

# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

## *Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas*



TESIS DE GRADO



“Proyecto de elaboración  
de un Plan de Mercadeo y Valoración Financiera del Complejo  
Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas para  
incrementar la participación y compromiso de sus afiliados”

**Propuesta de Proyecto de Grado presentada al Consejo Directivo**

Previa a la obtención del Título de:

**ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL,  
ESPECIALIZACIÓN FINANZAS**

**INGENIERA COMERCIAL Y EMPRESARIAL, ESPECIALIZACIÓN  
MARKETING Y COMERCIO EXTERIOR**

Presentada por:  
Lady Cecibel Lema Segovia  
Adriana Patricia Angel Albán

**Guayaquil - Ecuador**  
Año 2006

## **A G R A D E C I M I E N T O**

A Dios, al personal docente y administrativo de la ESPOL por la gestión realizada para el buen desarrollo de la Facultad I.C.H.E., a la Msc. María Elena Romero, a los señores miembros del Tribunal, al Colegio de Abogados, Arquitectos y personal administrativo a cargo de la creación del Complejo Deportivo por la información que nos otorgaron, compañeros y a todas las personas que nos brindaron su ayuda para la realización de este proyecto.

## DEDICATORIA

A Dios por ser quien me creó y permitió llegar a este momento de inspiración; a un ser maravilloso, mi mamá, por su inmenso amor y apoyo incondicional; a mi hermana por ser mi estrella, el ejemplo que siempre me ha guiado por el buen camino; a mi ángel de la guardia que desde el cielo me observa, mi papá, aunque no este junto a mi físicamente se que este logro lo haría muy feliz; a dos personas muy especiales que supieron ganar mi entera confianza y cariño, Wendy y Christian; a todas mis amistades que siempre estuvieron junto a mi dándome fuerzas cuando sentí derrumbarme. A todos ustedes mil gracias por ser parte de mi vida y por soportar muchas veces mi ausencia.

Lady Cecibel Lema Segovia

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiarme y ser mi fortaleza, a Angelita Albán mi madre, líder, y amiga, a mi papá mi inspiración, a mi hermana por quien debo de esforzarme cada vez más y darle el mejor de los ejemplos, a mis maestros quienes me compartieron sus conocimientos y experiencia , a mis amigas : Wendy , Carolina, Ma. Fernanda, Ximena, Lourdes, Lady, Laura, Michelle, Melisa, a Andrés Valcárcel mi novio y amigo, al gremio de Abogados de la Provincia del Guayas.

Adriana Patricia Angel Albán

## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

---

Ing. Oscar Mendoza

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL  
DE GRADUACIÓN

---

Msc. María Elena Romero

DIRECTORA DEL PROYECTO

---

Msc. Mariela Méndez

VOCAL PRINCIPAL

---

Msc. Ernesto Rangel

VOCAL PRINCIPAL

---

Econ. Washington Macias

VOCAL ALTERNO

---

Ing. María Elena Murrieta

VOCAL ALTERNO

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”

---

Lady Lema Segovia

---

Adriana Angel Albán

# ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	I
DEDICATORIA.....	II
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	IV
DECLARACIÓN EXPRESA .....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS .....	XVII
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO I. ANÁLISIS SECTORIAL .....</b>	<b>20</b>
<b>1.1 ROL DEL COLEGIO DE ABOGADOS EN LA SOCIEDAD CIVIL.....</b>	<b>20</b>
<b>1.2 COMPOSICIÓN DEL COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3 OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS SOCIOS .....</b>	<b>22</b>
<b>1.4 INTEGRACIÓN DEL DIRECTORIO DEL COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS .....</b>	<b>23</b>
<b>1.5 NECESIDAD DE UN COMPLEJO DEPORTIVO PARA EL C.A.G.....</b>	<b>23</b>

1.6	<i>EVOLUCIÓN DEL PROYECTO DE CONSTRUCCIÓN DEL COMPLEJO DEPORTIVO DEL C.A.G.</i> .....	24
1.7	<i>ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN</i> .....	25
<b>CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....		<b>28</b>
2.1	<i>MACRO AMBIENTE</i> .....	28
2.1.1	ENTORNO ECONÓMICO.....	28
2.1.2	ENTORNO POLÍTICO - LEGAL .....	33
2.2	<i>MICROAMBIENTE</i> .....	34
2.2.1	ANÁLISIS DE LOS AFILIADOS DEL COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS .....	34
2.3	<i>DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A BRINDAR</i> .....	42
2.4	<i>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</i> .....	44
2.4.1	OBJETIVOS.....	44
2.4.1.1	OBJETIVO GENERAL.....	44
2.4.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	44
2.4.2	LOCALIZACIÓN .....	44
2.4.2.1	MACRO LOCALIZACIÓN .....	44
2.4.2.2	MICRO LOCALIZACIÓN .....	44
2.5	<i>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</i> .....	45
2.5.1	PRUEBA PILOTO .....	46
2.5.2	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	46
2.5.3	SEGMENTACIÓN .....	50
2.6.4	ANÁLISIS ESTADÍSTICO DESCRIPTIVO .....	56
2.6.5	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	93
<b>CAPÍTULO III. PLAN DE MARKETING</b> .....		<b>96</b>
3.1	<i>PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</i> .....	96
3.1.1	MISIÓN .....	97
3.1.2	VISIÓN .....	97
3.1.3	PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE MARKETING .....	97
3.1.3.1	OBJETIVO GENERAL.....	98
3.1.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	98
3.2	<i>ANÁLISIS DE LAS MATRICES</i> .....	98
3.2.1	ANÁLISIS DE LA MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP.....	99



3.2.2	MATRIZ DE CRECIMIENTO INTENSIVO DE PRODUCTOS Y MERCADO.....	101
3.2.3	MATRIZ GENERAL ELECTRIC.....	102
3.2.4	SITUACIÓN COMPETITVA: CINCO FUERZAS DE PORTER.....	103
3.3	<i>ANÀLISIS FODA</i> .....	105
3.4	<i>DEFINICIÓN DEL MERCADO</i> .....	108
3.4.1	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	108
3.4.1.1	MACROSEGMENTACIÓN.....	108
3.4.1.2	MICROSEGMENTACIÓN.....	109
3.4.2	DEMANDA POTENCIAL.....	110
3.4.2.1	DEMANDA POTENCIAL ABSOLUTA.....	110
3.4.2.2	DEMANDA POTENCIAL ACTUAL.....	110
3.4.3	TAMAÑO DEL MERCADO.....	110
3.5	<i>MARKETING MIX</i> .....	111
3.6	<i>PLAN OPERATIVO</i> .....	113
3.6.1	<i>MARKETING DIRECTO</i> .....	113
3.6.2	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	116
3.6.2.1	PUBLICIDAD.....	116
3.6.2.2	MERCHANDISING.....	118
3.6.2.3	MERCADEO DIRECTO.....	119
3.6.2.4	RELACIONES PÚBLICAS.....	121
3.6.2.5	PROMOCIONES.....	122
<b>CAPITULO IV. ESTUDIO TECNICO.....</b>		<b>126</b>
4.1	<i>DEFINICIÓN DEL PERSONAL Y LA MANO DE OBRA CALIFICADA</i> .....	126
4.2	<i>TAMAÑO DE LA INSTALACIÓN, CAPACIDAD Y DISEÑO ARQUITECTÓNICO</i> .....	130
<b>CAPÍTULO V. ORGANIZACIÓN Y OPERACIONES.....</b>		<b>138</b>
5.1	<i>ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS</i> .....	138
5.2	<i>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</i> .....	138
5.3	<i>MARCO LEGAL DEL COMPLEJO</i> .....	140
<b>CAPÍTULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO.....</b>		<b>141</b>
6.1	<i>DETERMINACIÓN DE INGRESOS</i> .....	141

<b>6.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS</b> .....	145
6.2.1 INVERSIÓN INICIAL .....	145
6.2.2 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	152
6.2.3 GASTOS .....	153
6.2.5 GASTOS DE PUBLICIDAD .....	159
<b>6.3 FLUJO DE CAJA</b> .....	160
<b>6.4 ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO</b> .....	162
6.4.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO.....	162
6.4.2 DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO .....	163
<b>6.5 ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO</b> .....	164
<b>6.6 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b> .....	164
<b>6.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b> .....	165
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>167</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>169</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>172</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	PRINCIPALES ÍNDICES .....	28
TABLA 2.	ÍNDICE DE PRECIO AL CONSUMIDOR .....	30
TABLA 3.	SEXO .....	56
TABLA 4.	EDAD .....	58
TABLA 5.	ESTADO CIVIL .....	58
TABLA 6.	¿CONOCE USTED DEL PROYECTO? .....	60
TABLA 7.	¿POR QUE VISITARÍA EL COMPLEJO DEL C.A.G.? .....	61
TABLA 8.	DEPORTES QUE PRACTICARÍA.....	62
TABLA 9.	PISCINA GRANDE .....	63
TABLA 10.	PISCINA NIÑOS .....	64
TABLA 11.	CANCHA MÚLTIPLE .....	65
TABLA 12.	FÚTBOL CÉSPED .....	65
TABLA 13.	HIDROMASAJES .....	67
TABLA 14.	SAUNA .....	68
TABLA 15.	JUEGOS INFANTILES .....	69
TABLA 16.	CASA CLUB .....	71
TABLA 17.	BAR .....	72
TABLA 18.	RESTAURANTE .....	73
TABLA 19.	¿TIENE USTED HIJOS? .....	74
TABLA 20.	¿CUÁNTOS HIJOS TIENE? .....	75
TABLA 21.	HIJOS MENORES DE SIETE AÑOS .....	76

TABLA 22.	¿CUÁNTOS HIJOS MENORES DE SIETE AÑOS? .....	77
TABLA 23.	HIJOS MAYORES DE SIETE AÑOS.....	78
TABLA 24.	¿CUÁNTOS HIJOS MAYORES DE SIETE AÑOS?.....	79
TABLA 25.	FRECUENCIA: UNA VEZ AL MES.....	80
TABLA 26.	FRECUENCIA: DOS VECES AL MES.....	81
TABLA 27.	FRECUENCIA: TRES VECES AL MES.....	82
TABLA 28.	FRECUENCIA: TODOS LOS FINES DE SEMANA .....	83
TABLA 29.	FRECUENCIA: OTROS .....	84
TABLA 30.	¿TIENE USTED TRANSPORTE PROPIO? .....	85
TABLA 31.	TRANSPORTE: HORA DE SALIDA.....	86
TABLA 32.	TRANSPORTE: HORA DE LLEGADA.....	87
TABLA 33.	LUGAR DE SALIDA Y LLEGADA.....	88
TABLA 34.	CUOTAS SOCIALES .....	89
TABLA 35.	PAGINA WEB .....	90
TABLA 36.	CONOCE LEY .....	90
TABLA 37.	PREGUNTA 1 Y PREGUNTA 4 .....	91
TABLA 38.	PREGUNTA 1 Y PREGUNTA 5.....	92
TABLA 39.	TABLA DE VALORACIÓN .....	102
TABLA 40.	MICROSEGMENTO.....	109
TABLA 41.	CAPACIDAD DIARIA DEL COMPLEJO .....	135
TABLA 42.	SOCIOS ACTIVOS.....	143
TABLA 43.	INGRESOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO.....	144
TABLA 44.	RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA .....	144
TABLA 45.	INVERSIÓN INICIAL.....	145
TABLA 46.	INVERSIÓN CONSTRUCCIÓN .....	146
TABLA 47.	COSTOS INDIRECTOS .....	147
TABLA 48.	BALANCE DE MAQUINARIAS.....	148
TABLA 49.	MOBILIARIO .....	150
TABLA 50.	MATERIALES E IMPLEMENTOS.....	151
TABLA 51.	TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA .....	153
TABLA 52.	GASTOS CURSO VACACIONAL.....	154
TABLA 53.	CONSUMO DE AGUA.....	154
TABLA 54.	CONSUMO DE LUZ.....	154
TABLA 55.	GASTOS DE OFICINA .....	155
TABLA 56.	GASTOS DE UNIFORMES.....	155
TABLA 57.	MATERIALES PARA MANTENIMIENTO .....	156
TABLA 58.	BALANCE DE PERSONAL.....	157

TABLA 59.	CALENDARIO DE REINVERSIONES.....	158
TABLA 60.	BALANCE DE PERSONAL ADMINISTRATIVO .....	159
TABLA 61. ....	FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA .....	161
TABLA 62.	FLUJO DE CAJA LIBRE.....	162
TABLA 63.	PERIODO DE RECUPERACIÓN FCA.....	164
TABLA 64.	PERIODO DE RECUPERACIÓN FCF .....	165
TABLA 65	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	166

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.	SEXO ABOGADOS AFILIADOS C.A.G	26
GRÁFICO 2.	ESTADO CIVIL ABOGADOS AFILIADOS C.A.G	26
GRÁFICO 3.	OCUPACIÓN ABOGADOS AFILIADOS C.A.G	27
GRÁFICO 4.	EDADES ABOGADOS AFILIADOS C.A.G	27
GRÁFICO 5.	SEXO	56
GRÁFICO 6.	EDAD	57
GRÁFICO 7.	ESTADO CIVIL	59
GRÁFICO 8.	¿CONOCE USTED DEL PROYECTO?	59
GRÁFICO 9.	¿POR QUÉ VISITARÍA EL COMPLEJO DEL C.A.G.?	60
GRÁFICO 10.	DEPORTES QUE PRACTICARÍA	61
GRÁFICO 11.	PISCINA GRANDE	62
GRÁFICO 12.	PISCINA NIÑOS	63
GRÁFICO 13.	CANCHA MÚLTIPLE	64
GRÁFICO 14.	FÚTBOL CÉSPED	66
GRÁFICO 15.	HIDROMASAJES	67
GRÁFICO 16.	SAUNA	68
GRÁFICO 17.	JUEGOS INFANTILES	69
GRÁFICO 18.	CASA CLUB	70
GRÁFICO 19.	BAR	71
GRÁFICO 20.	RESTAURANTE	72
GRÁFICO 21.	¿TIENE USTED HIJOS?	73
GRÁFICO 22.	¿CUÁNTOS HIJOS TIENE?	74
GRÁFICO 23.	HIJOS MENORES DE SIETE AÑOS	75
GRÁFICO 24.	¿CUÁNTOS HIJOS MENORES DE SIETE AÑOS?	76
GRÁFICO 25.	HIJOS MAYORES DE SIETE AÑOS	77
GRÁFICO 26.	¿CUÁNTOS HIJOS MAYORES DE SIETE AÑOS?	78

GRÁFICO 27.	FRECUENCIA: UNA VEZ AL MES	79
GRÁFICO 28.	FRECUENCIA: DOS VECES AL MES	80
GRÁFICO 29.	FRECUENCIA: TRES VECES AL MES	81
GRÁFICO 30.	FRECUENCIA: TODOS LOS FINES DE SEMANA	82
GRÁFICO 31.	FRECUENCIA: OTROS	83
GRÁFICO 32.	¿TIENE USTED TRANSPORTE PROPIO?	84
GRÁFICO 33.	TRANSPORTE: HORA DE SALIDA	85
GRÁFICO 34.	TRANSPORTE: HORA DE LLEGADA	86
GRÁFICO 35.	LUGAR DE SALIDA Y LLEGADA	87
GRÁFICO 36.	CUOTAS SOCIALES	89

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	PRODUCTO INTERNO BRUTO	29
FIGURA 2.	INFLACIÓN	30
FIGURA 3.	TASAS DE INTERÉS ACTIVA	32
FIGURA 4.	TASA DE INTERÉS PASIVA	32
FIGURA 5.	RIESGO PAÍS (EMBI ECUADOR)	33
FIGURA 6.	CASA CLUB	39
FIGURA 7.	SEGMENTACIÓN	50
FIGURA 8.	MATRIZ BCG	99
FIGURA 9.	MATRIZ DE CRECIMIENTO.	101
FIGURA 10.	MATRIZ 3X3	103
FIGURA 11.	FUERZAS DE PORTER	104
FIGURA 12.	LOGO DEL COMPLEJO DEPORTIVO DEL C.A.G.	117
FIGURA 13.	ORGANIGRAMA	139



## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.	UNIFORMES TRABAJADORES .....	174
ANEXO 2.	ADHESIVOS .....	175
ANEXO 3.	JARROS.....	176
ANEXO 4.	FRESBEE .....	176
ANEXO 5.	BOLSO CILINDRICO .....	177
ANEXO 6.	CANGUROS.....	177
ANEXO 7.	FOSFORERAS .....	178
ANEXO 8.	PORTATODO.....	178
ANEXO 9.	PLUMAS.....	179
ANEXO 10.	LLAVEROS.....	179
ANEXO 11.	CAMISETAS KIDS (CLUB VACACIONAL) .....	180
ANEXO 12.	CARNET SOCIOS.....	182
ANEXO 13.	DIPTICO (EXTERIOR) .....	183
ANEXO 14.	DIPTICO (INTERIOR).....	184
ANEXO 15.	ESPECTIVA PISCINAS Y CABAÑAS BARBACOAS .....	185
ANEXO 16.	PERSPECTIVA CABANAS BARBACOAS .....	186
ANEXO 17.	CASA CLUB: PLANTA BAJA .....	187
ANEXO 18.	CASA CLUB: PLANTA ALTA .....	188
ANEXO 19.	CASA CLUB: FACHADA PRINCIPAL .....	189
ANEXO 20.	AREA ACTUAL DEL COMPLEJO DEPORTIVO .....	190
ANEXO 21.	FRECUENCIA DE VISITAS AL COMPLEJO .....	191

ANEXO 22.	ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS SOCIOS EN EL COMPLEJO .....	191
ANEXO 23.	NÚMERO DE PERSONAS QUE FRECUENTAN PISCINA GRANDE EN UN DÍA .....	191
ANEXO 24.	NÚMERO DE PERSONAS QUE FRECUENTAN PISCINA NIÑOS EN UN DÍA.....	192
ANEXO 25.	MATERIAL PUBLICITARIO .....	193

## **INTRODUCCIÓN**

La creación del Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas surge en el cumplimiento de una de las propuestas de campaña 2003 de la Dra. Angelita Albán Llanos de realizar el campeonato de fútbol del Colegio de Abogados por primera vez en sus propias instalaciones, es decir un lugar donde los socios podrían disfrutar de momentos sanos de esparcimiento junto a familiares y amigos. El proyecto de elaboración de un plan de mercadeo y valoración financiera del Complejo Deportivo busca incrementar la participación y compromiso de sus afiliados con su colegio a través de una imagen renovada de la institución, esta se obtendrá con una administración efectiva mediante estrategias que se verán ayudadas por el plan de mercadeo.

En el primer capítulo se explica claramente la evolución del proyecto de construcción del Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas (C.A.G.); debido a la necesidad de un lugar donde realizar los campeonatos de fútbol y distraerse junto a familiares y amigos. Se describe el rol de la institución en la sociedad civil, quienes lo conforman, como se compone la directiva, su periodo de duración y el análisis de su población.

En el segundo capítulo se analiza el ambiente y el entorno del proyecto, cuales serían los factores que influirían en este. Se define el servicio, se determina la muestra poblacional para de ahí partir hacia la investigación de mercados y su respectivo análisis.

En el tercer capítulo se procede a realizar el plan de marketing, ofrecer las soluciones o estrategias a los problemas que se definieron en la investigación de mercado. Se analizan las matrices principales del marketing, el análisis FODA.

En el cuarto capítulo se define el personal, el cuál será necesario e indispensable para ofrecer un adecuado servicio. Además se detalla la infraestructura de la construcción.

En el quinto capítulo se define el aspecto legal y administrativo, la estructura organizacional.

En el sexto y último capítulo todo lo concerniente al análisis financiero, parte esencial para la evaluación del proyecto, y la viabilidad de éste. Por último nuestras conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I. ANÁLISIS SECTORIAL**

### **1.1 ROL DEL COLEGIO DE ABOGADOS EN LA SOCIEDAD CIVIL**

En los Estatutos del Colegio de Abogados del Guayas con la reformas aprobadas por la Asamblea General Extraordinaria de Abogados del Guayas, celebrada a los treinta días del mes de Junio de mil novecientos noventa y ocho. Establece en el TÍTULO I , Disposiciones fundamentales Art. 1 El Colegio de Abogados del Guayas fundado el 8 de Marzo de 1950, con personería jurídica desde el 13 de Marzo de 1950, mediante Acuerdo Ministerial No. 183 tiene las siguientes finalidades:

- a) Las determinadas en la Ley de Federación de Abogados del Guayas del Ecuador, oponiéndose a todo acto que interfiera con la independencia y autonomía de la Función Judicial.
- b) Representar a los abogados de la Provincia del Guayas, ante los organismos públicos y privados: Internacionales, nacionales y seccionales;

- c) Ejercer la defensa de la profesión del abogado y exaltar el valor social de su ejercicio.
- d) Coadyuvar a una correcta administración de Justicia.
- e) Impulsar el estudio de las ciencias sociales en general y de las ciencias jurídicas en particular, así como el de los problemas relacionados con estas áreas, tanto nacionales como internacionales; y proponer soluciones a los mismos, sugiriendo reformas legales que se adapten a la realidad presente y de acuerdo al progreso tecnológico y científico de la sociedad;
- f) Estimular todo movimiento cívico que se promueva a favor de una conciencia nacional Ecuatoriana, en donde se incorpore la reivindicación de derechos territoriales históricos e inalienables; y,
- g) Realizar las actividades de carácter social y corporativo que fueren convenientes.

## **1.2 COMPOSICIÓN DEL COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS**

En los Estatutos del Colegio de Abogados del Guayas con las reformas aprobadas por la Asamblea General Extraordinaria de Abogados del Guayas, celebrada a los treinta días del mes de Junio de mil novecientos noventa y ocho. Establece en el TÍTULO II, Composición Art. 3 El Colegio de Abogados del Guayas, está constituido por los Abogados que han obtenido u obtuvieren su afiliación a él, conforme a la Ley y a este Estatuto.

Cada inscripción de matrícula será suscrita por el Presidente y Secretario. El número de registro de inscripción de cada matrícula será único, personal, intransferible e intransmisible, por tanto, no podrá ser utilizado sino solamente por el Abogado a quien originalmente se le haya sido asignado.

Después de verificada la inscripción en la forma prescrita en la Ley de Federación Nacional de Abogados del Ecuador y previa comprobación del pago, extendida por el Tesorero, se entregará al afiliado la correspondiente credencial.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, el Colegio podrá designar socios honorarios y correspondiente a las personas que reúnan los requisitos determinados por el Reglamento; pero tal designación no implicará por si misma, que se les confieren los derechos ò se les imponen las obligaciones determinadas en la Ley, en este Estatuto y en el Reglamento para los Abogados afiliados.

### **1.3 OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS SOCIOS**

En los Estatutos del Colegio de Abogados del Guayas con las reformas aprobadas por la Asamblea General Extraordinaria de Abogados del Guayas, celebrada a los treinta días del mes de Junio de mil novecientos noventa y ocho.

En su Art. 4 Son Obligaciones y derechos de los socios:

- a) Pagar cumplidamente sus cuotas sociales.
- b) Elegir y ser elegido por los cargos y dignidades del Colegio de Abogados, de conformidad con la Ley de Federación de Abogados y este Estatuto.
- c) Asistir obligatoriamente a los actos convocados por el Colegio de Abogados.
- d) Cumplir las funciones y comisiones que le encomendare la Asamblea General, el Directorio, el Tribunal de Honor y Club de Abogados.

- e) Acatar las resoluciones que, de conformidad con la Ley, el Estatuto, y los Reglamento, dictaren la Asamblea General, el Directorio, el Tribunal de Honor y Club de Abogados; y
- f) Los demás determinados en la Ley, en el presente Estatuto y en los reglamentos.

En el Artículo 5 se detalla acerca de la suspensión de los derechos de los Abogados, en el inciso c) se dispone “Cuando incurran en mora injustificada del pago de SEIS MESES de las contribuciones contempladas en este Estatuto”, inciso que no se pone en práctica en la realidad.

#### **1.4 INTEGRACIÓN DEL DIRECTORIO DEL COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS**

En los Estatutos del Colegio de Abogados del Guayas con las reformas aprobadas por la Asamblea General Extraordinaria de Abogados del Guayas, celebrada a los treinta días del mes de Junio de mil novecientos noventa y ocho. En el CAPÍTULO II: Del Directorio Art. 9 El Directorio es el órgano Ejecutor de los acuerdos y resoluciones adoptadas por el Colegio de Abogados del Guayas.

Art. 10 El directorio del Colegio de Abogados del Guayas se integra de QUINCE MIEMBROS PRINCIPALES con sus respectivos Suplentes, elegidos por el periodo de DOS AÑOS en la forma determinada por la ley, el presente Estatuto y los reglamentos.

#### **1.5 NECESIDAD DE UN COMPLEJO DEPORTIVO PARA EL C.A.G.**



La necesidad de un Complejo Deportivo para los socios de la institución surge cuando el segmento de Abogados deportistas necesita un lugar para practicar deportes los fines de semana, siendo el gremio de futbolistas los que hacían más presión para realizar el Campeonato anual de fútbol. No contando el C.A.G. con el mismo, se realizó 33 campeonatos de la institución en canchas alquiladas del Complejo Deportivo Filanbanco; de tal manera que con el pasar de los años el tener un Complejo propio se convirtió en un sueño para el gremio.

Durante el periodo del Ab. Ricardo Vanegas, el Colegio de Abogados adquiere tres hectáreas de terreno ubicadas en el kilómetro 11,5 vía a Salitre y se construye una cancha de fútbol con césped y graderías. Cancha a la que concurrirían los fines de semana solo los Abogados futbolistas, sin sus familias, generando en el ámbito familiar malestar por la falta de integración en las actividades.

Necesitando la institución de un complejo recreacional donde puedan asistir y compartir junto a su familia y colegas un fin de semana en su propio Complejo Deportivo, la directiva del Colegio de Abogados durante la presidencia de la Dra. Angelita Albán durante el periodo 2003 – 2005 inicia las gestiones para la construcción y adecuación del mismo.

## **1.6 EVOLUCIÓN DEL PROYECTO DE CONSTRUCCIÓN DEL COMPLEJO DEPORTIVO DEL C.A.G.**

La coordinación de la administración del Colegio de Abogados a cargo de la Dra. Angelita Alban y la Constructora La Cúspide da lugar a la puesta en marcha del proyecto.

**Periodo 2003 – 2005:**

- Puente de ingreso sobre el canal: Por gestiones del Colegio se logro la donación de cuatro tubos de cemento de 120 pulgadas a un costo de más de USD\$5.000.
- Estudio del terreno.
- Relleno y compactación del terrero.
- Adecuación y ampliación de la primera cancha de fútbol con césped.
- Construcción de la cancha múltiple.
- Separación entre cancha de fútbol #1 y cancha múltiple con bancos de cemento decorados con Ficus.

**Periodo 2005 – 2007:**

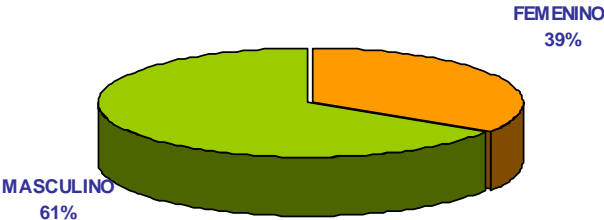
- Construcción de la segunda cancha de fútbol con césped.
- Construcción sección Piscinas.
- Construcción Barbacoas.
- Construcción Casa Club

**1.7 ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN**

El Colegio de Abogados del Guayas posee 12.483 abogados afiliados a la institución según el corte al primer semestre del 2006, con una tasa de crecimiento anual del 0.38%, porcentaje conformado por los estudiantes egresados anualmente de la carrera de Derecho que se afilian a la institución.

A continuación se detalla gráficamente los porcentajes de Abogados afiliados de sexo masculino y femenino.

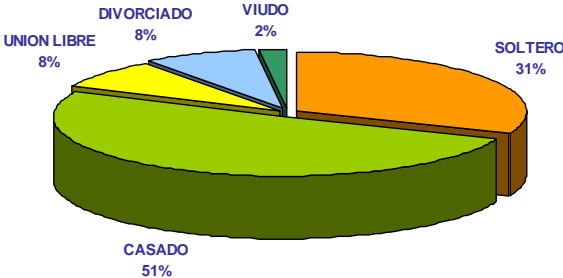
**Gráfico 1. SEXO ABOGADOS AFILIADOS C.A.G**



Fuente: Base de datos de los afiliados al C.A.G.  
Elaborado por las autoras

A continuación se detalla el gráficamente porcentaje del estado civil de los afiliados.

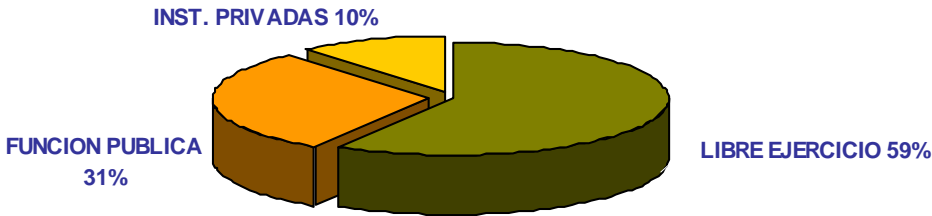
**Gráfico 2. ESTADO CIVIL ABOGADOS AFILIADOS C.A.G**



Fuente: Base de datos de los afiliados al C.A.G.  
Elaborado por las autoras

A continuación se detalla gráficamente las áreas laborales de los abogados afiliados al C.A.G.

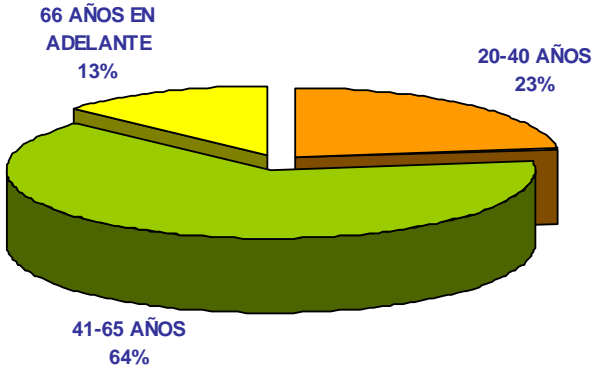
**Gráfico 3. OCUPACIÓN ABOGADOS AFILIADOS C.A.G**



Fuente: Base de datos de los afiliados al C.A.G.  
Elaborado por las autoras

A continuación se detalla rango de edades de los afiliados al Colegio de Abogados del Guayas.

**Gráfico 4. EDADES ABOGADOS AFILIADOS C.A.G**



Fuente: Base de datos de los afiliados al C.A.G.  
Elaborado por las autoras

## CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1 MACRO AMBIENTE

El Colegio de Abogados del Guayas y sus afiliados operan en un macroentorno de fuerzas y tendencias que moldean oportunidades y presentan riesgos. Analizar el macro ambiente consiste en el estudio del entorno económico, legal y político que pudieran afectar el proyecto.

#### 2.1.1 ENTORNO ECONÓMICO.

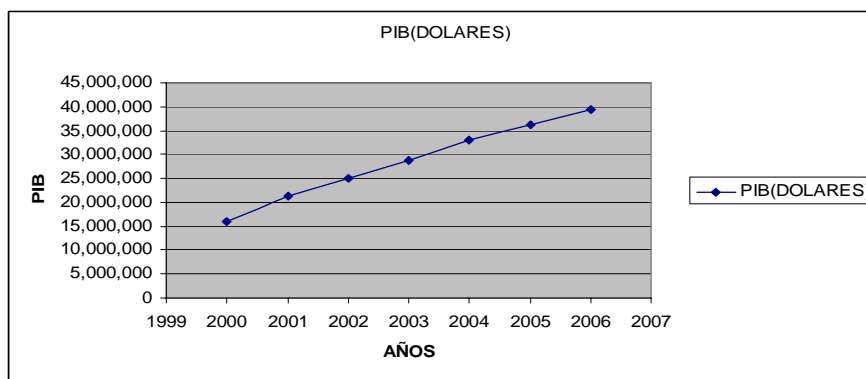
Las principales medidas que determinan el desarrollo económico son:

**Tabla 1. PRINCIPALES ÍNDICES**

	2003	2004	2005	2006
<b>PIB</b>	28,690,872	32,964,177	36,243,850	39,455,072
<b>TASA DE VARIACIÓN ANUAL PIB</b>	3.63	7.65	3.93	
<b>PIB PER CAPITA</b>	2.234 USD	2.530 USD	2.743 USD	
<b>IPC</b>	184.3	188.9	102.35	105.65
<b>INFLACIÓN</b>	7.08	2.75	2.12	3.11
<b>SALARIO UNIFICADO</b>	121.91	135.63	150	160
<b>TASA ACTIVA</b>	12.16	10.24	8.73	8.71
<b>TASA PASIVA</b>	5.2	3.99	3.83	4.3

Fuente: Banco Central del Ecuador

**Figura 1. PRODUCTO INTERNO BRUTO**



Fuente: Banco Central del Ecuador

## VARIACIÓN PIB

La variación del PIB, es el aumento de la cantidad de bienes y servicios finales producidos en el país, durante un período determinado. El crecimiento económico se mide a través del incremento porcentual que registra el Producto Interno Bruto, medido a precios constantes de un año base, generalmente en el transcurso de un año. También se define como un incremento del PIB real Per cápita, es decir, el incremento del producto por habitante.

En los últimos años se ha visto que el PIB ha ido aumentando y es así que en el 2005 creció en 3.93% (PIB = 36,243.850) Fuente BCE. Estos indicadores dan un panorama positivo al comportamiento global de la economía, ya que la tendencia del PIB es creciente si se analiza los años anteriores.

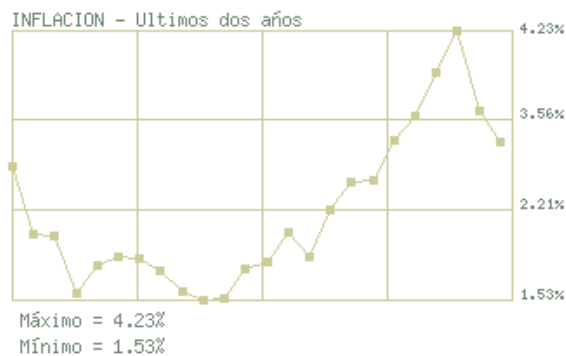
**Tabla 2. ÍNDICE DE PRECIO AL CONSUMIDOR**

Meses	En.	Feb.	Mzo.	Abril	Mayo	Jun.	Jul.	Agst.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
Años												
2004	98.77	99.24	99.58	100.41	100.27	100.28	99.83	99.93	100.19	100.26	100.40	100.32
2005	100.46	100.72	100.96	101.62	101.87	101.96	102.20	102.42	103.08	103.90	104.22	104.69
2006	105.2	106.1										

Fuente: Boletín Banco Central del Ecuador

El índice de precios al consumidor es un indicador que determina el nivel medio de los precios, la medición se la realiza mediante el costo de adquisición de una cesta estándar de bienes y servicios en diferentes momentos.

**Figura 2. INFLACIÓN**



Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

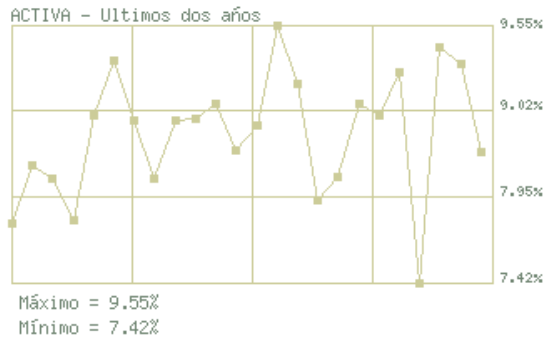
Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento. Como se puede observar a partir de la dolarización en 2000, la inflación decreció hasta el punto que los precios estén relativamente iguales que en el exterior, por esta razón en el 2004 se dio una inflación de 2.75%. Pero al culminar el 2005, la inflación disminuyó hasta llegar al 2.12%, lo cuál crearía un factor de estabilidad para el país.

## **SALARIOS**

El salario base es una remuneración referencial, es decir que ninguna empresa puede pagar menos de ese valor. El salario base es de \$160 y este es utilizado tanto en el sector público como privado.



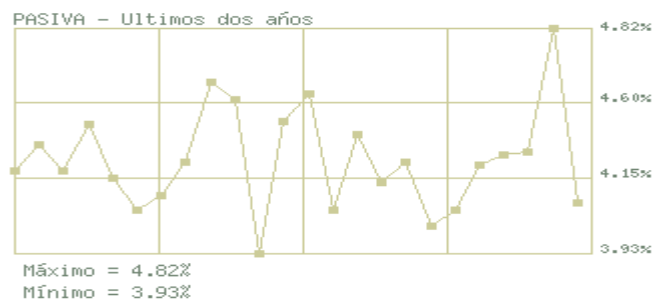
**Figura 3. TASAS DE INTERÉS ACTIVA**



Fuente: Banco Central del Ecuador

La tasa activa es la tasa que cobran los bancos por otorgar un crédito. Estas tasas durante estos 2 últimos años presentan un crecimiento y decrecimiento continuo debido a la inestabilidad del país. Esta tasa disminuirá o aumentará dependiendo directamente del riesgo país, riesgo del mercado y de los plazos de todas las inversiones que tengan los depositantes en los bancos, por lo que si observamos el riesgo país ha disminuido por lo que las tasas también según el gráfico tiende a disminuir.

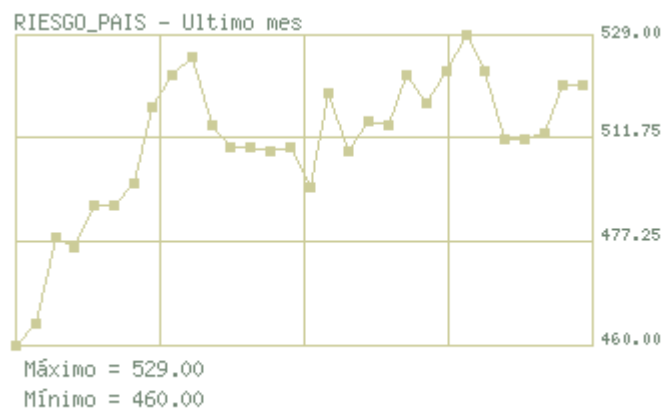
**Figura 4. TASA DE INTERÉS PASIVA**



Fuente: Banco Central del Ecuador

La tasa pasiva, es el costo financiero para conseguir dinero de los bancos. Estas tasas antes de la dolarización eran tan altas debido a la inflación y al riesgo país, pero con el paso de los años han ido disminuyendo y disminuirá hasta que llegue a igualar las tasas internacionales. Tasa activa hasta Junio del 2006 es de 8,51% y Tasa pasiva hasta Junio del 2006 es de 4,13%.

**Figura 5. RIESGO PAÍS (EMBI Ecuador)**



Fuente: Cifras Económicas del Banco Central del Ecuador

El EMBI se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos. El riesgo país al 17 de Agosto del 2006 es 477 puntos.

### 2.1.2 ENTORNO POLÍTICO - LEGAL

El Ecuador es un país agitado políticamente, con 17 partidos oficiales. La dinámica entre estos partidos ha causado que la política nacional ecuatoriana

sea muy inestable. Con interpretaciones de la Constitución y reformas de leyes constantes, el Ecuador en los últimos nueve años ha presenciado la juramentación de nueve presidentes, cambios de gobierno que incluyen remodelación del gabinete de gobierno y dignidades que traen como consecuencia alto costo en las estrategias económicas.

Nuestras sociedades están atadas a la lectura que hacen las empresas calificadoras de riesgo. El mismo que da una referencia que se corre al invertir en el país en función de la deuda externa que este tiene. El impacto de un riesgo país alto no es solo económico, también afecta al ambiente social y político.

La estabilidad política es considerada entre los factores que influyen en la calificación riesgo país, factor que agudiza la inestabilidad económica. La falta de consenso pone en riesgo la firma de acuerdos Internacionales de trascendencia para el país.

## **2.2 MICROAMBIENTE**

### **2.2.1 ANÁLISIS DE LOS AFILIADOS DEL COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS**

Los socios del Colegio de Abogados del Guayas en un 64% se encuentran entre las edades de 41 hasta 65 años, quienes junto a sus hijos y esposa serán los futuros usuarios de las instalaciones del Complejo. A corte del primer semestre del presente año son 890 socios los que han cancelado la cuota social del año 2006 y se cuenta con 12,483 socios inscritos, lo que nos demuestra que la mayor parte de socios no están al día en sus pagos. Con la realización del

proyecto de elaboración de un plan de marketing y valoración financiera del Complejo Deportivo del C.A.G. se desea recuperar un 80% de la cartera vencida de aproximadamente dos millones cien mil dólares mediante estrategias brindadas en el plan de marketing de este proyecto, tomando en cuenta la política del directorio del Colegio de Abogados a partir del año quinto en adelante se condona la deuda a los afiliados.

Los socios activos por cumplir su obligación para con la institución tienen derecho a recibir los seminarios y demás beneficios brindados por el C.A.G. Mientras que el porcentaje restante, es decir, los socios pasivos que no se encuentran al día en sus pagos no disfrutan de dichos beneficios.

## **ANTECEDENTES**

El Colegio de Abogados del Guayas considerado como el gremio más numeroso del país, en sus 53 años de vida ha tenido siempre la aspiración de parte de sus afiliados de contar con un Complejo Deportivo a la altura de su autoestima, al que puedan acudir con sus familiares y amigos a disfrutar de horas de esparcimiento en un ambiente natural, apartado del estridente ruido de las máquinas y de quienes a su manera viven o desarrollan su vida en la densa urbe.

Los abogados deportistas venían solicitando a las diversas directivas del Colegio se realicen las gestiones conducentes a este logro, habiéndose hecho varios intentos, los cuales se vieron frustrados. La directiva del Ab. Vanegas logró la adquisición de tres hectáreas de terreno ubicadas en el kilómetro 11 ½ de la vía a Salitre, desprendiéndose de bienes como la sede ubicada en las calles Ximena y Junín y el terreno del cantón Durán.

Fue lo anteriormente expuesto y la vocación de servicio de la Dra. Angelita Albán porque se propuso esta candidatura y la llevo a promocionarse como la primera mujer en la historia del Colegio de Abogados del Guayas para presidente del gremio, buscando la oportunidad para cambiar la imagen de este, pues por muchos años se encontraba al margen del desarrollo institucional.

El Colegio de Abogados del Guayas cuenta al corte del primer semestre del presente año con 12.483 socios afiliados, la cuota social al colegio es de US \$54,00 anuales es decir \$4,50 mensuales, valor que puede ser cancelado por sus afiliados en ventanilla del C.A.G., obteniendo un 10% de descuento o por medio de uno de los cuatro recaudadores de la institución, en este último caso del monto pagado por el afiliado el 10% es comisión del cobrador, por lo que el valor final a recaudar es de US \$48,60 anuales, del cual el 50% de la cuota por disposición de la Directiva de la institución es asignado para administración del Complejo.

Es en el pago de esta cuota social que se presentaba un problema al momento de recaudar dicha cantidad, el número de socios activo en aquel entonces era el 14%, lo que reflejaba el descontento generalizado y la falta de interés de sus asociados por las malas administraciones anteriores que no habían cumplido con las expectativas de los abogados de la provincia. Lo que se refleja en los balances financieros de la institución como cuentas por cobrar de parte de socios, que pasan a ser considerados no activos con la institución.

Considerándose requisito para sufragar el estar al día en sus pagos, con eslogan “Por un compromiso mutuo y un prestigio compartido”, se constituyó el 3 de febrero del 2003 mediante elección democrática la Dra. Angelita Albán

como presidente del gremio. Para el 2005, la reactivación de los afiliados no activos fue notable, lo que se logró a través de los servicios y beneficios que ofreciere durante la administración anterior.

El cumplimiento de una de las propuestas de campaña 2003: Realizar el Campeonato de fútbol del Colegio de Abogados por primera vez en sus propias instalaciones. La construcción de la segunda cancha con césped en el Complejo de la institución y la infraestructura necesaria para que los abogados y sus familias puedan disfrutar de momentos sanos de esparcimiento fue de vital importancia a la hora de la reelección de la Dra. Angelita Alban.

Para lo que fue necesario rellenar y compactar más de dos hectáreas y media de terreno, la construcción de una glorieta, la adecuación del bar, una mesa de billar, un vestidor y cinco duchas, así también se adecuó la cancha de fútbol y se construyó una segunda, pudiendo en estas canchas desarrollarse, por primera vez el campeonato de fútbol de la institución en sus propias instalaciones, y de esta manera el Colegio de Abogados no tuvo un egreso de \$400 dólares semanales de costo de alquiler de canchas al complejo de Filanbanco.

Lo que hizo que el número de abogados al día en sus pagos se incrementase considerablemente a 26% de afiliados al día en sus pagos. El eslogan para la candidatura 2005-2007 es: "El trabajo continua...por un compromiso mutuo y un prestigio compartido". El 1 de febrero del 2005 fue reelegida por el gremio, como propuesta y objetivo de campaña complementar a la obra la construcción de la Casa Club y el conjunto de piscinas.

El 18 de junio del 2005 el directorio del Colegio de Abogados del Guayas, autorizo a su presidenta , Doctora Angelita Alban Llanos, el inicio de las obras en un área aproximada de cinco hectáreas de las quince que posee la institución en el kilómetro 11 ½ de la vía a Salitre. Que previamente han sido rellenadas, compactadas y niveladas para el proyecto.

Así iniciándose en su gestión la construcción de Complejo deportivo recreacional, cuya inversión total excede el millón de dólares, con la dirección del Arq. Vicente Muñoz Alvarado de la Inmobiliaria La Cúspide, proyecto que se encuentra en la etapa de ejecución:

- 1 Casa club que comprende: Bar, sauna, local para eventos
- 3 Piscinas: General, Niños y Semi olímpica
- 2 Hidromasajes
- 7 Cabañas – Barbacoas
- 2 Canchas múltiples
- 2 Canchas de fútbol de césped

Con el objetivo de dotar de un Complejo Deportivo más amplio fue necesaria la adquisición de un terreno contiguo al que ya contaba el Colegio de Abogados. En agosto 28 del 2003 se publicó el segundo señalamiento de aviso de remate de un terreno de 5,94 hectáreas. Una vez analizada la conveniencia sobre la adquisición de este lote de terreno tanto por su precio, ubicación, extensión, se procedió a presentar la oferta de US\$ 65.000, cancelando el 10% en efectivo, esto es US\$ 6.500, y el saldo de la oferta, que asciende a la suma de US\$ 58.500, se canceló una vez dictado el auto de adjudicación y la diferencia, esto es, los US\$ 50,000 en pagos mensuales a 24 meses.

Para un óptimo funcionamiento y desarrollo del Complejo que la institución pone al servicio de sus asociados quienes serán los únicos beneficiados de contar con un lugar donde recreacionarse con compañeros del gremio y familia. Surge la necesidad del desarrollo de un plan de marketing y valoración financiera, para su promoción con el objetivo de incrementar la participación y compromiso de sus afiliados a través de una diligente administración e incremento de la credibilidad institucional.

**Figura 6. Casa Club**



Proyección aérea Casa Club.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Desarrollar un plan de mercadeo para la promoción del Complejo del C.A.G. con el propósito de incrementar la participación y compromiso de sus afiliados con su colegio a través de una imagen renovada de la institución y la valoración



económica del proyecto del Complejo Deportivo de la institución creado para brindar un mejor servicio a sus afiliados.

## **ESPECÍFICOS**

1.-Realizar un estudio de mercado considerando que los afiliados entre 20 y 55 años de edad serán quienes visitarán el Complejo. Estudio que considera relevante los abogados establecidos en la ciudad de Guayaquil, por cuanto el número de abogados de las demás ciudades y cantones de la provincia no representan un porcentaje significativo para nuestro estudio.

2.-Recuperar económicamente y socialmente la cartera vencida en un 80% por cuanto los afiliados entre la edad de 20 a 60 años deben este porcentaje.

3.-Elaborar un plan de marketing para promocionar el Complejo del Colegio de Abogados del Guayas para incrementar la participación de sus afiliados en un 70%.

4.-Proporcionar al Colegio de Abogados del Guayas una estructura financiera para la administración del mismo dada la valoración del Complejo.

5.-Actualizar el 80% de la Base de Batos del C.A.G.

## **JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Dada las situaciones planteadas anteriormente como causas, el desarrollo de un plan de mercadeo y la valoración financiera del complejo deportivo del Colegio de Abogados del Guayas lo que busca es recopilar, crear y analizar en forma

sistemática un conjunto de antecedentes económicos a través de los costos que se han incurrido hasta la fecha y los que se proyectan para el futuro y finalización del mismo, que permitan juzgar de manera cualitativa y cuantitativa las ventajas y desventajas de asignar recursos.

El proyecto surgió como respuesta a una necesidad del gremio de crear una imagen y a su vez el compromiso de los abogados con el colegio del cual se sientan orgullosos de pertenecer. Para lo que es necesario una adecuada comunicación de lo que se está llevando a cabo, es por esta razón que nace la idea del plan de mercadeo que permitirá a la administración vender el proyecto, la imagen y lograr como objetivo social y final el contento de todos los abogados socios de la institución mediante estrategias de marketing y financieras. Considerando un target importante a los abogados deportistas, que son quienes crearán básicamente el Marketing Boca a Boca, porque son quienes concurren los fines de semana al complejo, visualizando los avances del Complejo.

Capaces de entregar resultados en la construcción del flujo de fondos del proyecto se pensó en una valoración financiera del complejo, dado que al final de su elaboración podremos dar a conocer en cuanto realmente está valorado todo el proyecto dada la inversión realizada y a realizarse; poder brindar a la institución: Una administración efectiva para el mismo en cuanto se ponga en marcha y el mecanismo para recuperar la inversión mediante estrategias que se verán ayudadas por el plan de mercadeo.

Con el estudio técnico se determina los requerimientos de equipos para las instalaciones para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Posible de cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y

asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación, así como decidir los costos de mantenimiento y reacción, así como la reposición de los equipos.

El estudio de mercado de abogados afiliados y potenciales para la determinación del mercado, considerándose de vital importancia para definir la cuantía de la demanda e ingresos de operación, como los costos e inversión implícitos para llegar a recomendar estrategias de promoción y publicitarias. Su inversión en los mismos y como afectará al calendario de desembolsos del proyecto.

### **2.3 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A BRINDAR**

La creación del Complejo Deportivo para los socios del Colegio de Abogados del Guayas busca como objetivo la participación y compromiso de sus afiliados por lo que la administración se esforzará por ofrecer un excelente servicio que detallamos a continuación:

**Oficina:** En la puerta de ingreso al complejo se contará con dos ventanillas con personal capacitado para la atención de los usuarios dotados con un computador y base de datos actualizada, en la cual se verificará el saldo pendiente de los afiliados con la institución. Los socios al día en sus pagos podrán ingresar al complejo mientras que los socios con pagos pendientes tendrán la opción de cancelar este valor y disfrutar de las instalaciones del complejo.

**Sección Canchas deportivas:** Donde se realizarán las actividades deportivas, instalaciones que contarán con una glorieta, baños, duchas, bar.

Sección cancha de fútbol césped #1: 100.20 x 62.90 mts.

Sección cancha de fútbol césped #2: 105.00 x 68.10 mts.

Cancha múltiple indor – fútbol: 34 x 22 mts.

Cancha múltiple de tenis y volley: 24 x 13 mts.

Entre la cancha de fútbol # 1 y las canchas múltiples, bancas de cemento con forma curvilínea decorativas con azulejos de colores y en el centro ficus brindarán sombra a los espectadores de ambas canchas.

**Sección Piscinas:** Las piscinas ubicadas en un área 1500m<sup>2</sup>, contarán con iluminación en los bordes interiores de las mismas

Una piscina general con capacidad de 220 personas

Una piscina de niños con capacidad de 25 niños

Una piscina semi olímpica con capacidad de 100 personas.

**Dos hidromasajes:** Con capacidad para 6 personas cada uno.

**Cabañas Barbacoas bajo techo:** Contará con 7 barbacoas amplias con capacidad de 30 personas.

**Casa club:** Contará con vestidores, duchas, casilleros damas y caballeros, sauna, bar y salón de eventos, el cual podrán usar los socios para celebrar acontecimientos siempre y cuando se reserve con anticipación.

En el exterior del complejo, de lado este, frente a la entrada esta el parqueadero.

## **2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

### **2.4.1 OBJETIVOS**

#### **2.4.1.1 OBJETIVO GENERAL**

- ❖ Conocer a profundidad el perfil y preferencias de los Abogados afiliados al C.A.G., que laboran en la ciudad de Guayaquil.

#### **2.4.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ❖ Determinar el nivel de conocimiento por parte los afiliados de la construcción del Complejo del C.A.G.
- ❖ Determinar el perfil, comportamiento y preferencia de los abogados socios del C.A.G.
- ❖ Determinar la frecuencia de visita del Complejo Deportivo.

### **2.4.2 LOCALIZACIÓN**

#### **2.4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN**

El Complejo Deportivo y Recreacional del C.A.G. esta al servicio de los abogados afiliados al Colegio de Abogados del Guayas.

#### **2.4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN**

Se investigará al segmento de Abogados que laboran en la ciudad de Guayaquil, si bien es cierto el Complejo Deportivo del C.A.G. esta al servicio de

los abogados de la provincia del Guayas, en su gran mayoría, los abogados afiliados a la institución trabajan en la ciudad de Guayaquil, y el número de afiliados que laboran en el perímetro urbano no es un dato representativo para nuestro estudio, a lo que hay que adicionar el factor económico y tiempo que representaría para ellos viajar desde su domicilio a la ciudad de Guayaquil un fin de semana para visitar las instalaciones.

## **2.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para iniciar el estudio de mercado, primero determinaremos la metodología a utilizar para obtener la información que necesitamos para nuestro análisis. Recurriremos a dos tipos de investigaciones: La investigación exploratoria e investigación descriptiva.

Dado que no existen estadísticas, o investigaciones de mercado realizadas anteriormente, y la base de datos con la que cuenta la institución fue puesta en marcha a partir de Junio del 2005, no contiene datos actualizados referente a direcciones, teléfonos y demás datos de los afiliados; se inicia la investigación exploratoria con el objetivo de recopilar mayor cantidad de información acerca de los afiliados, para lo que es necesario realizar entrevistas personalizadas a líderes del gremio y socios para conocer más de cerca al gremio.

Este tipo de investigación será muy útil para conocer al mercado de abogados basados en opiniones de líderes y personajes del gremio con más de 20 años en el ejercicio de la profesión, sentará las bases para determinar el tipo de información que se necesitará recopilar en la siguiente etapa de investigación y nos dará una idea clara del panorama.

Con la investigación descriptiva reuniremos información relacionada con el perfil, preferencia de los afiliados y factores que intervienen para el pago de las cuotas sociales.

La investigación descriptiva se la realizará en las distintas dependencias ya sean públicas o privadas durante horas laborables, para así obtener un mejor resultado de la muestra.

### **2.5.1 PRUEBA PILOTO**

Para los dos tipos de encuestas a realizarse a nuestras dos unidades muestrales se realizó pruebas piloto para determinar la efectividad de las preguntas y realizar mejoras si fuese necesario.

Realizamos 20 pruebas piloto, variando entre las edades y el sexo de los encuestados para abarcar diferentes puntos de vista.

Estas pruebas piloto nos ayudaron a confirmar la efectividad de las encuestas y así obtuvimos nuestras encuestas finales para los afiliados.

### **2.5.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA**

La investigación exploratoria se realizará a través del método Delphi (entrevista a expertos) para conocer mas de cerca al gremio.

Realizamos una encuesta con preguntas directas. Se detalla a continuación:

## ENTREVISTA

De su experiencia como líder gremial o profesional del derecho

1) A su criterio, ¿Qué sugerencia daría? Para que el gremio tenga:

-Participación y Compromiso más activo con el C.A.G.

-Un espíritu de pertenencia a la institución

2) ¿Por qué se debe el desinterés de los Abogados con su Colegio?

3) ¿Cómo define usted el perfil de los Abogados afiliados al C.A.G.?

4) ¿Cómo incentivaría a los miembros a participar del Complejo Deportivo del C.A.G.?

5) ¿Cuál consideraría el medio más eficaz para la difusión del Complejo del C.A.G entre sus afiliados?

6) ¿Qué haría usted como miembro del Colegio de Abogados para que la institución tenga una mejor representatividad?

La opinión de líderes del gremio es considerada de vital importancia para el conocimiento del gremio, quienes mejor que aquellos que lideran el gremio, por lo que se considero entrevistar a:

Dr. Vicente Taiano Álvarez

Diputado Provincia del Guayas 2002- 2006, PRIAN

Con mas de 27 años de ejercicio de la profesión.

Dr. Angel Rubio Game

Presidente de Judiciales del Guayas (Actualmente en su tercer periodo)

Elegido aproximadamente por 360 de 500 votos

Con mas de 26 años de ejercicio de la profesión.



Dra. Angelita Alban

Presidente Fremuje 2000-2005,

Presidente Colegio de Abogados del Guayas (Actualmente en su segundo periodo)

Dr. Jorge Fantoni Camba

Dos veces Presidente del Colegio de Abogados del Guayas

Dos veces Presidente de la Federación Nacional de Abogados

Ex Presidente del Club de Abogados.

Con mas de 38 años de ejercicio de la profesión.

Ab. Martha Contreras

Miembro de la Comisión Académica del C.A.G

Con mas de 27 años de ejercicio de la profesión.

De las entrevistas con los líderes, pudimos sacar una serie de puntos importantes respecto al gremio, los cuales nos ayudarán a formar una idea mas clara de los afiliados al Colegio de Abogados del Guayas: Cuáles han sido los avances realizados, afinidad de los afiliados con la institución, etc. Entre la información más relevante recogida en esta etapa de investigación, pudimos investigar algunos aspectos importantes:

## **Conclusiones**

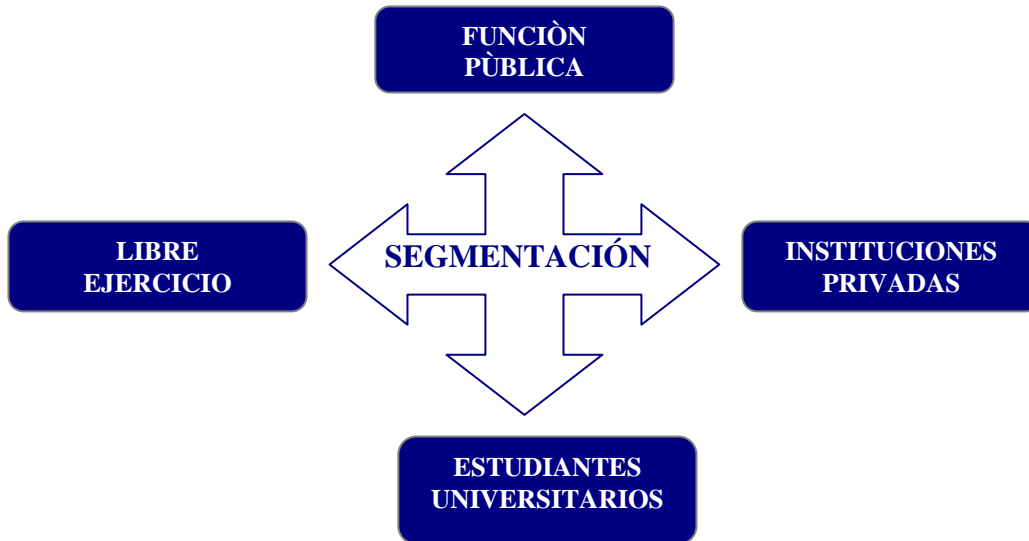
- ❖ El profesional del derecho incumple en su mayoría con sus obligaciones con el Colegio de Abogados al no vincularse ni siquiera con el pago de las cuotas sociales.

- ❖ La Situación Económica desempeña un papel de gran importancia debido a que es una de las razones para el incumplimiento de los pagos.
- ❖ Existen abogados colaboradores y entusiastas con deseos de servicio, mientras que otro grupo no se interesan, pero sin embargo se benefician de las diferentes actividades realizadas por parte de la administración.
- ❖ Referente a como incentivar a participar se dice que realizando actividades que unan al gremio y la familia.
- ❖ Respecto al medio más eficaz de difusión del mensaje, se recomendó una fuerte comunicación, con una mayor publicidad de la gran obra realizada, para lo que se requiere una difusión del mensaje entre los afiliados, por lo que se recomienda el uso de casilleros judiciales para los abogados de libre ejercicio.
- ❖ El Colegio podría tener una mayor representatividad a través de la mayor participación por parte del gremio.

Adicionalmente se realizó un estudio exploratorio al segmento de estudiantes de las universidades que ofrecen la carrera de Derecho en la localidad. Se entrevistó a los Presidentes de la Asociación de estudiantes elegidos por votación popular con el objetivo de conocer cuales son sus perspectivas e inquietudes acerca del C.A.G, al cual se afiliarán; como conclusiones los estudiantes no consideran problemática la afiliación, lo que se pudo apreciar fue un claro desconocimiento de la institución y una curiosidad por parte de ellos acerca de los beneficios que les brinda la misma.

### 2.5.3 SEGMENTACIÓN

Figura 7. Segmentación



Elaborado por las autoras

Se procedió a segmentar basados en la ocupaciones de los potenciales y actuales afiliados del Colegio de Abogados del Guayas. El primer segmento los que se consideran como potenciales socios futuros, es decir, los estudiantes de las diferentes universidades que brindan la carrera de derecho y como siguientes segmentos los actuales afiliados que se encuentran laborando en diferentes campos como se menciono anteriormente: la función judicial ocupa al 31% de los abogados afiliados, el 10% las instituciones privadas, mientras que el 59% se dedica al libre ejercicio.

## **2.6 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

### **2.6.1 PLAN DE MUESTREO**

El procedimiento de muestreo que se aplicará al estudio es el Muestro Aleatorio Simple debido a que las probabilidades de selección de los elementos son todas iguales y constantes durante el proceso de selección.

### **2.6.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Para el diseño de una muestra se deben de considerar tres decisiones: el tamaño de la muestra (a cuántos encuestar), la unidad de la muestra (a quién encuestar) y el procedimiento que seguirá la muestra (cómo elegir al encuestado).

### **2.6.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

De acuerdo a la información obtenida del Colegio de Abogados del Guayas, la población considerada para la evaluación del proyecto fue de 4,977 socios que corresponde al número de afiliados que en el transcurso de los últimos cinco años se ha mantenido pagando las cuotas sociales

Para el estudio de mercado se ha tomado en cuenta la siguiente fórmula que corresponde a población finita.

Datos:

$$n = \frac{N * (\bar{p} * \bar{q})}{\frac{e^2}{4} * N - 1 + (\bar{p} * \bar{q})}$$

Siendo:

N= Tamaño de la Muestra

p= Probabilidad de que las personas acudan al complejo

q= Probabilidad de que las personas no acudan al complejo

e= Margen de error.

P= 0.5

q= 0.5

e= 0.05

$$n = \frac{4977 * (0.5 * 0.5)}{\frac{0.05^2}{4} * 4976 + (0.5 * 0.5)} = 370$$

Para determinar el número de encuestas se trabajo con margen de error de 0.05 un p y q de 0.5 para obtener mayor varianza.

La unidad de muestra para la encuesta será de acuerdo a la segmentación ocupacional de los abogados porcentaje de sexo y edades descritos en los gráficos 2, 3 y 4.

El total de encuestas que se realizaron en el Colegio de Abogados del Guayas fueron 370.

## **TRABAJO DE CAMPO**

Identificamos los lugares más visitados por los abogados para la realización de trámites legales. Las encuestas se realizaron durante horas laborables. Y se encuestó cada persona por separado para no tener influencias. La mayoría de los encuestados tuvieron buena predisposición al responder las preguntas.

Al comenzar la encuesta se le pregunta al encuestado su nombre, edad y se anota el género, y se deberá anotar la fecha en que fue realizada la encuesta. Seguidamente se pregunta sobre el conocimiento del proyecto de Complejo del Colegio de Abogados y se muestra un folleto ilustrativo para darles la idea de como sería el complejo terminado.



### ENCUESTA

Esta es una encuesta diseñada para determinar la demanda y el uso de las instalaciones del Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas. Le agradecemos enormemente su colaboración y unos pocos minutos de su tiempo para llenar esta encuesta. Por favor llene las preguntas según corresponda:

Por Observación:

1. Sexo:

1. Masculino

2. Femenino

2. Edad:

1. 20-24

2. 25-34

3. 35-44

4. 45-54

5. 55 en adelante

Por Interrogatorio:

3. Estado Civil:

1. Soltero

2. Casado

3. Unión Libre

4. Divorciado

5. Viudo(a)

4. ¿Conoce usted del Proyecto del Complejo Deportivo del Colegio de Abogados de Guayas?

1. Si

2. No

5. ¿Por qué visitaría el complejo del C.A.G.?

1. Practicar Deportes

2. Convivencia familiar

3. Convivencia con amigos

4. ¿Otro? Especifique \_\_\_\_\_

6. ¿Cuáles son los deportes que Ud. practicaría con mayor frecuencia?

1. Fútbol

2. Básquet

3. Volley

4. Natación

5. Tenis

6. Indor

7. De las siguientes instalaciones mencione con que frecuencia utilizaría:

	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Piscina Grande (Adultos)	_____	_____	_____	_____	_____
Piscinas para niños	_____	_____	_____	_____	_____
Cancha múltiple	_____	_____	_____	_____	_____
Cancha fútbol de Césped	_____	_____	_____	_____	_____
Hidromasajes	_____	_____	_____	_____	_____
Sauna	_____	_____	_____	_____	_____
Juegos Infantiles	_____	_____	_____	_____	_____
Casa Club (Salón de Eventos)	_____	_____	_____	_____	_____
Bar	_____	_____	_____	_____	_____
Restaurante	_____	_____	_____	_____	_____

8. ¿Tiene Ud. hijos? 1. Si  2. No

Si respuesta es afirmativa, favor contestar preguntar # 9,10 y 11, caso contrario siga a la pregunta #12

9. ¿Cuántos hijos tiene? \_\_\_\_\_

10. ¿Cuántos hijos menores a siete años de edad?

11. ¿Cuántos hijos mayores a siete años de edad?

12. ¿Con qué frecuencia iría al complejo deportivo del C.A.G.?

	Solo sábados	Solo Domingos	Sábados y Domingos
Una vez al mes	_____	_____	_____
Dos veces por mes	_____	_____	_____
Tres veces por mes	_____	_____	_____
Todos los fines de semana	_____	_____	_____
13. Otro	_____		

14. ¿Tiene Ud. transporte propio? 1. Si  2.No

Si su respuesta es 'no', favor proceder a pregunta # 15, caso contrario continuar preguntar # 17.

15. Si se ofreciera servicio de transporte de buses, cuál es el más conveniente para Ud?

Hora Salida: 1. 10h00  2. 11h00   
Hora de Regreso: 1. 17h00  2. 18h00

16. Lugar de Salida y de Llegada:

1. Corte (9 de Octubre y Quito)  2. Centro Cívico (Sur)  3. Term. Terrestre (Norte)

Sugerencia: \_\_\_\_\_

Cuotas Sociales

17. ¿Cómo es para Ud. más factible pagar las cuotas sociales?

1. Banco  2. Agente Cobrador  3. Ventanilla C.A.G.  4. Descuento en rol de pago

18. Si se ofreciera el servicio por pagina Web [www.C.A.G..com](http://www.C.A.G..com) para ver cuotas pendientes de pago e imprimir recibo para pagar en Banco. ¿Ud. Lo utilizaría?

1. Si  2.No

19. Tiene Usted conocimiento del reglamento que se presenta en los estatutos del Colegio de Abogados del Guayas en el que consta que si un abogado no esta al día en los pagos de las cuotas sociales por seis meses será suspendido en sus labores?

1. Si  2.No

20. ¿Cuál de los siguientes logos preferiría Usted par el Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas? (Encierre en un círculo)



Fecha.....,2006

Ficha de Identificación

Nombre:..... # Registro:.....  
Teléfonos: Oficina..... Casa..... Celular.....  
Dirección lugar de Trabajo.....  
Dirección domicilio.....



## TABULACIÓN DE RESULTADOS

Para la tabulación de los resultados de las encuestas utilizamos el programa SPSS, el cual es un programa orientado para la realización de análisis estadísticos aplicados a las ciencias sociales.

### 2.6.4 ANÁLISIS ESTADÍSTICO DESCRIPTIVO

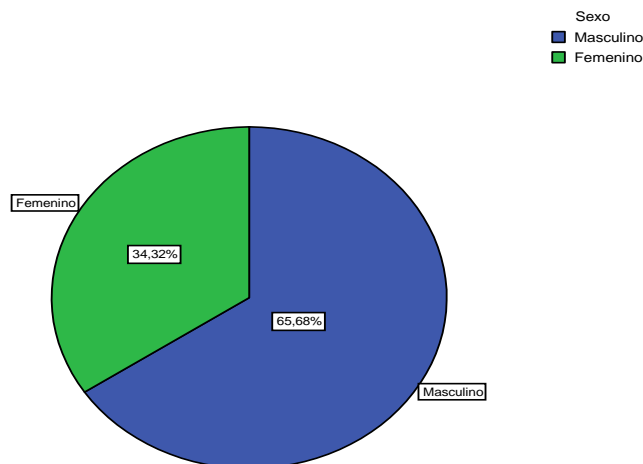
Para analizar la demanda de los servicios que ofrecerá el Complejo de Abogados en la ciudad de Guayaquil se ha procedido a realizar 370 encuestas en el segmento objetivo de nuestro proyecto y se ha obtenido los siguientes resultados:

**Tabla 3. Sexo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Masculino	243	65,7	65,7	65,7
	Femenino	127	34,3	34,3	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

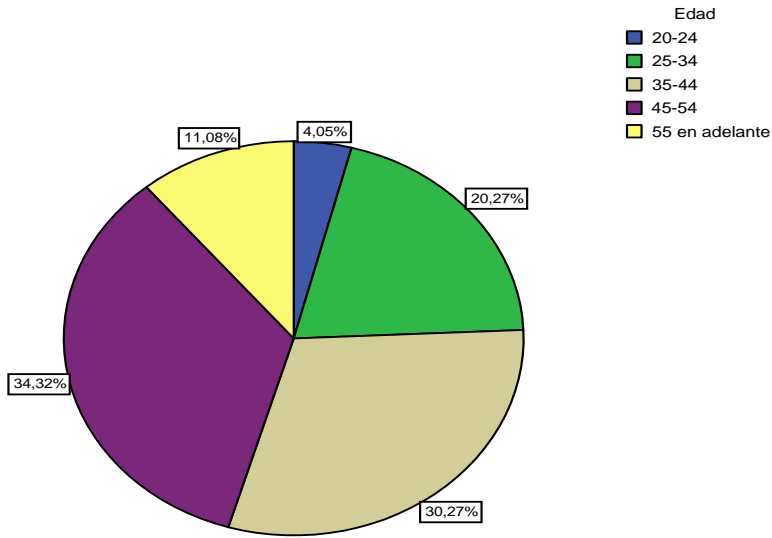
Elaborado por las autoras

**Gráfico 5. Sexo**



Estas encuestas fueron realizadas a los afiliados del Colegio de Abogados del Guayas considerando que el 30% de los afiliados trabajan en la función pública, el 11% en la función privada y el 59% restante corresponden al libre ejercicio. Con el objetivo de tener una muestra representativa se encuestaron a 243 personas que son 65.7% correspondientes al sexo masculino, 127 personas que son 34.3% correspondientes al sexo femenino.

**Gráfico 6. Edad**



**Tabla 4. Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	20-24	15	4,1	4,1	4,1
	25-34	75	20,3	20,3	24,3
	35-44	112	30,3	30,3	54,6
	45-54	127	34,3	34,3	88,9
	55 en adelante	41	11,1	11,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

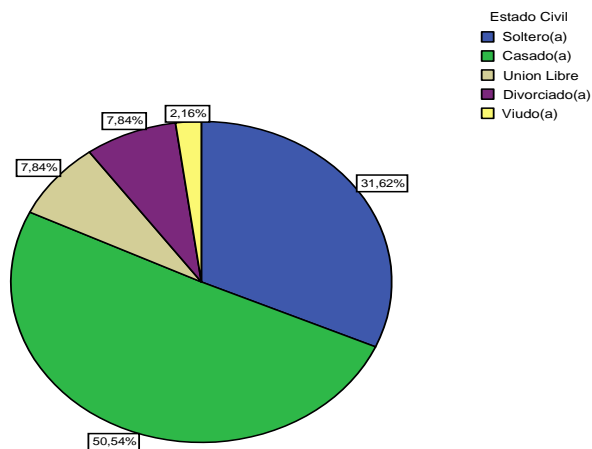
El rango que se estableció en las encuestas fue de 20 años en adelante ya que se considera que desde esa edad, cualquier graduado como abogado puede ser registrado en el Colegio de Abogados del Guayas. Resultado de esto, 127 personas de 45 a 54 años de edad son miembros del colegio en un porcentaje del 34.3%. Luego se puede observar en la tabla 112 personas de 35 a 44 años de edad pertenecientes a un 30.3%, 75 personas de 25 a 34 años de edad con un 20.3%, de 55 años en adelante 41 personas que corresponden a un 11.1% y por último el segmento joven de 20 a 24 años con tan solo 15 personas correspondientes a 4.1%. De lo cual se puede apreciar que el 54.75% corresponde a la población entre 20 a 44 años.

**Tabla 5. Estado Civil**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Soltero(a)	117	31,6	31,6	31,6
	Casado(a)	187	50,5	50,5	82,2
	Unión Libre	29	7,8	7,8	90,0
	Divorciado(a)	29	7,8	7,8	97,8
	Viudo(a)	8	2,2	2,2	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

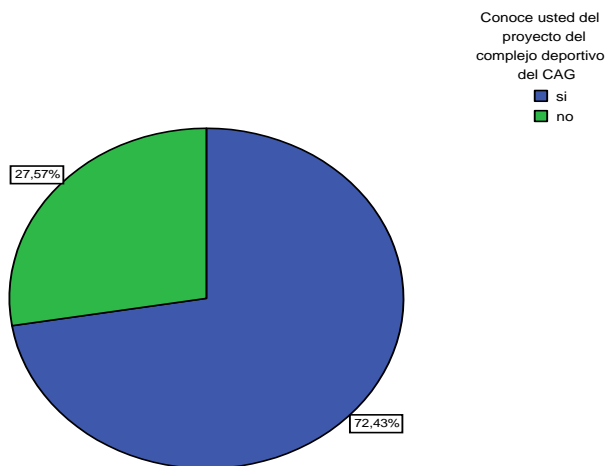
Elaborado por las autoras

**Gráfico 7. Estado Civil**



De las 370 personas encuestadas, 187 que corresponde al 50.5% son casados(as), 117 personas son solteros(as) con un 31.6%, 29 personas con un 7.8% son divorciados(as), 29 personas con 7.8% son de unión libre y 8 personas con un 2.2% son viudos(as).

**Gráfico 8. ¿Conoce usted del proyecto?**



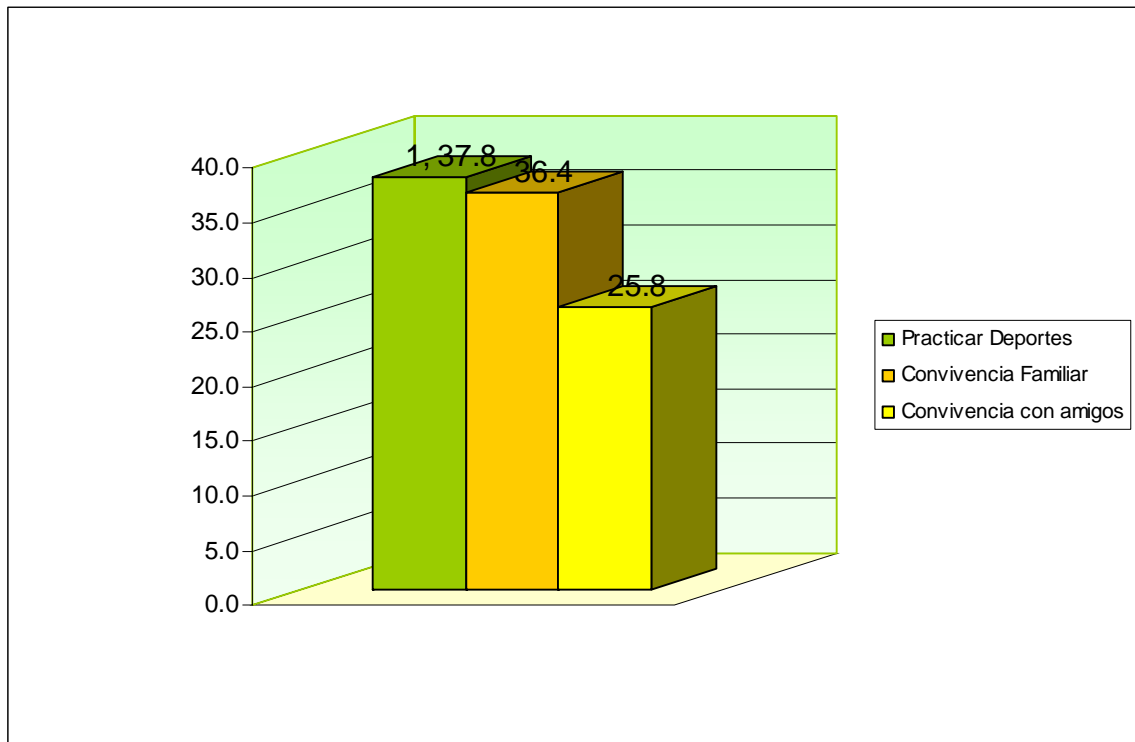
**Tabla 6      ¿Conoce usted del proyecto?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	268	72,4	72,4	72,4
	No	102	27,6	27,6	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 268 personas correspondientes al 72.4% conocen del proyecto del Complejo Deportivo del C.A.G., 102 personas con un 27.6% respondieron que no conocían de dicho proyecto pero que si les gustaría acudir con su familia, incluso felicitaron la labor emprendida por la administración actual del C.A.G.

**Gráfico 9.      ¿Por qué visitaría el complejo del C.A.G.?**



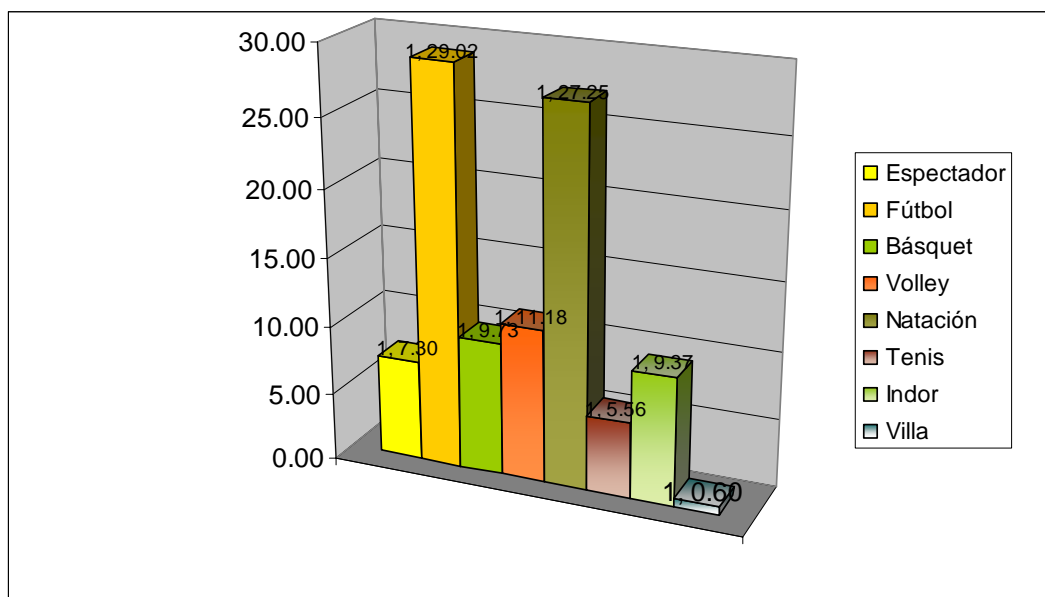
**Tabla 7. ¿Por que visitaría el complejo del C.A.G.?**

	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Practicar deportes	37.8	37.8
Convivencia familiar	36.4	74.2
Convivencia con amigos	25.8	100.0
Total	100.0	

Elaborado por las autoras

De las 370 personas encuestadas, 140 personas practicarían deportes con un 37.8%, 135 personas que corresponde al 36.4% acudirían al complejo por convivencia familiar y 95 personas con un 25.8% por convivencia con amigos.

**Gráfico 10. Deportes que practicaría**



**Tabla 8. Deportes que practicaría**

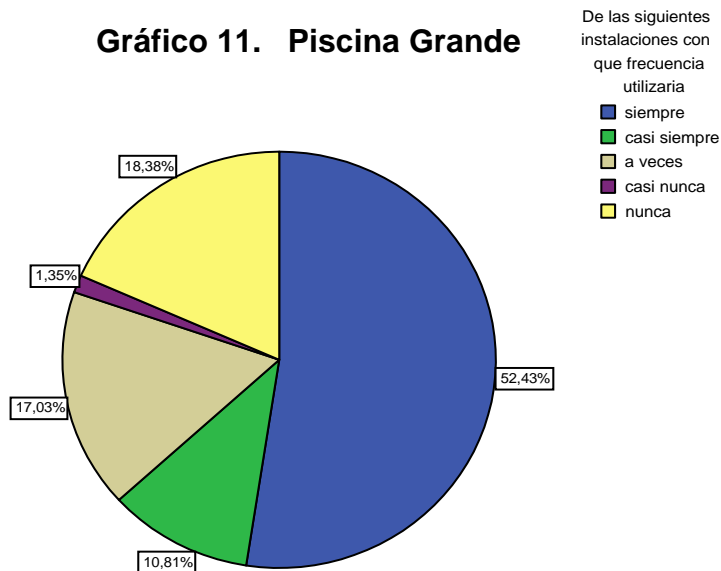
¿Cuáles son los deportes que usted practicaría con mayor frecuencia?

Deportes	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Espectador	7.30	7.30
Fútbol	29.02	36.32
Básquet	9.73	46.06
Volley	11.18	57.23
Natación	27.25	84.48
Tenis	5.56	90.03
Indor	9.37	99.40
Villa	0.60	100.00
Total	100.00	

Elaborado por las autoras

De las 370 personas encuestadas, 107 personas que corresponde al 29.02% practicarían fútbol, 101 personas con un 27.25% natación, 41 personas con 11.18% volley, 36 personas con 9.73% básquet, 35 personas con 9.37% indor, 27 personas con 7.30% serian solo espectadores, 21 personas con 5.56% tenis y 2 personas con un 0.60% practicarían villa.

**Gráfico 11. Piscina Grande**



**Tabla 9. Piscina Grande**

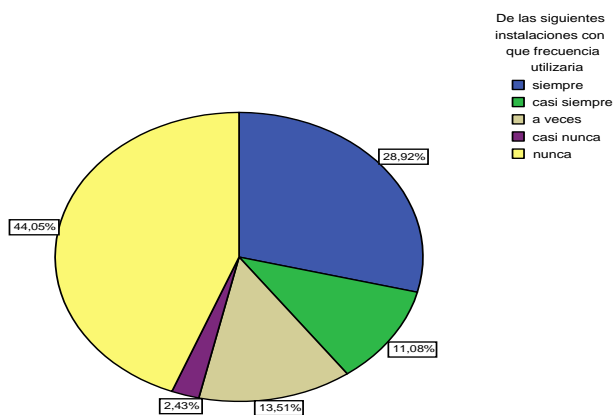
De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría Piscina Grande?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	194	52,4	52,4	52,4
	Casi siempre	40	10,8	10,8	63,2
	A veces	63	17,0	17,0	80,3
	Casi nunca	5	1,4	1,4	81,6
	Nunca	68	18,4	18,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 194 personas correspondientes al 52.4% visitarían siempre la piscina grande, 63 personas con 17% la frecuentaría a veces, 40 personas con 10.8% casi siempre mientras que 68 personas con 18.4% nunca lo harían y en menor cantidad 5 personas con 1.4% casi nunca frecuentarían las piscinas de adultos. Podemos darnos cuenta que el uso de la piscina de adultos seria muy frecuente dado que el 81% de los socios utilizaría esta instalación.

**Gráfico 12. Piscina Niños**





**Tabla 10. Piscina Niños**

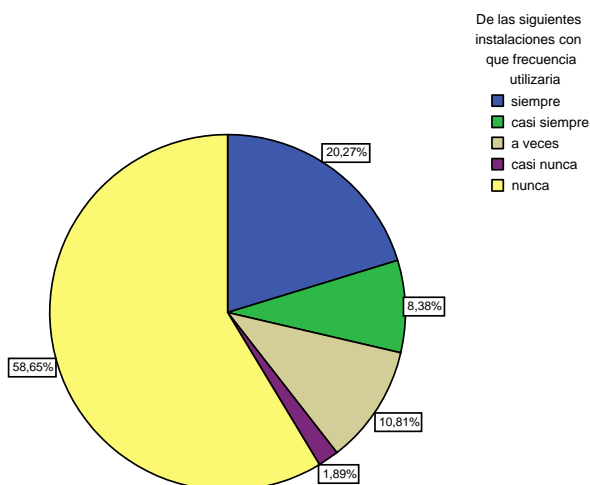
De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría Piscina para niños?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	107	28,9	28,9	28,9
	Casi siempre	41	11,1	11,1	40,0
	A veces	50	13,5	13,5	53,5
	Casi nunca	9	2,4	2,4	55,9
	Nunca	163	44,1	44,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 107 personas con 28.9% siempre visitarían la piscina de niños, 50 personas con 13.5% la frecuentarían a veces, 41 personas con 11.1% casi siempre, en menor cantidad 9 personas con 2.4% casi nunca y 163 personas correspondientes al 44.1% no visitarían las piscinas de niños. Podemos darnos cuenta que la capacidad de la piscina de niños esta de acuerdo al número correspondiente de los hijos de los afiliados.

**Gráfico 13. Cancha Múltiple**



**Tabla 11. Cancha Múltiple**

**De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría las Canchas Múltiples?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	75	20,3	20,3	20,3
	Casi siempre	31	8,4	8,4	28,6
	A veces	40	10,8	10,8	39,5
	Casi nunca	7	1,9	1,9	41,4
	Nunca	217	58,6	58,6	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 75 personas con 20.3% siempre usarían las canchas múltiples del complejo, 40 personas con 10.8% la frecuentarían a veces, 31 personas con 8.4% casi siempre, 217 personas correspondientes al 58.6% no las usarían, mientras que en menor cantidad 7 personas con 1.9% casi nunca usarían la cancha múltiple. Podemos darnos cuenta que el uso de esta cancha sería poco frecuente ya que 58% nunca las visitarían.

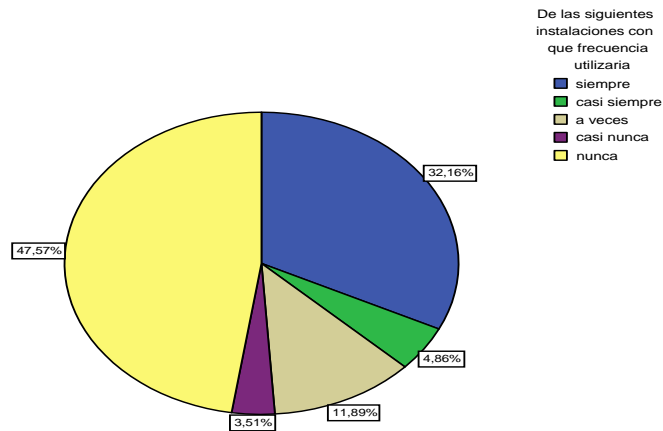
**Tabla 12. Fútbol Césped**

**De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría las Canchas de Fútbol Césped?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	119	32,2	32,2	32,2
	Casi siempre	18	4,9	4,9	37,0
	A veces	44	11,9	11,9	48,9
	Casi nunca	13	3,5	3,5	52,4
	Nunca	176	47,6	47,6	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

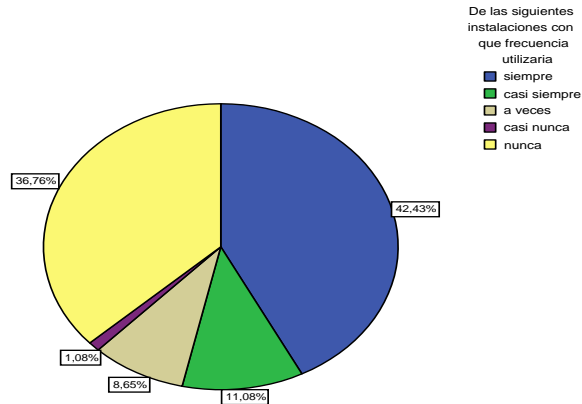
Elaborado por las autoras

**Gráfico 14. Fútbol Césped**



Del 100% de los encuestados 119 personas con 32.2% siempre usarían las canchas de fútbol, 44 personas con 11.9% la frecuentarían a veces, 18 personas con 4.9% casi siempre, en menor cantidad 13 personas con 3.5% casi nunca lo harían mientras que 176 personas correspondientes al 47.6% no usarían las canchas de fútbol césped. Podemos darnos cuenta que el 50% de los afiliados frecuentarían estas canchas especialmente cuando se realizan los campeonatos de los Abogados Futbolistas.

**Gráfico 15. Hidromasajes**



**Tabla 13. Hidromasajes**

**De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría los Hidromasajes?**

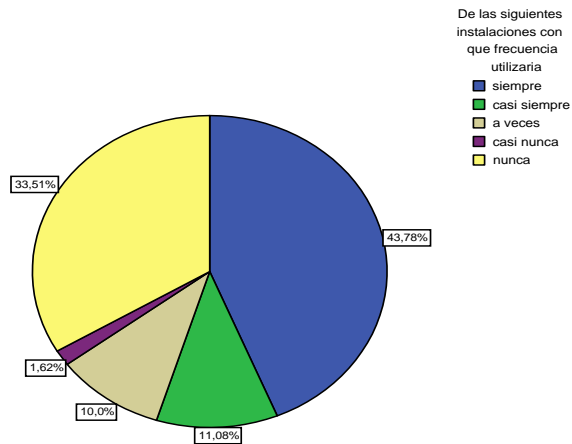
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	157	42,4	42,4	42,4
	Casi siempre	41	11,1	11,1	53,5
	A veces	32	8,6	8,6	62,2
	Casi nunca	4	1,1	1,1	63,2
	Nunca	136	36,8	36,8	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 157 personas correspondientes al 42.4% siempre usarían el hidromasaje, 41 personas con 11.1% la frecuentarían casi siempre, 32 personas con 8.6% a veces, en menor cantidad 4 personas con 1.1% casi nunca mientras que 136 personas con 36.8% nunca lo harían. Podemos

darnos cuenta que el uso de este servicio sería frecuente ya que el 62.1% de los afiliados si lo usarían.

**Gráfico 16. Sauna**



**Tabla 14. Sauna**

**De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría Sauna?**

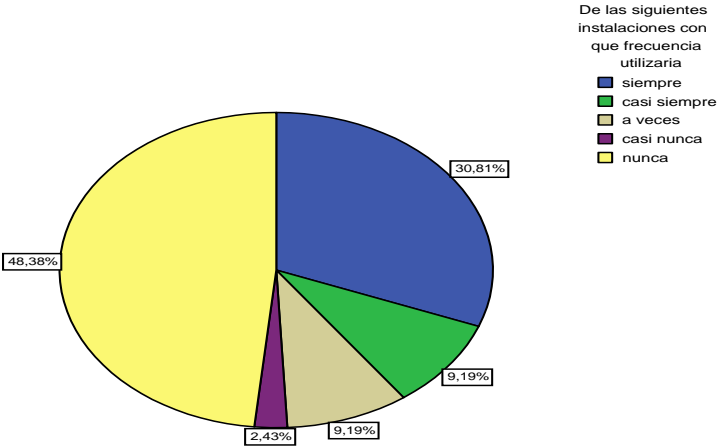
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido				
Siempre	162	43,8	43,8	43,8
Casi siempre	41	11,1	11,1	54,9
A veces	37	10,0	10,0	64,9
Casi nunca	6	1,6	1,6	66,5
Nunca	124	33,5	33,5	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 162 personas correspondientes al 43.8% siempre usarían el sauna, 41 personas con 11.1% la frecuentarían casi siempre, 37 personas con 10% a veces, en menor cantidad 6 personas con 1.6% casi nunca

mientras que 124 personas con 33.5% nunca la frecuentarían. Podemos darnos cuenta que el uso de este servicio sería frecuente ya que el 64.9% de los afiliados usaría el sauna.

**Gráfico 17. Juegos Infantiles**



**Tabla 15. Juegos Infantiles**

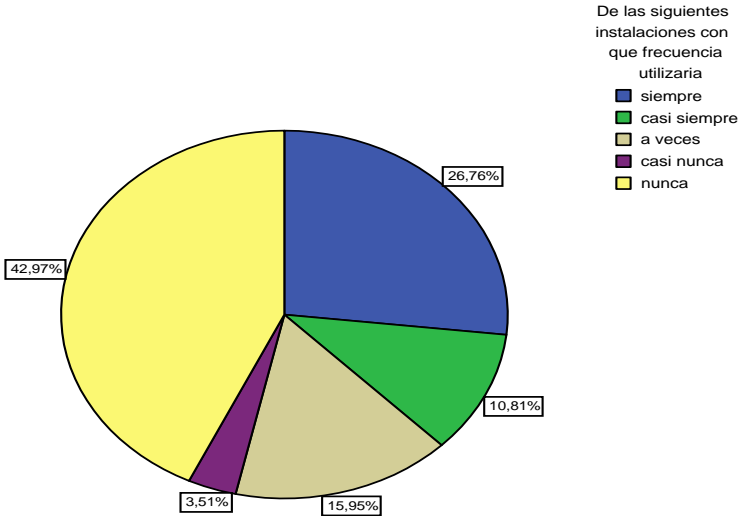
De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría Juegos Infantiles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	114	30,8	30,8	30,8
	Casi siempre	34	9,2	9,2	40,0
	a veces	34	9,2	9,2	49,2
	casi nunca	9	2,4	2,4	51,6
	Nunca	179	48,4	48,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 114 personas con 30.8% siempre frecuentarían los juegos infantiles, 34 personas con 9.2% la frecuentarían a veces y casi siempre, en menor cantidad 9 personas con 2.4% casi nunca, mientras que 179 personas correspondientes al 48.4% no usarían los juegos infantiles. Podemos darnos cuenta que el uso de este servicio sería no muy frecuente dado que la mayoría de los hijos de los afiliados son mayores a siete años pero no hay que olvidar que el otro porcentaje restante es decir el 51.6% si frecuentaría estos juegos.

**Gráfico 18. Casa Club**



**Tabla 16. Casa Club**

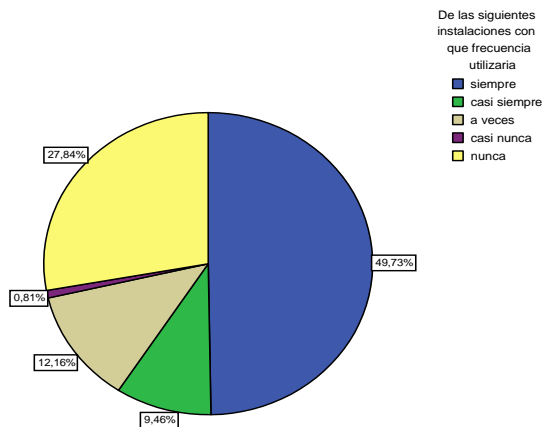
**De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría Casa club?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	99	26,8	26,8	26,8
	Casi siempre	40	10,8	10,8	37,6
	A veces	59	15,9	15,9	53,5
	Casi nunca	13	3,5	3,5	57,0
	Nunca	159	43,0	43,0	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 99 personas con 26.8% si utilizarían la casa club, 59 personas con 15.9% la frecuentarían a veces, 40 personas con 10.8% casi siempre, en menor cantidad 13 personas con 3.5% casi nunca mientras que 159 personas correspondientes al 43% no usarían la casa club. Podemos darnos cuenta que el 53.5% de los afiliados si utilizarían la casa club para eventos por lo que se justifica su construcción.

**Gráfico 19. Bar**





**Tabla 17. Bar**

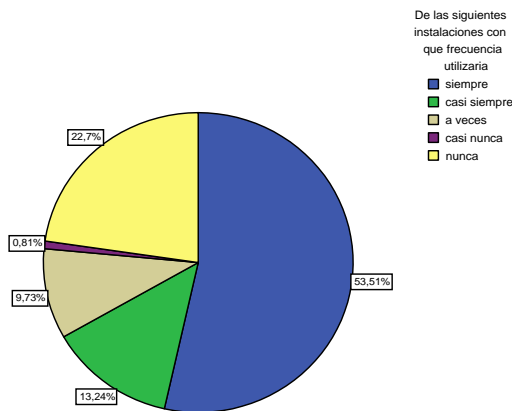
**De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría bar?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	184	49,7	49,7	49,7
	Casi siempre	35	9,5	9,5	59,2
	A veces	45	12,2	12,2	71,4
	Casi nunca	3	,8	,8	72,2
	Nunca	103	27,8	27,8	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 184 personas correspondientes al 49.7% siempre utilizaría el bar, 45 personas con 12.2% la frecuentarían a veces, 35 personas con 9.5% casi siempre, en menor cantidad 3 personas con 0.8% casi nunca, mientras que 103 personas con 27.8% nunca frecuentarían el bar. Podemos darnos cuenta que el uso de este servicio sería frecuente.

**Gráfico 20. Restaurante**



**Tabla 18. Restaurante**

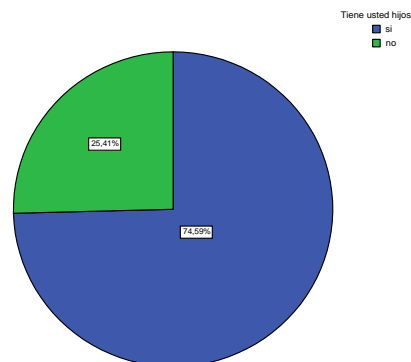
**De las siguientes instalaciones ¿Con qué frecuencia utilizaría Restaurante?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Siempre	198	53,5	53,5	53,5
	Casi siempre	49	13,2	13,2	66,8
	A veces	36	9,7	9,7	76,5
	casi nunca	3	,8	,8	77,3
	Nunca	84	22,7	22,7	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 198 personas correspondientes al 53.5% siempre utilizaría el restaurante, 49 personas con 13.2% la frecuentarían casi siempre, 36 personas con 9.7% a veces, en menor cantidad 3 personas con 0.8% casi nunca, mientras que 84 personas con 22.7% nunca lo harían. Podemos darnos cuenta que el uso de este servicio sería muy frecuente.

**Gráfico 21. ¿Tiene usted hijos?**



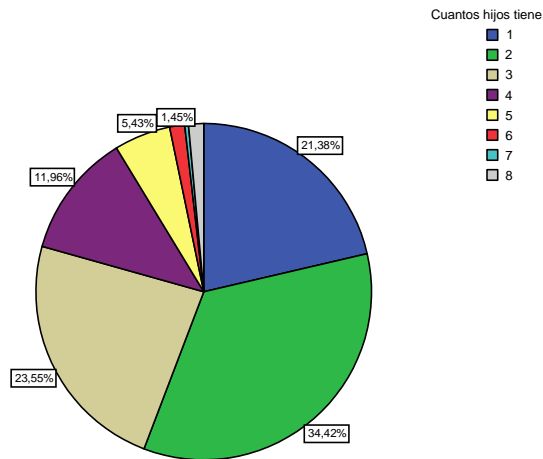
**Tabla 19. ¿Tiene usted hijos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	276	74,6	74,6	74,6
	No	94	25,4	25,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 276 personas correspondientes al 74.6% tienen hijos y 94 personas con un 25.4% no tienen hijos. Aun no podemos concluir nada porque tenemos que analizar las edades de los hijos.

**Gráfico 22. ¿Cuántos hijos tiene?**



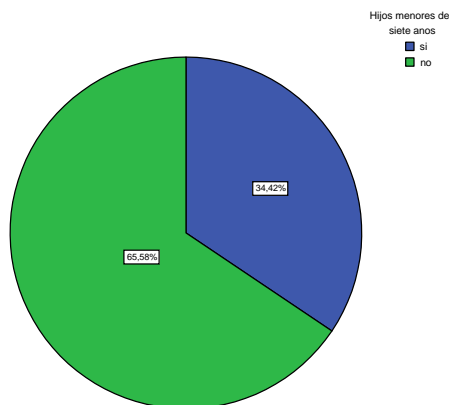
**Tabla 20. ¿Cuántos hijos tiene?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	1	59	15,9	21,4	21,4
	2	95	25,7	34,4	55,8
	3	65	17,6	23,6	79,3
	4	33	8,9	12,0	91,3
	5	15	4,1	5,4	96,7
	6	4	1,1	1,4	98,2
	7	1	,3	,4	98,6
	8	4	1,1	1,4	100,0
	Total	276	74,6	100,0	
Perdido	Sistema	94	25,4		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

De los 370 encuestados 95 personas con 25.7% tienen 2 hijos, 65 personas con un 17.6% tienen tres hijos, 59 personas con un 15.9% solo tienen un hijo, 33 personas con un 8.9% tienen cuatro hijos y un porcentaje menor a 5% tienen más de cinco hijos. La mayoría de los afiliados con un 43.3% tienen hasta dos hijos.

**Gráfico 23. Hijos menores de siete años**



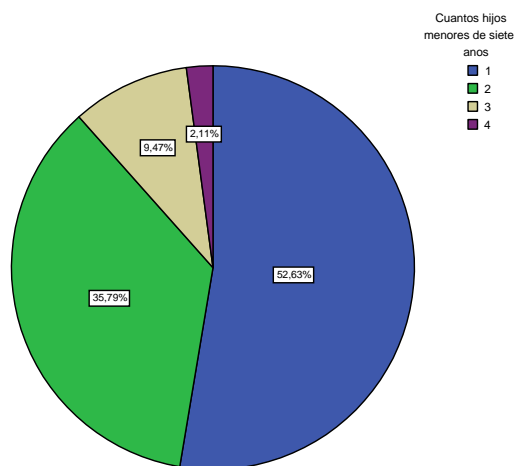
**Tabla 21. Hijos menores de siete años**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	95	25.7	34.4	34.4
	No	181	48.9	65.6	100.0
	Total	276	74.6	100.0	
Perdido	Sistema	94	25.4		
Total		370	100.0		

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 181 personas correspondientes al 48.9% no tienen hijos menores a siete años, 95 personas con un 25.7% si tienen hijos menores a siete años. Por lo que podemos decir que el uso de la piscina de niños es poco frecuente ya que la mayoría de los socios tienen hijos mayores a siete años de edad.

**Gráfico 24. ¿Cuántos hijos menores de siete años?**



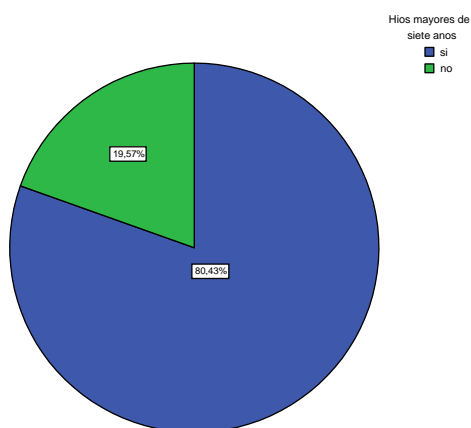
**Tabla 22. ¿Cuántos hijos menores de siete años?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	1	50	13,5	52,6	52,6
	2	34	9,2	35,8	88,4
	3	9	2,4	9,5	97,9
	4	2	,5	2,1	100,0
	Total	95	25,7	100,0	
Perdido	Sistema	275	74,3		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100% de los socios que tienen hijos menores a siete años tenemos que 50 personas con 13.5% tienen solo un hijo de esta edad, 34 personas con 9.2% tienen dos hijos, 9 personas con 2.4% tienen 3 hijos de esta edad, 2 personas con 0.5% tienen 4 hijos de esta edad.

**Gráfico 25. Hijos mayores de siete años**



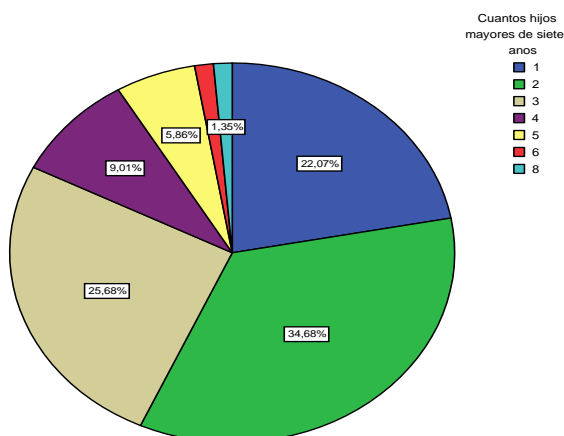
**Tabla 23. Hijos mayores de siete años**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	222	60,0	80,4	80,4
	No	54	14,6	19,6	100,0
	Total	276	74,6	100,0	
Perdido	Sistema	94	25,4		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 222 personas correspondientes al 60% tienen hijos mayores a siete años, 54 personas con un 14.6% no tienen hijos mayores a siete años. Por lo que podemos decir que los niños mayores de 7 años serán un porcentaje considerable de usuario de la piscina general.

**Gráfico 26. ¿Cuántos hijos mayores de siete años?**



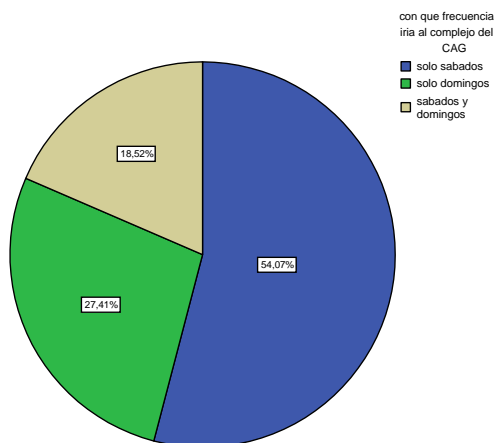
**Tabla 24. ¿Cuántos hijos mayores de siete años?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	1	49	13,2	22,1	22,1
	2	77	20,8	34,7	56,8
	3	57	15,4	25,7	82,4
	4	20	5,4	9,0	91,4
	5	13	3,5	5,9	97,3
	6	3	,8	1,4	98,6
	8	3	,8	1,4	100,0
	Total	222	60,0	100,0	
Perdido	Sistema	148	40,0		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100% de los socios que tienen hijos mayores a siete años tenemos que 77 personas con 20.8% tienen dos hijos de esta edad, 57 personas con 15.4% tienen tres hijos, 49 personas con 13.2% tienen solo un hijo de esta edad, 20 personas con 5.4% tienen 4 hijos de esta edad, el resto del porcentaje tienen más de cuatro hijos.

**Gráfico 27. Frecuencia: una vez al mes**





**Tabla 25. Frecuencia: una vez al mes**

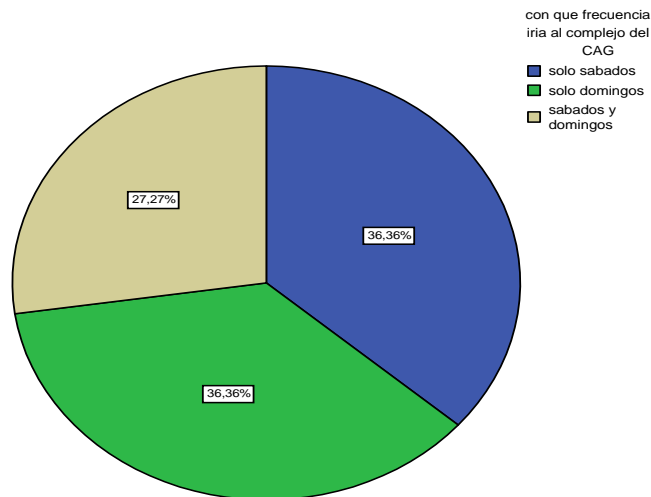
**¿Con qué frecuencia iría al Complejo del C.A.G. una vez al mes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Solo sábados	73	19,7	54,1	54,1
	Solo domingos	37	10,0	27,4	81,5
	Sábados y domingos	25	6,8	18,5	100,0
	Total	135	36,5	100,0	
Perdido	Sistema	235	63,5		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100 % de los encuestados 73 personas respondieron con 19.7% que frecuentarían el complejo una sola vez al mes solo sábados, 37 personas con 10% solo domingos y 25 personas con 6.8% sábados y domingos. Podemos concluir que las visitas de una sola vez al mes serian mas frecuente los días sábados.

**Gráfico 28. Frecuencia: dos veces al mes**



**Tabla 26. Frecuencia: dos veces al mes**

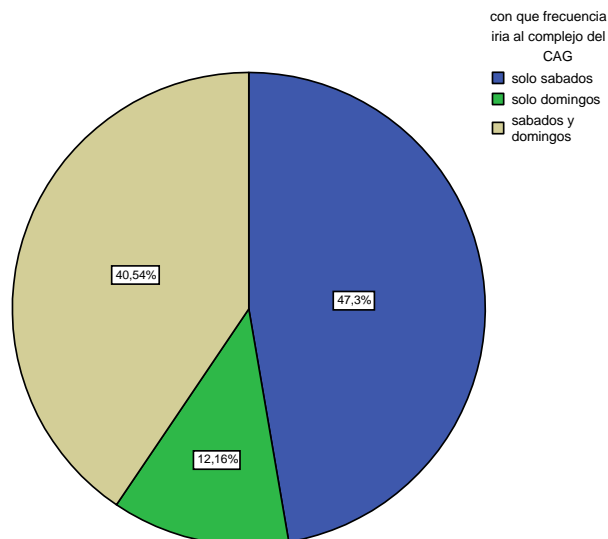
**¿Con qué frecuencia iría al Complejo del C.A.G. dos veces al mes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Solo sábados	8	2,2	36,4	36,4
	solo domingos	8	2,2	36,4	72,7
	Sábados y domingos	6	1,6	27,3	100,0
	Total	22	5,9	100,0	
Perdido	Sistema	348	94,1		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100 % de los encuestados 8 personas respondieron con 2.2% que frecuentarían el complejo dos veces al mes solo sábados, 8 personas con 2.2% solo domingos y 6 personas con 1.6% sábados y domingos. Podemos concluir que las visitas de dos veces al mes serian poco frecuentes.

**Gráfico 29. Frecuencia: tres veces al mes**



**Tabla 27. Frecuencia: tres veces al mes**

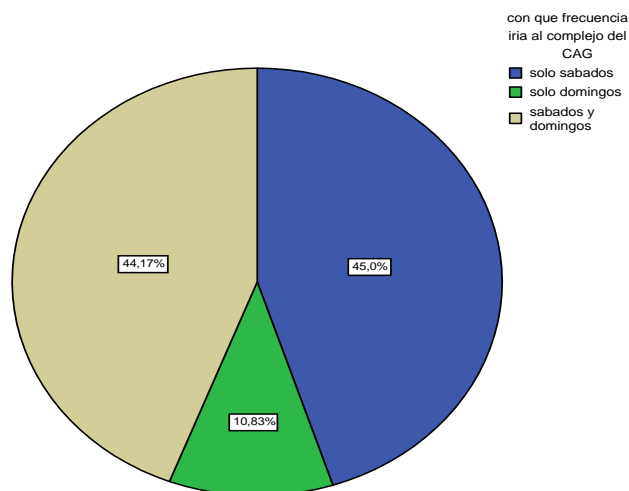
¿Con qué frecuencia iría al Complejo del C.A.G. tres veces al mes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Solo sábados	35	9,5	47,3	47,3
	Solo domingos	9	2,4	12,2	59,5
	Sábados y domingos	30	8,1	40,5	100,0
	Total	74	20,0	100,0	
Perdido	Sistema	296	80,0		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100 % de los encuestados 35 personas respondieron con 9.5% que frecuentarían el complejo tres veces al mes solo sábados, 30 personas con 8.1% sábados y domingos y 9 personas con 2.4% irían solo los domingos. Continúa la tendencia de la frecuencia de visitas al complejo el día sábado.

**Gráfico 30. Frecuencia: todos los fines de semana**



**Tabla 28. Frecuencia: todos los fines de semana**

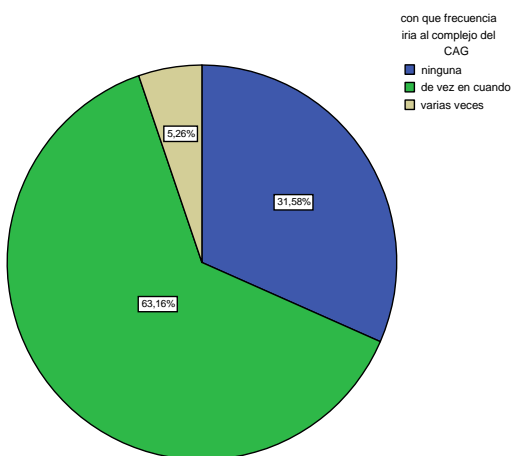
**¿Con qué frecuencia iría al Complejo del C.A.G. todos los fines de semana?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Solo sábados	54	14,6	45,0	45,0
	Solo domingos	13	3,5	10,8	55,8
	Sábados y domingos	53	14,3	44,2	100,0
	Total	120	32,4	100,0	
Perdido	Sistema	250	67,6		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100 % de los encuestados 54 personas respondieron con 14.6% que frecuentarían el complejo todos los fines de semana solo sábados, 53 personas con 14.3% sábados y domingos, 13 personas con 3.5% solo irían los días domingos de cada fin de semana.

**Gráfico 31. Frecuencia: Otros**



**Tabla 29. Frecuencia: Otros**

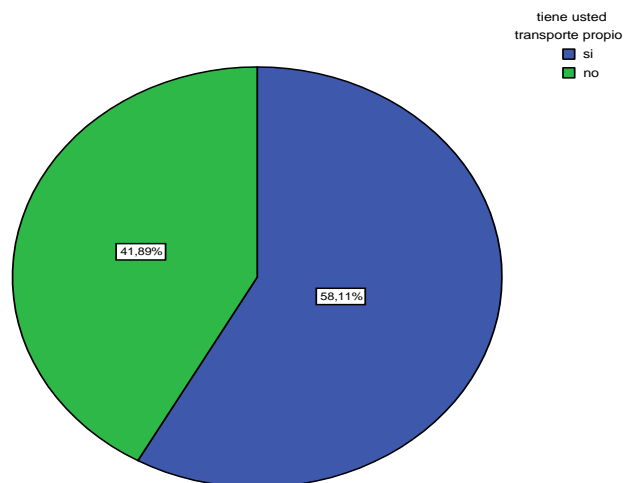
**¿Con qué frecuencia iría al Complejo del C.A.G. otros?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Ninguna	6	1,6	31,6	31,6
	De vez en cuando	12	3,2	63,2	94,7
	Varias veces	1	,3	5,3	100,0
	Total	19	5,1	100,0	
Perdido	Sistema	351	94,9		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100 % de los encuestados 12 personas respondieron con 3.2% que frecuentarían el complejo de vez en cuando, 6 personas con 1.6% ninguna vez y 1 persona con 0.3% lo haría varias veces al mes.

**Gráfico 32. ¿Tiene usted transporte propio?**



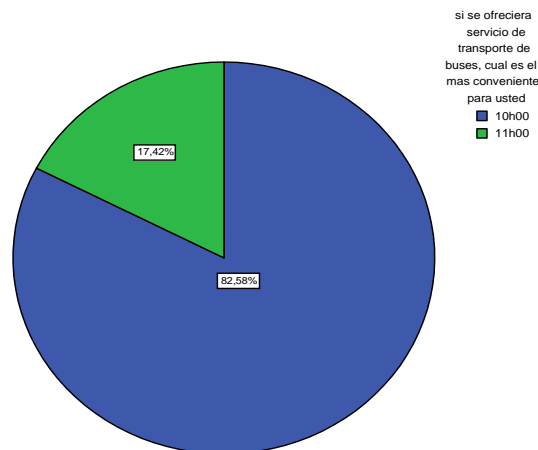
**Tabla 30. ¿Tiene usted transporte propio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	215	58,1	58,1	58,1
	No	155	41,9	41,9	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100 % de encuestados 215 personas con 58.1% respondieron que si tenían transporte propio y 155 personas con 41.9% no lo tenían. Podemos concluir que más del 50% de los socios pueden movilizarse desde sus hogares hasta el Complejo en sus propios vehículos mientras que al resto de socios se les ofrecería el servicio de bus.

**Gráfico 33. Transporte: Hora de Salida**



**Tabla 31. Transporte: Hora de Salida**

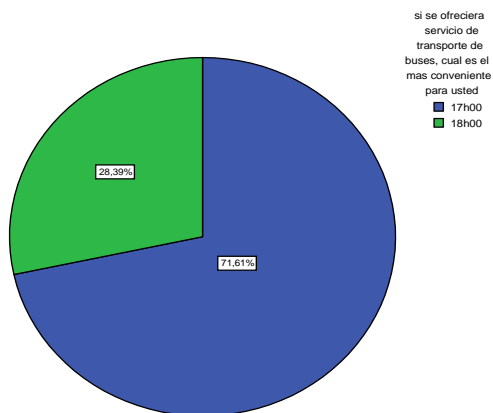
Si se ofreciera servicio de transporte de buses, ¿cuál es el más conveniente para usted, hora de salida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	10h00	128	34,6	82,6	82,6
	11h00	27	7,3	17,4	100,0
	Total	155	41,9	100,0	
Perdido	Sistema	215	58,1		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

En el caso de ofrecer el servicio de transporte para los socios del Colegio se les pregunto que horario preferirían para la salida del bus, obtuvimos como respuesta que 128 personas con 34.6% escogen como hora de salida las 10h00 a.m. mientras que 27 personas con 7.3% escogen la hora de salida de 11h00 a.m. Podemos concluir que la hora de salida hacia el complejo debería ser las 10h00 a.m.

**Gráfico 34. Transporte: Hora de Llegada**



**Tabla 32. Transporte: Hora de Llegada**

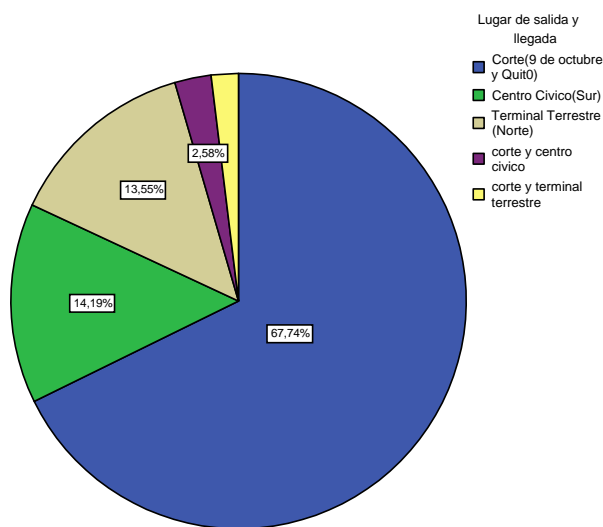
Si se ofreciera servicio de transporte de buses, ¿cuál es el más conveniente para usted, Hora de llegada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	17h00	111	30,0	71,6	71,6
	18h00	44	11,9	28,4	100,0
	Total	155	41,9	100,0	
Perdido	Sistema	215	58,1		
	Total	370	100,0		

Elaborado por las autoras

En el caso de ofrecer el servicio de transporte para los socios del Colegio se les pregunto que horario preferirían para la llegada del bus, obtuvimos como respuesta que 111 personas con 30% escogen como hora de llegada las 17h00 mientras que 44 personas con 11.9% escogen la hora de llegada de 18h00. Podemos concluir que la hora de llegada a Guayaquil debería ser las 5H00 p.m.

**Gráfico 35. Lugar de salida y llegada**





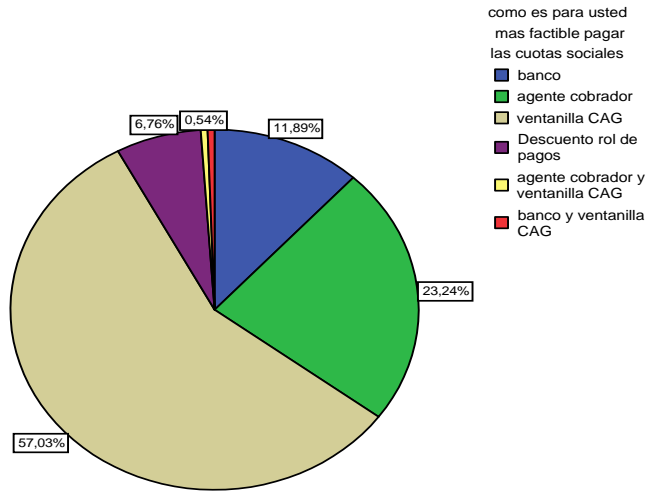
**Tabla 33. Lugar de salida y llegada**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Corte(9 de octubre y Quit0)	105	28,4	67,7	67,7
	Centro Cívico(Sur)	22	5,9	14,2	81,9
	Terminal Terrestre(Norte)	21	5,7	13,5	95,5
	Corte y centro cívico	4	1,1	2,6	98,1
	Corte y Terminal terrestre	3	,8	1,9	100,0
	Total	155	41,9	100,0	
Perdido	Sistema	215	58,1		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Se les preguntó a los encuestados que lugar preferirían para el estacionamiento del bus, obtuvimos como respuesta que 105 personas con 28.4% prefieren los bajos del edificio de la Corte ubicada en la Av. 9 de octubre y Av. Quito, 22 personas con 5.9% el Centro Cívico, 21 personas con 5.7% el Terminal Terrestre. Concluimos que el lugar de parada de bus seria la Corte.

**Gráfico 36. Cuotas Sociales**



**Tabla 34. Cuotas Sociales**

¿Cómo es para usted más factible pagar las cuotas sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Banco	44	11,9	11,9	11,9
	Agente cobrador	86	23,2	23,2	35,1
	Ventanilla C.A.G.	211	57,0	57,0	92,2
	Descuento rol de pagos	25	6,8	6,8	98,9
	Agente cobrador y ventanilla C.A.G.	2	,5	,5	99,5
	Banco y ventanilla C.A.G.	2	,5	,5	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado por las autoras

Del 100% de los encuestados 211 personas con 57% prefieren realizar sus pagos mediante la ventanilla del C.A.G., 86 personas con 23.2% mediante agente cobrador, 44 personas con 11.9% optan por el banco, 25 personas con 6.8% por descuento en el rol de pagos y en menor porcentaje optarían por cualquiera de estas opciones.

**Tabla 35. Pagina Web**

**Si se ofreciera el servicio de una pagina Web para ver cuotas pendientes de pago e imprimir recibo para pagar en Banco, ¿Lo utilizaría?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	No	148	40,0	100,0	100,0
Perdido	Si	221	59,7		
	Sistema	1	,3		
	Total	222	60,0		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Al preguntar si utilizarían el servicio de una página Web obtuvimos que 221 personas con 59.7% si lo harían mientras que 148 personas con 40% no utilizarían este servicio. Podemos concluir que el servicio de página Web debe ser mejorado y pensar el implementar la opción de imprimir la papeleta de pago.

**Tabla 36. Conoce Ley**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	62	16,8	38,8	38,8
	No	98	26,5	61,3	100,0
	Total	160	43,2	100,0	
Perdido	Sistema	210	56,8		
Total		370	100,0		

Elaborado por las autoras

Del 100 % de los encuestados 98 personas que corresponde al 26.5% respondieron no conocer la disposición que esta en el reglamento del Colegio de Abogados del Guayas de no poder laborar si tiene deuda por mas de seis meses, mientras que 62 personas con 16.8% si la conocen, otros simplemente ignoraron la pregunta o acotaron que no puede darse esta situación.

## TABLAS CRUZADAS

**Tabla 37. Pregunta 1 y Pregunta 4**

**Conoce usted del proyecto del complejo deportivo del C.A.G.**

		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Conoce usted del proyecto del complejo deportivo del C.A.G.	Si	186	82	268
	No	57	45	102
Total		243	127	370

Elaborado por las autoras

De las 370 personas encuestadas, 186 personas respondieron que si conocen del proyecto del Complejo deportivo del C.A.G., de los cuáles 186 fueron hombres y 82 personas fueron mujeres. Mientras que 57 hombres y 45 mujeres respondieron que no conocían nada del proyecto. Se observa que los socios hombres son los que más conocimiento tienen del Complejo puesto que asisten a jugar Fútbol en los campeonatos.

**Tabla 38. Pregunta 1 y Pregunta 5**

**¿Por qué visitaría el complejo del C.A.G.?**

		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Porque visitaría el complejo del C.A.G.	Practicar deportes	58	18	76
	Convivencia familiar	47	32	79
	Convivencia con amigos	27	28	55
	Practicar deportes y convivencia familiar	34	5	39
	Campeonato	1	0	1
	Convivencia familiar y campeonato	2	0	2
	Practicar deportes, convivencia familiar, convivencia amigos	33	15	48
	Por nada en especial	10	4	14
	Convivencia familiar y convivencia con amigos	11	21	32
	Distraerse y relajarse	2	0	2
	Convivencia familia, Convivencia amigos, natación	3	0	3
	Practicar deporte, convivencia familiar, convivencia amigos, contacto naturaleza	1	0	1
	Practicar deportes y convivencia amigos	10	4	14
	Seminario	1	0	1
	Por sus instalaciones	1	0	1
	Servicios	1	0	1
	No lo visitaría	1	0	1
<b>Total</b>		<b>243</b>	<b>127</b>	<b>370</b>

Elaborado por las autoras

De las 370 personas que respondieron que les gustaría acudir al Complejo deportivo por practicar deportes, 58 personas pertenecen al sexo masculino, mientras que 18 personas pertenecen al sexo femenino, por convivencia familiar

47 personas pertenecen al sexo masculino, mientras que 18 personas pertenecen al sexo femenino, Como conclusión los futuros clientes serán en su mayoría los socios hombres, seguidos de las mujeres y sus familias.

### **2.6.5 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

El presente estudio de mercado del proyecto de elaboración de un plan de mercadeo y valoración financiera del Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas ha tenido las siguientes conclusiones generales.

En el estudio de mercado se concluye que los socios si están dispuestos a acudir al complejo ya que es un lugar donde podrán distraerse con sus familias y amigos y a su vez practicarán deportes, serán espectadores o simplemente realizarán una parrillada en reunión de personas afines de esta manera lograrán relajarse y disfrutar de un excelente fin de semana.

En la investigación de mercados se obtuvo como resultado:

- ❖ Los socios del colegio en su mayoría son hombres con un 65.7%.
- ❖ El 54.6% de los socios tienen una edad comprendida entre 20 a 44 años.
- ❖ La mayoría de los socios son casados, 50.5%, es decir que el porcentaje de familias por socios es grande y hacia ellos debe enfocarse las estrategias de marketing.

- ❖ Los socios si conocen de la creación de este complejo en su mayoría 72.4% mientras que el porcentaje restante solo lo ha escuchado pero no conoce a fondo sobre el tema.
- ❖ Los socios practicarían con mayor frecuencia los siguientes deportes: fútbol con 29.02%, natación con 27.25%, volley con 9.73%, Básquet con 9.73%, indor con 9.37% y serian solo espectadores con 7.30%.
- ❖ Los socios acudirían al complejo por practicar deportes, convivencia familiar y convivencia con amigos.
- ❖ Se utilizaría con mayor frecuencia las siguientes instalaciones: piscina general, cancha fútbol césped, hidromasajes, sauna, bares, restaurante, Casa Club. Y un menor porcentaje de socios utilizarían canchas múltiples, piscinas de niños y juegos infantiles; estos dos últimos son de acorde con el número de hijos correspondiente a las edades de uso de estas instalaciones.
- ❖ Los socios tienen dos hijos en su mayoría con 25% y tres hijos con 17% y en un 60% son mayores de siete años de edad.
- ❖ Los socios que frecuentarían el complejo una vez, dos y hasta tres veces por semana lo harían en su mayoría los días sábados.
- ❖ El 32.4 % de los afiliados acudirían al Complejo del C.A.G. todos los fines de semana.
- ❖ La mayoría de los socios con 59% cuentan con transporte propio.

- ❖ Al preguntar acerca de la forma de pago, en un 57% respondieron que prefieren acercarse a las ventanillas del C.A.G. y en 23% que prefieren recaudadores.
  
- ❖ También se les pregunto acerca del servicio de pagina Web donde podrían imprimir sus pagos pendientes y acercarse a un banco a realizar la cancelación de este, a lo cual respondieron que si usarían este servicio en un 59.7%.
  
- ❖ Acerca del conocimiento de los estatutos del C.A.G. en el que se establece la no cancelación de las cuotas por un periodo de seis meses es motivo de la suspensión del ejercicio de la profesión hasta ponerse al día en sus pagos, muchos socios contestaron no conocer de este reglamento y otros simplemente lo ignoraron.



## **CAPÍTULO III. PLAN DE MARKETING**

El plan de marketing es una herramienta de gestión que nos permite marcarnos el camino para el logro de los objetivos definidos. Constituye, por lo tanto, el punto de partida, con la previa definición de la situación actual y a donde queremos llegar.

### **3.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

La planificación estratégica constituye un pilar importante que enfatiza en el “que lograr” (Objetivos) y “que hacer” (Estrategias). Con la planificación estratégica se busca el desarrollo de los objetivos establecidos y como competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas del entorno con la finalidad de producir cambios profundos.

En este capítulo se define la misión, visión, objetivos y las estrategias a aplicar para promocionar el Complejo del Colegio de Abogados del Guayas de acuerdo al target para lograr los objetivos definidos.

### **3.1.1 MISIÓN**

El profesor Rafael Muñiz González, autor del libro "Marketing en el siglo XXI", afirma que la *misión "define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas"*. Además, según el autor, la *misión* proporciona una visión clara a la hora de definir en qué mercado esta la empresa, quiénes son sus clientes y con quién esta compitiendo; por tanto y a su criterio, *"sin una misión clara es imposible practicar la dirección estratégica"*.<sup>1</sup>

El Complejo del Colegio de Abogados del Guayas tiene como misión: *Poner al servicio de los abogados, con el concurso de un excelente equipo humano, un Complejo con el mejor ambiente para fortalecer la integración gremial y familiar, que atienda las necesidades actuales como futuras de orden recreacional y deportivo, dentro de un profundo respeto por los valores éticos.*

### **3.1.2 VISIÓN**

Definiendo como visión al perfil que tendrá el complejo en el futuro y directriz para las estrategias a establecer, definimos que es *Alcanzar la excelencia como Complejo Deportivo y recreacional para el gremio y ejemplo para otras colegiaturas, optimizando su organización en su desarrollo en beneficio de sus socios.*

### **3.1.3 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE MARKETING**

---

<sup>1</sup> Referencia tomada del sitio Web: Marketing-XXI.com, de Rafael Muñiz G., Sección: Estrategias de Marketing - La dirección estratégica

Para el planeamiento de los objetivos que se desean alcanzar, se fijan los objetivos generales, seguidos de sus objetivos específicos los mismos que deben ser acordes con la misión y visión del complejo.

Nuestros objetivos están enfocados a promocionar al complejo entre sus afiliados, concienciando el deber que tienen para su Colegio y hacerles sentir a estos que son importantes para el mismo. Mejorando los canales de comunicación del mensaje hacia los afiliados.

### **3.1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Mejorar la imagen del Colegio de Abogados en la sociedad civil, y promocionar al Complejo Deportivo de la Institución entre sus afiliados, a través de las diversas estrategias de marketing

### **3.1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

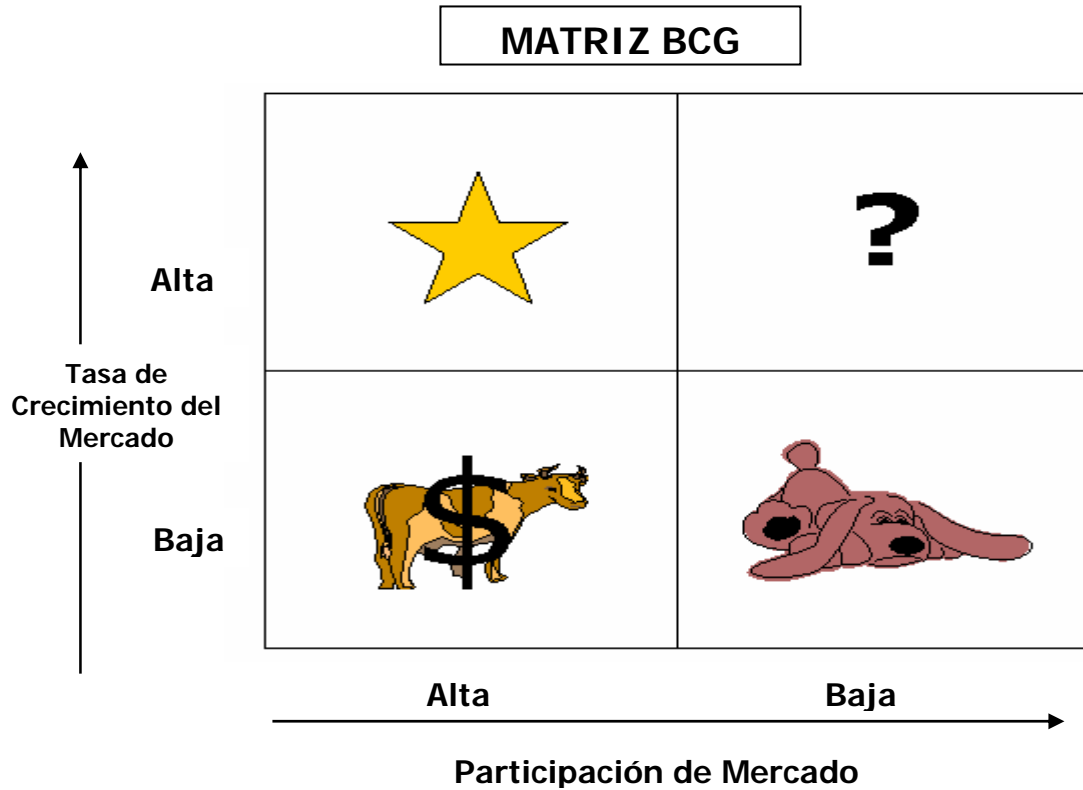
1. Retener e incrementar a los socios activos.
2. Recuperar el 60% de la cartera vencida de cuotas impagas.
3. Del 100% de incorporados anualmente que el 80% se afilie al C.A.G.
4. Promocionar eficientemente al Complejo de la institución como un lugar deportivo y social para los afiliados y su familia.
5. Llegar a los diferentes segmentos de una manera directa.
6. Ser el lugar favorito de nuestros afiliados para pasar un fin de semana ameno.

## **3.2 ANÁLISIS DE LAS MATRICES**

El análisis de las matrices nos permitirá definir el plan operativo.

### 3.2.1 ANÁLISIS DE LA MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP.

Figura 8. MATRIZ BCG



Elaborado por las autoras

La matriz Boston Consulting Group denominada Matriz de Crecimiento de la demanda-Participación de Mercado está compuesta por dos ejes, el crecimiento del mercado en el eje vertical y la participación relativa del mercado en el eje horizontal, formando cuatro cuadrantes donde se identificará en cual esta el Complejo Deportivo del C.A.G.

El Complejo del Colegio de Abogados del Guayas al ser un servicio nuevo a ofrecer, pero no desconocido porque ha sido demandado por el gremio por muchos años se considera un “**dilema**”, debido a la participación baja de afiliados al día en sus cuotas sociales considerándose este punto como único requisito para ingresar al complejo, pero con un potencial de crecimiento elevado de socios a asistir.

El Complejo Deportivo ha necesitado y necesita mucho efectivo para la construcción y adecuación del mismo. El dilema es si se continúa invirtiendo dinero o no, la respuesta a este dilema la dará el análisis financiero.

Conociendo en que cuadrante de la matriz de crecimiento/ Participación se encuentra el complejo, se determina la estrategia a seguir es “**Construir**”, aquí el objetivo es incrementar la participación de mercado. Considerándose esta estrategia apropiada para interrogaciones cuya participación tendrá que crecer para que se conviertan en estrella.

### 3.2.2 MATRIZ DE CRECIMIENTO INTENSIVO DE PRODUCTOS Y MERCADO

Figura 9. Matriz de Crecimiento.

		Productos	
		Actuales	Nuevo
Mercados	Actuales	1. Estrategia de Penetración de mercado	3. Estrategia de desarrollo del Complejo
	Nuevos	2. Estrategia de desarrollo de mercado	4. (Estrategia de Diversificación)

Elaborado por las autoras

Ansoff propuso un marco para determinar nuevas oportunidades de crecimiento intensivo, llamado rejilla de expansión producto-mercado. Clasifica a las estrategias de acuerdo al producto ofertado (actual o nuevo) y del mercado sobre el cual actúa (actual o nuevo), cada cuadrante representa diferentes estrategias de ingreso al mercado.

Siendo los abogados futbolista los que frecuentan el complejo, lo que se pretende es incrementar la participación de nuevos segmentos de abogados con las instalaciones actuales y con los socios actuales, a esta estrategia se la denomina la *estrategia de penetración de mercado*.

Esta estrategia intenta cambiar socios fortuitos a socios regulares y de regular a socio frecuente.

### 3.2.3 MATRIZ GENERAL ELECTRIC

El enfoque de la matriz General Electric define que los negocios se clasifican de acuerdo al: atractivo del mercado y la posición competitiva. Para la valoración de lo antes descrito se asigna un peso, de acuerdo al criterio obtenido del negocio, a cada factor considerado clave para el éxito administrativo del Complejo Deportivo para calificar al factor de acuerdo al desempeño.

**Tabla 39. Tabla de valoración**

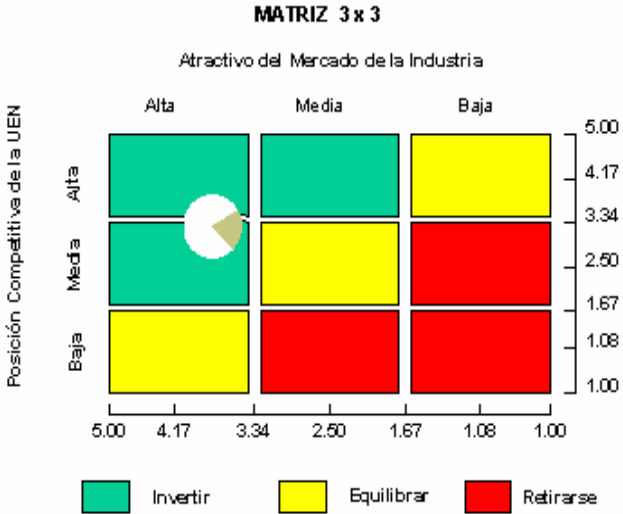
	Peso	Calificación (1 - 5)	=	Valor
<b>Fuerza del Negocio</b>	Participación de mercado	0.10	3	0.30
	Crecimiento de la Participación	0.15	3	0.45
	Calidad del producto	0.10	5	0.50
	Reputación de la marca	0.10	3	0.30
	Red de Distribución	0.05	3	0.15
	Eficacia promocional	0.05	4	0.20
	Capacidad productiva	0.05	5	0.25
	Eficiencia productiva	0.05	5	0.25
	Costos unitarios	0.15	3	0.45
	Insumos materiales	0.05	4	0.20
	Desempeño de Inv. y desarrollo	0.10	4	0.40
	Personal Gerencial	0.05	5	0.25
		1.00		

	Peso	Calificación (1 - 5)	=	Valor
<b>Atractivo del Mercado</b>	Tamaño total del mercado	0.20	5	1.00
	Tasa de crecimiento anual del mercado	0.20	3	0.60
	Margen de utilidad histórico	0.15	1	0.15
	Intensidad Competitiva	0.15	5	0.75
	Requisitos tecnológicos	0.15	3	0.45
	Vulnerabilidad inflacionaria	0.05	4	0.20
	Requisitos de energía	0.05	3	0.15
	Impacto ambiental	0.05	1	0.05
	Socio-Político-legal	Debe ser aceptable		
	1.00			3.35

Elaborado por las autoras

La intersección de los valores obtenidos en las tablas de valoración: Fuerza del negocio 3.70 y el atractivo del mercado de 3.35, se grafica en la matriz de 3x3.

**Figura 10. Matriz 3x3**



Elaborado por las autoras

La intersección esta situada en el área de la Estrategia de inversión, que indica que debe asignarse recursos al negocio; requiere de actividades agresivas de marketing para fortalecer y acrecentar.

**3.2.4 SITUACIÓN COMPETITVA: CINCO FUERZAS DE PORTER**

El modelo propuestos por M. Porter (1985) identifica las fuerzas que determinan la intensidad de la competencia que se tiene en un sector y por lo tanto la ventaja potencial.



**Figura 11. Fuerzas de Porter**



**Amenaza de entrada de nuevos competidores.** Esta amenaza no es posible por cuanto el Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas esta al servicio del gremio de la provincia y la Ley de Federación de Abogados del Ecuador establece en el Capítulo I Normas Fundamentales Art. 1 que “La federación no reconocerá mas de un Colegio de Abogados en cada provincia”.

**Rivalidad entre los competidores.** Por lo anterior descrito de la no existencia de competidores, tenemos como consecuencia que no existe posibilidad de rivalidad alguna.

**Poder de negociación de lo proveedores.** No existe este poder de negociación de los proveedores ya que los insumos necesarios para el mantenimiento del Complejo Deportivo, se los encuentra con facilidad en cualquier punto de venta en la ciudad.

**Poder de Negociación de los socios.** No es posible por cuanto el gremio mediante voto elige la Directiva del Colegio por un periodo de dos años. Los estatutos de Colegio de Abogados del Guayas en el Capítulo II: Del Directorio Art.12 literal d) Determinar las contribuciones o cuotas ordinarias o extraordinarias que deban satisfacer los afiliados.

**Producto sustituto.** Se presentaría si los socios deciden concurrir a clubes privados los fines de semana.

El Complejo Deportivo del C.A.G. se encontraría en el estado ideal según el modelo de Porter, porque compite en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes sin poder de negociación, ningún competidor y la existencia de productos sustitutos no importantes.

### **3.3 ANÁLISIS FODA<sup>2</sup>**

El proceso de analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, provee de información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y generación de mejoras porque potencialmente pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de la misión. La previsión de las oportunidades y amenazas posibilita la construcción de escenarios anticipados.

#### **Fortalezas**

---

<sup>2</sup> Referencia de la pagina Web: [http://www.uventas.com/ebooks/Analisis\\_Foda.pdf](http://www.uventas.com/ebooks/Analisis_Foda.pdf)

Las fortalezas se definen como la parte positiva de la institución, aquello que de manera directa se tiene control de realizar y refleja una ventaja. A continuación las fortalezas del Complejo Deportivo del C.A.G.:

- Imagen a crear
- Excelente infraestructura
- Administración eficiente
- La actual expansión urbana de la zona
- Cobertura de energía eléctrica
- Cercanía desde el Terminal Terrestre, a tan solo quince minutos
- Personal Capacitado

### **Oportunidades**

Al analizar el medio ambiente externo se encuentran las oportunidades, donde la institución no tiene control directo, sin embargo son eventos que por su relación directa o indirecta pueden afectar de manera positiva al desempeño del Complejo. Analizarlas es de vital importancia por cuanto con una adecuada selección de estrategia podríamos aprovecharlas. A continuación las oportunidades del Complejo Deportivo del C.A.G.:

- Donaciones de empresas privadas
- Por medio de auto gestión captar fondos para obras
- Vía en buen estado

### **Debilidades**

La principal característica de las debilidades es el afectar de forma negativa y directa al desempeño de la institución. Debilidades que pueden ser disminuidas mediante acciones correctivas a corto plazo a efecto de eliminarlas y transformarlas en fortalezas. A continuación las debilidades del Complejo Deportivo del C.A.G.:

- Reducido porcentaje de socios activos, entiéndase al día en sus pagos (deuda 0\$).
- Base de Datos no actualizada del Colegio de Abogados del Guayas, la cual debe de actualizarse. Considerándola de vital importancia al momento de hacer marketing uno a uno de los afiliados.

### **Amenazas**

Las amenazas se encuentran en torno a la institución y de manera directa o indirecta podrían afectar el quehacer del complejo. Las amenazas nos alertan de situaciones que no nos afecta en el presente pero que en un futuro cercano podrían afectar al desempeño. Amenazas que pueden ser disminuidas mediante acciones preventivas. A continuación las amenazas del Complejo Deportivo del C.A.G.:

- Escasez de agua, para mantenimiento del club y como reserva para diversas actividades.
- Posibilidad de inundación en la zona, debido a inviernos fuertes.
- Impacto de Factores económicos.
- Nivel de Ingresos económicos de Abogados.
- Inestabilidad Política del país.

## **Ventajas y desventajas competitivas**

Una ventaja es la infraestructura, característica de un Complejo Deportivo de primera categoría, lo que generará una imagen totalmente positiva y diferencial, así como también las políticas de marketing y la administración de los recursos disponibles.

Condicionantes externos: Cambios en la economía.

Condicionantes internos: Los miembros del directorio del Colegio de Abogados del Guayas como las personas que colaboran en el Complejo Deportivo deben ser concientes que la atención al socio es el factor primordial del éxito.

### **3.4 DEFINICIÓN DEL MERCADO**

#### **3.4.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

El complejo esta al servicio de los socios afiliados al Colegio de Abogados del Guayas, considerándose requisito único para disfrutar del complejo estar al día en las cuotas sociales con la Institución. El número de abogados registrados al corte del primer semestre del año 2006 es de 12483.

##### **3.4.1.1 MACROSEGMENTACIÓN**

Nuestro macro segmento es la provincia del Guayas ya que el Complejo Deportivo pertenece a el Colegio de Abogados de esta provincia, específicamente nos enfocamos a la ciudad de Guayaquil ya que el mayor porcentaje de socios ejercen en esta ciudad, el porcentaje de socios de otras

ciudades pertenecientes a la provincia es mínimo por lo que lo tomamos como irrelevante en nuestro estudio.

### 3.4.1.2 MICROSEGMENTACIÓN

Como micro segmento tenemos los socios del Colegio de Abogados del Guayas y estos a su vez se clasifican en tres segmentos que son: el segmento joven, edad mediana y tercera edad. El primer segmento comprende las edades de 20 hasta 34 años de edad quienes son mujeres u hombres casados con o sin hijos que acuden por recreación, el segundo segmento comprende desde los 35 hasta 64 años de edad y son las mujeres y hombres solteros o casados con o sin hijos que acuden al complejo por esparcimiento familiar, y por ultimo la tercera edad que comprende de 65 años de edad en adelante quienes son mujeres y hombres con y sin hijos que acuden por relax.

**Tabla 40. Microsegmento**

<b>Segmento</b>	<b>Jóvenes</b>	<b>Edad Mediana</b>	<b>Tercera Edad</b>
Edades	20-34	35-64	65 en adelante
Ciclo de Vida Familiar	Mujeres y Hombres, solteros o casados con o sin hijos	Mujeres y Hombres, solteros o casados con o sin hijos	Mujeres y Hombres, con o sin hijos
Estilo de Vida	Recreación	Esparcimiento Familiar	Relax

Elaborado por las autoras

### **3.4.2 DEMANDA POTENCIAL**

Se pueden distinguir dos niveles de demanda potencial

#### **3.4.2.1 DEMANDA POTENCIAL ABSOLUTA**

Se consideran el nivel máximo de demanda del complejo todos los socios registrados en el C.A.G., en la hipotética situación en que todos los abogados afiliados estén al día en sus cuotas y concurren efectivamente al Complejo Deportivo gracias a un esfuerzo máximo de marketing.

#### **3.4.2.2 DEMANDA POTENCIAL ACTUAL**

La demanda potencial actual son los socios actualmente al día en sus cuotas sociales, es decir que de los 890 socios activos, todos concurren al complejo.

### **3.4.3 TAMAÑO DEL MERCADO**

El número de socios que acudirían al complejo, conforman el tamaño del mercado. El cual lo calculamos de la siguiente manera:

El 32.4% de los socios activos, concurrirían al complejo del Colegio de Abogados todos los fines de semana. La demanda potencial actual multiplicado por el porcentaje de asistencia al complejo nos dice el tamaño del mercado.

TM= 890 (Número de socios activos hasta el año 2005) \* 32.4% (Porcentaje de socios que concurrirían los fines de semana al Complejo, da como resultado 288 socios usando las instalaciones de complejo cada fin de semana.

### **3.5 MARKETING MIX**

#### **Producto (Instalaciones)**

El Colegio de Abogados del Guayas pone al servicio de sus afiliados, el Complejo Deportivo y Recreacional de la institución, para el esparcimiento de los socios junto a su familia y colegas, dotado con infraestructura de acabados de primera categoría.

#### **Precio**

Se considera en los estatutos del Colegio de Abogados del Guayas

**Art. 4** Son Obligaciones y derechos de los socios

a) Pagar cumplidamente sus cuotas sociales.

Lo que se concluye que si el socio esta al día en sus cuotas con la institución, tiene el derecho de disfrutar de los beneficios que le ofrece el C.A.G.

El socio tendrá su credencial anual del Complejo Deportivo si paga la cuota social la misma que tendrá caducidad de Diciembre de cada año, para que tenga relación con el vencimiento periódico de la cuota cancelada.

La familia del socio podrá ingresar al Complejo Deportivo hasta el primer grado de consanguinidad con un máximo de cinco personas.

#### **Plaza**



El Complejo Deportivo se encuentra ubicado en el kilómetro 11 ½ vía a Salitre, zona en considerable expansión urbana durante los últimos 3 años. De fácil y rápido acceso considerando que la vía se encuentra en óptimas condiciones.

## **Promoción**

La promoción es la herramienta que nos va a permitir transmitir el mensaje a los socios. Las promociones estarán orientadas a motivar a los afiliados a ser un socio activo, a estimular la participación del abogado en las actividades que el C.A.G. realice. Es precisamente a través de la comunicación que vamos a acercar al mercado la imagen que queremos que se tenga de la institución, lo que nos va a permitir posesionarnos.

La elección de un buen mensaje es fundamental para que la estrategia de comunicación sea efectiva.

## **Publicidad**

### **Revistas**

Por gestión de la administración se solicitará a los diferentes medios de prensa escrita con circulación en la ciudad de Guayaquil que realicen un reportaje en el cual se destaque gráficamente y a través del relato las instalaciones y trabajos realizados en el Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas con el objetivo de generar interés acerca del mismo y llegar a todos los abogados afiliados, este reportaje será sin costo alguno. Estos medios de comunicación se intercalarán periódicamente de manera que cada cierto tiempo se publique un reportaje acerca del Complejo Deportivo del C.A.G. en diferentes diarios.

## **Uniformes**

Se recomienda que el personal de apoyo cuente con uniformes, la opción es pantalón Jean de color azul y camiseta bordada con el logo full color del Complejo Deportivo en la esquina superior derecha, y su respectivo nombre con letra legible y grande en la manga derecha, con el objetivo de ser identificados visualmente y por sus nombres por los socios como colaboradores.

**Ver anexo 1**

### **3.6 PLAN OPERATIVO**

#### **3.6.1 MARKETING DIRECTO**

##### **Estudiantes universitarios de la Carrera de Leyes**

Las universidades Estatal de Guayaquil, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Universidad del Pacífico, Universidad Nacional de Loja ofrecen la carrera de Ciencias Jurídicas en la ciudad de Guayaquil.

Basado en un estudio de mercado exploratorio, en el que se consultó aleatoriamente a estudiantes universitarios de leyes acerca de su conocimiento sobre: (1) Rol del Colegio de Abogados del Guayas, (2) Requisitos para afiliarse a la institución, (3) Beneficios de afiliarse al C.A.G., arrojó que nueve de cada diez estudiantes no conocen esta información a fondo.

Con el objetivo de motivar a los futuros Abogados y Líderes gremiales a ser parte del Colegio de Abogados del Guayas, enrolándolos a las actividades de la institución y viceversa se realizan las siguientes propuestas basadas en la investigación de mercado exploratoria:

1. Reforzar a los estudiantes universitarios acerca de las leyes que dictaminan afiliación al Colegio de Abogados del Guayas y sus estatutos.

Dentro de la malla curricular del alumno de leyes, se le debe impartir que en la Ley de Federación de Abogados del Ecuador en el Capítulo I Normas Fundamentales, Art. 2 dice “La afiliación de los abogados a los colegios provinciales es obligatoria. Sólo la inscripción en un Colegio de Abogados hecha a base de la matrícula, autoriza el ejercicio de la profesión en cualquier lugar de la República”

2. Charlas informativas impartidas por un miembro del Colegio de Abogados del Guayas a los estudiantes de los últimos niveles de la carrera de Leyes. Acerca de:

- ✓ Finalidad del Colegio de Abogados en la sociedad civil.
- ✓ Requisitos para inscribir el título de grado en el Colegio de Abogados del Guayas.
- ✓ Derechos y Obligaciones de los socios del Colegio de Abogados del Guayas.
- ✓ Beneficios de afiliarse al Colegio de Abogados del Guayas.

3. Participes activos del Colegio.

A la par que un estudiante universitario aprende la teoría de la carrera, siente la curiosidad de cómo será el medio a desarrollarse, la necesidad de conocer y escuchar a los protagonistas del medio en la actualidad e irse involucrando al medio con conocimientos sólidos y criterios propios, sin temores.

La propuesta es hacerlos partícipes de actividades y eventos que realice el Colegio de Abogados del Guayas. Extendiendo la invitación mediante comunicaciones escritas, telefónicas y personales al decano y presidentes de asociación de estudiantes de las facultades de Derecho de las universidades.

Entrega de Estatutos del Colegio de Abogados del Guayas y folleto informativo de beneficios de afiliarse al C.A.G. junto a la hoja de "Requisitos para inscribir título en el C.A.G."

#### 4. Invitación a Complejo Deportivo del C.A.G.

Se considera que una visita a las instalaciones del Complejo Deportivo por parte de los estudiantes próximos a egresar de la carrera de leyes sería vital para incentivarlos a formar parte del C.A.G. Para lo que se requiere que el Presidente de la asociación de Estudiantes coordine con el Administrador del Complejo Deportivo de la institución y otorgue una lista de estudiantes a participar, fecha, hora y lugar de encuentro.

#### 5. C.A.G. participe de actividades de los Estudiantes

A medida que se debilita la publicidad masiva pagada, los administradores están recurriendo cada vez más a las Relaciones Públicas de Marketing,

considerándose como un instrumento muy eficaz para crear conciencia y conocimiento de un producto o servicio<sup>3</sup>.

Otorgar una tarjeta de felicitaciones a cada estudiante graduado de la carrera de derecho por parte del C.A.G., firmada por su presidente, generaría un efecto positivo en la actitud del estudiante hacia la institución.

Para lo que se requiere una buena relación de comunicación entre el decanato de cada universidad y el C.A.G. para que esta primera institución facilite a tiempo oportuno la lista de estudiantes incorporados. Al momento de recibir su título de grado por parte de la universidad, reciba su tarjeta de felicitaciones.

### **3.6.2 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Los instrumentos de comunicación a utilizar son los siguientes:

- ✓ Publicidad
- ✓ Promoción
- ✓ Merchandising
- ✓ Mercadeo Directo
- ✓ Relaciones públicas

#### **3.6.2.1 PUBLICIDAD**

##### **Logo**

---

<sup>3</sup> Dirección del marketing, décima edición Philip Kotler, Pág. 606)

La elaboración de un logo es necesario para la imagen institucional del mismo. Se la utilizará en la folleteria del Complejo, credenciales de ingreso, uniformes de los empleados y demás publicidad.

**Figura 12. Logo del Complejo Deportivo del C.A.G.**



### **Slogan**

El eslogan del Complejo del C.A.G. es: “Un Complejo activo para socios activos”.

La frase reúne las dos características de parte de cada una de las partes del complejo: El Lugar (El Complejo) y sus usuarios (Socios Activos del C.A.G.).

- Complejo activo: Un Complejo al servicio de sus afiliados. Con su personal trabajando activamente para brindar un mejor servicio.

- Socios activos, se los considera de esta manera a los afiliados cumplidores con sus cuotas sociales.

### **Sticker**

“Soy un socio activo”

2006

**Ver anexo 2**

### **3.6.2.2 MERCHANDISING**

#### **Afiches**

Afiches promocionales del Complejo Deportivo, tamaño A4 y papel couche full color, se colocarán en:

- ✓ Instituciones públicas: Corte Superior de Guayaquil, Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos, Notarías, Fiscalías, Aduana, etc. Se colocará el afiche en el lugar visible y transitado que lo permita la administración del lugar.
- ✓ Instituciones privadas, se colocará el afiche en la cartelera de las mismas con previo diálogo y autorización de parte del Departamento de Recursos Humanos.
- ✓ Universidades con facultad de Ciencias Jurídicas.

Se cambiará el diseño e información respectiva al menos cada tres meses.

## **Artículos varios**

Mandil de color azul con el logo del Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas en el borde superior derecho y texto en el centro que dice: "Soy un socio activo 2006". Este mandil será un obsequio para los socios frecuentes del complejo que hacen uso de las barbacoas, tiene como objetivo premiar la fidelidad de los clientes.

**Ver anexo 3-12**

### **3.6.2.3      MERCADEO DIRECTO**

#### **Dípticos**

La elaboración, diseño, distribución de un Díptico Informativo del Colegio de Abogados del Guayas es necesario, el mismo que contendrá la siguiente información: Tema de actualidad, eventos a realizarse en el Complejo Deportivo del C.A.G., disponibilidad de transporte, cursos o seminarios a realizarse. La entrega será personalizada con nombre a quien se dirige y su respectivo valor de cuota social pendiente, recalcando el requisito de estar al día en las cuotas para ingresar el complejo de Colegio de Abogados y se informará los números de teléfono de cobradores para que soliciten la visita de uno de ellos para efectuar cobros, a su vez tendrán a mano los horarios de atención en ventanilla del C.A.G.

Forma de Entrega: Conforme se actualiza base de datos, a funcionarios abogados inscritos al colegio de abogados.



Periodicidad: Mensual

**Ver Anexo 13 Y 14**

### **Postales**

Estas postales se dirigen al target de socios activos del año en curso y el año anterior, a los que se considera como socios activos permanentes. Se considerarán como un agradecimiento por la confianza depositada a la institución.

### **Llamadas telefónicas**

Da la ventaja de dar un toque personal con los usuarios. Se efectuará a través del Call Center, mediante la contratación eventual de 3 estudiantes universitarios nocturnos que se dediquen durante el día a llamar a diferentes instituciones preguntando por los abogados que trabajan en dicha institución por el periodo de dos meses.

Este mecanismo tiene como objetivo:

- ✓ Lograr contactarse con los afiliados e informar del Complejo Deportivo que esta al servicio de ellos.
- ✓ Actualizar la Base de datos y de esta manera hacerle llegar vía fax, e-mail o directamente las diferentes comunicaciones por parte del Complejo Deportivo del C.A.G.
- ✓ Poner al servicio de los afiliados el número de teléfono de contacto del administrador del Complejo Deportivo para consultas.

## Sobres

Existe otro segmento que esta al día en las cuotas sociales pero no tiene el interés de asistir al Complejo, este grupo genera ingresos al C.A.G. a este segmento se le enviarán sobres con las siguientes características:

- ✓ Deben ser mas grande que lo normal, y deben estar **dirigido a nombre del socio** con esto evitamos que dicho sobre sea tirado antes de ser leído.
- ✓ Debe **llamar la atención**, utilizaremos letras negritas a lo que queremos recalcar que le quede en la memoria. También debemos usar datos precisos, no porcentajes sino números concretos.
- ✓ La firma de dicha carta deberá estar **con otro color** y evitar las letras convencionales de las computadoras (no debe ser monótona).

## Folleto

Es aconsejable que sea de dos tintas como mínimo y de un papel de buena calidad. Debe cumplir con lo siguiente:

- ✓ **Atención.** Debe llamar la atención de quien lo recibe
- ✓ **Interés.** Debe despertar su interés
- ✓ **Deseo.** Debe crear un deseo
- ✓ **Acción.** Debe impulsar la acción de nuestro destinatario.

### 3.6.2.4 RELACIONES PÚBLICAS

#### Talonarios de descuento

Se realizarán cartas dirigidas a los departamentos de mercadeo de varias empresas, locales, librerías, restaurantes, lugares de entretenimiento de la ciudad, con el objetivo de crear un talonario de cupones de descuentos, que se hará llegar mediante mensajería a los abogados activos.

### **Mensajes escritos a los socios**

Además se enviarán mensajes escritos a los socios del C.A.G. incentivándolos a que visiten el Complejo Deportivo, se usarán las siguientes páginas Web para llevar a cabo esta estrategia:

Porta [www.porta.net](http://www.porta.net)

Movistar [www.portalambato.com](http://www.portalambato.com)

Alegro [www.alegropcs.com](http://www.alegropcs.com)

### **3.6.2.5 PROMOCIONES**

#### **Incentiva a un amigo, a ser activo como tu**

A partir del tercer año del proyecto se pone en marcha la campaña, incentiva a un abogado amigo a ser un socio activo del colegio. De acuerdo el boca a boca ciertamente es una herramienta interesante si se usa de manera inteligente. El mejor anuncio llega del vecino. Adquiriendo un artículo promocional quien logra cumplir el desafío.

## **Visitas al Complejo del C.A.G.**

Se considera esta campaña basados en la primicia que es difícil que se pague por tener algo que no se conoce. Consiste en que una persona dinámica y activa del directorio del Colegio de Abogados del Guayas o colaborador de confianza, lidere a los potenciales miembros activos de la institución a visitar el Complejo Deportivo.

Se planificará previa llamada telefónica, mail, fax, correspondencia para coordinar el día que podrían visitar las instalaciones del Complejo Deportivo y de esta forma sientan que su colegio trabaja por ellos. Además se alquilará Buses con capacidad de 50 personas que ira al complejo los días sábados y domingos en el podrá ir un socio con opción a un acompañante, durante dos años.

En la conformación de los socios a participar, se tomarán muestras de cinco personas de distintas dependencias, como por ejemplo cinco personas que colaboren en el municipio, cinco personas que colaboren en bancos privados, cinco personas que trabajen en el bufete de abogados, con el propósito de diversificar y crear nuevos contactos entre los abogados durante el paseo. Se espera que el día lunes cuando cada uno llegue a su lugar de trabajo y narre lo que hizo el fin de semana, el mensaje llegue a más lugares y para disfrutar del mismo es necesario este al día en sus cuotas.

El objetivo es presentar a los socios el complejo, durante el viaje impartir un charla sobre los beneficios de ser un socio activo.

Una vez que el socio ha visitado el complejo y conoce los beneficios de ser un socio a activo, se seguirá contactando.

Segmentando las personas participantes de diferentes instituciones con el objetivo de diversificarlos, para un efectivo y amplio marketing boca a boca por parte de los participante. Y sean ellos los que entusiasmen a otras personas a participar.

### **Cursos Vacacionales**

De acuerdo a los resultados de la investigación de mercado nos enfocamos al target de los abogados jóvenes de 25 a 36 años de edad que son aquellos que en tienen hijos entre 7 y 12 años de edad.

Se considera abrir en forma gratuita cursos deportivos para la etapa de vacaciones. Cursos que tendrán una duración de un mes y medio con una frecuencia de tres días a la semana: lunes, miércoles, viernes, bajo la conducción de instructores especializados, en el complejo deportivo del C.A.G.

Cada instructor, a más de la parte recreativa, conversará con los niños sobre temas de la valoración del deporte, la importancia de una vida con valores y una competencia sana.

El objetivo principal de estos cursos vacacionales es el incentivar el uso de las instalaciones por los niños y sean ellos voceros a sus padres de las instalaciones del Complejo y a su vez incrementar los socios activos del colegio de Abogados del Guayas.

✓ Categorías.

Habrán dos niveles, de acuerdo a la edad. El primer nivel estará integrado por niños y niñas de entre 7 y 9 años y el segundo nivel por niños de 10 y 12 años de edad. De acuerdo a la edad, se ubicará al inscrito en el nivel correspondiente y se establece el horario en el que participará.

Curso de Natación

Curso de Fútbol

Curso de Básquet

✓ Inscripciones

Las inscripciones de los hijos de los afiliados al C.A.G. se recibirán en las oficinas de la institución ubicadas en el tercer piso del edificio de la Corte Superior de Justicia en la Av. 9 de octubre y Av. Quito por un miembro asignado durante los horarios hábiles de oficina, vía telefónica o e-mail para reservar cupo.

✓ Precios

El precio del curso vacacional es gratuito e incluirá el transporte desde los bajos del edificio de la Corte Superior de Justicia al complejo, viceversa.

## **CAPITULO IV. ESTUDIO TECNICO**

### **4.1 DEFINICIÓN DEL PERSONAL Y LA MANO DE OBRA CALIFICADA**

Para laborar en el Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas se necesitarán 13 personas:

- 1 Administrador
- 1 Asistente de Administración
- 1 Principal de Mantenimiento cachas césped
- 1 Auxiliar de Mantenimiento canchas césped
- 1 Principal de Limpieza
- 1 Auxiliar de Limpieza
- 1 Guardia puertas adentro
- 1 Guardia Fines de semana
- 1 Técnico en piscinas
- 1 Ayudante del técnico de piscinas
- 1 Jardinero
- 2 Personal de ventanilla

Se solicitaría a la facultad de enfermería, un estudiante cursando el último curso de la carrera, con suficiente preparación para que brinde sus servicios al complejo durante los fines de semana junto a un doctor.

Las funciones que desempeñarían cada persona en el Complejo Deportivo se detallan a continuación:

✓ **Administrador del Complejo:**

- Elaborar un informe mensual al directorio del Colegio de Abogados del Guayas referente al Complejo Deportivo: Logros, puntos a mejorar, calamidades, etc.
- Diseñar, Organizar, Coordinar y Controlar la ejecución de las actividades del Complejo
- Elaborar un plan estratégico, operativo para su correspondiente aprobación mediante sesión de directorio del Colegio de Abogados del Guayas.
- Realizar la gestión, logística, recursos humanos, mantenimiento y comunicaciones del Complejo.
- Estar en constante comunicación con los socios activos, conocer sus inquietudes, necesidades, opiniones.



- Liderar, emprender y poner en marchas compañías de marketing para con los diferentes segmentos de socios. Mejorando las misma con la experiencia, vivencias adquiridas con cada uno de ellos.
- Velar por la calidad de servicio brindado al socio, y comunicar misión y visión a los empleados.
- Gestionar convenios y acuerdos con instituciones
- Proponer al directorio del C.A.G. normas y reglamentos.
- Gerenciar el buen funcionamiento de las instalaciones
- Supervisar las obras de construcción, reparación

✓ **Auxiliar de administración:**

- Apoyar en el manejo de documentos, facturas, así como en las coordinaciones delegadas por el Administrador.
- Orientar al usuario que acude al Complejo Deportivo con buen trato y calidez.
- Realizar los pedidos de útiles de oficina e insumos para el complejo.
- Tener información actualizada del movimiento del Complejo Deportivo.

✓ **Personal de ventanilla:**

- Atender la recepción, verificar identificación y estado de cuenta del socio.

✓ **Principal de Mantenimiento de Cancha / Auxiliar de Cancha de césped.**

- Responsables del buen estado de las canchas (2)
- Reportar a tiempo las necesidades de: fertilizantes, instrumentos de podar, e insumos para el mantenimiento de las mismas.

✓ **Principal de Limpieza y Auxiliar de Limpieza**

- Realizar la limpieza diaria del Complejo Deportivo
- Coordinar y controlar el adecuado uso de los materiales de limpieza.
- Velar por el cuidado y seguridad de los bienes del Complejo Deportivo
- Sugerir reparación, mantenimiento necesarias de las instalaciones
- Mostrar en todo momento paciencia, buen trato, educación y evitar discutir con el usuario.

✓ **Guardias**

- Velar por el buen orden
- Requisar a las personas de no ingresar armas de fuego u objetos corto punzantes al Complejo Deportivo.

✓ **Jardinero**

- Realizar el cuidado diario de las áreas verdes del Complejo Deportivo.
- Sugerir abonos, fertilizantes etc. para un mejor cuidado de las plantas.

## **4.2 TAMAÑO DE LA INSTALACIÓN, CAPACIDAD Y DISEÑO ARQUITECTÓNICO**

La infraestructura civil que se ha desarrollado para el Complejo Deportivo consiste en edificaciones de hormigón armado, construidas con bloque enlucido, diseñadas y concebidas de acuerdo al tipo de servicio que se desea brindar. Las instalaciones del Complejo se pueden dividir en cuatro secciones

- ❖ **Oficina:** En la puerta de ingreso al complejo se contará con dos ventanillas con personal capacitado para la atención de los usuarios dotados con un computador y base de datos actualizada, en la cual se verificará el saldo pendiente de los afiliados con la institución. Los socios al día en sus pagos podrán ingresar al complejo mientras que los socios

con pagos pendientes tendrán la opción de cancelar este valor y disfrutar de las instalaciones del complejo.

❖ **Sección Canchas deportivas:** Donde se realizarán las actividades deportivas, instalaciones que contarán con una glorieta, baños, duchas, bar.

- ✓ Sección cancha de fútbol césped #1: 100.20 x 62.90 mts.
- ✓ Sección cancha de fútbol césped #2: 105.00 x 68.10 mts.
- ✓ Cancha múltiple indor – fútbol: 34 x 22 mts.
- ✓ Cancha múltiple de tenis y volley: 24 x 13 mts.

Entre la cancha de fútbol # 1 y las canchas múltiples, bancas de cemento con forma curvilínea decorativas con azulejos de colores y en el centro ficus brindarán sombra a los espectadores de ambas canchas.

❖ **Sección Piscinas:** Las piscinas ubicadas en un área 1500m<sup>2</sup>, contarán con iluminación en los bordes interiores de las mismas Ver anexo 15

- ✓ Una piscina general con capacidad de 220 personas, con forma de una herradura, en el centro de la misma tiene un bar. En su parte más profunda alcanza 1.30 m., en la parte de acceso a la piscina se encuentra un diseño tipo “playa” de piso antideslizante color arena, conforme va avanzando el usuario va aumentando la profundidad .La piscina está cubierta con azulejos celestes y tiene 12 palmeras decorativas al borde.

- ✓ Una piscina de niños con capacidad de 25 personas, se encuentra al lado derecho de la piscina de adultos (diámetro 7m., profundidad máxima 0.60 m.), diseñada con azulejos de colores fosforescentes para seguridad visual, fondo color verde claro, lados de los color naranja con un franja delgada de azulejos amarillos, seleccionados por ser colores que dan vivacidad al ambiente; en el centro de la piscina tiene un pequeño islote con una palmera en el centro, con asientos de espera y vigilancia para las mamás de los niños; en la parte lateral cuenta con una escalera de escalones circulares, precisamente para facilitar el acceso a los niños en el lado derecho.
  
- ✓ Una piscina semi olímpica de seis carriles con capacidad de 100 personas, ubicada al lado izquierdo de la piscina de adultos (largo 25.50 m., ancho 10.00 m, profundidad máxima 1,30 m.)
  
- ❖ **Dos hidromasajes:** Con capacidad para seis personas cada uno, anexos a la piscina general con forma de herradura en la cual los chorros de agua caliente que vierten dan sensación de masaje y relajamiento tanto para la espalda como para las pantorrillas, este último es un diseño especial a solicitud de los abogados futbolistas.
  
- ❖ **Cabañas Barbacoas bajo techo.-** Contará con 7 barbacoas amplias con capacidad de 30 personas. Ubicadas al frente de la sección piscinas, con 600 m<sup>2</sup> total de área, de implantación.

Cada barbacoa de forma ovalada tiene un área de 60 m<sup>2</sup> de largo. El asador para asar las carnes al carbón, tiene una parrilla de 1.20 m x 0.60 m. revestido con cerámica tipo ladrillo. Junto a la parrilla al lado izquierdo, un fregadero de acero inoxidable para lavar platos, alimentos y enseres utilizados, etc. Un mesón comedor ovalado de porcelanato ubicado frente a la parrilla, cuenta con asientos de cemento revestidos con cerámica y piedra caliza. Obteniendo un espacio libre en el centro de la barbacoa para circulación de los usuarios.

Un área de jardinería decora los contornos de cada barbacoa. Ver anexo 16.

- ❖ **Casa club:** Contará con vestidores, duchas, casilleros damas y caballeros, sauna, bar y salón de eventos, el cual podrán usar los socios para celebrar acontecimientos siempre y cuando se reserve con anticipación. En el exterior del complejo, de lado este, frente a la entrada esta el parqueadero.

#### Planta Baja

Se desarrolla en un área de 400m<sup>2</sup>, con capacidad de 300 personas. Está conformada por una amplia zona abierta con acceso desde el área de piscinas, como canchas de fútbol. Área que contará con sillas y mesas sencillas, dos mesas de billar y tres mesas de ping pong.

En el centro del área de la planta baja se encontrará el área de cocina y bar con sus respectivas áreas de bodegas. Ver anexo 17.

A la derecha e izquierdo contará con cuartos independientes de damas y caballeros, en su interior tendrán 4 duchas, 6 servicios sanitarios, un sauna, casilleros para la ropa de los usuarios.

Así mismo contará con otras baterías de uso exclusivo para los usuarios de las piscinas que dan al exterior: 4 servicios higiénicos y 3 duchas. Incluye además dos áreas, una de bodega para enseres utilizados para el mantenimiento de las piscinas y otra será área de cuarto de bomba.

#### Planta Alta

Se conecta desde la planta baja con una escalera circular muy amplia que llega a un gran espacio de uso múltiple, tanto para agasajos, cursos de capacitación y presentaciones pues cuenta con un escenario para estos propósitos. Un área de Repostería con su respectivo mesón para servirse los alimentos durante los eventos, además con baño para damas y caballeros. Ver anexo 18.

## Capacidad diaria máxima del Complejo

**Tabla 41. CAPACIDAD DIARIA DEL COMPLEJO**

Instalación	Capacidad # Personas	Periodo de Utilización	Horas de Atención	Turnos	Capacidad Diaria
Piscina General	220	0.75	10	13	2,933
Piscina Niños	25	0.75	10	13	333
Piscina Olímpica	100	1.33	10	8	750
Hidromasaje (2)	12	0.50	10	20	240
Sauna	15	0.25	10	40	600

Fuente: Estudio de comportamiento de usuarios en otros Complejos  
Elaborado por las autoras

La piscina general tiene capacidad para 220 personas que permanecen en promedio 45 minutos (de acuerdo a versiones de administrador Club Nacional y observación directa), considerando que el complejo atendería al público de 8h30 a.m. a 18h30pm en total 10 horas ininterrumpidamente, tenemos 13 turnos lo que da como resultado 2933 personas.

La piscina de niños tiene capacidad para 25 niños que permanecen 45 minutos, considerando 10 horas de atención al público tenemos 13 turnos lo que da como resultado 333 niños diariamente.

La piscina semi olímpica tiene capacidad para 100 personas que permanecen 1 hora 20 minutos considerando 10 horas de atención tenemos 8 turnos con un resultado de 750 personas diariamente.

Cada hidromasaje tiene capacidad para 6 personas que permanecen 30 minutos, considerando 10 horas de atención tenemos 20 turnos con un



resultado de 120 personas diariamente, multiplicado este valor por dos que es la cantidad total de hidromasajes nos da una capacidad diaria de 240 personas.

El Sauna tiene capacidad de 15 personas que permanecen 15 minutos, considerando las 10 horas de atención del Complejo tenemos 40 turnos que da como resultado 600 personas.

No se da un exceso de personas en el Complejo puesto que la capacidad máxima es suficiente para los socios que lo visitarán semanalmente, por tanto no es necesaria la construcción de instalaciones adicionales durante los años de estudio.

**Ver anexo 19-24**

### **Transporte**

El Complejo se comunica con la carretera Guayaquil- Salitre mediante una vía secundaria (doble riego). El transporte hasta el complejo en el Km. 11 ½ vía a Salitre puede ser mediante cuatro posibles medios:

- Vehículo propio
- Transporte intercantonal, tomando un bus intercantonal en el Terminal terrestre de Guayaquil que salen cada 15 minutos. Las compañías de transporte que ofrecen el servicio son C.I.S.A y Salitreña con un costo de \$0,70 /Persona.
- Alquiler de un Taxi

### **Servicios Básicos del Complejo.**

## **Agua**

Para almacenamiento y suministro de agua potable en el interior del Complejo Deportivo existe una cisterna con capacidad para 12 m<sup>3</sup>, desde ahí el agua se distribuye por gravedad. El agua potable se compra a carros tanqueros. Existe instalado el sistema de distribución con llaves de agua potable en el bar, baños, duchas, barbacoas, casa club, y se utiliza para regar la jardinería. El consumo promedio de agua potable es de 5 carros tanqueros por semana. La canchas se riegan absorbiendo agua con bomba del canal ubicado lateralmente entre la carretera y el complejo.

## **Energía Eléctrica**

La energía eléctrica es suministrada por EMELGUR

## **Proveedores**

Para el buen funcionamiento de las instalaciones del Complejo durante cada mes se realizan las siguientes compras:

Útiles de Oficina	: Juan Marcet
Materiales de Limpieza	: Mi comisariato
Fertilizantes	: Agripac
Ferretería	: Ferrisariato
Agua Potable	: Tanquero
Luz Eléctrica	: EMELGUR

En caso de construir o reparar algo el proveedor de los materiales de construcción es Disensa.

## **CAPÍTULO V. ORGANIZACIÓN Y OPERACIONES**

### **5.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS**

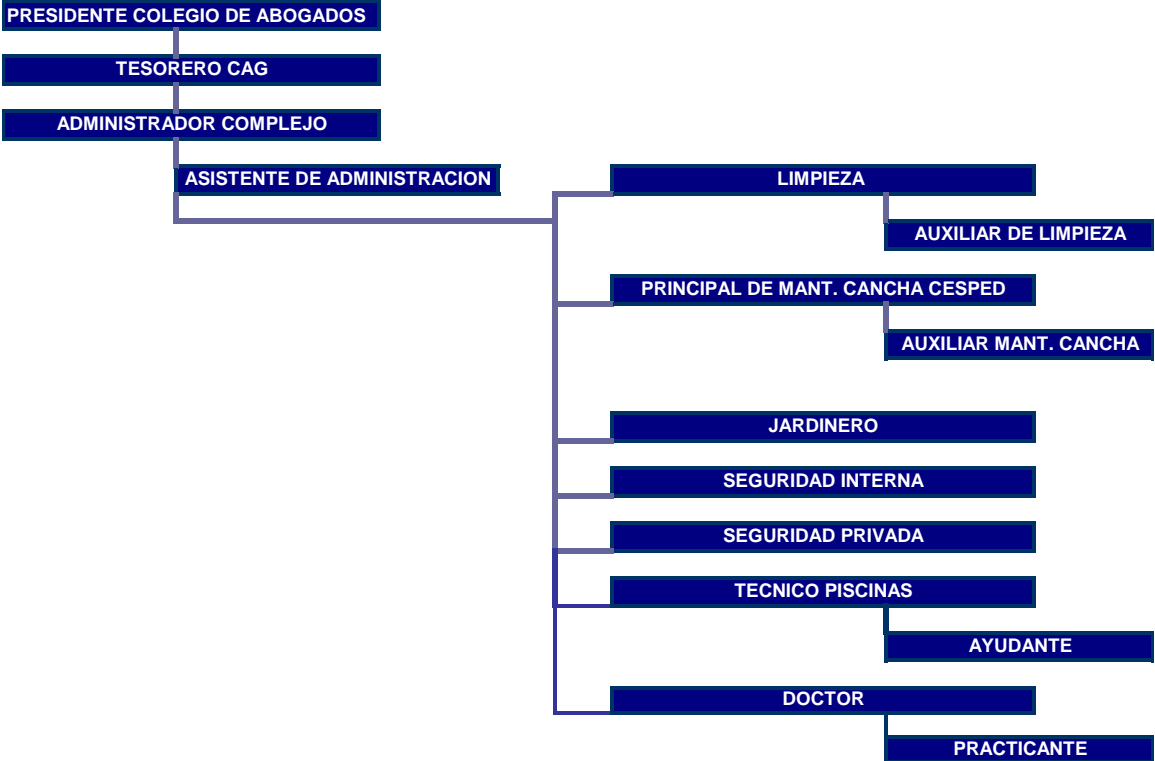
La administración va a contar con herramientas muy útiles, como lo es el del programa EXCEL el cuál permitirá realizar cálculos financieros necesarios, además tendrá un control del servicio que brinda el complejo mediante el nivel de satisfacción de los socios por medio de una encuesta, también contará con todo el soporte tecnológico que pueda brindar el Sitio Web.

### **5.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

El tipo de estructura organizacional que utilizará el Complejo es por especialización de las funciones por lo tanto, responde al sentido tradicional de la jerarquía. Se verá que existen siete gerencias que dependen directamente de la administración general, y esta a su vez depende de la Tesorería y la Presidencia del Colegio de Abogados del Guayas. Cada una de ellas asume una responsabilidad bien definida en la administración: Limpieza, Principal de mantenimiento de cancha césped, Jardinero, Seguridad interna, Seguridad privada, técnico piscinas, doctor. En la misma figura siguiendo la trayectoria del

organigrama se muestra la jerarquización de mandos sobre lo que descansará su funcionamiento.

**Figura 13. Organigrama**



Elaborado por las autoras

La principal característica es que valora al máximo la responsabilidad de cada escalón, con lo que se adquirirá una perfecta especialización de trabajo asignado, además de permitir una estructura física que comprende el área principal de administración en las propias instalaciones y una oficina con dos ventanillas donde se encontrará un computador y una base de datos actualizada para verificar los socios que se encuentran o no al día en sus pagos.

### **5.3 MARCO LEGAL DEL COMPLEJO**

El Complejo Deportivo deberá cumplir con los siguientes documentos técnicos:

- ✓ Aprobación de planos
- ✓ Impuesto predial al día
- ✓ Cuerpo de bomberos
- ✓ Escritura del terreno

Requisitos del control sanitario:

- ✓ Eliminación de excretas aguas servidas y aguas fluviales
- ✓ Abastecimiento de agua para uso humano
- ✓ Eliminación de sustancias nocivas o peligrosas para la salud
- ✓ Evitar la contaminación ambiental

## **CAPÍTULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO**

### **6.1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS**

Para poder determinar los ingresos totales se calculó la cantidad de socios activos para los años del horizonte de planificación del proyecto. Primero se determinó el número de estudiantes graduados ( Socios nuevos ) de la Carrera de Derecho de las diferentes universidades de la localidad a afiliarse a la institución que crecen en un 3% cada año de acuerdo a la información de años anteriores de la institución; luego se asignó según datos históricos que el 70% de estos graduados se afilian al C.A.G., este porcentaje crece cada año un 2% hasta el año seis donde se cumple nuestro objetivo, es decir, el 80% de los graduados de la carrera de derecho se afilian a la institución. Los nuevos socios generan ingresos por las siguientes actividades:

*Inscripciones.-* Se genera cuando un abogado se inscribe por primera vez en el Colegio de Abogados del Guayas como indica la ley de federación de C.A.G. como requisito indispensable para ejercer la profesión. EL valor a cancelar depende del mes en que se inscribe, el ítem que marca la diferencia es el valor de cuota de social mensual a pagar. De acuerdo a resolución del Directorio del

C.A.G de los valores cancelados: **\$200 son destinados para el Complejo Deportivo** (hasta el año 2 del proyecto).

*Las cuotas sociales.*- Recaudadas por los socios activos y aquellos que se inscriben en el año actual, que son \$4,50 mensuales, con un total anual de \$54. El Valor recaudado en cuota se distribuye en los siguientes porcentajes: **50% Complejo del Colegio de Abogados**, 25% para la administración, 25 % fondo mortuario.

*Cuota Extraordinaria.*- recaudadas por los socios que se inscriben en el año actual, que son \$10,00 anuales por inversión en el proyecto que se cancelará solo hasta el año dos del horizonte de planificación, dado que hasta esa fecha se habrá construido totalmente el Complejo Deportivo del C.A.G.

Seguidamente se calculó el total de socios (socios nuevos más socios registrados menos socios que mueren anualmente). Se calculan los socios activos que es la suma de los socios nuevos, los socios existentes y los socios que se pusieron al día en sus pagos mediante la recuperación de cartera en los dos primeros años conjunto a las estrategias de marketing. A partir del año tres los socios activos son solo la suma de los socios existentes más los socios nuevos, ya no se adiciona la cantidad de socios por recuperación de cartera ya que este mecanismo solo dura los dos primeros años del horizonte de planificación. Los socios inactivos se calculan restándole al total de socios la cantidad de socios activos.

**Tabla 42. Socios activos**

Año	NUEVOS SOCIOS			TOTAL SOCIOS			SOCIOS ACTIVOS		SOCIOS INACTIVOS		
	Graduados Carrera de Derecho	% Graduados afiliados al C.A.G.	Nuevos Socios	Socios Afiliados	Socios fallecidos	Socios vivos	Socios Activos	%	Socios Inactivos	% Socios Inactivos	
1	2007	687	70%	484	13,423	25	13,398	8,761	65%	4637	35%
2	2008	707	72%	512	13,935	26	13,910	11,626	84%	2284	16%
3	2009	728	74%	542	14,478	27	14,451	12,168	84%	2283	16%
4	2010	750	76%	574	15,051	28	15,023	12,741	85%	2282	15%
5	2011	773	78%	606	15,658	29	15,629	13,348	85%	2281	15%
6	2012	796	80%	640	16,298	30	16,268	13,988	86%	2280	14%

Elaborado por las autoras

Adicionalmente se alquilará la parte frontal del cerramiento del Complejo Deportivo para seis espacios publicitarios con medidas de 6 x 2 mts. con un costo de USD\$6,000 anuales cada uno.

También se alquilarán los dos bares del complejo de la siguiente forma: el bar número uno a un costo de \$300 mensuales y el bar número dos a un costo de \$500 mensuales, lo que generará un ingreso de \$9,600 anuales.



**Tabla 43. Ingresos del Complejo Deportivo**

**INGRESOS**  
**COMPLEJO COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS**

Distribucion de los Ingresos	Ingreso	Año											
		1		2		3		4		5		6	
		Cantidad Anual	Total	Cantidad Anual	Total	Cantidad Anual	Total	Cantidad Anual	Total	Cantidad Anual	Total	Cantidad Anual	Total
Colegio Abogados del Guayas			\$351,192		\$422,028		\$343,176		\$359,507		\$376,758		\$394,968
No operacionales			\$101,580		\$107,597		\$0		\$0		\$0		\$0
INSCRIPCION :COMPLEJO DEPORTIVO	\$200.00	484	\$96,742	512	\$102,474	542	\$0	574	\$0	606	\$0	640	\$0
INVERSION (Cuotas Extraordinarias)	\$10.00	484	\$4,837	512	\$5,124	0	\$0	0	\$0	0	\$0	0	\$0
Operacionales			\$249,612		\$314,431		\$343,176		\$359,507		\$376,758		\$394,968
CUOTAS SOCIALES SOCIOS ACTIVOS 50%	\$27.00	8,761	\$236,552	11,626	\$313,891	12,168	\$328,534	12,741	\$344,020	13,348	\$360,389	13,988	\$377,679
INSCRIPCION :CUOTAS SOCIALES 50%	\$27.00	484	\$13,060	512	\$539	542	\$14,642	574	\$15,487	606	\$16,369	640	\$17,290
Espacio Publicitario	\$3,000.00	6	\$18,000	6	\$18,000	6	\$18,000	6	\$18,000	6	\$18,000	6	\$18,000
Bares	\$9,600.00	1	\$9,600	1	\$9,600	1	\$9,600	1	\$9,600	1	\$9,600	1	\$9,600
<b>TOTAL INGRESOS</b>			\$378,792		\$449,628		\$370,776		\$387,107		\$404,358		\$422,568

Elaborado por las autoras

Se tendrá ingresos por recuperación de cartera durante los dos primeros años.

**Tabla 44. Recuperación de Cartera vencida**

**RECUPERACION DE LA CARTERA AÑO 1**

EDAD SOCIOS	TOTAL				Proporcion Complejo del C. A. G.
	ACTUAL		RECUPERABLE		
	SOCIOS	DEUDA	SOCIOS	DEUDA	
20-30	484	57,170	387	48,816	24,408
31-40	2205	376,979	1654	298,704	149,352
41-50	3438	639,148	2407	470,883	235,442
51-60	3363	644,307	2018	404,483	202,241
61-70	1554	308,371	466	96,320	48,160
71-80	430	88,254	0	0	-
81-90	120	24,074	0	0	-
<b>TOTAL</b>	<b>11,593</b>	<b>2,138,303</b>	<b>6931</b>	<b>1,319,205</b>	<b>659,602</b>

**RECUPERACION DE LA CARTERA AÑO 2**

EDAD SOCIOS	TOTAL				Proporcion Complejo del C. A. G.
	ACTUAL		RECUPERABLE		
	SOCIOS	DEUDA	SOCIOS	DEUDA	
20-30	97	16,807	87	15,126	7,563
31-40	551	117,215	441	93,772	46,886
41-50	1031	228,369	825	182,696	91,348
51-60	1345	300,765	673	150,382	75,191
61-70	1087	248,097	326	74,429	37,215
71-80	430	98,673	0	-	-
81-90	120	27,024	0	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>4,662</b>	<b>1,036,950</b>	<b>2352</b>	<b>516,405</b>	<b>258,203</b>

Elaborado por las autoras

## 6.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

### 6.2.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial del proyecto es de: USD\$1,547,872.88, que incluye:

**Tabla 45. Inversión Inicial**

<b>Determinación de la Inversión Inicial</b>		
Terreno 15 Hectáreas		\$246,480.00
Construcción		\$1,225,374.00
Costos Indirectos de Construcción		\$11,308.51
Equipos y Maquinarias		\$29,930.10
Mobiliario		\$31,693.03
Materiales e implementos		\$3,087.24
<b>Total de la Inversión</b>		<b>\$1,547,872.88</b>
Capital Propio %	39%	\$599,872.88
Deuda %	61%	\$948,000.00

Elaborado por las autoras

### **Valor Actual del Terreno (\$246,480)**

Terreno cuya área es de quince hectáreas ubicadas en el kilómetro 11,5 vía a Salitre, valor de mercado a agosto 2006, avaluado por Consultores y Asesores León.

## Área de Construcción (\$1,225,374)

El área de construcción del Complejo esta formada por la Casa club, cerramiento, áreas verdes (Jardín), piscinas, hidromasajes, iluminación exterior, cabaña barbacoa, canchas de fútbol, canchas múltiples.

La inversión de cada uno se detalla a continuación:

**Tabla 46. Inversión Construcción**

Inversión Construcción			
Complejo Deportivo Colegio de Abogados del Guayas			
Casa Club	1900	420	\$798,000
Cerramiento	1900	420	\$150,000
Jardín			\$11,764
Piscinas ( General , Niños, Semi Olímpica)	1500		\$118,310
Hidromasajes (2)			\$3,500
Iluminación Exterior			\$20,000
Cabaña Barbacoa (7)	7	12000	\$84,000
Construcción Canchas de Fútbol con césped # 2			\$25,000
Adecuación Cancha de Fútbol con césped # 1			\$9,800
Cancha Múltiple			\$5,000
<b>Total de la Inversión</b>			<b>\$1,225,374</b>

Elaborado por las autoras

## Costos Indirectos de Construcción (\$11,308.51)

Los costos indirectos de se conforman por la elaboración de planificaciones que cuestan \$8,000 y por impuestos municipales se cancela el 0.27% del monto total de la construcción, \$1,225,374.

**Tabla 47. Costos indirectos**

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>USD</b>
<b>PLANIFICACIONES</b>		<b>8,000.00</b>
<b>MUNICIPALES</b>	<b>0.27%</b>	<b>3,308.51</b>
Impuesto predial	0.01%	122.54
Aprobación de planos	0.10%	1,225.37
Cuerpo de Bomberos	0.05%	612.69
Permiso de Construcción	0.01%	122.54
Costo de Financiamiento fondo de garantía	0.10%	1,225.37
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>11,308.51</b>

Elaborado por las autoras

### **Equipos y Maquinarias (\$29,930.10)**

Equipos electrónicos se cotizó en Quality Price, artefactos para el hogar y acondicionador de aire central en Almacenes la Ganga, los extintores a Comarseg, surtidor de agua a Agua Cristal, Torniquete a Casa Royal, accesorios de baño en Aseo R.E., equipo de jardinería en Ferrisariato y el equipo de piscinas y jacuzzi en Hidrosauna Contecacorp.

**Tabla 48. Balance de maquinarias**

<b>Balance de Maquinarias</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>C/U</b>	<b>C/T</b>
<b>General</b>			
Aire acondic. Central	1	4,000.00	4,000.00
Extintor Incendios (10 lb.)	4	35.72	142.88
Surtidor de Agua	2	120.00	240.00
Torniquete de 4 brazos acero inoxidable	2	390.00	780.00
<i>Total General</i>			<b>4,382.88</b>
<b>Oficinas/Sala de Conferencia</b>			
Computadora c/impresoras	1	500.00	500.00
DVD/VHS	1	100.00	100.00
Televisor 32 Pulgadas	1	2,100.00	2,100.00
In Focus	1	987.00	987.00
Cartelera	1	40.00	40.00
Equipos de Sonido	1	600.00	600.00
<i>Total de Oficina</i>			<b>4,327.00</b>
<b>Bar Repostería - Sala de Conferencia</b>			
Cocina industrial	1	418.76	418.76
Refrigerador	1	890.00	890.00
Microondas	1	293.99	293.99
Cafetera	1	25.00	25.00
Abrelatas	3	5.99	17.97
<i>Total Cocina</i>			<b>1,645.72</b>
<b>Baños</b>			
Secadores manos 110V - 1100W	6	48.75	292.50
Secadores manos 110V - 3500W	2	126.00	252.00
<i>Total Baños</i>			<b>544.50</b>
<b>Canchas</b>			
Podadoras	2	400.00	800.00
Aspersores	4	10.00	40.00
<i>Total Canchas</i>			<b>840.00</b>
<b>Equipo de piscinas</b>			
<b>Equipo de piscina jacuzzi (semi-olímpica)</b>			
Filtros 140PF-6 láser de arena jacuzzi 36 pulg. diámetro	2	990.00	1,980.00
Bombas jacuzzi de 4 hp con tampa 110 - 220v Magnum	2	1,200.00	2,400.00
Skimmer de piscina USA (Desnatador) Tapas	6	50.00	300.00
Drenajes de fondo USA	6	80.00	480.00
Boquillas de retorno de 60 GPM USA	16	15.00	240.00
Boquillas de hidromasajes	46	20.00	920.00
Luces sub-acuáticas	4	280.00	1,120.00

<b>Equipo de piscina jacuzzi (olímpica de niños)</b>			
Filtros 140PF-6 láser de arena jacuzzi 36 pulg. diámetro	3	990.00	2,970.00
Bombas jacuzzi de 4 hp con tampa 110 - 220v Magnum	3	1,200.00	3,600.00
Skimmer de piscina USA (Desnatador) Tapas	6	50.00	300.00
Drenajes de fondo USA	6	80.00	480.00
Boquillas de retorno de 60 GPM USA	16	15.00	240.00
Boquillas de hidromasajes	46	20.00	920.00
Luces subacuáticas	8	280.00	2,240.00
<b>Total equipo de piscinas</b>			<b>18,190.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>29,930.10</b>

Elaborado por las autoras

### **Mobiliario (\$31,693.03)**

Casilleros baños en Taller Artesanal Artes metálicas, Sillas en Pycca y mesas en plásticos panamericanos Plapasa S.A, espejos, parasoles y sillas reclinable piscinas en Ferrisariato, mesas de ping pong y mesa de Villa en Inmobiliaria Granollers S.A. Oportunísima, Juegos infantiles de madera en Ingecosa.

**Tabla 49. Mobiliario**

<b>MOBILIARIO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>C/U</b>	<b>C/T</b>
<b>General</b>			
Casillero de Llaves	1	30.00	30.00
Sillones sala de estar	3	490.00	1,470.00
Casillero Baños 1.8x1.8mts (36 casilleros)	8	665.00	5,320.00
<b>Oficinas/Sala de Conferencia</b>			
Sillas de S. Conf.	300	4.66	1,398.00
Mesas	40	15.73	629.20
<b>Baños</b>			
Espejos Rectangulares	6	53.70	322.20
<b>Área Recreacional</b>			
Mesas/parasoles/sillas	24	247.70	5,944.80
Mesa juegos ping-pong	3	312.50	937.50
Mesa billar/6 tacos/16bolas/tizas/ triangulo/porta tacos	2	696.43	1,392.86
Sillas reclinables plásticas – Piscinas	10	32.46	324.60
Juegos infantiles	1	13,923.87	13,923.87
<b>TOTAL</b>			<b>31,693.03</b>

Elaborado por las autoras

**Materiales e Implementos (\$3,087.24).**

Se cotizó en Aceclim S.A, tachos de basura grandes y pequeños PYCCA, implementos para sala de conferencia en Distribuidora J.R.R, Podium Maderas oriente, utilería de bar sala de conferencias en Corempo S.A.

**Tabla 50. Materiales e implementos**

<b>MATERIALES E IMPLEMENTOS - INVERSION INICIAL</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo por unidad</b>	<b>Costo Total</b>
<b>General</b>				
Pastillas ambientales	unidad	10	0.64	6.40
Tips tanque	unidad	16	1.57	25.12
Ambientadores	caneca	1	25.00	25.00
Desinfectante	caneca	1	10.50	10.50
Cloro	caneca	1	5.50	5.50
Escoba industrial	unidad	5	3.50	17.50
Escoba de 3 filas	unidad	10	2.03	20.30
Escurreidores de 45 cm.	unidad	5	1.90	9.50
Escobillones de 5 mts	unidad	5	8.00	40.00
Cepillo de piso	unidad	5	2.50	12.50
Trapeador de madera	unidad	5	2.50	12.50
Limpia vidrios	caneca	5	16.70	83.50
Acido anticarro	caneca	1	12.85	12.85
Desengrasante	caneca	1	25.00	25.00
Detergente 1000gr industrial	unidad	1	1.80	1.80
Mano de oso	unidad	5	1.50	7.50
Fundas de basura 30x36	paquete	20	1.50	30.00
Guantes semindustriales	docena	1	5.00	5.00
Franela	metros	10	1.90	19.00
Cera liquida	caneca	1	23.95	23.95
Focos	unidad	106	2.25	238.50
Botiquín	unidad	1	87.00	87.00
Tachos de basura pequeños	unidad	16	5.33	85.28
Tachos de basura grandes	unidad	13	19.39	252.07
<b>Salón de conferencias</b>				
Pizarrón, tiza liquida, borrador	unidad	1	18.00	18.00
Micrófonos	unidad	2	35.00	70.00
Podium	unidad	1	70.00	70.00
<b>Bar Casa Club - Planta Alta</b>				
Vajilla (160 piezas)	juego	1	745.00	745.00
Juego de Cubiertos	docena	2	21.00	42.00
Juego de Vasos	docena	6	15.60	93.60
Copas para brindar	docena	6	24.89	149.34
Manteles	unidad	40	6.00	240.00



Bandejas	unidad	10	11.40	114.00
<b>Baños</b>				
Dispensador papel higiénico blanco	unidad	8	12.50	100.00
Papel higiénico Jumbo	unidad	8	3.64	29.12
Dispensador jabón liquido	unidad	12	13.80	165.60
jabón liquido (1galon)	caneca	1	17.96	17.96
Dispensador toalla de mano	unidad	6	13.80	82.80
Toallas de mano precortada	paquete	1	1.77	1.77
<b>Piscina</b>				
Aspiradora hidro-tools	unidad	1	17.00	17.00
Cepillo de nylon 18	unidad	1	11.58	11.58
Test kit	equipo	1	6.65	6.65
Mango telescopio	unidad	1	15.70	15.70
Cernidera malla plana	unidad	1	12.29	12.29
Manguera de 30 9Mts	unidad	1	28.56	28.56
<b>TOTAL</b>				<b>3,087.24</b>

Elaborado por las autoras

## 6.2.2 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El proyecto esta financiado el 31% por fondos de la institución, donaciones de \$100, y cuota extraordinaria de \$10 cobrada en valor de la inscripción a los nuevos socios y gestión de la Presidencia del C.A.G, de las instalaciones del complejo la casa club y cerramiento a construirse se financiará vía deuda a una tasa del 12.8% con el Banco Bolivariano.

**Tabla 51. Tabla de amortización de la deuda**

39%	Capital Propio			\$599,872.88
61%	Financiación Casa Club			\$948,000.00
<b>100%</b>	<b>Inversión Total</b>			<b>\$1,547,872.88</b>
<b>Tasa de Interés 12.8% Anual</b>				
<b>TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA</b>				
Año	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				\$948,000.00
1	748,540.80	\$121,344.00	627,196.80	\$320,803.20
2	361,866.01	\$41,062.81	\$320,803.20	\$0.00

Elaborado por las autoras

### 6.2.3 GASTOS

Los gastos abarcan: Servicios Básicos que serán suministrados por EMELGUR y tanquero Álava, Suministros de oficina que se comprarán en Comercial Rocael, Gastos por uniformes, estos serán elaborados por confecciones Meza, Gastos administrativos, Reinversión de maquinarias, Maño de obra directa e indirecta y Costos de Mantenimiento.

La recuperación tiene un costo que es 18% de comisión que exige Servicobranzas S.A. por recuperar el 85% de la cartera de socios en mora.

Como gestión de marketing y publicidad del Complejo, se realizará cursos vacacionales en que se impartirá clases de natación, fútbol. Básquet, Volley en las instalaciones del Complejo para los hijos de los afiliados activos y no activos el período de vacaciones régimen costa: Enero, Febrero, Marzo. En tres grupos, durante un mes, tres días a la semana. El curso será completamente gratis para los hijos de los socios y el costo de este curso correrá por cuenta del Complejo

Deportivo del C.A.G., por cuanto el C.A.G es una institución para dar servicio a los afiliados.

**Tabla 52. Gastos Curso Vacacional**

CURSO VACACIONAL																	
Descripción	1		2		3		4		5		6						
	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo					
Profesores	2	\$ 300	2	\$ 300	2	\$ 345	2	\$ 300	2	\$ 300	2	\$ 300					
Transporte	103	\$ 840	107	\$ 865	111	\$ 865	116	\$ 840	120	\$ 840	125	\$ 840					
Camiseta	103	\$ 0.89	92	\$ 0.89	95	\$ 0.89	99	\$ 0.89	103	\$ 0.89	107	\$ 0.89					
<b>Total</b>		\$1,531.93		\$1,560.55		\$1,654.27		\$1,543.08		\$1,547.53		\$1,551.62					

Elaborado por las autoras

**Tabla 53. Consumo de agua**

Consumo de Agua				
Descripción	Tanqueros	Mensual		Anual
		V. Unitario	Total	
Piscinas	99	25.00	2,463.04	4,926.08
Demás actividades	20	25.00	500.00	6,000.00
<b>Total</b>			2,963.04	10,926.08

Elaborado por las autoras

**Tabla 54. Consumo de luz**

Luz				
Descripción	Kilovatios	Valor Kilovatio	Costo mensual	Costo anual
Promedio de consumo mensual	15000	0.0902	1,353.00	16,236.00
<b>Total de Gastos</b>				<b>16,236.00</b>

Elaborado por las autoras

**Tabla 55. Gastos de oficina**

<b>GASTOS DE OFICINA</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Suministros de oficina	15	180.00
Hojas	4	48.00
Cartuchos impresión	3	8.90
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>236.90</b>

Elaborado por las autoras

**Tabla 56. Gastos de uniformes**

<b>Gastos de uniformes</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Total anual</b>
Pantalones	14	10	140.00	560.00
Zapatos	7	15	105.00	420.00
Camiseta	14	12	168.00	672.00
Gorra	7	9	63.00	252.00
<b>Total</b>		<b>46</b>	<b>476.00</b>	<b>1,904.00</b>

Elaborado por las autoras

**Tabla 57. Materiales para mantenimiento**

Materiales para mantenimiento					
Piscinas (General, Niños, Semi-Olímpica, Hidromasajes)					
Insumo	Presentación	Valor unitario	Cantidad	Mensual	Total Anual
Cloro Granulado				\$ 496.55	\$ 5,958.58
Soda				\$ 30.87	\$ 370.44
Sulfato de Cobre				\$ 10.00	\$ 120.00
Acido Muriático				\$ 40.00	\$ 480.00
Sulfato de Aluminio				\$ 60.00	\$ 720.00
Aspiradora hidro-tools	unidad	17.00	1		\$ 17.00
Cepillo de nylon 18	unidad	11.58	1		\$ 11.58
Test kit	equipo	6.65	1		\$ 6.65
Mango telescopio	unidad	15.70	1		\$ 15.70
Cernidera malla plana	unidad	12.29	1		\$ 12.29
Manguera de 30 9Mts	unidad	28.56	1		\$ 28.56
<b>Total</b>				<b>\$ 637.42</b>	<b>\$ 7,740.80</b>
Canchas de Césped (2)					
Fertilizantes: Urea	quintal	15.27	6	\$ 91.62	\$ 1,099.44
Fertilizantes: Abono	quintal	16.16	6	\$ 96.96	\$ 1,163.52
Nitrato de amonio	quintal	14.71	6	\$ 88.26	\$ 1,059.12
Combustible y aceite podadora				\$ 40.00	\$ 480.00
Estimufol	1kl	6.53	2	\$ 13.06	\$ 156.72
Arcilla y arena	volqueta	80.00	9	\$ 720.00	\$ 3,600.00
Tierra de sembrado	volqueta	80.00	2	\$ 160.00	\$ 800.00
Barcerol	litro	15.35	2	\$ 30.70	\$ 368.40
Linfopac	galón	13.53	2	\$ 27.06	\$ 324.72
Periclor	litro	10.00	2	\$ 20.00	\$ 240.00
Everglir	litro	10.89	2	\$ 21.78	\$ 261.36
<b>Total</b>				<b>\$1,309.44</b>	<b>\$ 9,553.28</b>
Casa Club					
Mantenimiento Aire acondicionado	-			\$ 5.83	\$ 70.00
Pastillas ambientales	unidad	0.64	16	\$ 10.24	\$ 122.88
Tips tanque	unidad	1.57	16	\$ 25.12	\$ 301.44
Ambientadores	caneca	25.00	1	\$ 25.00	\$ 300.00
Desinfectante	caneca	10.50	1	\$ 10.50	\$ 126.00
Cloro	caneca	5.50	1	\$ 5.50	\$ 66.00
Acido anticarro	caneca	12.85	1	\$ 12.85	\$ 154.20

Desengrasante	caneca	25.00	1	\$ 25.00	\$ 300.00
Detergente 1000gr industrial	unidad	1.80	5	\$ 9.00	\$ 108.00
Fundas de basura 30x36	paquete	1.50	2	\$ 3.00	\$ 36.00
Guantes semindustriales	docena	5.00	1	\$ 5.00	\$ 60.00
Cera liquida	caneca	23.95	1	\$ 23.95	\$ 287.40
Papel higiénico Jumbo	unidad	3.64	16	\$ 58.24	\$ 698.88
Jabón liquido (1galon)	caneca	17.96	1	\$ 17.96	\$ 215.52
Toallas de mano precortada	paquete	1.77	1	\$ 1.77	\$ 21.24
<b>Total</b>				<b>\$ 238.96</b>	<b>\$ 2,867.56</b>

#### Cabaña Barbacoa

Desinfectantes	caneca	10.50	1	\$ 10.50	\$ 126.00
Desengrasante	caneca	25.00	1	\$ 25.00	\$ 300.00
Cera liquida	caneca	23.95	1	\$ 23.95	\$ 287.40
Acido anticarro	caneca	12.85	1	\$ 12.85	\$ 154.20
Detergente 1000gr industrial	unidad	1.80	1	\$ 1.80	\$ 21.60
Cloro	caneca	5.50	1	\$ 5.50	\$ 66.00
<b>Total</b>				<b>\$ 79.60</b>	<b>\$ 955.20</b>

#### Sauna

Repuestos varios	-	1.46	2	\$ 2.92	\$ 35.00
<b>Total</b>				<b>\$ 2.92</b>	<b>\$ 35.00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$2,268.34</b>	<b>\$ 21,151.84</b>

Elaborado por las autoras

**Tabla 58. Balance de personal**

<b>Balance de Personal</b>				
<b>Personal</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
<b>Piscina</b>				
Técnico de Piscina	240.00	1	\$240.00	\$2,880.00
Ayudante	180.00	1	\$180.00	\$2,160.00
<b>Total piscinas</b>			<b>\$420.00</b>	<b>\$5,040.00</b>
<b>Canchas</b>				
Jefe de Mantenimiento Cancha	320	1	\$320.00	\$3,840.00
Asistente de Mant. Cancha	200	1	\$200.00	\$2,400.00
<b>Total Canchas</b>			<b>\$520.00</b>	<b>\$6,240.00</b>

<b>Casa Club y Cabañas Barbacoas</b>				
Jefe de Limpieza	160.00	1	\$160.00	\$1,920.00
Asistente de Limpieza	120.00	1	\$120.00	\$1,440.00
<b>Total Casa club y barbacoas</b>			<b>\$280.00</b>	<b>\$3,360.00</b>
<b>Total MOD</b>			<b>\$1,220.00</b>	<b>\$14,640.00</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>				
<b>Generales</b>				
Ventanilla	280.00	1	\$280.00	\$3,360.00
Guardia	180.00	1	\$180.00	\$2,160.00
Conserje	180.00	1	\$180.00	\$2,160.00
Jardinero	220.00	1	\$220.00	\$2,640.00
Animador Fines de semana	220.00	1	\$220.00	\$2,640.00
Medico general	200.00	1	\$200.00	\$2,400.00
Call Center	180.00	2	\$360.00	\$720.00
<b>Total MOI</b>			<b>\$1,640.00</b>	<b>\$16,080.00</b>
<b>Total Sueldos</b>			<b>\$2,860.00</b>	<b>\$30,720.00</b>

Elaborado por las autoras

**Tabla 59. Calendario de reinversiones**

<b>CALENDARIO DE REINVERSIONES EN MAQUINARIAS</b>						
<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Casa Club y Cabañas barbacoas	743.41	743.41	743.41	743.41	743.41	743.41
Piscina	91.78	91.78	91.78	91.78	91.78	91.78
Oficinas/Sala de Conferencia				540.00		
Baños			544.50			544.50
Bar Casa Club - Planta Alta			1,383.94			1,383.94
Baños			348.40			348.40
Área Recreacional				637.10		
<b>Total</b>	<b>\$835.19</b>	<b>\$835.19</b>	<b>\$3,112.03</b>	<b>\$2,012.29</b>	<b>\$835.19</b>	<b>\$3,112.03</b>

Elaborado por las autoras

**Tabla 60. Balance de personal administrativo**

Balance de Personal administrativo				
Personal	Cantidad	Sueldos	Total	Total Anual
<b>Administración</b>				
Administrador	1	800	800	9600
Asistente Administrador	1	330	330	3960
<b>Total Administración</b>			<b>1,130.00</b>	<b>13,560.00</b>

Elaborado por las autoras

### 6.2.5 GASTOS DE PUBLICIDAD

Los gastos de publicidad a los que se recurrirán para llevar a cabo las estrategias de marketing son las siguientes:

**Artículos para uso en el complejo:** Camisetas, bolsos, canguro bolsos, toallas, gorras, delantal parrillero, guarda todo, toma todo de 16 onzas, frezbee. Todos estos artículos serán elaborados por World Prom.

**Material de oficina:** plumas, lápices, fosforera, jarros, llaveros linterna, llaveros. También elaborados por World Prom.

**Publicidad Vehículos:** Sticker Circular de 9 cm. De diámetro, sticker rectangular de 30 cm. por 9cm. Elaborados por Crepublica.

**Informativos:** Díptico, volantes, afiche. Elaborados por Crepublica.



**Papelería complejo C.A.G.:** Hoja embretada, sobre, carpeta. Elaborados por Crepublica.

**Transporte Marketing:** Buses que se alquilarán para brindar el servicio de transporte para los niños de los cursos vacacionales y la estrategia de visitas al Complejo Deportivo del C.A.G.

**Credenciales complejo:** Elaboradas por Crepublica.

En los siguientes años se sigue realizando gastos de publicidad ya que es el mecanismo que hará que los socios se sientan incentivados a estar al día en sus pagos, es decir ser un socio activo.

Ver anexo 25.

### **6.3 FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja para el primer año será de \$45,729 y al final de la evaluación el proyecto tendrá un flujo de \$3,213,960.

**Tabla 61. Flujo de caja del accionista**

FLUJO DE CAJA CON DEUDA								
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7
<b>INGRESOS</b>								
Colegio Abogados del Guayas		351,192	422,028	343,176	359,507	376,758	394,968	2,891,847
No operacionales		101,580	107,597	0	0	0	0	0
INSCRIPCIÓN :COMPLEJO DEPORTIVO		96,742	102,474	0	0	0	0	0
INVERSION (Cuota Extraordinaria)		4,837	5,124	0	0	0	0	0
Operacionales		249,612	314,431	343,176	359,507	376,758	394,968	2,891,847
CUOTAS SOCIALES SOCIOS ACTIVOS 50%		236,552	313,891	328,534	344,020	360,389	377,679	2,765,257
INSCRIPCIÓN :CUOTAS SOCIALES 50%		13,060	539	14,642	15,487	16,369	17,290	126,590
Espacio Publicitario		18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	131,791
Bares		9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	70,288
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>378,792</b>	<b>449,628</b>	<b>370,776</b>	<b>387,107</b>	<b>404,358</b>	<b>422,568</b>	<b>3,093,927</b>
Recuperación Cartera por Cobrar		659,602	258,203					
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>1,038,394</b>	<b>707,831</b>	<b>370,776</b>	<b>387,107</b>	<b>404,358</b>	<b>422,568</b>	<b>3,093,927</b>
<b>EGRESOS</b>								
Agua		10,926	11,253	11,589	11,936	12,293	12,660	84,401
Luz		16,236	16,721	17,221	17,736	18,267	18,813	125,419
Mantenimiento		21,152	21,784	22,436	23,106	23,797	24,509	163,393
Sueldos		30,720	30,720	35,328	35,328	40,627	40,627	270,848
Suministros de Oficina		237	244	251	259	267	274	1,830
Gastos de Uniformes		1,904	1,961	2,020	2,080	2,142	2,206	14,708
Administración		13,560	13,560	15,594	15,594	17,933	17,933	119,554
Gastos de Publicidad		28,294	35,804	34,277	36,903	39,275	42,821	285,474
Curso Vacacional		1,532	1,561	1,654	1,543	1,548	1,552	10,344
Comisión Agencia Cobranza		118,728	46,476					
Amortización		627,197	320,803	0	0	0	0	
Intereses Prestamo		121,344	41,063	0	0	0	0	
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>991,830</b>	<b>541,950</b>	<b>140,370</b>	<b>144,485</b>	<b>156,148</b>	<b>161,396</b>	<b>1,075,971</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>46,564</b>	<b>165,880</b>	<b>230,406</b>	<b>242,622</b>	<b>248,209</b>	<b>261,173</b>	<b>2,017,956</b>
Inversión Total	1,547,873							
Capital de trabajo	25,000							
Prestamo	948,000							
Reinversión Maquinaria		835	835	3,112	2,012	835	3,112	13,108
<b>FLUJO DE CAJA DE C.A.G</b>	<b>-624,873</b>	<b>45,729</b>	<b>165,045</b>	<b>227,294</b>	<b>240,610</b>	<b>247,374</b>	<b>258,061</b>	<b>2,004,848</b>
Flujo de caja inicial	25,000	70,729	235,774	463,067	703,677	951,051	1,209,112	
Flujo de caja final	70,729	235,774	463,067	703,677	951,051	1,209,112	3,213,960	

Elaborado por las autoras

El flujo de caja libre generado por las operaciones sin tener en cuenta el endeudamiento para el primer año será de \$794,270 y el flujo que el Complejo Deportivo es capaz de generar al final de la proyección es \$4,218,645

**Tabla 62. Flujo de caja libre**

FLUJO DE CAJA SIN DEUDA									
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	
<b>INGRESOS</b>									
<b>Colegio Abogados del Guayas</b>		351,192	422,028	343,176	359,507	376,758	394,968	2,891,847	
No operacionales		101,580	107,597	0	0	0	0	0	0
INSCRIPCIÓN :COMPLEJO DEPORTIVO		96,742	102,474	0	0	0	0	0	0
INVERSION (Cuota Extraordinaria)		4,837	5,124	0	0	0	0	0	0
Operacionales		249,612	314,431	343,176	359,507	376,758	394,968	2,891,847	
CUOTAS SOCIALES SOCIOS ACTIVOS 50%		236,552	313,891	328,534	344,020	360,389	377,679	2,765,257	
INSCRIPCIÓN :CUOTAS SOCIALES 50%		13,060	539	14,642	15,487	16,369	17,290	126,590	
Espacio Publicitario		18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	131,791	
Bares		9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	70,288	
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>378,792</b>	<b>449,628</b>	<b>370,776</b>	<b>387,107</b>	<b>404,358</b>	<b>422,568</b>	<b>3,093,927</b>	
Recuperación Cartera por Cobrar		659,602	258,203						
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>1,038,394</b>	<b>707,831</b>	<b>370,776</b>	<b>387,107</b>	<b>404,358</b>	<b>422,568</b>	<b>3,093,927</b>	
<b>EGRESOS</b>									
Agua		10,926	11,253	11,589	11,936	12,293	12,660	92,694	
Luz		16,236	16,721	17,221	17,736	18,267	18,813	137,742	
Mantenimiento		21,152	21,784	22,436	23,106	23,797	24,509	179,447	
Sueldos		30,720	30,720	35,328	35,328	40,627	40,627	297,461	
Suministros de Oficina		237	244	251	259	267	274	2,010	
Gastos de Uniformes		1,904	1,961	2,020	2,080	2,142	2,206	16,153	
Administración		13,560	13,560	15,594	15,594	17,933	17,933	131,301	
Gastos de Publicidad		28,294	35,804	34,277	36,903	39,275	42,821	313,524	
Curso Vacacional		1,532	1,561	1,654	1,543	1,548	1,552	11,360	
Comision Agencia Cobranza		118,728	46,476						
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>243,290</b>	<b>180,084</b>	<b>140,370</b>	<b>144,485</b>	<b>156,148</b>	<b>161,396</b>	<b>1,181,693</b>	
<b>SUPERAVIT ( DEFICIT)</b>		<b>795,105</b>	<b>527,746</b>	<b>230,406</b>	<b>242,622</b>	<b>248,209</b>	<b>261,173</b>	<b>1,912,234</b>	
Inversion	1,547,873								
Capital de trabajo	25,000								
Reinversion Maquinaria		835	835	3,112	2,012	835	3,112	13,108	
<b>FLUJO DE CAJA DE C.A.G</b>	<b>-1,572,873</b>	<b>794,270</b>	<b>526,911</b>	<b>227,294</b>	<b>240,610</b>	<b>247,374</b>	<b>258,061</b>	<b>1,899,126</b>	
Flujo de caja inicial		25,000	819,270	1,346,181	1,573,474	1,814,084	2,061,458	2,319,519	
Flujo de caja final		819,270	1,346,181	1,573,474	1,814,084	2,061,458	2,319,519	4,218,645	

Elaborado por las autoras

## 6.4 ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO

### 6.4.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

La tasa descuento que se utilizo para actualizar los flujos de caja del accionista corresponde a la tasa social que utiliza la corporación Financiera Nacional para descontar los proyectos sociales, esta tasa es del 12%. Adicionalmente el Colegio de Abogados del Guayas requiere un porcentaje de rentabilidad que lo obtenemos del spread financiero (tasa activa referencial menos tasa pasiva referencial) por lo que finalmente queda el 15% la tasa de descuento.

Se procedió a utilizar esa tasa de descuento debido a que la creación del Complejo Deportivo del Colegio de Abogados del Guayas es un proyecto social

por esta razón no se encuentra el Beta por mecanismos que se utilizan para proyectos privados.

Esta tasa nos dice que rentabilidad exige el proyecto dado los flujos existentes.

Para encontrar la tasa de descuento que se utilizo para actualizar los flujos de caja libre es decir sin tomar en cuenta el endeudamiento se utilizo el método de Costo Capital Promedio Ponderado (CCPP).

Donde:

L= Nivel de endeudamiento

1-L= Capital propio

Rd= tasa a la que se endeuda la institución, 12.8%

Re= tasa exigida por los accionistas, 15%

$$CCPP = r_k = r_d(L) + r_e(1 - L)$$

$$CCPP = r_k = 0.128 \left( \frac{948,000}{1,547,785} \right) + 0.15 \left( 1 - \frac{948,000}{1,547,785} \right) = 13.66\%$$

#### **6.4.2 DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO**

El Valor actual del proyecto a perpetuidad con una tasa del 15% es \$679,982.

El Valor actual del proyecto a perpetuidad con una tasa del 13.66% es \$754,938.

## 6.5 ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno esta en 35.34% con deuda, es decir que la tasa real del proyecto supera a la tasa mínima que exige el proyecto. Por tanto el proyecto es rentable.

La tasa interna de retorno esta en 28.92% sin deuda, es decir que la tasa real del proyecto supera a la tasa mínima que exige el proyecto. Por tanto el proyecto es rentable.

## 6.6 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

La inversión inicial del proyecto se recupera en el sexto año de funcionamiento tomando el flujo de caja del accionista es decir luego de pagar la deuda.

**Tabla 63. Periodo de recuperación FCA**

<b>Con Deuda</b>				
<b>Período</b>	<b>Saldo Inversion</b>	<b>Flujo de Caja</b>	<b>Rentabilidad Exigida</b>	<b>Recuperacion Inversion</b>
1	624,873	45,729	96,512	(50,783)
2	675,656	165,045	104,355	60,690
3	614,966	227,294	94,981	132,312
4	482,654	240,610	74,546	166,064
5	316,590	247,374	48,897	198,477
6	118,113	258,061	18,243	239,818
7	(121,705)	2,004,848	(18,797)	2,023,645

Elaborado por las autoras

La inversión inicial del proyecto se recupera en el sexto año de funcionamiento tomando el flujo de caja libre es decir sin la deuda.

**Tabla 64. Periodo de recuperación FCF**

**PERIODO DE RECUPERACIÓN  
Sin Deuda**

Período	Saldo Inversion	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperacion Inversion
1	1,572,872.88	794,269.61	214,822.98	579,447
2	993,426.25	526,911.03	135,682.16	391,229
3	602,197.37	227,293.57	82,248.12	145,045
4	457,151.92	240,609.54	62,437.81	178,172
5	278,980.19	247,374.30	38,103.11	209,271
6	69,709.01	258,060.87	9,520.86	248,540
7	(178,831.00)	1,899,125.60	(24,424.74)	1,923,550

Elaborado por las autoras

## 6.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad identifica las cuentas claves que puedan alterar el resultado de un proyecto y hacen que cambien las decisiones que en determinado momento fueron tomadas.

Los variable más relevante que afecta este proyecto es la recuperación de la cartera vencida ya que de ella dependerá el número de socios activos para todo el horizonte de planeación.

Los porcentajes tomados para los escenarios optimista y pesimista fueron proporcionados por la misma empresa que se encargará del cobro de la cartera

vencida (Servicobranzas), posteriormente se realizó el estudio para determinar su influencia sobre las variables de decisiones (TIR y VAN), los mismos que se detallarán en la siguiente tabla.

**Tabla 65 Análisis de Sensibilidad**

Escenario		Estadísticas			TIR		VAN	
Optimista	Aumenta 20% probabilidad de cobro de la cartera vencida	Recupera	Socios %	90%	Sin Deuda	34,76%	Sin Deuda	\$ 1.022.427
			Cartera %	95%	Con Deuda	44,80%	Con Deuda	\$ 931.182
			Cartera \$	1.019.041				
Esperado	Porcentajes esperados de cobro	Recupera	Socios %	80%	Sin Deuda	28,92%	Sin Deuda	\$ 754.938
			Cartera %	86%	Con Deuda	35,34%	Con Deuda	\$ 679.982
			Cartera \$	917.805				
Pesimista	Disminuye 50% probabilidad de cobro de la cartera vencida	Recupera	Socios %	52%	Sin Deuda	15,16%	Sin Deuda	\$ 71.991
			Cartera %	57%	Con Deuda	16,64%	Con Deuda	\$ 43.130
			Cartera \$	607.193				

Elaborado por las autoras

Mediante los resultados obtenidos se puede dar notar que hasta en el peor de los casos, es decir el escenario pesimista, se obtiene por lo menos un VAN positivo, lo que reitera la decisión que el proyecto es viable.

## CONCLUSIONES

1. En términos generales, se considera que el Complejo del Colegio de Abogados del Guayas es un servicio que se puede brindar a los afiliados a través del tiempo , siempre que se mantenga una adecuada administración financiera, junto con una constante comunicación , motivación a los socios del gremio por parte de la Directiva del C.A.G en curso.
2. El objetivo de obtener el 80% de los graduados de la carrera de Derecho que ofrecen las distintas universidades de la localidad es posible si se cumple las estrategias de marketing propuestas.
3. La recuperación de la cartera es posible si se presta el servicio de la empresa Servicobranzas S.A. la misma que nos garantiza obtener en el lapso de dos años el 86% de la cartera total de socios del Colegio de Abogados del Guayas.
4. Además de recuperar la cartera se cumple con otro objetivo propuesto, es decir, la actualización de la base de datos del C.A.G. dado que la empresa Servicobranzas S.A. cuenta con una base de datos de más de 700,000



personas naturales y jurídicas a nivel provincial y más de 1,000,000 a nivel nacional brindando facilidad para la localización de los deudores.

5. Dado que es posible la recuperación de la cartera se tiene que el 80% de los socios se ponen al día en sus pagos, es decir, pasan a ser socios activos para el Colegio de Abogados del Guayas consecuentemente se obtiene mayores ingresos para el Complejo Deportivo y de esta manera poder brindar un mejor servicio a los afiliados.
6. El análisis económico fue una recopilación de datos que deja ver al final cuál sería el estado de pérdidas y ganancias y el flujo disponible para los accionistas al final de la proyección.
7. En el análisis financiero, se pudo comprobar que el proyecto es económicamente rentable si se siguen los parámetros establecidos de ingresos, costos y TMAR de los involucrados. Además, que a partir del resultado del TIR que es alto, existe una gran rentabilidad para el proyecto.

## RECOMENDACIONES

1. La Directiva del Colegio de Abogados del Guayas y sus miembros, junto con el Administrador del Complejo deben de vigilar asiduamente por el buen desenvolvimiento y mantenimiento del Complejo, el cumplimiento de la misión ,el enfoque a la visión y el cumplimiento de los objetivos establecidos para cada año.
2. Una adecuada selección y capacitación del personal administrativo como de mantenimiento, a laborar en el Complejo es vital al momento de otorgar un buen servicio a los usuarios de las instalaciones. El perfil del personal se define como personas amantes de la limpieza y el orden, colaborador, generadores de opiniones contractivas, entusiastas, trabajadores, con buena predisposición a la atención a la al publico, entre otros.
3. Debe de realizarse una campaña masiva informativa acerca del Complejo del C.A.G, que los afiliados tienen a su servicio, detallando las instalaciones con la que cuenta, servicios que ofrece, horarios de atención, etc.

4. Se sugiere promocionar al Complejo del C.A.G. como la primera opción de lugar de esparcimiento y recreación de los afiliados durante los fines de semana.
5. Una campaña de concientización a los afiliados, de que es a través del pago de las cuotas, que la institución puede gestionar los recursos para brindar un buen servicio.
6. Un Manual de uso interno de las instalaciones es necesario, para velar el buen orden, durante la estancia de los afiliados en el Complejo.
7. La motivación a los afiliados a través de una atención personalizada es esencial para la reincorporación de los socios no activos, con el objetivo de crear un fuerte compromiso y participación con la institución.
8. Establecer comisiones de dos a tres miembros del Colegio, en cada institución pública o privada donde laboran y concurren los abogados para sus gestiones, con el propósito de entregar información e incentivar, a los afiliados a ser participes del Complejo del Colegio de Abogados.
9. Recomendamos realizar constantemente encuestas e investigaciones de satisfacción y necesidades de los afiliados con respecto al Complejo para su mejora continua.
10. El outsourcing del cobro de la cartera vencida, es una recomendación para el cobro de los valores impagos, considerando que empresas dedicadas a la gestión y cobranza lideradas por profesionales con amplia trayectoria en el sistema financiero y comercial Ecuatoriano, cuentan con el personal dedicado a

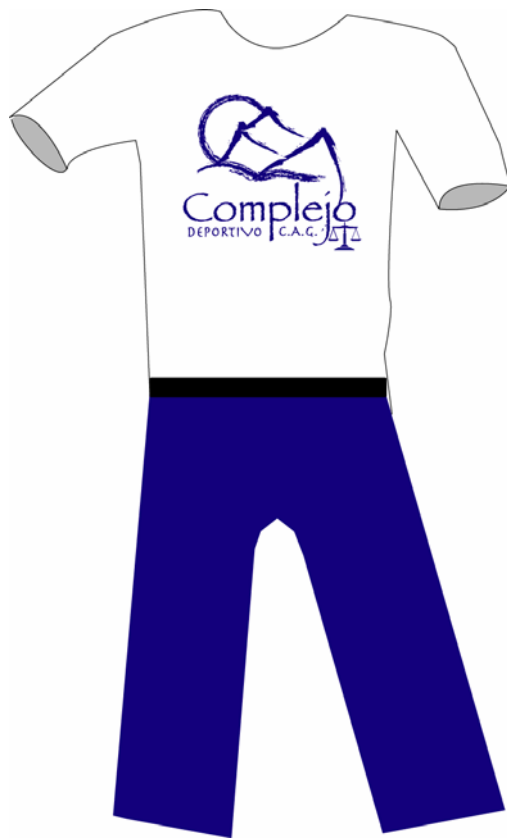
tiempo completo a la recuperación de la cartera, sin incurrir en gasto personal y capacitación para los mismos ya que cuentas con la infraestructura necesaria para la gestión telefónica y especializada a los clientes y al mismo tiempo se actualizaría la información personal del afiliado mediante el cruce de base de datos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Revista Gestión: Cifras, Agosto del 2006, No. 146 Pág. 74
- Kotler Philip. Décima Edición Prentice Hall “Dirección de Marketing”
- Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. Cuarta edición Mc Graw Hill “Preparación y Evaluación de Proyectos”
- Ross Stephen, Westerfield Randolph W, Jaffe Jeffrey. Quinta Edición McGraw-Hill “Finanzas Corporativas”.
- Banco Central del Ecuador.  
<http://www.bce.fin.ec>
- Buscador de Internet  
<http://www.google.com>.

# **Anexos**

**Anexo 1. UNIFORMES TRABAJADORES**



Anexo 2. ADHESIVOS





**Anexo 3. JARROS**



**Anexo 4. FRESBEE**



**Anexo 5. BOLSO CILINDRICO**



**Anexo 6. CANGUROS**



**Anexo 7. FOSFORERAS**



**Anexo 8. PORTATODO**



## Anexo 9.PLUMAS



## Anexo 10. LLAVEROS

### LLAVERO LINTERNA



## LLAVERO GOTA



## Anexo 11. CAMISETAS KIDS (CLUB VACACIONAL)





Anexo 12. CARNET SOCIOS





Anexo 13.

DÍPTICO (EXTERIOR)

Complejo DEPORTIVO C.A.G.

COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS

Nombre

No. Registrado

saldo

1/2 VIA A SALITRE

COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUAYAS

Colegio de Abogados del Guayas  
Av. 9 de Octubre y Av. Quito Edificio  
Palacio de Justicia 3er. Piso  
Telf.: 2512-515



## Anexo 14. DÍPTICO (INTERIOR)




**COMPLEJO DEPORTIVO**  
COLEGIO DE ABOGADOS DEL GUA YAS

**MISIÓN**

Poner al servicio de los abogados, con el concurso de un excelente equipo humano, un Complejo con el mejor ambiente para fortalecer la integración gremial y familiar, que atienda las necesidades actuales como futuras de orden recreacional y deportivo, dentro de un profundo respeto de los valores éticos.

**visión**

Alcanzar la excelencia como Complejo Deportivo y recreacional para el gremio y ejemplo para otras colegiaturas, optimizando la organización de su desarrollo en beneficio de sus socios.



### INSTALACIONES

- Casa Club
- Bar
- Sauna
- Piscinas
  - Niños
  - Semi Olímpica
- Hidromasaje
- Cabañas Barbacoas
- Cancha Multiple (Indoor, Basket, Tennis)
- Cancha Futbol Cesped




**Anexo 15. ESPECTIVA PISCINAS Y CABAÑAS BARBACOAS**



**Anexo 16. PERSPECTIVA CABAÑAS BARBACOAS**



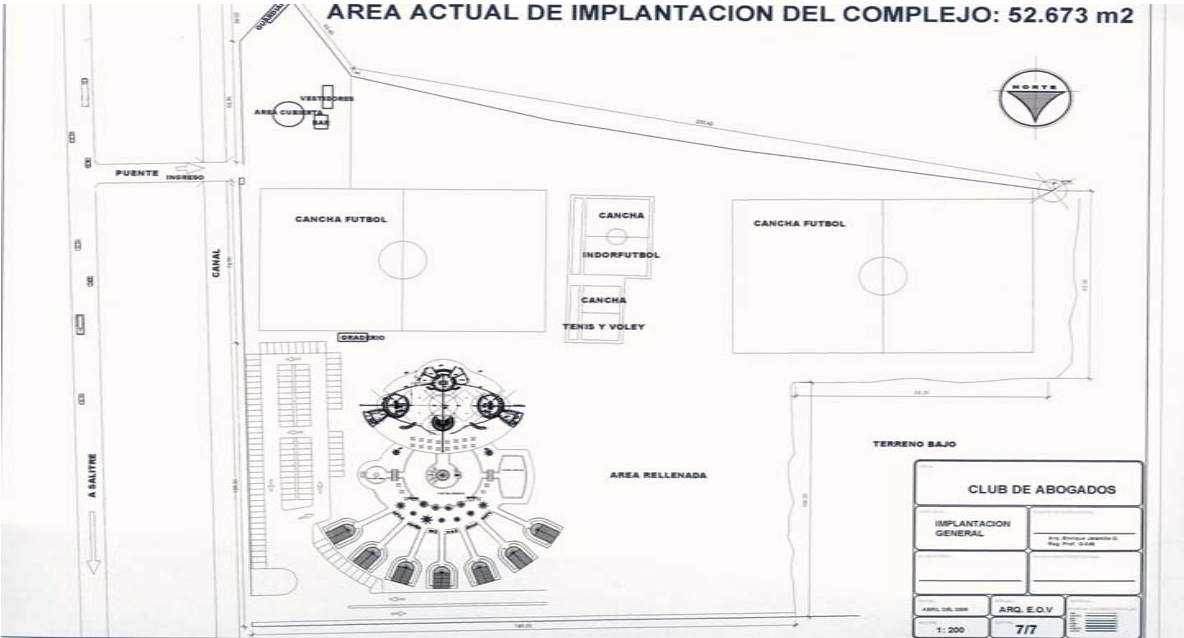








**Anexo 20. AREA ACTUAL DEL COMPLEJO DEPORTIVO**



## Anexo 21. Frecuencia de visitas al Complejo

FRECUENCIA DE VISITAS		1	2	3	4	5	6
Una vez al mes	37%	3242	4301	4502	4714	4939	5176
Dos veces al mes	6%	526	698	730	764	801	839
Tres veces al mes	20%	1752	2325	2434	2548	2670	2798
Todos los fines de semana	33%	2891	3836	4015	4205	4405	4616
<b>TOTAL</b>		<b>8411</b>	<b>11161</b>	<b>11681</b>	<b>12232</b>	<b>12814</b>	<b>13429</b>
Ninguna	4%	350	465	487	510	534	560

Elaborado por las autoras

## Anexo 22. Actividades que realizan los socios en el Complejo

Deportes		1	2	3	4	5	6
Espectador	7.30%	614	815	853	893	935	980
Fútbol	29.02%	2441	3239	3390	3550	3719	3897
Básquet	9.73%	819	1086	1137	1191	1247	1307
Volley	11.18%	940	1247	1305	1367	1432	1501
Natación	27.25%	2292	3041	3183	3333	3491	3659
Tenis	5.56%	467	620	649	679	712	746
Indor	9.37%	788	1046	1095	1146	1201	1258
Villa	0.60%	50	67	70	73	77	81
Total	100.00%						

Elaborado por las autoras

## Anexo 23. Número de personas que frecuentan piscina grande en un día

PISCINAS GRANDES		P	1	2	3	4	5	6
SIEMPRE	52%	1.00	1201	1593	1668	1746	1829	1917
CASI SIEMPRE	11%	0.75	185.6	246.3	257.8	270	282.8	296.4
A VECES	17%	0.50	194.8	258.5	270.5	283.3	296.8	311
CASI NUNCA	1%	0.25	8	11	11	12	12	13
NUNCA	18%	0.00	0	0	0	0	0	0
	100%		<b>1589</b>	<b>2109</b>	<b>2207</b>	<b>2311</b>	<b>2421</b>	<b>2537</b>

Elaborado por las autoras



**Anexo 24. Número de personas que frecuentan piscina niños en un día**

<b>PISCINA NIÑOS</b>		<b>P</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
SIEMPRE	29%	1.00	128	170	178	186	195	205
CASI SIEMPRE	11%	0.75	36.44	48.36	50.61	53	55.52	58.18
A VECES	14%	0.50	30.92	41.03	42.94	44.97	47.11	49.37
CASI NUNCA	2%	0.25	2	3	3	3	3	4
NUNCA	44%	0.00	0	0	0	0	0	0
100%			<b>198</b>	<b>262</b>	<b>275</b>	<b>287</b>	<b>301</b>	<b>316</b>

Elaborado por las autoras

## Anexo 25. MATERIAL PUBLICITARIO

Material Publicitario																		
Complejo Colegio de Abogados																		
ARTICULO	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5			Año 6		
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Uso en el Complejo	8,761		\$9,234.73	11,626		\$12,620.36	12,168		\$13,604.02	12,741		\$14,671.24	13,348		\$15,828.85	13,988		\$17,084.23
Camisetas	2,015	1.00	\$2,015.07	2,674	1.03	\$2,753.84	2,799	1.06	\$2,968.48	2,931	1.09	\$3,201.36	3,070	1.13	\$3,453.95	3,217	1.16	\$3,727.88
Boisos	876	1.50	\$1,314.18	1,163	1.54	\$1,795.98	1,217	1.59	\$1,935.96	1,274	1.64	\$2,087.84	1,335	1.69	\$2,252.58	1,399	1.74	\$2,431.23
Canguro bolso	526	1.10	\$578.24	698	1.13	\$790.23	730	1.17	\$851.82	764	1.20	\$918.65	801	1.24	\$991.13	839	1.27	\$1,069.74
Toallas	789	0.65	\$512.53	1,046	0.67	\$700.43	1,095	0.69	\$755.03	1,147	0.71	\$814.26	1,201	0.73	\$878.50	1,259	0.75	\$948.18
Gorras	2,804	1.10	\$3,083.94	3,720	1.13	\$4,214.57	3,894	1.17	\$4,543.06	4,077	1.20	\$4,899.46	4,271	1.24	\$5,286.04	4,476	1.27	\$5,705.28
Delantal Parrillero	508	1.50	\$762.22	674	1.54	\$1,041.67	706	1.59	\$1,122.86	739	1.64	\$1,210.95	774	1.69	\$1,306.49	811	1.74	\$1,410.11
Guarda todo	202	0.45	\$90.68	267	0.46	\$123.92	280	0.48	\$133.58	293	0.49	\$144.06	307	0.51	\$155.43	322	0.52	\$167.75
Tomatodo 16 Onzas	526	0.80	\$420.54	698	0.82	\$574.71	730	0.85	\$619.51	764	0.87	\$668.11	801	0.90	\$720.82	839	0.93	\$777.99
Frezbe	508	0.90	\$457.33	674	0.93	\$625.00	706	0.95	\$673.72	739	0.98	\$726.57	774	1.01	\$783.90	811	1.04	\$846.07
Material de Oficina	484		\$319.04	512		\$351.94	542		\$393.66	574		\$433.21	606		\$453.56	640		\$512.44
Plumas	240	0.25	\$60.00	249	0.26	\$64.11	254	0.27	\$67.35	265	0.27	\$72.37	268	0.28	\$75.38	280	0.29	\$81.11
Lapices	54	0.41	\$22.14	58	0.42	\$24.49	59	0.43	\$25.66	67	0.45	\$30.01	100	0.46	\$46.13	76	0.48	\$36.11
Fosforera	30	1.26	\$37.80	34	1.30	\$44.12	38	1.34	\$50.79	38	1.38	\$52.30	32	1.42	\$45.36	36	1.46	\$52.56
Jarros	80	1.30	\$104.00	80	1.34	\$107.11	86	1.38	\$118.59	86	1.42	\$122.13	85	1.46	\$124.32	87	1.51	\$131.05
Llaveros interna	30	1.67	\$50.10	35	1.72	\$60.20	38	1.77	\$67.31	48	1.82	\$87.57	46	1.88	\$86.43	49	1.94	\$94.82
Llaveros	50	0.90	\$45.00	56	0.93	\$51.91	67	0.95	\$63.96	70	0.98	\$68.82	75	1.01	\$75.94	112	1.04	\$116.80
Publicidad Vehiculos			\$1,434.46			\$1,903.35			\$2,054.46			\$2,218.63			\$2,395.92			\$2,588.37
Sticker Circular Diametro 9 Cm	1,688	0.35	\$590.66	2,174	0.36	\$783.73	2,279	0.37	\$845.95	2,389	0.38	\$913.55	2,505	0.39	\$986.56	2,628	0.41	\$1,065.80
Sticker Rectangular 30 Cm x 9 Cm	1,688	0.50	\$843.80	2,174	0.51	\$1,119.62	2,279	0.53	\$1,208.50	2,389	0.55	\$1,305.07	2,505	0.56	\$1,409.37	2,628	0.58	\$1,522.57
Informativos			\$4,413.48			\$4,700.07			\$5,009.17			\$5,342.56			\$5,711.80			\$6,090.11
Dipitico	35,759	0.11	\$3,933.48	37,124	0.11	\$4,205.72	38,569	0.12	\$4,500.04	40,097	0.12	\$4,818.20	38,072	0.12	\$4,711.76	43,418	0.13	\$5,533.92
Volantes	1,680	0.05	\$84.00	1,680	0.05	\$84.51	1,680	0.05	\$89.10	1,680	0.05	\$91.76	1,680	0.06	\$94.51	1,680	0.06	\$97.33
Afiche	360	1.10	\$396.00	360	1.13	\$407.84	360	1.17	\$420.03	360	1.20	\$432.59	360	1.24	\$445.53	360	1.27	\$458.85
Papeleria Complejo C.A.G			\$291.52			\$300.24			\$309.22			\$318.46			\$327.99			\$337.79
Hoja Membretada	13,208	0.01	\$132.08	13,208	0.01	\$136.03	13,208	0.01	\$140.10	13,208	0.01	\$144.29	13,208	0.01	\$148.60	13,208	0.01	\$153.05
Sobre	13,208	0.01	\$132.08	13,208	0.01	\$136.03	13,208	0.01	\$140.10	13,208	0.01	\$144.29	13,208	0.01	\$148.60	13,208	0.01	\$153.05
Carpeta	144	0.19	\$27.36	144	0.20	\$28.178064	144	0.20	\$29.0205881	144	0.21	\$29.8883037	144	0.21	\$30.781984	144	0.22	\$31.7023447
Transporte Marketing			\$3,840.00			\$3,954.82			\$4,070.00			\$4,185.00			\$4,300.00			\$4,415.00
Buses	96	40.00	\$3,840.00	96	41.20	\$3,954.82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Credenciales			\$8,761.19			\$11,973.21			\$12,906.43			\$13,918.92			\$15,017.17			\$16,208.18
Credenciales Complejo	8,761	1.00	\$8,761.19	11,626	1.03	\$11,973.21	12,168	1.06	\$12,906.43	12,741	1.09	\$13,918.92	13,348	1.13	\$15,017.17	13,988	1.16	\$16,208.18
<b>TOTAL</b>			<b>\$28,294.42</b>			<b>\$35,803.98</b>			<b>\$34,276.95</b>			<b>\$36,903.01</b>			<b>\$39,275.39</b>			<b>\$42,821.11</b>

Elaborado por las autora

