



“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN CLUB RECREACIONAL EN EL CANTÓN DAULE, PROVINCIA DEL GUAYAS”

Antony Alay Acevedo ⁽¹⁾ Daisy Aguirre Vincés ⁽²⁾ Stephanie Simisterra Delgado ⁽³⁾ Ing. Ivonne Moreno Aguí, Msc ⁽⁴⁾ *
Ingeniería Comercial y Empresarial ⁽¹⁾ ⁽²⁾ ⁽³⁾, Magíster en Economía y Dirección de Empresas ⁽⁴⁾
Facultad de Economía y Negocios ⁽¹⁾ ⁽²⁾ ⁽³⁾ ⁽⁴⁾
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
aalay@espol.edu.ec ⁽¹⁾ daguirre@espol.edu.ec ⁽²⁾ ssimiste@espol.edu.ec ⁽³⁾ imoreno@espol.edu.ec ⁽⁴⁾

Resumen

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de un club recreacional en el Cantón Daule Provincia del Guayas, dicho club será creado con el propósito de brindar un lugar de entretenimiento para la población Dauleña, además de ser un sitio para la práctica de deporte, el cual traerá bienestar para dicho cantón, se considera un lugar para pasar buenos momentos con la familia

Para llevar a cabo este proyecto se realizarán cuatro estudios que ayudarán a medir la factibilidad del proyecto en cuestión. Entre estos estudios se encuentran los siguientes:

- *El estudio Organizacional, que consiste en la implementación de una estructura administrativa para el club, también determinará la jerarquía y responsabilidades concernientes a la organización.*
- *El estudio de Mercado, que ayudará a identificar el mercado meta al cual el club se dirigirá, además de conocer sus gustos y preferencias al momento de optar por este tipo de servicio y mediante un plan de marketing posicionar este complejo en la mente de la población dauleña.*
- *El estudio técnico, ayudará a definir las inversiones requerida para la puesta en marcha del club recreacional, a si mismo se establecerá la parte legal que concierne a la constitución de la empresa y tomará en cuenta el aspecto ambiental que tendrá trascendencia en el club.*
- *El estudio Financiero, mediante la recopilación de información de carácter monetario proporcionada en los estudios anteriores, se elaborarán cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y medir si es rentable o no el negocio.*

Palabras Claves: club recreacional, Daulis, Daule, Guayas

Abstract

This project shows a Feasibility study for the creation a recreational club in Daule Downtown, Guayas Province, this club will create in order to give a entertainment place for Daule population, besides being a place for practicing sport, which will bring well-being to downtown, so this club is considerate a place where has a good moment with the family. For carry out this project will have four studies that will help measure the project's Feasibility and these studies are:

- *Organizational Study, this consist in the implementation of an administrative structure for the club, also it will determinate the hierarchy and responsibility concern to organization.*
- *Market study Will help identify a goal market which it will manage, besides knowing all your pleasure and priority at moment to choose for these kind of service and by meant of a marketing plan have over possession on mind of Daule population.*
- *Technical study will help a define a investment request for the club can begin your activities, also will establish the legal part that concern a company setting-up and will realize ambiental point will have importance in the club.*
- *Financial study, by meant of a compilation of monetary information provide for previous studies, with that will make a analytics table and additional date for project's evaluation and measure that if profitable or not.*

Keywords: Recreational Club, Daulis, Daule, Guayas

Capítulo I

1.1. Introducción

La necesidad de pertenecer a un grupo es inherente a la naturaleza humana. Ciertamente, los seres humanos no son los únicos mamíferos que se asocian para trabajar, pero sí los que escogen con quién, en qué labor, empresas, momento y hasta cuándo; en fin, son aquellos que se relacionan con total libertad.

La familia es por naturaleza la primera escuela que enseña a tomar decisiones y a vincularse con la sociedad, en ésta debe cultivarse el respeto y obediencia a los mayores, es ahí donde primero se aprende la convivencia y los criterios para elegir qué hacer y cómo comportarse ante determinadas situaciones.

Maslow presenta las necesidades de afiliación y afecto las cuales, están relacionadas con el desarrollo afectivo del individuo, como la necesidad de asociación, participación y aceptación; estas se satisfacen mediante las funciones de servicios y prestaciones que incluyen actividades deportivas, culturales y recreativas.

De ahí es que proviene la creación de clubes, los cuales no son más que, asociaciones voluntaria de personas, éstas sean familiares o amistades; orientada a unos fines comunes, en la cual los miembros están organizados en torno a ciertos objetivos comunes y especializados de carácter: político, deportivo, recreativo, etc.

En el club se reúnen personas de manera voluntaria y regularmente, para participar en actividades elegidas por ellas mismas, unidas por vínculos recreacionales y de interés similares. Los clubes satisfacen las necesidades de integración y compañerismo del individuo y resuelven la necesidad de acción colectiva esencial al grupo; en las que se encuentran, la amistad, el afecto y el amor.

Por lo tanto, al no existir en el cantón Daule un lugar que permita la asociación de las personas para compartir y, además realizar actividades que liberen la carga de trabajo y problemas familiares; se convierte en imperiosa la necesidad de la construcción y promoción de un club recreacional que permita el esparcimiento de las personas que lo frecuenten, lo cual a más de brindar una atractiva plaza para los inversionistas potencializará el crecimiento de los alrededores del mismo.

1.2. Problemas y Oportunidades

1.2.1 Problemas

De acuerdo al análisis ejecutado previo a realización del proyecto, se pudo notar ciertos problemas de distinta área de investigación, los cuales serán superado para obtener los resultados esperados; de la misma forma se han presentado oportunidades relevantes que promueven la realización del proyecto. La idea de la implementación de un club recreacional en Daule surge por la presencia de una demanda insatisfecha en el cantón, la inexistencia de lugares donde las personas puedan recrearse, desarrollar actividades deportivas junto a sus familias y amigos.

Sin embargo, al llevar a cabo el proyecto se encuentran ciertas trabas que en la medida de lo posible se irán solucionando. Entre las más notables se encuentran:

Las regulaciones que existen en el país al establecer un club recreacional en cualquier parte de su territorio requieren de una serie de trámites engorrosos que se convierten en trabas para los emprendedores.

El mercado en el que quiere ingresar el club, es uno de los mercados menos explotados, y apoyado por parte de los gobiernos cantonales, convirtiendo el posicionamiento en la mente del consumidor como un verdadero reto para los inversionistas.

1.2.2. Oportunidades

Dado a la inexistencia de un club recreacional en el cantón Daule, se ha visto esto como una oportunidad de negocio, además de ser el primero que se construiría en el cantón, por lo que se gozara del privilegio de ser, en el mediano plazo, el único que se opte al momento de ir a un lugar de distracción familiar sin tener la necesidad de salir de su propia área de residencia.

Otra ventaja que se ha observado es, por la falta de lugares donde la población pueda, de forma privada, realizar deporte o de disfrutar de una amena conversación con amigos; es que sería aceptable por parte de la comunidad, la creación de este club recreacional, que brindará un crecimiento recreacional a la zona.

La ubicación del club será primordial al momento de la construcción y es también una de las oportunidades que presenta el proyecto, ya que se localiza en un sitio donde se presenta cantidades bajas de contaminación además de encontrarse privilegiado por la gran cantidad de áreas verdes, y el fácil acceso para la población.

No solo podrá ser visitado por las personas que residen en Daule, sino también, por la población que habitan en cantones aledaños al antes citado, en tanto el

turismo de la zona crecerá; siendo esto algo positivo, pues aumentará el crecimiento económico, debido a los negocios que se crearán producto del establecimiento de este complejo recreacional.

Aparte de ser un lugar de distracción también será un espacio de relajación y de actividad física, ya que con la rutina diaria del trabajo y del hogar, será una buena opción para eliminar el estrés y el sedentarismo producido.

Al ser el único club gozaremos del beneficio de establecer precios cómodos de la entrada al club asegurándonos una demanda que ayude a maximizar beneficios financieros. Con todo lo ante referido se prevee obtener una gran aceptación de la población dauleña.

1.3. Características del Servicio

El proyecto trata sobre el establecimiento de un club recreativo en el cantón Daule, Provincia del Guayas; el cual será construido en una zona cercana a población y con fácil acceso a esta.

Además contará con dos canchas de fútbol con césped sintético, una cancha de multifuncional, esta será utilizada para la práctica de 2 deportes como lo es el básquet y el Vóley, y la cancha de volley de arena, 2 piscina, una cancha de tenis, un salón de eventos y un bar, adecuados con materiales de calidad y maquinarias de última tecnología para brindar un servicio de excelencia y ambiente acogedor.

Se contará con personal debidamente capacitado, para brindar información sobre las instalaciones de forma clara y precisa y así evitar contratiempos en la diversión del cliente. La seguridad es indispensable por lo tanto, la guardianía privada es uno de los elementos con los cuales se trabajará.

1.4. Objetivo General

“Crear un lugar de esparcimiento privado en el cual, las personas puedan entretenerse y divertirse de forma saludable, al mismo tiempo de obtener beneficios Económicos y el bienestar de la Comunidad”.

Con este objetivo se busca resolver un problema social, que es la ausencia de estos lugares privados donde las familias pueden disfrutar de un momento ameno, aparte de presentar beneficios económicos a los propietarios y de alguna forma hacer del cantón Daule un lugar con mayor crecimiento.

1.5. Objetivo Especifico

- Establecer elementos de Demanda y Oferta a través de un Estudio de Mercado.

Se pretende con este objetivo, saber de forma concreta, el mercado meta al cual será dirigido el proyecto, asimismo obtener una idea clara de las posibles competencias que existiera en el cantón o en los alrededores.

- Posicionar al club recreacional dentro de la mente del consumidor.

Con este objetivo se proyecta ser los primeros en ser elegidos al momento de optar por un lugar de recreación familiar dentro del lugar de residencia, además de presentar la mayor comodidad y servicio por parte de la organización.

- Diseñar estrategias mercadotécnicas que permitan el desarrollo del sector.

Debido al alto impacto que tendrá en la comunidad la creación del club recreacional, el sector prosperará tanto de forma económica como recreacional, generando un crecimiento de alguna forma al cantón Daule, que es donde se llevará a cabo el proyecto.

- Determinar las especificaciones y requerimientos necesarios para el estudio técnico del proyecto

El fin de este objetivo es establecer la ingeniería del proyecto, todo lo referente a la información económica para llevar a cabo la construcción, localización y tamaño del club recreacional, además del grupo humano que será clave para la formación de esta organización.

- Cuantificar la viabilidad financiera del Proyecto.

Mediante este objetivo se determinara si el análisis de este proyecto es económicamente viable, para ello se utilizara técnica de medición financiera como lo es la TIR y el Van, asimismo calcular el tiempo en el cual se recuperara la inversión.

Capítulo II

2. Estudio Organizacional

2.1. Misión

Impulsar y desarrollar prácticas recreacionales que motiven la integración familiar, mediante un equipo de trabajo seleccionado y capacitado para satisfacer las necesidades de los socios y usuarios; basado en una cultura de valores en armonía con el medio ambiente; fomentando el turismo en el cantón Daule

2.2. Visión

Ser un club reconocido a nivel Nacional, por su cultura organizacional y la calidad de servicio que brinda, ayudando en el crecimiento económico del país innovando en tecnología y manteniendo un equilibrio financiero.

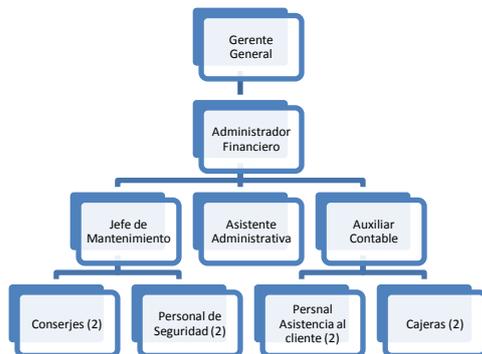
2.3. Logo y Eslogán



“Tu diversión al paso”

Figura 1. Logotipo Club Recreacional Daulis

2.4. Organigrama



2.5. Análisis Foda

- Fortalezas

•Ser un club recreacional con el mejor servicio e infraestructura, además de poseer un equipo de trabajo capacitado.

Un equipo capacitado ayudara a que las personas se sientan cómodas en las instalaciones del club trayendo esto la Fidelización del cliente. Al poseer una infraestructura propia y nueva se gozara de bajos costos de mantenimiento.

•Ser los pioneros en el servicio de recreación en el cantón Daule.

Gozara de todos los beneficios de este segmento de mercado al no existir una competencia directa, por lo

que es probable que se logren aquellos objetivos financieros.

- Contar con servicio de seguridad privada.

Esto ofrecerá al club una ventaja competitiva al brindar confianza al cliente; para que pueda disfrutar de las instalaciones sin preocupaciones o contratiempos.

- Conocimiento del mercado objetivo.

Al ser los dueños personas que realizan sus actividades diarias en el cantón, ayudaran a plantear estrategias mercadotécnicas que permitan satisfacer necesidades, gustos y preferencias de la población.

- Innovación con planes de Socios.

Al implementar un novedoso modelo de negocio que incluye la afiliación de clientes para gozar de los beneficios que brinda el club hará que este tenga ingresos fijos mensuales eliminando el riesgo de iliquidez.

- Oportunidades

- Inexistencia de Competencia directa

Al no existir más clubes recreacionales dentro del cantón, el club Daulis se posicionara en la mente de los potenciales clientes como la primera opción al momento de elegir un lugar donde realizar actividades de esparcimiento junto a sus familias o amigos.

- Falta de Salones de Eventos Sociales

La escasez de lugares donde se puedan organizar eventos sociales brinda la posibilidad de explotar un nicho de mercado insatisfecho.

- Falta de inversión en áreas de esparcimiento.

La falta de inversión en áreas de esparcimiento en el cantón Daule por parte del gobierno seccional conlleva a la movilización de las personas varios kilómetros para encontrar lugares donde puedan realizar estas actividades. Dando como resultado una demanda potencialmente elevada para el club por su ubicación.

- Debilidades

- Falta de recursos Propios

Por la inexistencia de recursos financieros propios el club tendrá que realizar préstamos bancarios por lo que se incurrirá en altos costos de financiamientos.

- Inexperiencia en el negocio.

Al ser los dueños personas sin experiencia en clubes recreacionales, incurrirán en costos de capacitación para preparar al personal que atenderá a los clientes, conocer de las maquinarias que se utilizarán, y el mantenimiento de las instalaciones.

- Amenazas

•Ubicación

Sector donde se ubica el club Daulis está rodeado de viviendas lo cual puede afectar la relación que existe con la comunidad, pero al pasar el tiempo esto se adaptará a la presencia del club en dicho lugar.

•Legislación

Trámites burocráticos para la constitución del club como tal son complejos y conlleva la pérdida de tiempo y de recursos financieros.

•Introducción de Competencia directa

Al ser un mercado meta no explotado se convertirá en una plaza atractiva para nuevos inversionistas, lo cual creará competencia directa.

2.6. Investigación de Mercado y su Análisis

De acuerdo al Censo realizado por el INEC en el 2010, se estableció que la población de Daule para esa fecha era de 120326 habitantes, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento de dicho año la cual fue del 3,3%, lo cual fue útil para plantear el mercado objetivo.

Como aquella población sobrepasó los 100000 habitantes se realizó una muestra aleatoria simple para poder establecer el número de encuestas a realizar y de esta forma conocer la percepción del cliente con respecto al proyecto planteado, lo que él espera recibir para satisfacer sus necesidades.

Las encuestas arrojaron que el 100% de los habitantes encuestados están de acuerdo con la creación de dicho club, además el mercado meta son aquellas personas de clase media a media alta, que aunque no es un porcentaje tan alto son representativos para el estudio, además que estén conformadas por un grupo familiar de 3-5 personas, les guste pasar tiempo ameno entre ellos y que respondan a las estrategias de marketing.

2.7. Marketing Mix

Con el objetivo que el club pueda posicionarse como el mejor centro de recreación en el cantón Daule y en el país, y se ha considerado esta táctica como las cuatro P', ya que se basa en el Producto, Precio, Plaza y Promoción.

2.7.1. Producto-servicio

En esta sección se ubicará la creación del club recreacional en el Cantón Daule, se construirá a partir de la inversión de sus socios y de préstamo bancario. Este club tiene como finalidad el esparcimiento y descanso de las familias dauleñas y de habitantes aledaños que deseen pasar un momento ameno mediante el disfrute de las instalaciones y del servicio prestado en el centro recreacional.

En lo que respecta a las instalaciones físicas del club estas incluyen:

- ✓ Dos Canchas de fútbol sintéticas, las cuales medirán 20*50mtrs²;
- ✓ Una cancha de Básquet, con las medias reglamentarias que también podría servir como una de Vóley de cemento,
- ✓ una cancha de aren;
- ✓ 2 piscinas, una de ellas semiolímpica con medidas de 20*40 mtrs² ;
- ✓ Una cancha de tenis;
- ✓ Se proyecta la construcción de un local, en el cual se podrá realizar todo tipo de eventos sociales, ya sea fiestas infantiles, graduaciones, seminarios etc.

2.7.2. Precio

El precio está fundamentalmente en función de los costos fijos y variables del Complejo, rendimiento esperado del inversionista (tiempo de recuperación, TMAR), precios de la competencia local y nacional, también influye la situación política y económica del destino turístico, temporada alta/baja.

Se ha estimado de acuerdo a los parámetros antes descritos que se diferenciarán los precios de acuerdo a los días de baja demanda con respecto a los días de alta demanda siendo estos ingresos generados por el club:

- Martes a Jueves \$3 dólares
- Viernes a Domingo \$ 5 dólares

Cabe destacar que los días lunes se tomará como descanso y para la realización del respectivo mantenimiento, tanto para las canchas como para la piscina. En tanto los precios por alquiler del salón de eventos están fijados por medio de la competencia y costos históricos y será de \$ 300 dólares.

El club se caracterizará por brindar membresías aquellas personas que deseen afiliarse al club y poseer todos los beneficios que brinda éste. Se ha dividido al tipo de socio, entre socio Premium y socio Golden.

Socio Golden

- Valor de la Inscripción: \$30
- Valor por Mantenimiento de la membresía: \$50
- Duración: 1 año

Beneficios:

- Se les entregará una credencial que los certifique como miembros del club.
- Podrán acceder a las instalaciones del club a cualquier horario.
- Tendrán derecho a realizar 3 eventos por año.
- Ingreso ilimitado: el titular y 5 acompañantes

Socio Normal

- Valor de la Inscripción: \$20
- Valor por Mantenimiento de la membresía: \$30
- Duración: 1 año

Beneficios:

- Se les entregará una credencial que los certifique como miembros del club.
 - Podrán acceder a las instalaciones del club a cualquier horario.
 - Tendrán derecho a realizar 1 eventos por año.
- Ingreso ilimitado: el titular y 4 acompañantes

2.7.3. Plaza

El club se ubicara a la entrada del cantón Daule, siendo este un lugar de fácil acceso para dicha población y sus alrededores, debido a que se encuentra cerca de la carretera.

Como la naturaleza del negocio no es la venta de un producto, sino la prestación de un servicio, este no contara con grandes canales de distribución, ya que la atención será directa, por medio de los miembros de la organización los cuales brinden una atención debida a los visitantes del club.

2.7.4. Promoción

Por medio de esta táctica de mercado se presente fidelizar al cliente, por ello se tomara en cuenta una serie de medios en los cuales se llevara a cabo el posicionamiento de éste en la mente del consumidor. La forma como se promocionara el club será mediante la publicidad y el Merchandising.

La publicidad que se realizara está enfocada a presentar a las ventajas competitivas que cuenta el club, como lo es su servicio, precio y el enfoque familiar que se pretende dar a conocer. Para ello se utilizará Folletería, cuñas radiales, correos directos, exteriores o vallas, entre otros.

Marketing Directo

- Campañas directas por correspondencia (correo directo)
- Ofrecer paquetes promocionales a escuela y colegios.
- Hacer festivales y concursos que tengan convocación masiva

Plan Cartera de Clientes.- Con la creación de esta cartera se buscará fidelizar clientes mediante la

propuesta de estar pendiente de ellos. En esta base de datos se guardaran información como la fecha del cumpleaños, en la cual se lo llamara a felicitarlo y decirle que tiene opción de descuento por celebrar su cumpleaños en el club.

Capítulo III

3. Estudio Técnico

3.1 Introducción

Este apartado tiene por objetivo estimar las variables técnicas del proyecto, comenzando por la descripción del terreno y las instalaciones. Es importante tener dominio sobre esta información porque la acogida y el éxito que tenga el club dependerán de las condiciones de infraestructura, calidad de servicio, ambiente, etc. Como el proyecto trata de la construcción de un club recreacional se deberán incluir los costos de planos arquitectónicos y mano de obra en general.

Además se ha tomado la opción de pedir participación a los terratenientes de la zona para que sean partícipes del proyecto y abaratar los costos de la adquisición o alquiler del terreno, lo que significa que no se realizará un balance de inversión del mismo, pero si se invertirá en obra física, puesto que se necesita adecuar el terreno para el correcto funcionamiento.

En lo que a equipamiento se refiere se realizarán inversiones en los activos fijos necesarios para las actividades administrativas y operacionales que tenga el club recreacional, además se estimara el sueldo que percibirá el recurso humano de la organización.

3.2. Distribución de áreas del club recreacional

Áreas	Mts2	Porcentaje
Área acuática	1000	10%
Área de entretenimiento, 2 canchas de futbol y Básquet multifuncional, vóley, tenis	2026	17%
Cerramiento	1950	19%
Infraestructura Salón eventos, oficinas y restaurante	1200	12%
Sector de Vigilancia	200	2%
Área de parqueo	1200	12%
Área de Vestidores y baños	500	5%
Áreas Verdes	2540	25%
TOTAL	10616	

Tabla 1. Distribución de áreas del club recreacional

3.3. Estudio de Localización

El objetivo de un estudio de localización es más general que la ubicación misma; es elegir aquella que permita las mayores ganancias, entre las alternativas que se considere factibles. Sin embargo tampoco el problema es puramente económico. Los factores técnico, legales, tributarios, sociales, etc. deben tomarse en consideración, a menos que la unidad de medida del proyecto pueda reducirlo.

3.3.1. Factores de Localización

Para este proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes factores que influyen en la decisión de localización del Club Recreacional Daulis.

- Medios y costes de transporte
- Disponibilidad y costos de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costos y disponibilidad del terreno
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Topografía de suelo
- Estructura impositiva y legal



Figura 2. Representación grafica club recreacional

3.3.2. Métodos cualitativos por puntos

Se evaluaron 3 zonas alternativas como son: aquellas que se encuentran en la zona norte, sur y noreste, siendo la zona sur aquella que mas optima para el establecimiento del club recreacional “Daulis”.

3.4. Conclusiones del Estudio Técnico

Con este estudio se pudo determinar el costo de las máquinas y equipos que se incurren en la construcción de dicho club, además se tomo en consideración la proyección del personal que laborará en este establecimiento, y todos los costos que se incurrirán para dar inicio a este proyecto.

Básicamente este club estará ubicado en la parroquia. Vicente Piedrahita del cantón Daule, lugar ideal para la ejecución de proyecto, además de ser un lugar transitado por los habitantes de dicho cantón.

Capítulo IV

4. Estudio Financiero

4.1. Antecedentes

El estudio financiero es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto. Tiene por objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario proporcionada en los estudios anteriores (Mercado y Técnico); elaborar cuadros analíticos que sirvan de base para el análisis económico los cuales sirvan para determinar la factibilidad del proyecto

Además, en este estudio se incluirá toda la inversión realizada previo a la puesta en marcha del negocio así como también los costos requeridos en su periodo de operación.

4.2. Demanda

Se ha estimado 3 demandas para los diferentes servicios que prestará el club recreacional “Daulis”; demanda por membresía, demanda para clientes que no piensan optar por membresía y aquellos que deseen alquilar cancha de fútbol.

Para determinar la demanda por Membresía, se tomará en consideración datos estadísticos del último censo realizado en el Ecuador por el INEC sobre el número de hogares establecidos en el Cantón Daule en la zona urbana.

De esta información, se pudo constatar que cada hogar en el cantón está formado por 4 personas en promedio, a esta cantidad de personas se la multiplico por el número de familias en la zona urbana, para obtener el número de personas que estarían dispuesta como cabeceras de hogar a obtener los servicios por membresía.

Luego a este valor se le multiplico por población económicamente activa de los rangos de personas mayores de 15 años a 65 años a quienes están dirigido los servicios del club que tiene un porcentaje del 37,66%, luego de estimar aquellas personas que poseen poder adquisitivo para pagar aquella membresía, se saco el 34% correspondiente a la clase

media, la cual se prevé acaparar y convertirse en el mercado meta para el club.

Con estos datos se multiplica el 100% que representa la aceptación por parte de la población de construir el club recreacional por último el 72,8% de personas que están de acuerdo en pagar por la membresía. Con todos estos datos se obtiene la demanda proyectada para los 5 años que se ha establecido como horizonte de planeación que tendrá este proyecto.

Dividiendo este segmento en dos tipos de clientes, según las encuestas realizadas; definiéndolos en:

- Clientes Premium (10%)
- Clientes Golden (17,5%)

Estos porcentajes se han distribuido uniformemente durante los cinco años de planeación del proyecto, es decir anualmente se van acumulando para poder alcanzar al final del ciclo el porcentaje deseado.

Con lo que respecta al 10% de participación del club, se ha estimado dicho valor tomando en cuenta que este segmento de mercado es reacio debido a la poca existencia de estos sitios recreacionales en Daulis, pero que a medida que se vayan encantando por los servicios que brindará este club, y por la constante publicidad que se proyectara, esta demanda crecerá un 5% cada año siendo que para el 2017 llegue al 30%.

La demanda proyectada para personas que No tienen membresía, es la población total del cantón Daule por el 37,66% del PEA de las personas de 15 -65 años, 34% de la clase media, y el 100% de aquellas personas que están de acuerdo con el establecimiento del club.

Segmentando este grupo con una participación del mercado del 50%, debido a las estrategias de marketing utilizadas, aumentando la participación de mercado de este servicio en un 5% anual. Llegando a tener una captación de mercado de un 70% en el 2017.

La demanda de alquiler de canchas está basada en la investigación de campo que se realizó, con la población urbana del cantón Daule calculando el 37,66% del PEA entre 15 a 65 años, el 34% de la clase media, y, relacionando este resultado con el 65% de la población del cantón que practica este deporte con la capacidad de acaparar el 35% de esta parte del mercado e ir incrementando en un 5%, según la capacidad del club.

La demanda de alquiler de Salón de eventos se la realiza mediante la comparación directa con los competidores en el segmento de mercados dedicados al alquiler de salón de eventos, dando como promedio semanal a realizarse tres eventos, es decir mensualmente se realizaran 12 eventos.

La demanda final establecida toma en cuenta la clase media que prevalece en el cantón, y el PEA de la población datos obtenidos por el INEC, por lo que el cuadro anterior muestra la capacidad de personas a satisfacer por el club Daulis en su primer año, incrementando su participación de mercado cada año segmentado por cada servicio ofrecido y las estrategias de marketing y publicidad establecidas.

4.3. Inversión

La inversión se suele referir a la aplicación de recursos financieros líquidos para obtener activos que se espera contribuyan al logro de los objetivos de la empresa en el futuro”.

Cuadro Inversión Inicial	
Obra física	\$ 481,224.24
Muebles de oficina	4,630.00
Maquinas y equipo	25,087.20
Equipo de oficina	317.40
Equipo de computo	2,167.34
Total Activos Fijos	513,426.18
Capital de Trabajo	14,250.63
Total Inversión Inicial	\$ 527,676.81

Tabla 2. Inversión Inicial

Cabe indicar que no se invertirá en terreno debido a que se tendrá una socia estrategica que presentara sus predios para la construcción de este club.

En lo que respecta a Capital de Trabajo, pues este será de \$14250,63.

4.4. Estructura de financiamiento

En todo proyecto de inversión es imprescindible la aportación de los socios. En el caso del club, se financiará la inversión inicial con 60% de aportación, y teniendo una inversionista principal quien es la Sra. Lena Aguirre, la cual ha aportado con a este proyecto su terreno de 1.2hectarias valorado en \$ 348000. En la siguiente tabla se define como se repartirá entre ellos este porcentaje.

Total de la Inversión	\$ 527676,81
40% Préstamo Bancario	\$ 211070,72
60% Aportación de los socios	\$ 316606,09

Aportación de los Inversionistas		
Accionistas	%	Total
Daisy Aguirre Vincas	33,33%	\$105.524,81
Antony Alay Acevedo	33,34%	105.556,47
Stephanie Simisterra Delgado	33,33%	105.524,81
total	100,00%	\$316.606,09

Tabla 3. Aportación de los Inversionistas

Préstamo Bancario

Se realizará un préstamo al Banco de Fomento por el valor de 335704,51 que representa el 40% del total de la inversión, dicho préstamo será otorgado por el Banco de Fomento a una tasa del 14% anual por el transcurso de 5 años.

4.5. Flujo de caja

Permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de la vida útil del proyecto, para evaluar nuestro proyecto se utilizó el flujo de caja del accionista.

Para el cálculo de los indicadores financieros como es la tasa mínima atractiva de retorno necesitamos conocer la rentabilidad del accionista la cual se calculó por el modelo de fijación de precios de activos de capital (CAPM) y esto nos dio una TMR del 24,68% mientras que para el cálculo de la tasa interna de retorno se tomaron los valores estimados del flujo total obteniendo una TIR del 57,27% y un valor actual neto de \$ 666, 033,86.

Con los resultados mencionados, siendo la tasa interna de retorno mayor que la tasa mínima atractiva de retorno y además con un valor actual neto mayor a 1 nos permite concluir que el proyecto es económicamente viable.

4.6. Payback

Es el periodo de tiempo o número de años que necesita una inversión para que el valor actualizado de los flujos netos de Caja, iguale al capital invertido.

Se concluye que para este flujo se podrá recuperar la inversión se podrá recuperar en 4 años y 114 días, además se proyecta ganar diariamente \$1035,50

4.7. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad revela el efecto que tiene las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables relevantes. Visualiza que variables tienen mayor efecto en el resultado frente a distintos grados de error en su estimación permite decidir acerca de la necesidad de realizar estudios más profundos de estas variables, para mejorar las estimaciones y reducir el grado de riesgo por error.

Se puede notar que a medida que se disminuya ya sea el precio o la cuota mensual que los socios deben cancelar, el Van también le sucede lo mismo, por lo que se concluye que es muy sensible a este tipo de variación, aunque su disminución no está baja, debido a la alta demanda que se ha proyectado obtener mediante los medios publicitarios acertados para llegar al mercado meta y así poder mantener o

aumentar el van, ya que este es el valor por el cual la empresa fuere vendida si se lo hiciera el día de hoy.

5. Conclusiones

•En la realización del proyecto se pudo llegar por medio de los estudios realizados a las siguientes conclusiones:

•El proyecto en primera instancia fue planificado o concebido para desarrollar varios tipos de deportes, gracias a los resultados de la investigación se incluyó el básquet, fútbol, tenis y Volley, por lo tanto será multideportivo, se espera que tenga una buena acogida.

•Dado los resultados en el análisis técnico se concluyó que es más rentable y conveniente operar de martes a domingo con descansos los lunes, esto ayudará a maximizar los beneficios y a optimizar los días de mantenimiento, para poder brindar un excelente servicio y que sea del agrado para el consumidor final.

•La localización por puntos arrojó que el Sector norte del Cantón Daule contiene las variables más fuertes y necesarias para el correcto funcionamiento de todas las instalaciones del club recreacional. Por lo tanto se concluye que el mismo estará ubicado en este sector, para conveniencia de los habitantes y turistas.

•Al inicio del proyecto el producto estaba dirigido a toda la población y demás turistas y visitantes. Una vez aplicado el método de encuestas y segmentado correctamente el mercado, se concluyó que para llegar al cliente final se establecieron dos tipos de socios Normales y Golden Diferenciándolos en los costos y beneficios para ambos.

•El método de máximo déficit acumulado, estimó un capital de trabajo encima de los \$10000, valor que se justifica por el tipo de negocio, ya que el costo de la puesta en marcha los sueldos y demás materiales son mayores que los ingresos en los primeros ciclos del negocio.

•El flujo de caja del inversionista, concluyó que el proyecto es rentable sin embargo con el análisis de sensibilidad nos damos cuenta de que a mayor rentabilidad mayor riesgo. En el mismo análisis se pueden observar que todas las variables incluidas en el análisis de sensibilidad modifican el rendimiento pero esto no deja de hacerlo atractivo para los inversionistas.

•La empresa va a invertir en publicidad para expandir el negocio, basándose en el criterio de porcentaje de ventas, el cual se justifica; ya que incrementando las ventas se puede obtener cada día más publicidad para nuestros productos.

•Finalmente con la aplicación de análisis financieros como los Ratios, se comprueba que el negocio es rentable, y atractivo para los inversionistas.

6. Agradecimientos

Un especial agradecimiento a Dios, por ser nuestro guía y fortaleza; a nuestros padres, quienes con su gran esfuerzo y comprensión nos han ayudado en la realización de este proyecto; a nuestros hermanos, por su compañía y apoyo cuando mas se lo han necesitado y a todas aquellas personas que con su esfuerzo han aportado para la realización de este trabajo de graduación.

7. Referencias

- [1] www.inec.gob.ec
- [2] www.daule.gob.ec
- [3] www.finance.yahoo.com
- [4] KOTLER, Philip y Keller, Kevin “Dirección de Marketing”. Duodécima edición. Pearson Educación, México, 2006.
- [5] MALHOTRA, Naresh K. “Investigación de mercados”, un enfoque aplicado. Quinta edición. Pearson Educación, México 2008.
- [6] SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. “Preparación y evaluación de proyectos”. Quinta edición. Mc Graw Hill Interamericana, Chile 2008.
- [7] BACA URBINA, Gabriel. “Evaluación de Proyectos”. Cuarta edición. Mc Graw Hill, México 2001.
- [8] JEAN -JACQUES LAMBIN, “Marketing Estratégico”. Tercera Edición. Mc Graw Hill, Mexico 2001
- [9] ROSS, WESTERFIELD, JAFFE, “Finanzas Corporativas”. Octava Edición. Mc Graw Hill, México 2009