Ministerio de Relaciones Laborales*. Obtenido de Sitio web del Ministerio de relaciones Laborales: <http://www.mrl.gob.ec>
- Ecuador, G. d. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de INEC: <http://www.inec.gob.ec>
- Ecuador, G. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC: <http://www.inec.gob.ec/cpv/>
- Ecuador, G. (s.f.). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/>
- Ecuador, G. (s.f.). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: <http://www.ecuador.travel/>
- Ecuador, R. d. (s.f.). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de Superintendencia de Compañías: <http://www.supercias.gob.ec>
- Figuerola, M. (2000). *Introducción al estudio económico del turismo*. Madrid: Civitas.

- Grande Esteban, I., & Abascal Fernandez, E. (2009). *Fundamentos y Tecnicas de Investigacion Comercial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gupta, S., & McIntosh, R. (1999). *TURISMO. PLANEACION, ADMINISTRACION Y PERSPECTIVAS*.
- Jijena Sanchez, R. (2010). *Cómo organizar eventos con éxito*. Lectorum S.A.
- Jimenez, A. (1993). *Turismo. Estructura y Desarrollo*. Mexico: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Kotler, A. (2004). *Mercadotecnia Para Hoteleria y Turismo*. Prentice Hall.
- Lamb, Jr., C., Hair, Jr., J., & Mc Daniel, C. (2006). Marketing. En C. Lamp, Jr., *Marketing* (págs. 240-242). Thomson.
- Lemos, A. (1996). *Turismo, impactos socioambiental*. Sao Paulo: Hucitec.
- Lopez Palomeque, c., Vera, J., Marchena, F., & Anton, J. (1997). *Análisis territorial del turismo, una nueva geografía del turismo*. Salvador: Ariel. Barcelona. ES.
- Los Rios, P. (2010). *Prefectura de Los Rios*. Obtenido de Prefectura de Los Rios: <http://www.los-rios.gob.ec/>
- Mazón Martínez, T., & Aledo Tur, A. (2005). *Turismo residencial y cambio social : nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Montaner Montejano, J. (1996). *Psicosociología del turismo*. Madrid: Sintesis.
- Moss, R. J. (2001). *Golf an the American Country Club*. Illinois: University of Illinois Press.
- Pardo, A., & Ruiz, M. A. (2002). *Guía para el análisis de datos*. Madrid: McGraw-Hill.
- Quevedo, C. (2007). *Portal de la ciudad de Quevedo*. Obtenido de Gobierno municipal de Quevedo: <http://www.quevedo.gob.ec>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). Administracion. En S. Robbins, *Administracion* (págs. 234-235). Mexico: Pearson Educacion.
- Sarasa, J. A. (1998). El Paisaje Urbano como Recurso Turistico. En J. A. Sarasa, *La Recuperación de los núcleos urbanos y su entorno: (aportaciones para su estudio historico-geografico)* (pág. 19). Murcia: Compobell S.L.
- Sarasa, J. (2000). Aportaciones Basicas del Turismo al Desarrollo Rural. *Cuadernos de Turismos*, 45-59.
- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector Turismo*. Naciones Unidas.
- Tribe, J. (2000). *Economía del ocio y el turismo*. Sintesis.
- UNAM, F. d. (s.f.). *Estudio Económico-Financiero*. Obtenido de Estudio Económico-Financiero: www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/.../cap3.pdf

Valls, J.-F. (2004). *Gestión de empresas de turismo y ocio: el arte de provocar la satisfacción*.

Viñals, M. J. (2002). *Turismo en Espacios Naturales Y Rurales II*. Valencia: Editorial de la UPV.

Zamorano Casal, F. M. (2002). *Turismo alternativo : servicios turísticos diferenciados*. Mexico: Editorial Trillas.

ANEXOS

ANEXO 1

Centros Turísticos y Restaurantes	Servicios	Característica Country Club	
		Si	No
Quevedo Tenis club	Piscinas, canchas de futbol, tenis y básquet, pequeña restaurante		x
Centro Turístico Manila	Piscinas, canchas deportivas, tarima para eventos artísticos y restaurante.		x
Complejo Deportivo Municipal	Canchas deportivas y una piscina de natación.		x
Toro Sangría SteakHouse	servicio de comida de todo tipo de carnes, cocteles, etc.		x
Toro Café	servicio de cafetería		x
Parrilladas de Patro	servicio de comida de todo tipo de carnes, ensaladas, etc.		x
Asadero Carmencita	servicio de comida de todo tipo de carnes, ensaladas, etc.		x

Elaborado por: Autor

Fuente: Municipalidad de Quevedo (área turística)

ANEXO 2

Carrito de Golf G29E 48 Volt



Detalles

- Transeje EnduraDrive con freno de disco interno
- Motor eléctrico de 48 V líder en el sector
- Unidad de control del motor integrada Yamaha
- Freno regenerativo de tecnología avanzada
- Chasis HybriCore ligero y fuerte
- Salpicadero de estilo automovilístico
- Suspensión delantera Tru-Trak II totalmente independiente
- Configuración de seis baterías de 8 V
- Exclusivo sistema de diagnóstico basado en PDA Yamaha Genius 2
- Sistema de protección envolvente Sentry
- Techo ClimaGuard con dos canaletas
- Disposición de batería en línea de fácil mantenimiento

ANEXO 3

Contadora de Green (césped) ToroGreen Master 1000



Detalles

- Motor:kawasaki OHV 2,7 kw (3,7cv)
- Capacidad de combustible: 2.5 litros (2,64 cuartos de galón)
- Velocidad sobre el terreno: siega 2-5,3km/h
- Anchura de corte: 53 cm
- Altura de corte: 2mm a 25mm
- Peso aproximado: 94 kg (208 libras)

ANEXO 4

Contadora de FairwayReelmasterGangMowers



Detalles:

- Tripleta de arrastre de corte helicoidal Reelmaster
- Molinetes de gran robustez de 11 cuchillas.
- Ruedas semineumaticas de transporte.
- 2,49 m de anchura de corte.
- 1.9 hectáreas por hora de productividad
- Rando de altura de corte de 12,5 a 50 mm

ANEXO 5

Aireador de césped Modelo 686 con tiro Marca Toro



Detalles

- Aireador de césped TORO: arrastre por tractor de enganche a un solo ritmo mediante cilindro hidráulico o manual con tres juegos de 4 discos macizos de 33 cm de diámetro.
- Anchura de trabajo: 1,98 m.
- 8 taladros por disco.
- Profundidad de aireación de 15 cm
- Velocidad de trabajo de 16 km/h

ANEXO 6

Tractor John Deere series 5d 55HP



Detalles

- Fabricante del motor John Deere PowerTech 3029
- Rendimiento Anunciado PTO HP (kW) @ Calificación RPM 37 (27.3) @ 2300 según SAE
- Std. Transmisión; 8F/4R Forward / Reverse
- Toma de fuerza (PTO) estándar independiente 540
- Tipo de centro abierto Hidráulica
- Tipo de transmisión final planetaria
- 2WD Dimensiones Distancia entre ejes, mm (mm) 76,8 (1950)

ANEXO 7

Moto Guadaña Stihl con 0,95 kW, motor 4-mix, manillar abierto



Detalles

- Vibraciones izda./dcha. con herr. corte metálica m/s^2 ¹⁾ 3,5/4,9
- Potencia **kW/CV** **0,95/1,3**
- Cilindrada cm^3 28,4
- Herramienta de corte estándar AutoCut
- Longitud total m ²⁾ 1,8
- Peso kg ³⁾ 5,5
- Capacidad de depósito l 0,53
- Nivel sonoro $dB(A)$ ⁴⁾ 91,0
- Potencia sonora $dB(A)$ ⁴⁾ 101,0
- Vibraciones izda./dcha. con herr. corte sintética m/s^2 ¹⁾ 5,1/5,3

ANEXO 8

Camioneta Great Wall 4x4 CS/D Full



Detalles

Capacidad de carga (Kg)	1000
Distancia entre ejes (mm)	3050
Dimensiones de balde (LargoxAnchoxAltura) mm	2280 x 1520 x 460
Suspensión delantera (diésel)	Doble horquilla con barra de torsión
Suspensión delantera (gasolina)	Doble horquilla con resorte helicoidal
Suspensión posterior	Paquete de resorte
Dirección	Hidráulica
Chasis	Tipo escalera reforzado

ANEXO 9

Pulverizador STIHL SG20



Detalles

- Capacidad de deposito: 18 Litros
- Peso: 5,2 kg

ANEXO 10

Atomizador STIHL SR430



Detalles

Alcance horizontal m	14
Capacidad de depósito de gasolina l	1,7
Capacidad de tanque de pulverización l	14
Caudal máximo de aire m ³ /h	1.300
Cilindrada cm ³	63,3
Peso kg ¹⁾	12,2
Vibraciones izquierda/derecha m/s ² ²⁾	1,9
Nivel sonoro dB(A) ³⁾	97,0
Potencia sonora dB(A) ³⁾	108,0

1) Sin combustible, completo

2) Factor K según Directiva 2006/42/CE = 2 m/s²

3) Factor K según Directiva 2006/42/CE= 2,5 (dB(A))

ANEXO 11

PLANO FÍSICO DE LA OBRA