



**UNIVERSIDAD DEL PACIFICO
ESCUELA DE NEGOCIOS
INGENIERIA COMERCIAL**

**PLAN DE TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**PLAN DE DESARROLLO DEL PARQUE TURÍSTICO AERONAÚTICO EN EL
CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR**

AUTORES:

Andrés Luciano Almeida Meneses
Francisco Javier Raue Rodríguez

DIRECTOR:

Ing. Gabriel Mendoza

Guayaquil, 04 de Octubre de 2007

DECLARACION DE AUTORIA

Nosotros, Andrés Luciano Almeida Meneses y Francisco Javier Raue Rodríguez, declaramos ser los autores exclusivos del presente proyecto.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieron de la misma son de nuestra responsabilidad.

.....
Andrés Almeida Meneses

.....
Francisco Raue Rodríguez

CERTIFICACION

Yo, Ing. Gabriel Mendoza, profesor de la Universidad Del Pacífico – Escuela de Negocios y Economía como Director de la presente Tesis de Grado, certifico que los señores Andrés Almeida Meneses y Francisco Raue Rodríguez, egresados de esta Institución, son autores exclusivos del presente proyecto, la misma es autentica, original e inédita.

.....
Ing. Gabriel Mendoza Machuca

DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

La Universidad Del Pacífico – Escuela de Negocios, se compromete a no difundir públicamente la información establecida en el presente documento “PLAN DE DESARROLLO DEL PARQUE TURÍSTICO AERONAÚTICO EN EL CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR”, de auditoria de Andrés Almeida Meneses y Francisco Raue Rodríguez, en razón que este proyecto ha sido creado con información confidencial.

Tres copias de este documento quedaran en custodia de la Universidad Del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso firma,

.....

Ing. Mariana Pico
DECANO FACULTAD
NEGOCIOS Y ECONOMIA

Dedicatoria Andrés Almeida:

Este proyecto no hubiera sido posible realizarlo sin la ayuda de varias personas que no pueden quedar en anonimato a quienes estaré eternamente agradecido, mi mamá por ser la voz en mi cabeza que me dio la voluntad de terminarlo, mi papá que me dedicó el tiempo justo y necesario y en el momento adecuado para avanzar y acabar el proyecto, a mi tía por sus conocimientos que me sirvieron de base y para superar los momentos difíciles. Y también a mi novia, por estar siempre ahí apoyándome y ayudándome cuando lo necesité. Gracias a todos, mamá, papá, Ro y Pía Gracias por ayudarme en este último paso de mi carrera universitaria.

Dedicatoria Francisco Raue:

Esta tesis no hubiera sido realizada sin el apoyo y empuje de varias personas en especial a mi familia mi abuelita Anita, mi mami, mis hermanos y mis tíos y en especial de mi papi que me esta en el cielo viendo culminar una etapa mas en mi vida y a las personas que se cruzaron en mi vida de una u otra forma me dieron fuerzas para seguir adelante, GRACIAS A TODOS DE CORAZON

Agradecimiento

Para Ingrid Andrade y María José Torres, por su ayuda y conocimientos, sin ustedes chicas no tendríamos la calidad de trabajo que tenemos. Fue un gusto, placer y un honor trabajar con ustedes. Gracias de corazón

Para Gabriel Mendoza, tutor de esta tesis, gracias por dejarnos ser parte del proyecto y guiarnos a través de el.

INDICE

Capítulo		Página
I	Resumen Ejecutivo	1
	1.1 Objetivo del Proyecto	1
	1.2 Macroentorno	2
	1.3 Problemática del Sector	7
	1.4 Mercados Objetivos, Domésticos e Internacionales	8
	1.5 Ventaja Competitiva	8
II	Constitución de la Empresa	10
	2.1 Marco Legal	10
	2.2 Características de la sociedad	10
	2.3 Propiedad Accionaria	13
III	Descripción del Negocio	15
	3.1 Historia del Negocio	15
	3.2 Misión, Visión y Objetivos de la Empresa	16
	3.3 Estructura de la Organización	19
	3.4 Descripción del Producto	19
	3.5 Análisis FODA	27
	3.6 Fuerzas de Porter	31
IV	Equipo Gerencial	34
	4.1 Estructura Organizacional	34
	4.2 Pilares Principales de la Estructura de la Empresa y sus Funciones	35
	4.3 Cultura Empresarial	39
V	Análisis de Mercado	40
	5.1 Análisis de Mercado	40
	5.2 Investigación de Mercado, Encuestas y Resultados	41
	5.2.1 Focus Group (Grupo de Enfoque)	41
	5.2.2 Encuestas	48
	5.3 Identificación del Mercado Potencial, Empresarial y Descripción del Segmento y nicho	58
	5.4 Conclusión del Análisis de Mercado	59
VI	Estrategias del Mercado	61
	6.1 Consideraciones Internacionales, Nacionales y Locales	61
	6.2 Estrategia de Producto, Precio y Estacionalidad	62
	6.3 Estrategias de Distribución, Penetración, Promoción, Gastos y Comercialización	63
VII	Operaciones	67
	7.1 Riesgos Internos	67
	7.2 Riesgos Externos	68
	7.3 Planes de Contingencia, Provisiones y Seguros	69
VIII	Estudio Financiero	72
	8.1 Presupuestos, Inversiones Proyectadas e Ingresos Esperados	72
	8.2 Proyección a 3 Años	75
	8.3 Análisis del Punto de Equilibrio	79

IX	Análisis Financiero del Proyecto	81
	9.1 Requerimiento del Capital	81
	9.2 Razones Financieras	83
	9.3 Evaluación: Análisis de Sensibilidad y Rentabilidad	84
X	Ecología y Medio Ambiente	93
	10.1 Proceso, Procedimiento e impacto de siguió y culminó	93
	10.2 Desarrollo Sustentable	93
XI	Conclusiones y Recomendaciones	95
	11.1 Conclusiones	95
	11.2 Recomendaciones	98
	Bibliografía	99
	Anexos	100
	Anexo 1: Constitución de la Compañía	100
	Anexo 2: Constitución del Club	119
	Anexo 3: Papelería de CFN	131
	Anexo 4: Detalle de Sueldos y Salarios	135
	Anexo 5: Detalle de Costos	136
	Anexo 6: Detalle de Depreciaciones	137
	Anexo 7: Detalle de Activos Existentes	138

CAPÍTULO I RESUMEN

EJECUTIVO



1.1. OBJETIVO PROPÓSITO DEL PROYECTO

Esta tesis plantea probar la factibilidad de una reingeniería y reestructuración de este club, que ha sido pobremente explotado, hacia uno en el cual se maximice el uso del espacio físico que posee con la inclusión de: nueva infraestructura para realizar actividades diferentes y llamativas, nuevos servicios de turismos y entretenimiento que optimicen el ingreso de dinero a la empresa, de la misma manera la firma de convenios estratégicos para el manejo del restaurante y otros servicios; y un plan de mercadeo estratégico para la creación de la demanda necesaria.

Nuestros objetivos a corto plazo son:

Los objetivos del proyecto son:

- a) Crear una marca del Club Aerodeportivo.
- b) Posicionar la marca en el mercado guayaquileño.
- c) Determinar la inversión y la recuperación.
- d) Elaborar un Plan Marketing para su implementación.
- e) Demostrar la viabilidad del proyecto a corto plazo.
- f) Contribuir al crecimiento sostenible de la empresa mediante la implementación de nuevos servicios dentro del club, es decir mediante la inversión de nuevos activos.

- g) Lograr el posicionamiento de la compañía en el contexto local y posteriormente Nacional.

Nuestros objetivos a largo plazo son:

- a) Establecer al aeroclub como un Club que posee un parque temático (El parque temático es una extensión de terreno que posee instalaciones y estructuras para el desarrollo de diferentes actividades).
- b) Posicionar la marca en el mercado ecuatoriano.
- c) Realizar convenios estratégicos con clubes aerodeportivos en Sudamérica.
- d) Realizar convenios con clubes sociales y que ofrezcan actividades relacionada con la aviación en otras ciudades del Ecuador y más adelante en diferentes países con el fin de brindar facilidades y oportunidades a los miembros que se trasladen entre ciudades.
- e) Establecer dentro de Ecuador la cultura aeronáutica.

1.2. MACROENTORNO

Ambiente Económico

El Ecuador actualmente vive un cambio en su tendencia política. El neoliberalismo¹ fue reemplazado por la ideología de izquierda que promueve un intervencionalismo mayor del Estado. El actual presidente Econ. Rafael Correa, ha dado prioridades al gasto público, lo cual se ve reflejado en la balanza de pagos del Estado, publicada en las páginas del Bco. Central y el Ministerio de Economía y Finanzas.

Durante el año 2006 y en lo que va del 2007, la economía ecuatoriana ha presentado un desempeño económico favorable, con variaciones del PIB que

¹ El término **neoliberalismo** es un neologismo que hace referencia a una doctrina económica y política que considera contraproducente el intervencionismo estatal en la economía y defiende el libre mercado como mejor garante del equilibrio y el crecimiento económicos.

se ubican por arriba del crecimiento de tendencia de la economía (alrededor de 3%). Durante el 2007 el PIB de Ecuador registró un crecimiento de 3.3%, sustentado en esencia en el desempeño el sector no petrolero (5.8%), mientras que el PIB petrolero disminuyó 3.4% respecto al nivel alcanzado en el año anterior. El menor dinamismo de la producción petrolera del año 2006, se debe a que la producción privada apenas creció en 2.4%, en contraste con el 52.4% observado en el 2005, mientras que la producción estatal de petróleo, continuó disminuyendo en el año 2006².

Durante el primer semestre de 2007, el PIB ecuatoriano alcanzó una variación de 5.1% en relación al mismo período del año anterior, marcado por el dinamismo de las industrias de la pesca, la intermediación financiera y la manufactura³.

Se espera que para fin de año la economía alcance un crecimiento de 4.30%, nuevamente por arriba del crecimiento de tendencia. Dicho crecimiento se respaldaría en la recuperación del PIB petrolero (5%), mientras que la proyección del crecimiento de las actividades no petroleras (3.9%) sería inferior al nivel de crecimiento de este sector mostró el año anterior (5.8%).⁴

Como consecuencia de la declaratoria de caducidad del contrato entre el Estado ecuatoriano y la Compañía Occidental, a partir de mayo de 2006, los bloques de Limoncocha, Bloque 15, Edén Yuturi y Yana quincha pasan a ser operados por PETROECUADOR. Esto permitió un incremento en la producción de la empresa estatal y un descenso en la de las compañías privadas.⁵

Empleo y salarios

²Ministerio de Finanzas y Economía:

http://mef.gov.ec/portal/page?_pageid=37,1&_dad=portal&_schema=PORTAL

³ Fuente: Banco Central del Ecuador **INFORME DEL DIRECTORIO**

⁴ Ministerio de Finanzas y Economía

⁵ Fuente: Banco Central del Ecuador **INFORME DEL DIRECTORIO AL EXCELENTISIMO SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPUBLICA Y AL HONORABLE CONGRESO NACIONAL**

Acorde con lo que se esperaría en una economía donde se ha registrado un desempeño económico favorable durante los últimos años, la tasa de desempleo ha disminuido en el año 2006 y lo que va del año 2007, registrando en promedio niveles del 10.7% y 10.3% respectivamente, por debajo de la tasa de desocupación del año 2004 cuando alcanzó un nivel del 11%.⁶

En promedio el desempleo abierto registra en los tres últimos años una tendencia decreciente y en el año 2007 registra una participación de 5.8% de la PEA. En contraste, el desempleo oculto se ha incrementado en el mismo período y en lo que va del presente año registra una participación de 4.5% de la PEA (Población Económicamente Activa).

En contraste con lo ocurrido con el desempleo, la subocupación (en su mayoría corresponden a personas que laborando al menos la jornada laboral legal de 20 horas a la semana, tienen un nivel de ingreso inferior al salario mínimo definido por ley) aumentó en los dos últimos años. Así, la tasa de subempleo que en el año 2004 fue 42.6%, en los años 2006 y 2007, aumentó a niveles del 47.3% y 48.3% respectivamente⁷.

La evolución de estas cifras sugiere un deterioro en la calidad del trabajo, en la medida que el incremento del subempleo implica que un mayor porcentaje de la PEA se ocupa en actividades de menor productividad que no les permite alcanzar salarios adecuados.

El aumento del subempleo es un problema estructural de la economía ecuatoriana, que debe ser enfrentado con políticas que permitan dinamizar las actividades productivas en base a la atenuación de fallas en los mercados del capital humano, tecnología y crédito, entre los principales.

Evolución de los precios

^{6 6} Fuente: Banco Central del Ecuador **INFORME DEL DIRECTORIO AL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA. PRIMER TRIMESTRE 2007**

^{7 7} Fuente: Banco Central del Ecuador **INFORME DEL DIRECTORIO AL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA. PRIMER TRIMESTRE 2007**

A partir de la adopción del esquema de dolarización, la inflación ecuatoriana tendió a caer de manera progresiva hasta alcanzar el 1.95% durante el año 2004. En contraste, durante el año 2005 se revirtió la tendencia decreciente del ritmo de crecimiento de los precios observada desde el año 2001.

En el año 2005 el repunte de la inflación se hizo más evidente a partir del mes de abril de 2005, entre otros factores, la devolución de los fondos de reserva a los afiliados del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y los choques climáticos negativos que acontecieron, contribuyeron a la aceleración de la inflación, especialmente durante el segundo semestre de ese año. A pesar de este repunte inflacionario, la inflación anual del Ecuador se mantuvo por debajo de la inflación internacional, que a fines de 2005 se ubicó en 4.5%.⁸

En el 2006 la tendencia creciente de la inflación se mantuvo hasta el mes de marzo, cuando alcanzó una tasa anual de 4.2% que incluso fue superior a la tasa de inflación internacional (3.9%), de acuerdo con el Banco Central. En el primer trimestre de 2006, los rubros de “Alimentos y bebidas no alcohólicas”, “Alojamiento, agua, gas y electricidad” y “Educación” fueron los rubros de mayor incidencia en el aumento de la inflación. En contraste, durante el segundo trimestre de 2006 se observó una deflación mensual que determinó la caída de la inflación anual y finalmente en los meses de julio y agosto a pesar de un nuevo repunte inflacionario, la inflación anual se mantuvo por debajo del pico alcanzado en marzo, y se ubicó en 3.36% en el mes de agosto.

Actualmente con cifras del Banco Central del Ecuador, en septiembre del año 2007, se alcanzó una inflación de 0.07%. El Gobierno actual, acorde con su política de estado, ha subsidiado productos para la agroindustria tales como la úrea y la harina.

Sector Externo

^{8 8} Fuente: Banco Central del Ecuador **INFORME DEL DIRECTORIO AL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA. PRIMER TRIMESTRE 2007**

En el contexto de una economía dolarizada, el sector externo se convierte en la fuente generadora del circulante para el desenvolvimiento de la actividad productiva, por lo tanto, los cambios en la liquidez de la economía dependerán en gran parte del resultado de la balanza de pagos.

Tanto en el régimen de dolarización, como en el pasado, los choques que produzcan cambios bruscos y significativos en los ingresos de divisas al país, pueden provocar importantes ajustes en empleo y bienestar de la población, lo que implica la necesidad de realizar un seguimiento permanente a los factores que influyen en el ingreso y egreso de divisas al país, y, contar con instrumentos de política económica para enfrentar este tipo de contingentes.

La balanza de pagos se constituye en el instrumento analítico que permite realizar el seguimiento de los movimientos de divisas que ingresan y salen del país. Entre otros rubros esta registra los movimientos de la deuda externa, las operaciones de comercio exterior, el ingreso neto de capitales por concepto de la inversión extranjera, y el movimiento de las remesas.

Una forma de analizar los movimientos de divisas de la balanza de pagos es a través del enfoque del financiamiento, que consiste básicamente en clasificar los componentes de la Balanza de Pagos en dos grandes rubros: el primero agrupa los ítems que demandan una salida de recursos de la economía y que se denominará “financiamiento necesario y, el segundo incluye a todos los rubros que implican ingresos de recursos con los cuales se podría solventar los pagos que realiza la economía al exterior y que se enmarcarían dentro del grupo “financiamiento disponible.

La economía ecuatoriana ha contado con recursos que le han permitido hacer frente a sus obligaciones, principalmente a través de mayores desembolsos de deuda externa, tanto pública como privada, que ascendió, de la misma manera que las remesas enviadas por los emigrantes e inversión extranjera directa. Al no esperarse choques negativos en los rubros de financiamiento mencionados,

se esperaría una estructura de financiamiento similar a fin de año y que la economía no enfrentará cambios bruscos de liquidez.

1.3. PROBLEMÁTICA DEL SECTOR, NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA

La problemática del sector se enfoca en que no existe aún un mercado y una cultura de deportes y actividades aeronáuticas en el Ecuador. Al ser éste el problema en Ecuador y específicamente en Guayaquil, observamos que será imprescindible la apertura a los servicios que brinda el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR en toda su magnitud. Es decir, los vuelos de turismo sobre Guayaquil, la Escuela de auxiliares de vuelo, Escuela de pilotos, los servicios de la pista, los servicios de los hangares, el uso de una mecánica certificada para arreglo de aviones y los servicios de entretenimiento y actividades sociales (parrilladas Uruguayas y eventos) que tendrán y se ofrecerán las instalaciones una vez que el proyecto este 100% terminado.

Es necesario posicionar al CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR como pioneros en el mercado ecuatoriano, y ésta será la ventaja competitiva ya que las instalaciones ya existen; por lo que la inversión más grande ya está hecha. Ahora es necesario explotarla de la manera adecuada para romper las barreras de un mercado impenetrado y establecerse como símbolo de la cultura aeronáutica en Guayaquil y luego en Ecuador.

Pero esto no es todo, ya que este CLUB AERODEPORTIVO contará dentro de su espacio físico con instalaciones para realizar actividades y deportes diferentes. Tales como: paracaidismo, pista de go-kart, paintball, pista de motocross y bicicross, pared para escalar, etc. Con ello buscamos acaparar a un mercado juvenil, que de acuerdo con el estudio de mercado realizado busca un lugar donde pueda realizar estas actividades.

1.4. MERCADOS OBJETIVOS, DOMÉSTICOS E INTERNACIONALES

Nuestro servicio, si bien no es uno de primera necesidad, sí es una innovación dentro del mercado ecuatoriano. Pues ofrece lo que ya en otros países está desarrollado y conocido. Hasta la presente en nuestro país hay una cultura aeronáutica nula, el mercado doméstico y nacional no ha sido explotado, y a pesar de que los servicios que se brindarán en el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR son de conocimiento de los ecuatorianos; hasta el momento carecían de un lugar en cual desarrollarlos y aprenderlos. De esta manera se forja una imagen de innovación, de servicio, de estudio y entretenimiento, la cual revolucionará al Ecuador.

El producto está dirigido al público adulto y joven, tanto para aprender e ingresar a las escuelas de azafatas y de pilotos como para quienes quieran obtener una membresía del club y disfrutar de las instalaciones y servicios que brindará.

1.5 VENTAJA COMPETITIVA

Nuestra ventaja competitiva se obtendrá al complementar los siguientes aspectos:

Conocimiento del público de las escuelas de pilotos y azafatas, ya en funcionamiento.

Ambiente agradable de las instalaciones.



Perfeccionar los servicios de turismo y entretenimientos que se puedan ofrecer sin las instalaciones en construcción.

El mercado al que accederemos no ha sido explotado aún, y los pequeños intentos no han sido bien dirigidos y su penetración en el mercado ha sido casi nula.

Enfocaremos nuestra ventaja competitiva en lograr no sólo una penetración en el mercado objetivo, si no también, posicionarnos en el “top of mind” de los posibles participantes, potentes miembros del club, estudiantes de las escuelas de aviación y auxiliares de vuelo.

CAPÍTULO II

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

2.1 Marco Legal

De conformidad con la Ley de Compañías, previamente estipulado en el momento de crear la empresa, se eligió la Sociedad Anónima (Compañía Anónima). Creando así a **AVIERO S.A.** como una persona jurídica. La compañía se establece a través de un contrato que se realiza entre dos o más personas que estipulan poner algo en común (dinero, bienes, servicios, industria o trabajo apreciable en dinero) con el fin de dividirse entre sí los beneficios que de ello provengan.

El cuerpo ibidem establece la posibilidad de crear cinco tipos de compañías: Compañía Limitada, Compañía Anónima, Compañía en Comandita Simple, Compañía en Comandita por Acciones, Compañía de Economía Mixta.

2.2 Características de la sociedad

I.- Se dedica a la fabricación, diseño, ensamblaje, reparación, mantenimiento, importación, exportación y comercialización de aviones ultralivianos, sus partes, repuestos y accesorios. Exportación y comercialización, de aviones, avionetas, helicópteros y aeronaves en general, repuestos y accesorios. Prestación de servicio de transporte de carga aérea nacional e internacional, servicio de fumigación aérea, rastreo, servicio contra incendio, publicidad aérea, rescate aéreo, paracaidismo. Instalación de equipos satelitales, señales, equipos láser de comunicación, frecuencia de radio, celular, inalámbrico, analógico y digital; y actividades afines.

II.- Suministrar prestación de servicio para toda clase de empresa de actividad económica y productiva, mano de obra calificada y necesaria, exceptuando seguridad y guardianía; para el fiel cumplimiento de su objeto la compañía puede contraer obligaciones y suscribir los contratos permitidos por la ley, adquirir derechos reales y personales, ser socia o accionista.

III.- Compraventa, corretaje, administración, permuta, agenciamiento explotación, arrendamiento, anticresis de tierras, inmuebles.

IV.- Contratación, selección, evaluación de personal, auditoria de sistemas, educación y diseño de aplicaciones, implementación de soluciones y paquete de programas para equipos de computación y procesamiento de datos.

V.- Comercialización, importación, exportación, fabricación o industrialización, compra, venta, elaboración, representación, transformación, empaque, consignación, representación, distribución de: materiales de construcción, imprenta, plantas, maquinarias, ropas, sistemas de refrigeración, instrumentos médicos, artículos de cordelería, madera, e higiene personal.

VI.- Desarrollo y explotación de estudios e investigación científicos y representación de laboratorios.

VII.- Podrá construir: viviendas, edificios, puentes, carreteras, aeropuertos.

VIII.- Mantenimiento, reparación, accesoria, instalación de: fotocopadoras, computadoras, teléfonos.

IX.- Diseña, organiza, comercializa cursos, seminarios y convenciones, hablados, grabados y escritos.

X.- Realiza por cuenta propia y a través de terceros: entrega y recepción de cartas y envíos que clasifican como correspondencia o paquetes que contengan artículos de uso personal; desde y para el exterior.

XI.- También se dedica a prestar servicios de asesoría jurídica, tributaria, económica, contable, financiera, técnica, agrícola, aduanera, mercantil investigación de mercados, saneamiento, limpieza, mantenimiento de edificios, aceras, calles, sistemas de refrigeración, transferencia de carga y de servicios complementarias de naves, participación, explotación y exploración de hidrocarburos, estudios de suelos, sistemas sanitarios, hidráulicos, etc.

XII.- Instala, administra y explota mercados, agencias de viajes, hoteles, restaurantes, clubes, cafeterías, discotecas, parques mecánicos de recreación, cines, gasolineras, industrias alimenticias, enseñanza primaria, secundaria, técnica y artesanal.

XIII.- Tiene también autorización para explotar agrícolamente, producción de camarones, actividad pesquera todas en todas sus fases.

XIV.- Es comisionista, mandataria, mandante, agente y representante de personas naturales y jurídicas importadora, exportadoras extranjeras y nacionales.

XV.- A través de terceros realiza transporte vía terrestre, fluvial, y marítima de toda clase de mercadería, pasajeros, cargas, materiales, embalajes, guardamuebles, almacenaje, actividades de depósito aduanero comercial público y privado, y otras actividades previstas por la ley de aduanas.

XVI.- Puede explotar por cuenta propia o terceros minas y canteras.

XVII. Planifica, estudia, diseña, construye, repara, mantiene redes eléctricas y telefónicas. Y ejecuta las obras de las mismas.

XVIII.- Puede dedicarse a la publicidad.

XIX.- Puede ejercer cualquier proceso industrial necesario para la edición de publicaciones literarias, educativas, científicas, religiosas, informativos, videos o largometrajes.

XX.- Puede dar, otorgar, solicitar, registrar, comprar administrar, vender, ceder concesiones. Dispone y explota patentes y privilegios de invención.

2.3 Propiedad accionaria

Está constituida por Jessica Zambrano y Diego Azanza quienes se someten a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil; el estatuto que constituye la Compañía y los Reglamentos que de este se expiden. Se constituyó con un capital de USD\$ 800 dividido en ochocientas acciones ordinarias y nominativas de un dólar de los Estados Unidos De América, cada una.

La compañía se constituyó el 23 de agosto del 2001, y tiene Registro Mercantil -36436 en el registro mercantil a partir del 17 de octubre del 2001, constituyéndose por 50 años.⁹

El 17 de mayo del 2002 se creó el estatuto del Club social, cultural y deportivo “Ultralivianos del Ecuador”, con sede en Guayaquil, Aprobado por el Ministerio de Educación, Cultura, Deportes y recreación.¹⁰

A la presente fecha, la compañía **AVIERO S.A.** tiene actual existencia jurídica, y ha cumplido con todas sus obligaciones. El capital social es de USD \$16.000.

⁹ Anexo I: constitución de la compañía

¹⁰ Anexo I: constitución de la compañía

Teniendo en cuenta todo lo antes mencionado, para crear un parque temático los permisos que necesitaríamos serían de funcionamiento del local comercial (que ya está previsto en la constitución de la compañía y obtener la licencia anual de turismo obligatoria para los locales que, según la Ley de Turismo y la Ordenanza respectiva, son considerados como tales. Para lo que necesitaríamos: Certificado de Registro como local turístico en la Subsecretaría. Certificado de afiliación a la Cámara de Turismo, copia del R.U.C., copia de la cédula de identidad del propietario o representante legal.¹¹

¹¹ Fuente: Pág. municipio: <http://www.guayaquil.gov.ec/232.gye>

CAPÍTULO III DESCRIPCIÓN

DEL NEGOCIO

3.1 Historia del Negocio

La ciudad de Guayaquil además de haber sido declarada la mejor ciudad para hacer negocios en América del Sur por la Revista Latin Trade, cuenta con una variada oferta turística que la hace atractiva para visitar.



Gracias al desarrollo urbanístico que se ha mantenido por más de una década por el gobierno municipal, hoy se puede aspirar a completar y complementar la oferta turística de la ciudad con la posibilidad de poder sobrevolar la ciudad con los aviones ultraligeros deportivos, con los que piensa implementar el club.

El turismo ha tenido un crecimiento sostenible en los últimos años con una tendencia de aumento, mostrándose como un sector estratégico para la economía, es por esto que un centro turístico aeronáutico y de deportes

alternativos atiende a una demanda en crecimiento de grupos que gustan de experiencias nuevas, seguras e intensas dentro de su entorno y dentro de nuestro hábitat.

La creación de un centro turístico aeronáutico y de deportes alternativos no tiene punto de referencia alguno, es un concepto totalmente nuevo, lo que convertiría a este club en ser los pioneros en esta área.

El proyecto nació de la mano del Ing. Daniel Texeira, hace 6 años, quien con un capital personal decidió invertir en este plan personal. Daniel Texeira uruguayo por nacimiento, pero ecuatoriano de corazón, tiene radicado en la ciudad de Guayaquil más de 30 años. Su afición por las actividades aeronáuticas dio inicio a este proyecto, con el fin de poder crear una cultura aeronáutica y transmitir conocimientos para incentivar la aviación en el Ecuador, así dio inicio al CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR.

3.2 Misión, Visión y objetivos de la empresa

MISION

Nuestra misión es desarrollar la cultura aeronáutica y la aviación en el ámbito ecuatoriano, a través de una infraestructura e instalaciones que dan la oportunidad de practicar estas actividades al mismo tiempo de aprender de los mejores instructores certificados. Contribuir al crecimiento turístico de la ciudad y del país ofreciendo una gama de productos para el esparcimiento y entretenimiento turístico, siempre brindando un servicio de la mejor calidad y en cumplimiento de las normas de seguridad internacionales.

VISION

Convertirnos en pioneros del mercado de actividades de aviación. Ser reconocidos como el principal club aeronáutico del país y uno de los mejores a nivel mundial; de la misma manera hacer de Guayaquil un punto turístico conocido y situar al club aerodeportivo en el mapa mundial.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Desarrollar la cultura de la aviación en el Ecuador.



Construir una infraestructura adecuada para el desarrollo comercial de un parque temático basado en actividades aeronáuticas.

Ser reconocidos como El Instituto para aprender la disciplina de piloto y de ayudantes de vuelo. Top of mind de un 80%, estar entre las tres primeras opciones.



A través de la escuela de pilotos y azafatas, ser generadores de nuevas fuentes de empleo. Es decir, pronosticamos anualmente graduar a 10 pilotos y 50 auxiliares de vuelo.

A largo plazo desarrollar la construcción en serie, de aviones ultraligeros. A corto plazo, se planea la producción de un avión mínimo al año y máximo dos, hasta que se logre crear la demanda necesaria.



Crear un mundo a través del proyecto dentro de las paredes del Club en el que cada miembro de una familia tendrá una actividad que desarrollar.

3.3 Estructura de la Organización

Se realizó una reingeniería en la reestructuración del organigrama, debido a que el Club no cuenta actualmente con todas las áreas funcionales para poder operar de manera efectiva al CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR.

La directiva esta comprendida por un Presidente que en este caso es el Ing. Daniel Texeira y un Gerente General que es actualmente y registrado en la Superintendencia de Compañías la señorita Silvia Texeira.

El paquete accionario de la compañía Aviareo S.A. está conformado según los estatutos por 640 acciones ordinarias y nominativas que están a nombre de Jessica Zambrano Hidrovo y están valoradas a \$1 c/acción y 160 acciones ordinarias y nominativas que están a nombre de Diego Azanza Texeira valoradas a \$1c/acción.

Actualmente el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR cuenta con el área de talleres, área de comedor, piscina, hangares, pista para autos a control remoto.

Actualmente el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR cuenta únicamente con el departamento de Gerencia General

3.4 Descripción del producto

El CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR existe hoy en día como un proyecto personal del Ing. Daniel Texeira, quien observando la disminución mundial de interés en la aviación, decidió crear un lugar en donde el público

pueda dirigir su atención e interés hacia actividades varias relacionadas con la aviación y deportes de adrenalina.

Siendo éste su propósito, cinco años atrás comenzó la construcción, en un terreno de su propiedad, de varias estructuras que sirven en la actualidad para brindar algunos de los servicios y actividades que se planea ofrecer. Entre estas, el club cuenta con una pista para el despegue y aterrizaje de aviones ultraligeros, hangares para la renta y uso personal, el primer taller aeronáutico autorizado y certificado para la reparación y mantenimiento de aviones, otra pista para competencias de autos de carrera a control remoto, espacio para el desarrollo de la actividad de aeromodelismo, instalaciones adecuadas como aulas para ofrecer clases, espacio recreativo y un pequeño bar que cubre la demanda actual. Las principales detalladas a continuación:

Una pista, construida bajo las normas que exige la DAC¹² funciona actualmente para el despegue y aterrizaje de aviones ultraligeros, aviones pertenecientes al club y de otros que solicitan o alquilan la pista. Además, ésta es utilizada los días jueves en la noche para competencia en piques de autos arreglados (tunning) y los días domingo para la exhibición de autos clásicos restaurados.

El taller es certificado por la DAC y se utiliza para dar servicio de mantenimiento y reparación estructural y de motores para aeronaves certificadas, experimentales y ultralivianas. Además dispone de todas las herramientas necesarias para un servicio de óptima calidad con amplias y cómodas instalaciones para dar este servicio.

Los hangares que dispone son cómodos, económicos y amplios para alquiler. Garantizando la seguridad y el buen cuidado de las aeronaves.

¹² Dirección Aviación Civil.

Esta tesis plantea probar la factibilidad de una reingeniería y reestructuración de este club, que ha sido pobremente explotado, hacia uno en el cual se maximice el uso del espacio físico que posee con la inclusión de: nueva infraestructura para realizar actividades diferentes y llamativas, nuevos servicios de turismo y entretenimiento que optimicen el ingreso de dinero a la empresa, de la misma manera la firma de convenios estratégicos para el manejo del restaurante y otros servicios; y un plan de mercadeo estratégico para la creación de la demanda necesaria.

Servicios turísticos aéreos, y servicios turísticos que se pueden brindar para implementarlos y lucrar.

La iniciativa de crear una empresa turística agregada al CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR es la implementación al mercado guayaquileño, nacional y progresivamente mundial de un centro de recreación tanto familiar, juvenil, infantil y de adultos. Con una propuesta diferente enfocada al gusto de cada cliente potencial, dependiendo de su edad e inclinación hacia los servicios turísticos que necesita para cubrir sus necesidades, dentro de un parque temático que posee como característica principal la realización de deportes extremos y clásicos o comúnmente practicados.

Para un mejor desarrollo de este proyecto se analizó como un recurso para impulsar el desarrollo, la realización de convenios con hoteles¹³ para que el producto “Parque Temático” sea incluido en sus paquetes turísticos.

Los convenios se realizarán directamente con la administración de los hoteles presentando una propuesta con un porcentaje de ganancias para dichas empresas; este porcentaje deberá ser analizado de acuerdo la demanda que tenga el parque temático.

¹³ Hilton, Oro Verde, Sheraton.

Dentro de estos servicios encontramos:

Turismo Aéreo en la ciudad de Guayaquil:

En nuestro País en la actualidad no hay una cultura en cuanto al turismo aéreo por lo cual mediante este proyecto se busca crecer en este campo aun no explorado en su totalidad; como pioneros de este sector podemos suscitar los paseos a pequeños grupos que realiza la FAE en sus ferias de exposiciones de armamento y naves; pero la manera en que realiza en esta institución es de sentido educacional y va a dirigido a los niños asistentes.

Lo que se busca en nuestro Parque Temático y Club Aerodeportivo es implementar actividades de vuelo turístico realizadas por el mercado potencial; mostrando una visión diferente de la ciudad de Guayaquil y sus alrededores.

Presentar una propuesta que puede estar en el paquete turístico solicitado por el turista extranjero a su agencia de viajes o como actividad del Hotel en el que se encuentre hospedado; en el caso de los turistas internos se promociona como una actividad diferente y un reconocimiento aéreo del territorio de la ciudad de Guayaquil, convirtiendo dicho suceso en una actividad de turismo aéreo, acompañada de una pequeña explicación de lo que el turista está observando desde las alturas.

Restaurante

Para los servicios de Restaurante se realizará convenios con las Escuelas de Chef¹⁴ para que los alumnos que están por culminar sus carreras realicen sus prácticas en las instalaciones del restaurante del “Parque Temático”.

Para llevar a cabo esto se debe presentar una propuesta a los directores de las Escuelas de Chef de la ciudad presentando beneficios para ambas empresas y para los estudiantes que presten sus servicios de empleados de “Parque Temático”.

¹⁴ Escuela de Chefs, Albahaca.

Mundo Infantil

Es un mundo dirigido a los niños en cual podrán desarrollar actividades aptas para sus edades y provistas de todas las seguridades necesarias para una realización libre de los juegos, también está destinado a la educación de los niños; esta actividad es un servicio que será prestado a grupos de niños en visita no escolar y a escuelas; las cuales previo aviso podrán seleccionar el tema en el cual desean los niños sean orientados, educados o concientizados.

Atracciones del Mundo Infantil

Soft Play: Es un juego interactivo donde los niños desarrollan su creatividad; está provisto de un tobogán, una piscina de pelotas, aros de baloncesto, obstáculos acolchados, laberintos

Títeres: Presentación de títeres que recrearan los cuentos infantiles favoritos y ya clásicos para los niños; también se realizarán con los títeres, obras de educación, fomentación de valores y concientización.

Cuando el tema de la presentación de los títeres no tenga un tópico solicitado éste se realizará mediante las necesidades observadas en la sociedad; lo cual será determinado por la administración del parque.

En el caso de los niños que llegan al parque con sus familias podrán ser participes de las charlas de educación en el momento que éstas se estén llevando a cabo.

Cowboy: Un juego en el que los niños pueden recrear aventuras de vaqueros como los que ellos admiran; esta atracción estará ubicada en las áreas verdes naturales del parque temático; en el cual los niños podrán desarrollarse en un escenario mas real; puesto que encontrarán plantas, terrenos, obstáculos, etc. que recrean las batallas entre los cowboy y los ladrones de la era del lejano oeste.

Mundo Extremo

Este sector del “Parque Temático” está dedicado a la práctica de deportes no convencionales o también llamados deportes extremos, en su mayoría son jóvenes quienes realizan este tipo de deportes.

En el “Parque Temático”, como un plan a largo plazo se va a adaptar las pistas, paredes e implementos de acuerdo a las facilidades ofrecidas por terreno y espacio; para las siguientes actividades:

MotoCross: El MotoCross es una disciplina motociclista que se desarrolla en circuitos sin asfaltar. Se cuenta con el área necesaria para desarrollar una pista; este circuito será conformado por varios obstáculos como los que generalmente están establecidos en los circuitos pequeños en otras localidades del país.

Bicicross: Modalidad de ciclismo que consiste en subir y bajar obstáculos sin apoyar los pies en el suelo en un circuito preparado para ello. El circuito a utilizar para la práctica de este deporte será el mismo que el de MotoCross; por cual podemos decir que será un circuito de uso múltiple. Ya que se puede cambiar por skate; puesto que es un nicho que tiene mucha acogida en los jóvenes en Guayaquil.

Go – kart: Karting es una disciplina deportiva del automovilismo que se practica con un kart sobre circuitos de entre 600 a 1.700 metros de longitud, y con una anchura de entre 8 y 15 metros, que pueden acoger hasta 30 karts de manera simultánea en un mismo circuito de competición.

Por otro lado, de manera inmediata una vez aprobado el proyecto se empezará con la construcción de las siguientes estructuras para **mundo extremo** con el fin de ofrecer sus servicios.

Tirolina: Actividad que consiste en deslizarse por una cuerda o cable de acero desde un punto a otro de menor altura. Se realizará la construcción de dos plataformas, por la que pasará un cable de acero donde se deslizará el

deportista hasta llegar al punto final; en esta actividad se puede apreciar el paisaje en una perspectiva diferente.

Boulder: Bulder (adaptación del inglés *boulder*), escalada en bloque. Consiste en escalar bloques de roca o pequeñas paredes que pueden realizarse sin la necesidad de los materiales de protección convencionales en la escalada, como la cuerda. Se realizará la construcción de una pared de 5 m con incrustaciones de rocas que serán los soportes para aquellos que la escalen; también la implementación de colchonetas y la presencia de dos personas que estarán atentas por si hay alguna caída.

Este deporte está dirigido a los amantes de la velocidad, pero que por ciertas razones no han tenido la experiencia de conducir vehículos a velocidad y también para aquellos amantes de dicho deporte.

Paintball: es un deporte en el que los participantes usan pistolas de aire comprimido llamadas marcadoras (markers) para disparar pequeñas bolas con pintura a otros jugadores. En esencia es un juego de persecución complejo, pues los jugadores alcanzados por bolas de pinturas durante el juego son eliminados de éste.

Normalmente en una partida de paintball se enfrentan dos equipos con el fin de eliminar a todos los jugadores del equipo contrario o completar un objetivo (como capturar una bandera o eliminar a un jugador concreto). Un juego de paintball típico no profesional suele durar de unos cinco minutos a media hora. Además el equipo básico necesario para practicar el paintball no es excesivamente caro. Por lo que lo vuelve muy atractivo para este proyecto.

Mundo Familiar y Deportivo

Canchas de tenis

Canchas Multifuncionales

Cancha Sintética de Fútbol:

Mundo Fiestas

Este mundo no está establecido de manera permanente en el “Parque Temático”; puesto que se recrea el ambiente que sea del agrado de la persona que le organiza la fiesta al infante o el tema escogido por el niño.

Puede tratarse de una fiesta de princesas, guerreros medievales, su dibujo animado favorito, suscitando algunos ejemplos.

Lanzamos este mundo con el eslogan:

¿Quieres hacer realidad tus fantasías?... ¡Nosotros sabemos de tu sueño y tenemos un lugar perfecto donde lo puedes realizar! ¡VEN! ...¡TENEMOS UN MUNDO MAGICO PARA TI!

Convenios

Se piensa hacer convenio con la Universidad Del Pacífico, en primer lugar ya que la Universidad ha colaborado con la realización del proyecto. De esta manera lograr brindar descuentos a los estudiantes para los cursos que realiza el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR; tales como, la realización de los cursos de pilotos, o el curso de auxiliares de vuelo, o el curso de paracaidismo.

Por otro lado hacer convenios con Red Links, Club de suscriptores de El Universo, Club de suscriptores del Diario El Expreso, Asociaciones Deportivas para que al presentar una tarjeta común se pueda dar descuentos en los servicios y productos que esta empresa ofrece y ofrecerá.

3.5 Análisis FODA

FORTALEZAS

La mayor fortaleza que posee este club es ser el pionero en su estilo en el Ecuador.

Contar con el terreno necesario para implementar nuevos servicios.

Encontrarse ubicado estratégicamente fuera de la ciudad.

Poseer parte de la infraestructura requerida para convertirse en un club turístico aerodeportivo.

Ofrecer servicios no sólo de aprendizaje para volar, sino de práctica del mismo.

Contar con una pista que es multifuncional, es decir no sólo se la utiliza como pista de avionetas sino también se la utiliza como pista de competencia de autos tuning¹⁵.

Poseer sus propios aviones y en muy buen estado lo que permite reducir sus gastos además de poderlos utilizar en cualquier momento.

Conocer el mundo del negocio, a través del Ing. Texeira en lo referente a la aviación y construcción de aviones. Él ha logrado no sólo comprar aviones sino también fabricarlos, lo que se convierte en una competencia para los fabricantes de estas aeronaves.

Poseer el terreno necesario para el proyecto.

¹⁵ Autos Tunning: Carros arreglados y personalizados en su funcionamiento motriz y estético.

OPORTUNIDADES

Manejando bien el proyecto base en Guayaquil, se abren grandes oportunidades del club en extenderse y ser reconocido en diferentes ciudades del País.

Al tener mayor acogida, este club podrá tener una pronta recuperación de la inversión.

Brindar nuevas plazas de trabajo a jóvenes creativos.

Perfeccionar la escuela de azafatas ya que sería la pionera dentro del Ecuador, ya que en nuestro País sólo se brindan cursos más no un itinerario completo de estudios.

Realización de convenios con diferentes agencias de viaje para que dentro de su tours ofrezcan un mini tour en avionetas por la ciudad.

Poder brindar el servicio de banning (banners) dentro de la ciudad.

Lograr atraer el mayor número de turistas ofreciendo servicios de valores agregados como el bungee jumping, pistas de karting, etc.

Conseguir la producción en línea de avionetas y aviones ultraligeros en el Ecuador.

Expandir los servicios de avionetas a otras ciudades del País como Manta, Machala, Cuenca, etc.

DEBILIDADES.

Falta de posicionamiento en el mercado, esto gracias a que no se ha realizado la publicidad pertinente, lo que conlleva a esta falta de conocimiento.

Falta de una clara señalización y la dificultad en el acceso hacia el mismo para su inmediato conocimiento.

Mal estado de su vía de acceso, que provoca que muchos vehículos no ingresen al Club, por miedo a que sus vehículos se dañen.

Falta de identificación del club como tal mediante sus colores o logotipos.

Bar actual no posee atractivo, es necesario agregar un nuevo concepto que represente su función y que llame la atención de los clientes.

Pequeña área de recreación, que no se encuentra bien distribuida y que necesita cambiar de aspecto.

Deterioro de los hangares, se necesita una readecuación.

Falta de sectorización de las instalaciones, mediante una readecuación de la oficina principal, de un auditorio, baños, de sus talleres, hangares y áreas de recreación.

Baterías sanitarias en mal estado.

AMENAZAS

Aparición de competencia que ofrezca un club del mismo estilo en la ciudad de Guayaquil con mayor cantidad de servicios a menores costos

Factores climáticos tales como lluvia e inundaciones afecten a la pista.

Difícil acceso para entrar a las instalaciones si la vía principal no es pavimentada por el Municipio de Guayaquil.

Revocatoria de los permisos por incumpliendo de reglamento de la ley, debido a cambios inesperados en los reglamentos de seguridad.

3.6 Cinco fuerzas de Porter

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

ANÁLISIS EXTERNO

ENTORNO GENERAL

Factores Político-legales

- Programa del Gobierno para promover el turismo.
- Regulaciones estrictas de seguridad en prácticas de actividades aeronáuticas.

Factores socioculturales

- Población del cantón Guayaquil es de: 2.039.789 hab. y en la ciudad de Guayaquil la población es de 1.985.379 hab.
- Aun no existe una cultura masificada en actividades de aviación, debido a la falta de infraestructura para realizarlas.

Factores económicos

De acuerdo al Banco Central del Ecuador

- El costo del dinero es de 12%.
- Inflación en torno al 2,8%.
- Riesgo País: 603 puntos

Factores tecnológicos.

- Nueva tecnología implementada dentro de los aviones ultraligeros
- Nuevas posibilidades de promoción y comunicación.
- Posibilidad de crear una manufacturera para hacer aviones ultraligeros de serie.

ANÁLISIS INTERNO

ANÁLISIS DE RECURSOS

Auditoria de recursos

1. Recursos físicos
 - ✓ Con extensión de 6 hectáreas.
 - ✓ Dos despachos con conexión informática de Intranet.
 - ✓ AVIONES ULTRALIGEROS
 - ✓ PISTA
2. Bienes de oficina.
3. Taller certificado de reparación.
4. Espacio desocupado para explotarlo con nuevas atracciones.
5. Hangares
6. Oficinas y aulas.

Recursos financieros

- ✓ Inversión inicial de \$ 359,800 dólares, haciendo préstamo en alguna entidad financiera o socio capitalista.

Recursos Humanos

- ✓ Se creará una estructura organizacional.
- ✓ Personal free-lance de venta de servicios.

Recursos Intangibles

- Sinergias de acuerdos establecidos con asociaciones y empresas para la mutua colaboración. (ag. Publicidad, deportivas, etc.)

ENTORNO PRÓXIMO

POTENCIALES COMPETIDORES

1. Dentro de la ciudad de Guayaquil, la única posible competencia es el Aeroclub, situado cerca del aeropuerto de Guayaquil. Institución que sólo imparte clases para piloto y no ofrece ninguna otra actividad.

1. Mercado aún no explotado dado los costos de la inversión para el proyecto.
 2. No hay previsión de entrada de competidores.
 3. Único competidor tiene el respaldo de más años de estar establecido en Guayaquil.

1. Federaciones y Asociaciones deportivas.
 2. Empresas
 3. Escuelas y Colegios
 4. Universidades
 5. Comunidad Tunning
 6. Comunidad de Aeromodelismo.
 7. Comunidad de autos clásicos.
 8. Familias y público en General.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

El Club AERODEPORTIVO DEL ECUADOR, su Parque Temático y su empresa de Turismo, forman un paquete completo de entretenimiento y aprendizaje, el cual no tiene al momento sustituto alguno; ya ningún otro lugar ofrece todas estas actividades en un único establecimiento.

COMPETIDORES

COMPRADORES/CLIENTES

1. Representantes exclusivos de: JABIRU nos proveen de motores para aviones ultraligeros y experimentales
 2. SMA que son motores diesel de última generación para aviación certificada.
 3. ZENITH son aviones Stol experimentales y ultraligeros

- Crear vínculos con estas empresas.
- Establecer acuerdos de cooperación.
- Tener asistencia técnica pre-venta y post-venta.

PROVEEDORES

AREAS Y FACTORES CLAVE DE EXITO

COMPETENCIAS

- Profesionalidad
- Gestión personalizada del cliente.
- Reacción Inmediata hacia el cliente.

RECURSOS

- Un factor clave es eficiente equipo de RRHH
- Buena comunicación con los clientes.
- Tecnología de punta

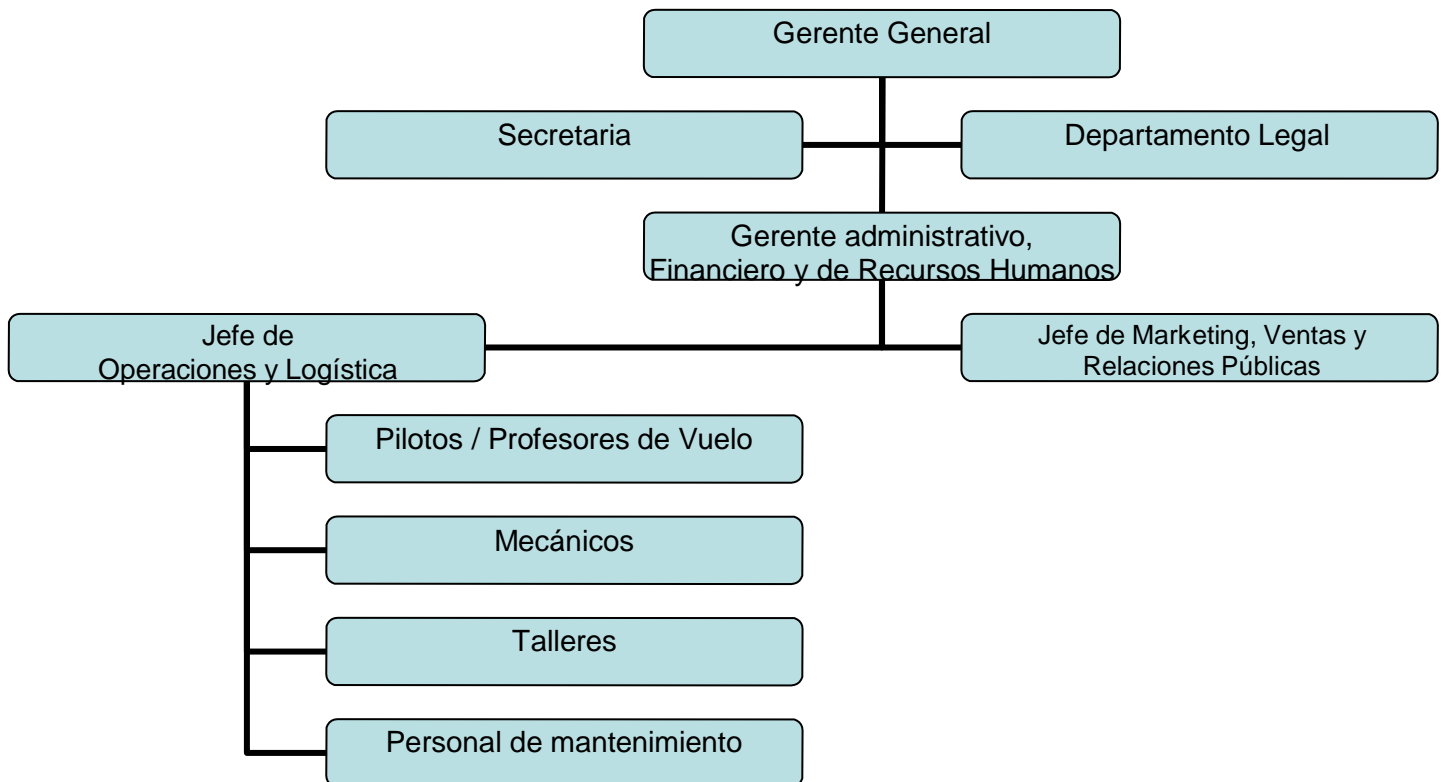
TRIUNFOS

- La creación de aviones ultraligeros volados con diesel y hechos en ecuador.

CAPÍTULO IV

EQUIPO GERENCIAL

4.1 Estructura Organizacional



4.2 Pilares Principales de la Estructura de la Empresa y sus Funciones

Gerente General.

Función principal es la de manejar adecuadamente el negocio, tomando las mejores decisiones, cumpliendo los objetivos, la misión y visión.

Es necesario que el Gerente General cumpla con el siguiente perfil:

- Estudios en administración de empresas, ingeniería comercial, marketing.
- Conocimientos bases de la temática del club.
- Liderazgo.
- Habilidad para trabajar en grupo.
- Capacidad de organización.
- Capacidad de trabajo bajo presión cuando se presenten las circunstancias.

Secretaria

Ayudar para que cumpla con la agenda diaria el Gerente General, es su mano derecha. Manejará la base de contactos personal y profesional del gerente general y de la empresa. Estará al tanto de los acontecimientos del medio para dar informes directos al Gerente General.

Departamento Legal

Son asesores de la empresa que se encargan de manejar y evaluar cualquier contingencia que pueda tener la compañía de índole legal.

Gerente administrativo y financiero.

Estará a cargo del manejo administrativo del club y al mismo tiempo supervisará el crecimiento financiero. Es el pilar fundamental de la empresa ya que desde esta posición se planeará las estrategias de crecimiento y sostenibilidad.

Es necesario que cumpla con las funciones y el perfil siguiente:

- Realizar las funciones de contador: llevando la contabilidad del club, manteniendo las cuentas en orden y reportando directamente hacia el Gerente General y los accionistas
- Realizar las funciones de Director de Recursos Humanos: filtrar a los candidatos para llenar la nómina de la Empresa. Se encargará de contratar los mejores hombres y mujeres para que podamos ofrecer siempre un servicio de calidad.
- Poseer formación en contabilidad, ingeniería comercial o carreras afines a manejo de negocios.
- Destinar y priorizar los gastos.
- Cumplimiento con los objetivos del club.

Jefe de Marketing

Es el encargado de manejar el área de Marketing, trabaja en el plan de posicionar la marca dentro del mercado. Generará este nuevo concepto de marca de la empresa mantiene a la compañía en vanguardia.

Este Jefe de Marketing también será a su vez un Ejecutivo de Cuentas, y es un pilar fundamental para el club, ya que generará nexos y amistades con los posibles usuarios del parque club aerodeportivo. Además

incentivará al consumidor a vincularse en los diferentes clubes y participar de las actividades que se ofrecerán en el club.

Y también hará la función de Relacionista Pública y Publicidad, es la persona que siempre mantendrá informado al socio de los acontecimientos que se desarrollarán dentro y fuera del club. Se encargará de llevar a cabo la campaña publicitaria agresiva con los medios hacia el público en general.

Es necesario que cumpla con las funciones y el perfil siguiente:

Hará de ejecutivo de Cuentas.

Manejará las Relaciones Públicas y Publicidad.

Contar con estudios de marketing y ventas.

Predispuesto a dirigir campaña agresiva en todo tipo de medios.

Emprendedor con ideas innovadoras.

Jefe Operaciones y Logística

Es el encargado de manejar y planificar las actividades que se realizan a diario en el Club. Tendrá bajo su cargo a pilotos, mecánicos, personal de talleres y personal de mantenimiento. A través de él se mantendrá el flujo eficiente de los procesos de la empresa.

Realizará las compras de insumos, necesidades del club y se encargará del relacionamiento con proveedores.

Su perfil y funciones incluirán:

- Experiencia Previa
- Encargarse del flujo de operaciones de la empresa.

- Logística.
- Habilidad para el manejo de un grupo numeroso de personas.

Pilotos.

Fuerza primordial del trabajo que sostendrá el giro principal del negocio. Los pilotos están encargados de los vuelos turísticos, vuelos de encomiendas y de impartir las clases a los estudiantes de piloto y auxiliares de vuelo.

Formarán a los mejores pilotos del país. Los cuales tendrán aquí mismo sus primeras oportunidades de demostrar los conocimientos recibidos en los cursos.

Mecánicos y Talleres Certificados

Empleados certificados, preparados y encargados de mantener siempre los aviones en buen estado y que los aviones particulares de los usuarios reciban el servicio adecuado de mantenimiento y reparación.

Mantenimiento.

Departamento encargado de que la imagen del club sea siempre de calidad y se mantenga en buen estado, bajo todas las normas de limpieza y seguridad,

4.3 Cultura empresarial

Un pilar de nuestro negocio es la cultura empresarial. Está formada por valores, ética, moral y comportamiento de nuestros integrantes.

Basamos nuestra cultura empresarial en apoyar al sector turístico que ha mantenido un crecimiento sostenido en los últimos años en el Ecuador y particularmente en la ciudad de Guayaquil.

Nuestra cultura empresarial se refleja en la visión empresarial:

- Seguir los objetivos que quiere la empresa.
- El servicio al cliente
- Procurar que los clientes o consumidores tengan un servicio excelente.
- Retroalimentación constante a través de las sugerencias o peticiones que nos hagan.
- Cumplir con la responsabilidad social, a través, de la creación de nuevas oportunidades de trabajo y progreso del sector urbano en el que sitúa.

Procuramos desarrollar fidelidad a nuestros visitantes y consumidores a través de un concepto de club y Parque Temático que no ha sido explotado anteriormente. Con deportes de adrenalina, clubes de actividades que no han sido bien explotadas en Ecuador, con espacios de diversión y aportando a un desarrollo personal en los interesados en cursar las carreras de pilotos y auxiliares de vuelo. Manteniendo en todo momento amabilidad, sinceridad y cumplimiento con nuestros usuarios.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE MERCADO

5.1 Análisis de mercado.

Para el desarrollo de este proyecto partimos con la idea de que será más factible, enfocar el anexo de un parque temático al club AERODEPORTIVO, en el cual el beneficio vendría de las actividades que ya ofrece el Club (escuela de pilotos, auxiliares de vuelo y paracaidismo), siendo explotadas a su máximo nivel y del cobro de un cover o pequeñas membresías individuales para las actividades que se realizan de acuerdo a las necesidades de los potenciales consumidores por el Parque Temático.

Por otro lado establecer al Club AERODEPORTIVO, como un club social, en el que es indispensable una compra accionaria para vincularse. De la misma manera se construirían diferentes atracciones e instalaciones que darán una distinción remarcable al club. Siendo éste el caso, se lucraría de la membresía accionaria adquirida para el efecto y funcionamiento de la empresa.

En ambos casos se incluirá una reingeniería y reestructuración de las instalaciones y la construcción de una nueva infraestructura para la maximización de los beneficios que este proyecto pueda otorgar.

Para ello, tomamos en cuenta varios métodos de análisis de mercado: encuestas, entrevistas, focus groups. Se decidió optar en primera instancia por la realización de un Focus group. A continuación detallamos los resultados de tal estudio.

5.2 Investigación de mercado, encuestas y resultados

5.2.1 Focus Group (Grupo de Enfoque)

Partimos de la premisa de crear un club o un parque temático, por este motivo realizamos este focus group. El sitio escogido que se realizó fue en la Biblioteca de la Universidad Del Pacífico de Guayaquil, el día 19 de Julio del 2007.

Se tomó en cuenta que la idea principal del proyecto es crear una demanda, un interés y satisfacer las necesidades de la juventud y público adulto. Dirigir su interés hacia las actividades relacionadas con la aviación, turismo y deportes de adrenalina que ofrezca este club anexo a su parque temático.

Participaron en el estudio:

Sebastián Almeida,
María Alicia Centeno,
Alison Carló,
Claude Frey,
Andrey Rosales,
Stephany Jiménez
Ingrid Andrade
María José Torres

Se realizaron preguntas abiertas y cerradas, las cuales se detallan más adelante. Dejando como conclusión una mayoría predominante que dijo que no era socio de algún club, ya que no se siente relacionados con las actividades que realizan los clubes actuales.

Todos sintieron que querían un club o un lugar en el cual puedan desarrollar actividades acordes a su edad e intereses. Que no sólo sea un club elitista para adultos y procure satisfacer las necesidades de los jóvenes.

Se pueden rescatar en sus respuestas que están en la búsqueda de un club que cuente con piscina, instalaciones para deportes que son difíciles de practicar en Ecuador por la falta de inversión, canchas de tenis, canchas fútbol, que además se realicen actividades de integración entre los socios y por último que otorguen beneficios a sus miembros que vayan mas allá de una entrada gratuita.

Este grupo de enfoque no duró más de media hora ya que lo que buscamos lograr fue la primera reacción ante las ideas que planteamos estructurar dentro de las instalaciones del club AERODEPORTIVO.

A continuación les detallamos las siguientes preguntas con las respuestas respectivas

1. ¿Son miembros de algún club?

La mayoría dijo que no es socio ni miembro de algún club, por decisión propia. Si alguno era miembro era debido a que sus padres lo son. Otros, que asintieron y dijeron que si eran socios nos comentaban que no se sentían integrados o satisfechos al club ya que iban muy de vez en cuando, debido a que se practican actividades no acordes a sus intereses. Y usaban a estos clubes como lugares de reunión social únicamente.

A través de esta pregunta buscamos identificar la primera impresión al mencionar la palabra club al frente de un grupo de adultos jóvenes. Quienes son parte fundamental del mercado al que se ataca.

Encontramos satisfactoriamente que esta respuesta alienta al proyecto que realizamos ya que ofreceremos actividades que no se encuentran en los sitios que frecuentan.

2. ¿Quisieran ser miembros de algún club, que tipo de club les gustaría?

Nos dijeron que querían un club que no sólo promoviera acciones sociales tradicionales elitistas, sino que también pudieran realizar actividades diferentes, poco ortodoxas, aquí mencionamos ya al aeromodelismo, cursos de piloto, paracaidismo, cursos de auxiliares de vuelo y deportes de adrenalina.

Todas estas actividades cada persona busca que sea en un sólo lugar por comodidad y conveniencia. Ésta es otra de ventajas competitivas que tenemos ya que contamos con las facilidades y terrenos para poder ofrecer las los deportes de adrenalina, actividades de aviación y entretenimiento que busca el público de adultos jóvenes.

3. ¿Qué servicios y facilidades específicas les gustaría que les ofrezcan en un club y que características?

Dentro de las características más nombradas que buscan dentro de un club destacamos:

- Piscina.
- Canchas de tenis.
- Cancha de fútbol.
- Deportes extremos.
- Viajes (turismo).
- Actividades de integración entre los socios.
- Actividades de integración para los socios jóvenes.

De la misma manera mencionamos ligeramente la escuela de pilotos y auxiliares de vuelo, para lo cual se mostraron interesados.

4. ¿Qué creen que les falta a los clubes sociales?

Entre las cosas que nos dijeron en el focus group, muchos mencionaron que algunos clubes sociales les hacían falta:

Mayor publicidad.

Más libertad para llevar invitados.

Convenios de beneficios en clubes o con establecimientos fuera de los mismos.

Facilidad para acceder a membresías para jóvenes

Actividades de entretenimiento diferentes a las tradicionales

Tener más oportunidades de realizar cursos que las facilidades del lugar puedan ofrecer. En este aspecto hacemos hincapié, ya que los clubes sociales tradicionales sólo cuentan con cursos en los deportes tradicionales de clubes, golf, tenis y a veces equitación, los cuales son estacionales.

En nuestro caso, esta empresa tiene su giro principal en la aviación, a través de la cual ofrece un sin número de actividades fuera de lo tradicional, además de contar con las escuelas de pilotos y auxiliares de vuelo las cuales también representan una oportunidad de lucrar desarrollando un hobby.¹⁶

¹⁶ Actividad de recreación o que se practica en tiempo libre

5. ¿Que les parecería si un lugar ofreciera las siguientes actividades?

- a. Beneficios en una Escuela AERONAUTICA.**
- b. Paintball.**
- c. Biccross.**
- d. MotoCross.**
- e. Canchas multifuncionales.**
- f. Espacios de esparcimiento y diversión familiar.**
- g. Tunning.**

En nuestro estudio hicimos estas preguntas y dimos algunas alternativas, obviamente tenemos que ver que la infraestructura está más enfocada para la aeronáutica pero vamos a poner como servicios complementarios algunas estructuras que darán un valor agregado y un lucro inmenso a la empresa.

Las respuestas no tardaron en llegar y dada la edad de los participantes la mayoría absoluta estuvo muy interesada en la escuela aeronáutica ya que representa una carrera o estudios diferentes a los tradicionales y que además se encuentra asequible, lo que hace varios años atrás era imposible.

También hicieron notar su preocupación por los costos que una actividad así representaría, por lo cual al momento de realizar nuestra reingeniería total, vamos a establecer una nueva serie de costos en los servicios para captar volumen y así dar un impulso a la aviación, lo cual a mediano plazo beneficiará al giro del negocio, fortaleciendo la empresa y además creando nexos con los consumidores de los servicios.

6. ¿Un club, que su fuerte sea la aviación? ¿qué les parecería esa idea?

El focus group nos dio a entender que lo tienen como un hobby caro, pero les agrado mucho la idea de escuela de aviación. Y si les gustaría conocer más de esta cultura, siempre dependiendo de costos y la forma de pago.

7. ¿Qué piensan sobre la idea de exclusividad?

Como tratamos con un nicho de mercado medio, medio alto y alto, el focus group contó con personas que pertenecen a estos grupos. Por lo cual sus respuestas se dieron apuntando a que si existiera un club que mantuviera un nivel de exclusividad, y que además aportase beneficios si ellos pagarán un precio más alto por ingresar.

Dadas estas respuestas observamos que nuestro plan se ha enfocado de la manera correcta ya que proporcionamos un nivel de exclusividad por el tipo de publicidad que usamos sin discriminar ninguna clase social, damos a entender que es para personas cultas las que se pueden preparar en cursos de pilotos y disfrutar de las actividades que ofrecemos. Así enfocamos de mejor manera al target que estamos atacando.

8. ¿Estarían dispuestos a pagar membresías para pertenecer a un club para que sea exclusivo?

Los participantes siendo adultos jóvenes no poseen todos aún una estable condición económica ya que muchos está aún en su formación académica superior. Por lo que invertir un alto monto en una membresía accionaría queda fuera de contexto.

Dadas estas condiciones, esta parte de nuestro nicho de mercado lo dividimos en dos tipos, el primero, que pueden pagar los valores y costos para acceder a realizar una actividad como ésta, el pilotaje de un avión, ya sea por su propia condición económica o la de sus padres y el segundo grupo que lo ubicamos como los consumidores y usuarios principalmente que harán uso de las instalaciones del Parque Temático para realizar las actividades que aquí se prestan. Así también captamos su atención hacia la cultura de la aviación; ya que a los visitantes y usuarios asiduos al club se beneficiaran de promociones y de convenios para que puedan estudiar y desarrollar los cursos de pilotos. De

la misma manera por este estudio se definió la posibilidad de firmar convenios con universidades, siendo la Pionera la Universidad Del Pacífico, en la cual sus estudiantes podrán cursar las carreras de pilotos y auxiliares de vuelo a menor precio por los beneficios del convenio.

9. ¿La ubicación de las instalaciones les parece apropiada?

A está pregunta, todos respondieron que sí, ya que no se encuentra en un lugar que se considere alejado, y tampoco está en un sector de tráfico. Lo cual es una combinación perfecta de espacio y comodidad para los usuarios. Dadas las características que mencionamos acerca del Club AERODEPORTIVO, fue obvio que las instalaciones no sería dentro de la ciudad por lo cual los participantes todos de habitantes de diferentes barrios de Guayaquil asintieron que la vía a la costa es el lugar apropiado para esta empresa. Ya que el sector de Samborondón es ahora considerado residencial.

5.2.2 Encuestas

El siguiente paso en la investigación de mercado fue realizar encuestas al público en general, pero enfocándonos en nuestro mercado potencial. Las zonas encuestadas fueron las de:

- Urdesa.
- Riocentro Ceibos.
- Universidad Del Pacífico.
- Puerto Azul.
- Urbanizaciones de la vía a la Costa.
- Samborondón.
- Kennedy.
- Centro de de la ciudad.
- Av. 25 de Julio.

Para realizar estas encuestas utilizamos diferentes medios:

- Presenciales.
- Vía online.
- En clases.
- Al azar en las zonas antes mencionadas.

Se realizó el 13 de Septiembre del 2007 a un total de 131 personas. De las cuales hemos tabulado los siguientes resultados, de acuerdo a las preguntas de la encuesta.

Encuesta Realizada

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

Marque con una X LA respuesta o respuestas que crea convenientes

1 Sector donde vive

norte centro sur

2 En que rango de edad se encuentra

15 - 23 24 - 29 30 - 35
 36 - 50 50 en adelante

3 Pertenece a un club, sociedad, agrupación de cualquier índole

si no

4 Visita parques de diversiones cuando se establecen en la ciudad, clubes o parques estacionarios (ejemplo River Park, country club, tenis club)

si no

5 Que tan regularmente visita dichos lugares

Una vez cada fin de semana	<input type="checkbox"/>	una vez cada dos semanas	<input type="checkbox"/>
Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	cada 3 meses	<input type="checkbox"/>
una vez al año	<input type="checkbox"/>	nunca	<input type="checkbox"/>

Que actividades disfrutaría realizar o realiza mas

6 (Marcar varias)

deportes extremos(escalar, paintball)	<input type="checkbox"/>	aeromodelismo	<input type="checkbox"/>
actividades de aviación	<input type="checkbox"/>	cursos de auxiliar de vuelo	<input type="checkbox"/>
Paracaidismo	<input type="checkbox"/>	deportes regulares (fútbol, tenis)	<input type="checkbox"/>
Actividades sociales de recreación	<input type="checkbox"/>	Juegos Infantiles	<input type="checkbox"/>

Otros: _____

7 Si un lugar reúne estas características que precio por ingreso individual estaría en su rango de pago para tener y disfrutar de estos servicios con exclusividad, privacidad y seguridad (a excepción de los cursos)

\$5 - \$7 \$8 - \$10 \$10 - \$12
 \$13 - \$15

8 De los siguientes cursos y servicios, cual estaría dispuesto a tomar si se ofrecen las facilidades de pago, horario y tema

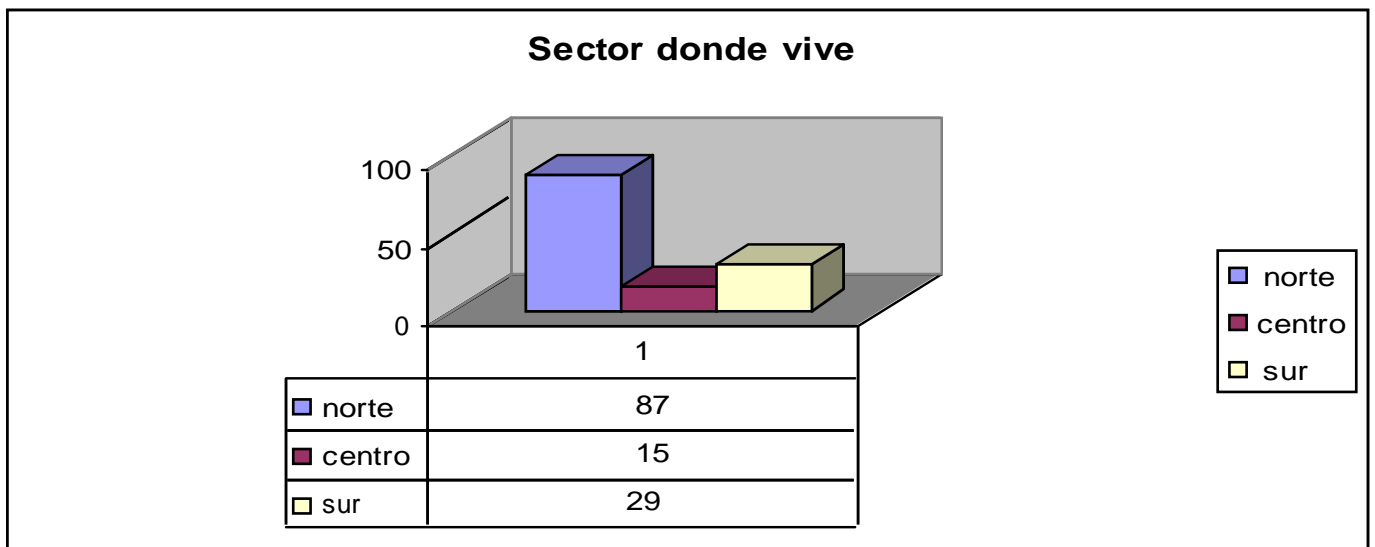
	<u>Costos</u>	
Curso para Piloto	<input type="checkbox"/> \$ 4.000,00	<input type="checkbox"/> \$ 3.000,00
Curso de Auxiliar de vuelo y cabina	<input type="checkbox"/> 1000	<input type="checkbox"/> 800
Curso de paracaidismo	<input type="checkbox"/> \$ 2500 (10 saltos)	<input type="checkbox"/>
Turismo aéreo	<input type="checkbox"/> (Volar alrededor de guayaquil, provincia del Guayas, manglares)	
Taxi aéreo	<input type="checkbox"/>	
Encomiendas de Urgencia	<input type="checkbox"/>	

1.- Sector donde vive, observamos que la gran mayoría encuestada fue del norte de la ciudad, siendo esto nor-este y nor-oeste (parroquia Tarqui y Samborondón), de este grupo el 80% es del nor-oeste de la ciudad, es decir, que se encuentran en la cercanía del Club Aerodeportivo.

Dadas estas características demográficas de respuesta a positivas a nuestras encuestas observamos que el sector donde se encuentra ubicado representa una ventaja competitiva sobre cualquier competencia que apareciera. La vía a la costa es un sector estratégico por el alto crecimiento urbanístico y comercial.

SECTOR	# de personas	%
Norte	87	66%
Centro	15	11%
Sur	29	22%
Total	131	

Fecha de elaboración: 13 de Septiembre del 2007
 Elaborado por: Andrés Almeida, Francisco Raue

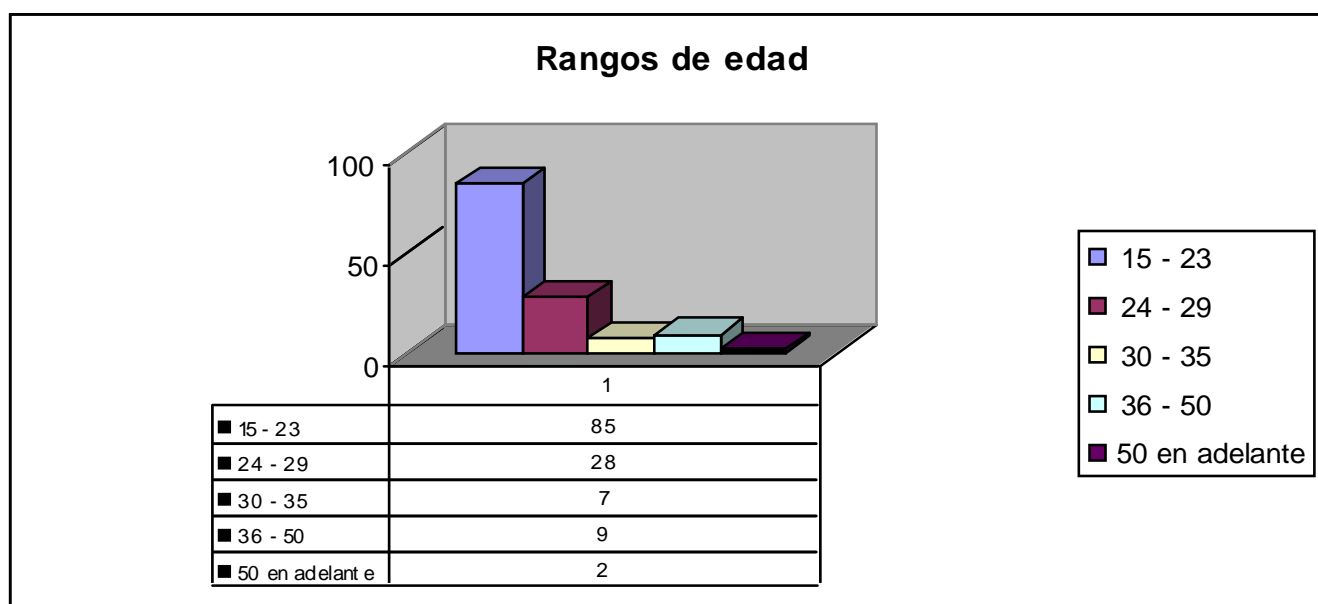


2.- **En qué rango de edad se encuentra** para esta pregunta encuestamos entre varios rangos de edad. Siendo la mayoría los rangos que van desde los 15 años a 23 años y de los 24 años a los 29 años. Ya que éste es nuestro target principal, es decir, es la gente joven la que irá por y podrá dar mayor uso a las instalaciones de juegos extremos.

Además buscamos el desarrollo de la cultura de la aviación y la mejor manera es a través de los jóvenes, los cuales son los pilotos, auxiliares de vuelo y paracaidistas del futuro.

EDAD	# de personas	%
15 – 23	85	65%
24 – 29	28	21%
30 – 35	7	5%
36 – 50	9	7%
50 en adelante	2	2%
Total	131	

Fecha de elaboración: 13 de Septiembre del 2007
 Elaborado por: Andrés Almeida, Francisco Raue



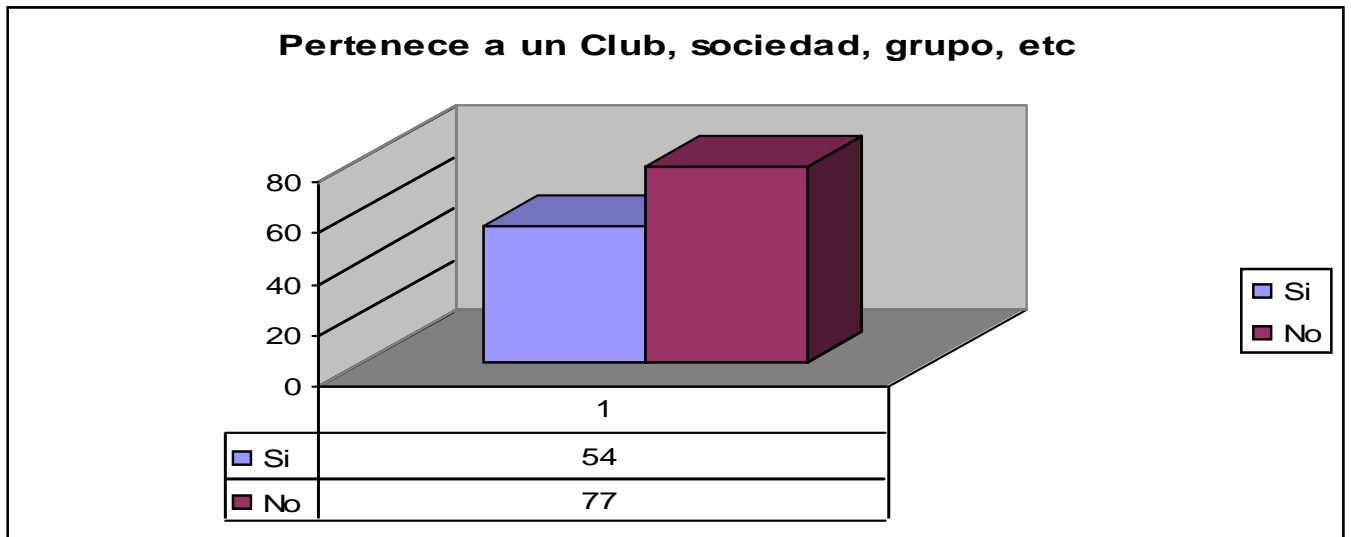
3.- Pertenece a un club, sociedad, agrupación de cualquier índole aquí la mayoría de nuestros encuestados dijeron que no pertenecían a ningún club por los altos costos de las membresías, y dada su edad joven no muchos cuentan con los recursos aún para comprar membresías en clubes privados sociales como Guayaquil Tennis Club, Guayaquil Country Club o La Costa Country Club ya que las acciones rodean los \$25.000.

Con esta pregunta nosotros descartamos crear membresías a corto plazo y preferimos enfocarlo como un Club Aerodeportivo anexo a este parque temático con resguardando el derecho de admisión y exclusividad.

RESPUESTA	# de personas	%
Si	54	41%
No	77	59%
Total	131	

Fecha de elaboración: 13 de Septiembre del 2007

Elaborado por: Andrés Almeida, Francisco Raue

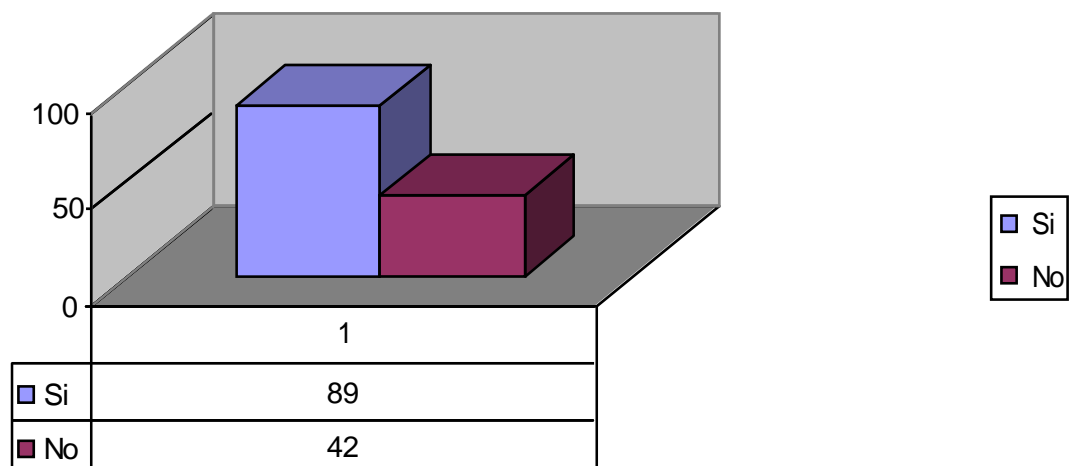


4.- **Visita parques de diversiones cuando se establecen en la ciudad, clubes o parques estacionarios (ejemplo River Park, country club, tenis club)** Con esta pregunta logramos identificar que de abrir este Parque Temático de aviación con deportes extremos tendremos una buena aceptación y afluencia, ya que el mayor porcentaje de nuestro mercado potencial frecuenta por invitación o por iniciativa propia clubes y/o parques temáticos.

RESPUESTA	# de personas	%
Si	89	68%
No	42	32%
total	131	

Fecha de elaboración: 13 de Septiembre del 2007
 Elaborado por: Andrés Almeida, Francisco Raue

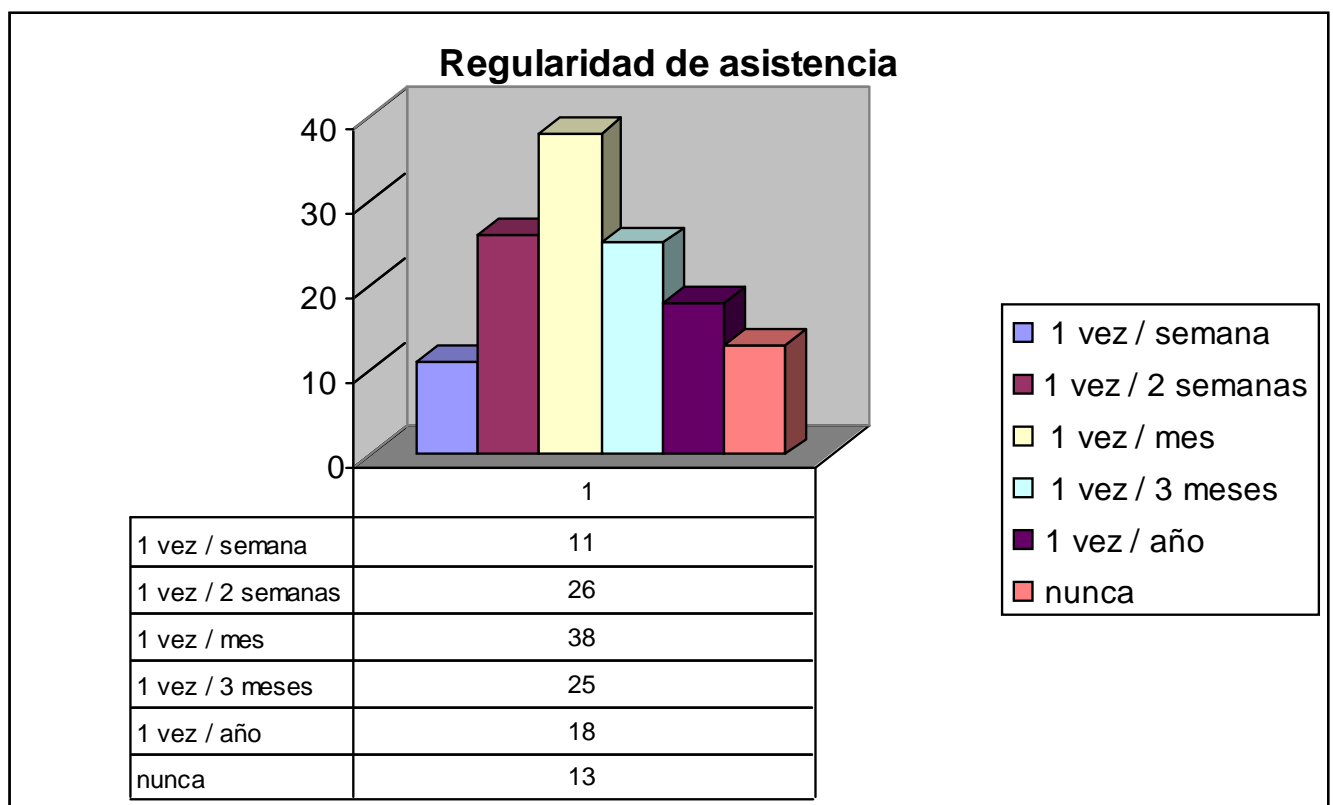
Visita parques tematicos cuando establecen en la ciudad, clubes o parques estacionarios (Ej: River Park, Country Club, Tennis Club, etc.)



5.- **Que tan regularmente visita dichos lugares** De la muestra recogida para realizar las encuestas, las respuestas elegidas fueron que la asistencia a dichos clubes o parques temáticos son una vez cada dos semanas, una vez por mes y cada tres meses. Dado el gran ataque publicitario que se planea, pronosticamos que la afluencia de cada persona será cada dos semanas, e irá incrementando con el tiempo y su acercamiento al club. Los resultados son satisfactorios.

FRECUENCIA DE VISITAS	# de personas	%
1 vez / semana	11	8%
1 vez / 2 semanas	26	20%
1 vez / mes	38	29%
1 vez / 3 meses	25	19%
1 vez / año	18	14%
nunca	13	10%
total	131	

Fecha de elaboración: 13 de Septiembre del 2007
 Elaborado por: Andrés Almeida, Francisco Raue



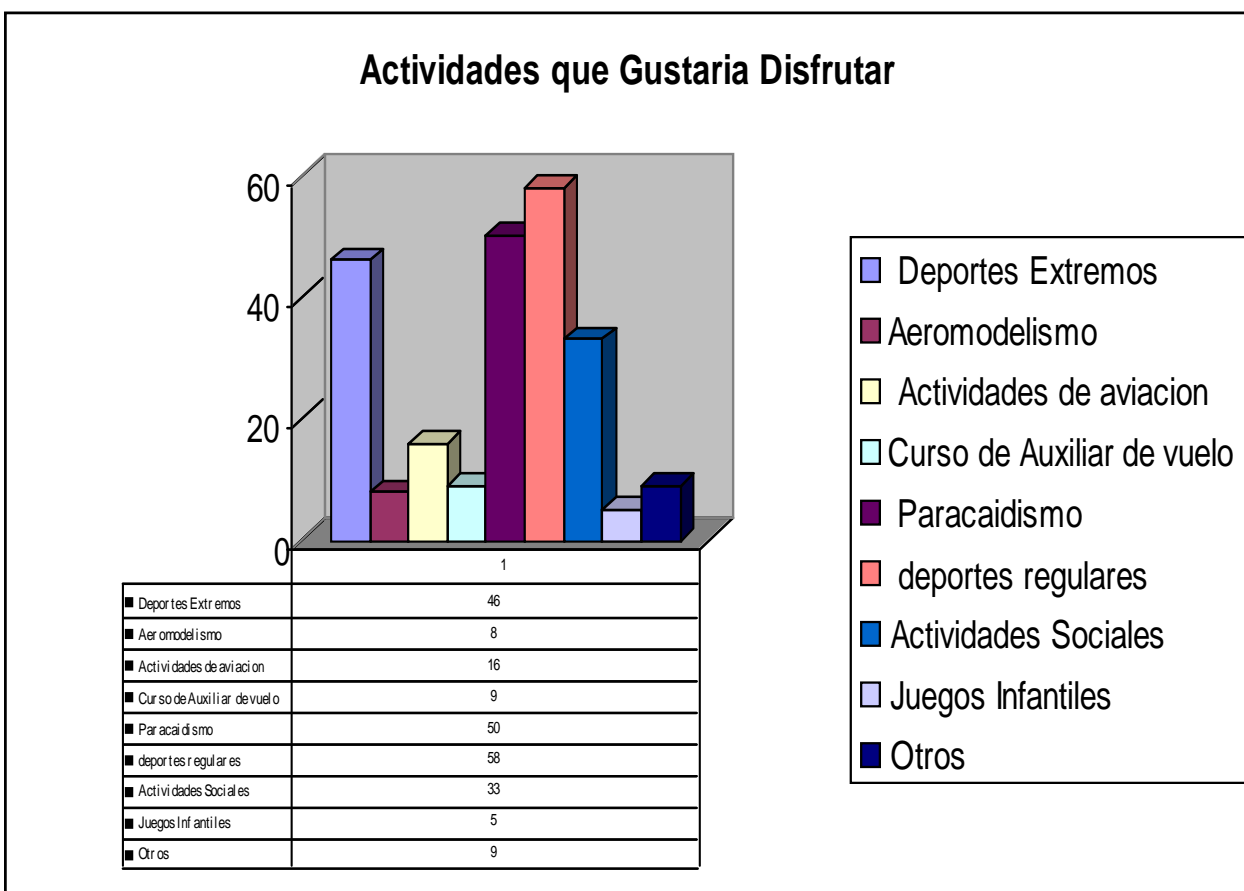
6.- **Que actividades disfrutaría realizar o realiza más** Observamos que las opciones que tendrá el Club AERODEPORTIVO son de gran aceptación del público que presentó gran interés al leer que un lugar en Guayaquil contará con dichas instalaciones. A continuación los resultados.

ACTIVIDADES		%
Deportes Extremos	46	20%
Aeromodelismo	8	3%
Actividades de aviación	16	7%
Curso de Auxiliar de vuelo	9	4%
Paracaidismo	50	21%
deportes regulares	58	25%
Actividades Sociales	33	14%
Juegos Infantiles	5	2%
Otros	9	4%
Total	234 *	

Fecha de elaboración: 13 de Septiembre del 2007

Elaborado por: Andrés Almeida, Francisco Raue

* Respuestas múltiples en esta pregunta

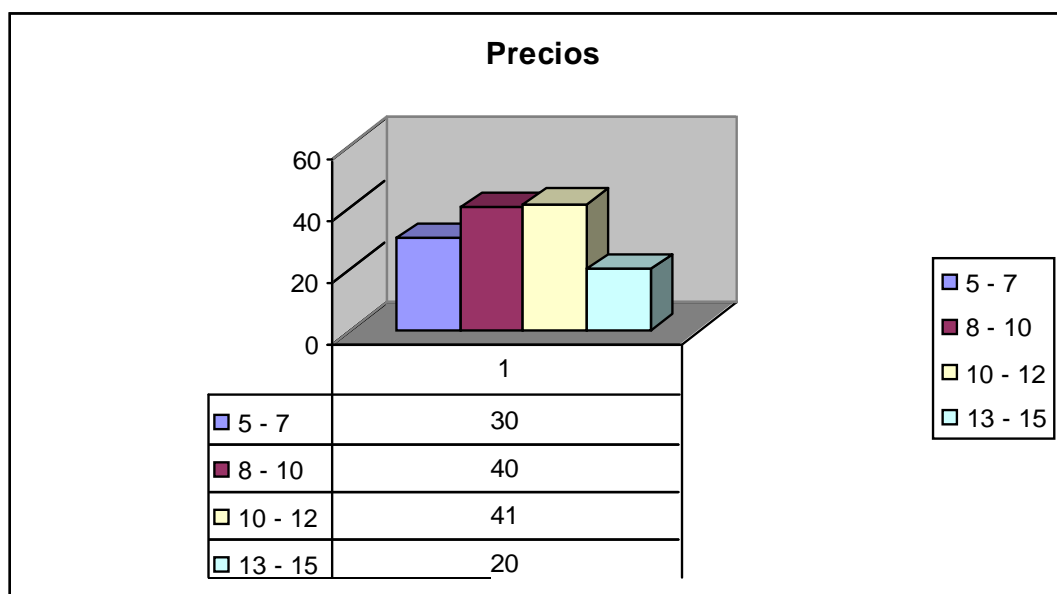


7.- Si un lugar reúne estas características que precio por entrada individual estaría en su rango de pago para tener disfrutar de estos servicios con exclusividad, privacidad y seguridad (a excepción de los cursos) A través de esta pregunta buscamos cuál sería el precio de mayor aceptación hacia la población, lo cual juntado con una estrategia de penetración de mercado que se utilizará le daría los mejores Resultados.

Situamos a los precios desde 5 dólares hasta 15 dólares para el ingreso individual por el día de cada usuario con el fin de darnos cuenta cual sería el precio que nuestro público estaría dispuesto a pagar y piensa que es justo para poder disfrutar de todas las actividades e instalaciones que se menciona durante la encuesta. Observamos con satisfacción que el rango de precios escogido mayoritariamente está entre 8 y 12 dólares lo cual se convierte en ventaja competitiva ya que habíamos presupuestado que la entrada del público fuera entre 5 y 7 dólares.

PRECIO EN USD.	# de personas	%
5 – 7	30	23%
8 – 10	40	31%
10 – 12	41	31%
13 – 15	20	15%
Total	131	

Fecha de elaboración: 13 de Septiembre del 2007
 Elaborado por: Andrés Almeida, Francisco Raue



8. De los siguientes cursos y servicios, cual estaría dispuesto a tomar si se ofrecen las facilidades de pago, horario y tema. Actualmente el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR ofrece algunos servicios que no han sido debidamente explotados tal es el caso de los cursos para pilotos, clases de paracaidismo, curso para auxiliares de vuelo, saltos de paracaídas, encomiendas de urgencia y turismo aéreo sobre Guayaquil.

Muchas personas se interesaron y preguntaron junto de este lugar. Ya que al explicar de mejor manera el contenido de los cursos los vieron como una oportunidad de trabajo en algunos casos y en otros como el hobby que siempre quisieron practicar.

Cabe recalcar que para los cursos de pilotos es necesario para obtener la licencia de piloto deportivo, volar 30 horas. Dado que poseemos una pista privada de las mejores condiciones para practicar las horas de vuelo.

Otro punto muy mencionado es el turismo aéreo, a mucha gente le pareció interesante volar por la ciudad del Guayaquil. Esta actividad actualmente desarrollada pero no de la mejor manera, ya que con buena publicidad y mejoramiento de servicios se puede convertir en el giro principal del negocio a largo plazo.

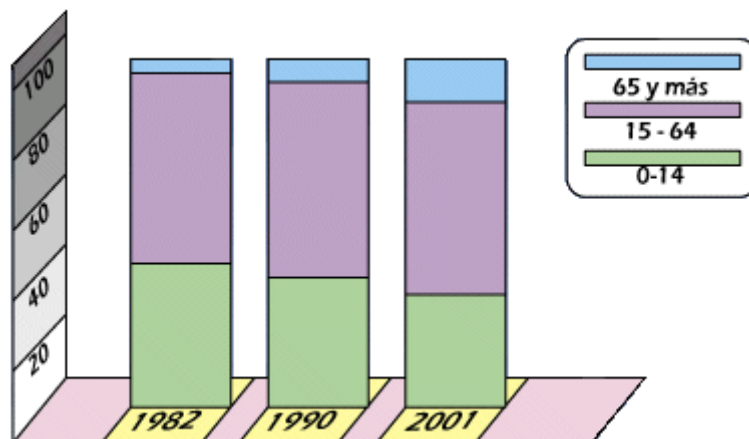
Esta pregunta se dio como de elección múltiple pero con la opción a no marcar nada de no encontrar interés y se la realizó con el fin de que los encuestados demuestren su interés por las atracciones y servicios que se ofrecerán en el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR, y observamos con satisfacción la aceptación de nuestro mercado potencial.

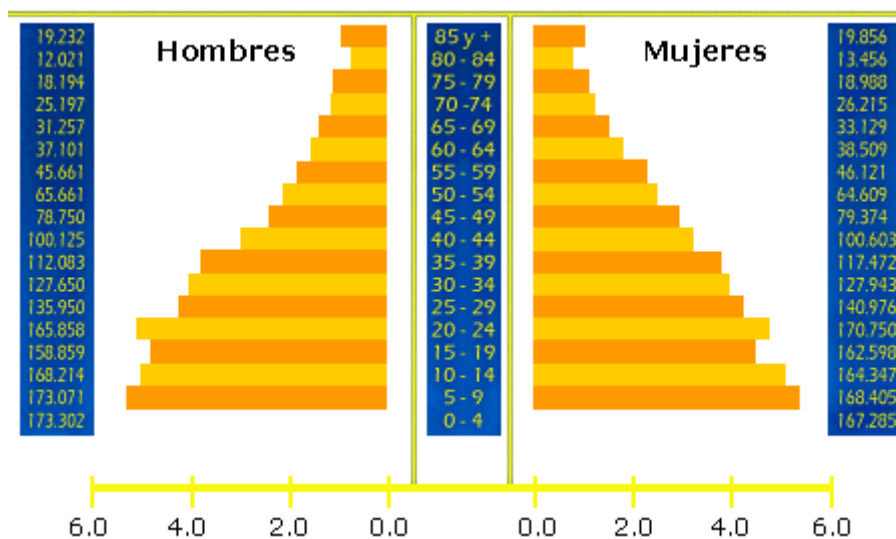
5.3 Identificación del Mercado Potencial y Empresarial y Descripción del Segmento y Nicho

Según la investigación de mercado que hemos realizado consideramos que nuestro segmento de mercado sería los niveles medio, medio alto y alto dentro de sectores en la zona de la parroquia Tarqui; que está concentrada dentro de barrios y urbanizaciones como Urdesa, Kennedy, Miraflores, Puerto Azul, Ceibos, Los Parques, Belo Horizonte, Terra Nostra, Laguna Club.

De acuerdo al censo realizado en Ecuador en el 2001, la parroquia Tarqui presenta una población de 835.486 habitantes, que corresponde al 43% de la población entera del cantón Guayaquil. De esta porción de habitantes el 65% son clases media baja y baja, por lo cual nuestro target es del 35% (292.420 hab.) de esta parroquia. Se espera un crecimiento del 2,43% anual. Por lo tanto para el año 2007 la población de la parroquia es 337.731 habitantes. De este total de la población de acuerdo a datos del INEC obtuvimos que el porcentaje de población que va desde los 15 años en adelante sea del 70%.

Este análisis nos dio como resultado que la población potencial o nicho de mercado rodea los **236,412 habitantes**.





5.4 Conclusión del análisis de mercado

Como podemos apreciar una vez realizado el análisis de mercado que incluyó el grupo focal y las encuestas afirmamos la viabilidad del proyecto del CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR. En ambos casos grupo focal y encuestas encontramos el interés y aceptación de la población en este proyecto.

Gracias al estudio hemos determinado el precio de introducción al mercado del CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR; y escogimos el rango de entre \$5 y \$7 por las entradas individuales de ingreso a las instalaciones. De esta manera el público disfrutará de la utilización de todos los servicios y atracciones del Parque Temático, con excepción de los que impliquen un costo mínimo extra por la utilización de equipos especiales para las diferentes actividades que se desarrollen.

Destacamos también el interés en deportes regulares y deportes extremos, instalaciones que una vez construidas y finalizadas representarán un plus de servicios para la satisfacción de los clientes.

Hemos descubierto también que con el plan de marketing apropiado para dar a conocer los cursos de pilotos, azafatas (auxiliares de vuelo), y la explotación del turismo aéreo, la rentabilidad de estos se incrementaría sustancialmente y nos encaminaríamos por el camino de cumplir el objetivo principal de fundar la cultura de la aviación en el Ecuador.

Dadas estas condiciones que son: el rango de precios, los gustos e intereses de la población, los objetivos de la empresa y la situación del país hemos proyectado los ingresos anualizados que tendrá el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR al ofrecer todos sus servicios y productos:

INGRESOS PROYECTADOS (3 PRIMEROS AÑOS)	Valor Unitario	# eventos	Alumnos	USD
Escuela de Pilotos	\$ 3.000,00	1	10	\$ 30.000,00
Escuela de Auxiliares de Vuelo	\$ 1.500,00	2	25	\$ 75.000,00
Vuelos y actividades Turísticas	\$ 65,00	1536	2	\$ 199.680,00
Vuelos de Encomiendas GYE-Manta/ GYE Machala	\$ 80,00	192	1	\$ 15.360,00
Taxi Aéreo GYE-Manta/ Gye Machala	\$ 230,00	192	2	\$ 88.320,00
Escuela de Paracaidismo	\$ 2.500,00	4	10	\$ 100.000,00
Saltos libres Paracaidismo	\$ 250,00	24	3	\$ 18.000,00
Entrada Tipo A	\$ 6,00	1	6600	\$ 39.600,00
Entrada Tipo B	\$ 13,00	1	1716	\$ 22.308,00
Autos Tuning	\$ 5,00	32	450	\$ 72.000,00
Alquiler de Hangares y Bar				\$ 14.400,00
Publicidad aérea	\$ 75,00	1752	1	\$ 131.400,00
Club de Autos a Control Remoto	\$ 140,00	12	30	\$ 50.400,00
Club de Aerodelismo	\$ 140,00	12	30	\$ 50.400,00
Club de Pilotos	\$ 140,00	12	20	\$ 33.600,00
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS				\$ 940.468,00

Para concluir este análisis de mercado, la viabilidad del proyecto ha sido confirmada, el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR será un club con ideas innovadoras que romperá todos los esquemas y paradigmas de Guayaquil y el Ecuador, siendo siempre los pioneros y los mejores dentro del campo.

CAPÍTULO VI

ESTRATEGIAS DEL MERCADO

6.1 CONSIDERACIONES INTERNACIONALES, NACIONALES Y LOCALES

En el Club Aerodeportivo del Ecuador parte de nuestra estrategia es crear convenios internacionales con diferentes con diferentes clubes o asociaciones todas relacionadas con actividades aeronáuticas, sea esto en América, Europa, Asia, etc.

Crear a este club con una visión de ser siempre el mejor dentro de Ecuador y una de las mejores a nivel mundial siempre; ofreciendo un servicio de calidad en las diferentes actividades que ofrece, logrando así que el cliente se sienta satisfecho y quiera regresar cada vez y con su familia ya que poseemos instalaciones y actividades para cada uno.

Sobre nuestras consideraciones nacionales buscamos también hacer convenios dentro del Ecuador con diferentes clubes aeronáuticos de la Sierra, de la Costa y del Oriente para firmar acuerdos con el fin de utilización mutua de instalaciones.

A nivel local no tenemos competencia directa contra todas las actividades que ofrecemos. Pero no debemos despreocuparnos por ello. Por lo cual siempre consideramos estar a la vanguardia y explotar de la mejor manera nuestras ventajas competitivas y el valor agregado que nos caracteriza.

Nuestras instalaciones junto a la grandiosa infraestructura y nuestro valioso capital humano totalmente capacitado, logran ofrecer siempre un producto de calidad que satisfaga y produzca ganas de regresar.

Sabemos que a través de todas estas consideraciones el Club Aerodeportivo se posicionará dentro de las mentes de nuestros posibles consumidores y permanecerá como el primero en esta clase y será considerado uno de los mejores a nivel mundial y el mejor en Ecuador; siendo los pioneros e innovadores en la explotación del turismo y desarrollo de tecnologías y actividades aeronáuticas.

6.2 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y ESTACIONALIDAD

El Club Aerodeportivo del Ecuador plantea como estrategia varias ideas:

Implementar varias atracciones como complemento de nuestro principal producto que es la aviación, entre las principales:

- Espacio para Paintball.
- Muro para escalar.
- Paracaidismo.

Explotar de mejor manera los productos propios ya del club que son:

- Pista de despegue y aterrizaje de aviones.
- Escuela de pilotos.
- Escuela de auxiliares de vuelo.
- Taxi aéreo.
- Taller certificado de mecánica para aviones.
- Alquiler de hangares.
- Pista de autos de control remoto.
- Aeromodelismo.

Estos productos que hoy en día no se han explotado al 100% por falta de publicidad e inversión por lo cual queremos darle un mejor enfoque.

Y como complemento a nuestro club Aerodeportivo y Parque temático tenemos algunas otras atracciones las cuales se generarán , estas son:

- Una cancha de fútbol de césped sintético.
- Canchas de tenis.
- Canchas de uso múltiples.

Logrando con estos complementos un ambiente más familiar para que el público pueda disfrutar de nuestras instalaciones en familia.

Hemos considerado nuestros precios para cada producto siempre dando las mejores opciones y siendo muy competitivos; dada la situación que vive nuestro país no podemos poner precios exageradamente altos y tenemos que dar mayor énfasis en ciertas áreas las cuales después de desarrollar el estudio de mercado, llegamos a entender que acaparan la mayor atención de los consumidores¹⁷.

6.3 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PENETRACIÓN, PROMOCIÓN, GASTOS Y COMERCIALIZACIÓN

Gastos de Publicidad

Television	\$ 35.000,00
Cine	\$ 10.000,00
Radio	\$ 10.000,00
Prensa Escrita	\$ 10.000,00
Revistas	\$ 8.000,00
Página Web	\$ 2.500,00
Mercadeo Directo	\$ 4.500,00
Vallas Publicitarias	\$ 8.000,00
TOTAL	\$ 88.000,00

A continuación detallamos la estrategia y detalles del presupuesto presentado anteriormente para la penetración del mercado, la creación de la imagen del club y Parque Temático.

¹⁷ Ver cuadro de Ingresos y Precios en la Pág.59 , CAPITULO III

Televisión (estrategia de penetración agresiva en la mente del consumidor)

- Creación de un Comercial Digital: 7,000 dólares
 - Dos versiones:
 - Una de 20 segundos
 - Una de 40 segundos (para cines)
 - Pauta del comercial: Dos meses tipo (primer mes más fuerte) En los dos canales principales (entre noticieros y programas familiares):
 - Primer mes: 20,000 dólares
 - Segundo mes: 15,000 dólares
- En cada canal 8 cuñas diarias.

Cine (estrategia de mantenimiento de la imagen en el mercado)

- Mismo comercial versión de 40 segundos.
- En películas de estreno.
- A partir del 3 mes.
 - Valor anual: 10,000 dólares

Radio (estrategia de mantenimiento de la imagen en el mercado)

- Pautar principalmente con Radio Disney.
- A partir del tercer mes de que el proyecto esté en marcha
- Se reforzará cada trimestre.
- Reforzando diferentes épocas del año.
 - Valor anual: 10,000 dólares

Prensa escrita

- Día de Lanzamiento: Media página
- Diarios: El expreso y El Universo.
- Avisos clasificados en diferentes momentos del año.
 - Valor anual: 10,000 dólares

Revistas (estrategia de permanencia en el mente del consumidor)

- Revistas para promocionar y promover imagen: Vistazo, Revistas deportivas como lo son Estadio, Ecuagol y En Forma.
 - Valor Anual: 8,000 dólares
- Estar en todos guías y revistas turísticas.

Página Web

Crear la Página Web¹⁸

- Valor: 2,500 dólares

Realizar alianzas con otras páginas Web de beneficios mutuos publicitarios.

Mercadeo directo

Folletos:

- Valor anual 2,000 dólares

Afiches

- Valor anual 500 dólares

Bases de Datos

Envío de Información

- Valor anual 2.000 dólares

Vallas Publicitarias

Una valla ubicada en Vía ala costa a la altura de los Ceibos.

Opción de reubicar cada tres meses.

- Valor al año 8,000 dólares

La idea principal es la de hacer una campaña agresiva; obviamente esta campaña generará muchos gastos pero se verán recompensado con resultados inmediatos y mediatos. Además buscamos que la marca perdure y permanezca en la mente de público.

En lo que se refiere a la comercialización pensamos tener un equipo de ventas para poder masificar ciertos productos que tenemos tales como la publicidad aérea, el taxi aéreo, la venta de aviones¹⁹, entre otros.

Se realizará una campaña agresiva de marketing antes ya explicada y además la técnica de mercadeo directo ya que nos permite dirigir nuestro mensaje a una audiencia bien específica, nuestro mercado objetivo, el cual ya ha sido seleccionado.

¹⁸ www.clubaerodeportivo.com

¹⁹ Este aspecto es considerado a largo plazo ya que existe la posibilidad de poder ensamblar una línea de aviones ultraligeros si la cultura de la aeronáutica se posiciona y existe el mercado

El ataque será masivo para sectores como PUERTO AZUL, TERRA NOSTRA, CEIBOS y URBANIZACIONES DE LA VÍA A LA COSTA que son aledañas al CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR.

Como clave en nuestra estrategia de ventas utilizaremos todo el tiempo la retroalimentación, con un equipo se irá formando a partir del JEFE DE MARKETING, equipo que a través del cual se logrará la recolección constante y actualización de los datos de nuestros clientes para cada día cumplir con las expectativas y llenar los niveles de satisfacción.

CAPÍTULO VII

OPERACIONES

7.1 RIESGOS INTERNOS

Para este tipo de negocio hemos considerado factores internos que pueden existir, tanto materiales como humanos.

El riesgo interno más importante que tiene la empresa esta en la aceptación y conformidad que tenga el Club Aerodeportivo a nivel de la ciudad y más adelante a nivel nacional. Debido a que promueve deportes y actividades nunca antes realizados en el país.

Los riesgos más importantes son:

Una inversión alta con un alto riesgo de no aceptación.

No contar con el capital necesario para aplicar la reingeniería.

Que nuestras metas económicas presupuestadas sean inalcanzables.

Que el personal actual no se adecue a los cambios planeados y no se comprometan a la reingeniería.

Que problemas internos puedan afectar en el desenvolvimiento normal del club.

Al analizar y controlar que los objetivos tanto de nivel de aceptación, participación de mercado e índices de factibilidad se estarían cumpliendo en los primeros ejercicios económicos permitirá pensar que los riesgos serían superados.

7.2 RIESGOS EXTERNOS

Riesgos externos que podrían afectar al Club Aerodeportivo, que tenemos que considerar ya que existe hoy en día inestabilidad por las modificaciones que se pudieran dar en la Asamblea Constituyente, además de las confrontaciones del Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo, inestabilidad económica y otros factores tales como el clima y los servicios básicos. Los riesgos que hemos considerado son:

Que se creen nuevas leyes que no beneficie al Club Aerodeportivo o en general.

Esto quiere decir que la legislación en torno a la aviación cambie y se haga más estricta lo cual puede crear gastos extras no presupuestados, ya que se debe certificar para poder ofrecer los servicios y actividades planeadas. De la misma manera hemos tomado en cuenta este aspecto ya que es parte de nuestra filosofía y cultura empresarial destacarnos por nuestro fiel seguimiento de las leyes.

Construcción del nuevo aeropuerto.

El nuevo aeropuerto a pesar que no representa un riesgo a corto plazo, se encuentra fuera de nuestro control, ya que no sabemos como afectará en un futuro a nuestros vuelos, en los cuales basamos el principal giro del negocio.

Aparición de nuevos clubes dedicados a las mismas actividades.

La competencia siempre representa un riesgo que se debe tomar muy en serio, ya que de lo contrario, un competidor con una alta inversión puede intentar desplazar a nuestra empresa. Hoy en día existe solamente como competencia indirecta de nuestra escuela de pilotos el AEROCLUB de la DAC, el cual no tiene todos los beneficios extras que nuestro CLUB AERODEPORTIVO ofrece.

Y por el lado del Parque Temático, la existencia de un parque de diversiones estacional que es el PLAY LAND PARK, el cual no ataca el mismo nicho de mercado.

Que el sector alrededor nuestro se urbanice.

Debido al alto crecimiento poblacional el área en que nos encontramos, se está convirtiendo rápidamente en un sector urbanístico, el cual si no tomamos las medidas pertinentes se convertirá en una contingencia que puede hacer que disminuya la afluencia turística debido a la protestas y en el peor de los casos a que se cierren varios de los servicios que ofrecemos.

La falta de fluido eléctrico, agua potable y cableado telefónico.

El sector de la vía a Costa en el que nos encontramos no cuenta todavía con un adecuado abastecimiento de servicios básico por lo que en el presupuesto y en nuestro plan de contingencias, hemos ingresado costos y gastos para mantener un adecuado y regular abastecimiento de estos. Por ejemplo hemos incluido la compra de un generador eléctrico, el abastecimiento de agua potable a través de tanqueros y la utilización de líneas celular dedicadas para el giro del negocio.

Adversidades por el clima variable en Ecuador, como lo serían las lluvias e inundaciones.

7.3 PLANES DE CONTINGENCIA, PROVISIONES Y SEGUROS

Como planes de contingencia hemos considerado que para manejar varios sectores de nuestras instalaciones contrataremos el servicio de empresas especializadas, tal es el caso del sector de la seguridad en los parqueos y la seguridad dentro del club; para que cuide las instalaciones del sector.

Acerca de nuestro sistema de fluido eléctrico no es muy confiable, pensamos comprar un Generador eléctrico; hemos estimado que es un equipo costoso pero se debe invertir ya que cualquier imprevisto de este aspecto podría paralizar las comunicaciones con los vuelos en curso, muchas de las actividades que se dan en Parque Temático quedaría fuera de servicio y sería imposible impartir las clases y cursos que dictan para pilotos y auxiliares de vuelo.

Por otro lado, construir una cisterna de mayor capacidad para almacenar una mayor cantidad de agua potable y no correr contratiempos en tiempos de escasez o cortes inesperados en el sector.

Tendremos un recurso humano 100% capacitado para que éste a su vez, pueda ofrecer siempre un servicio de calidad que tenga la cualidad de empatía con gente para que toda persona que visite el club se sienta cómoda y a su vez quiera regresar de nuevo a nuestro club en compañía de su familia.

Se buscará un nexo con una compañía de seguros, (SALUD o Ecuasanitas) para que cada empleado de la empresa pueda adquirir un seguro personal con beneficios.

Se ha planeado a largo plazo (después de 5 años una vez finalizada la construcción de todo el club y todas sus instalaciones) asegurar las instalaciones, estructuras, terrenos y aviones por cualquier eventualidad, dado el alto costo por mantención y construcción, es necesario estar prevenidos para cualquier eventualidad o siniestro. Mientras tanto se exigirá que existan controles estrictos en seguridad para cuando se realice cada vuelo y así eliminar todo contratiempo.

Se implementará un dispensario médico para cualquier caso de accidente o cualquier eventualidad. De la misma manera contar con lo necesario²⁰ y poder

²⁰ Botiquín de primeros auxilios. Y conocimiento por parte del personal de primeros auxilios.

atender en el propio club y dar los primeros auxilios hasta poder trasladar a un centro de salud. Ya que para la realización de cualquier actividad de deportes extremos, los participantes habrán firmado un contrato de consentimiento en el cual aceptan los riesgos que están corriendo.

Como último paso la firma de un contrato de reserva de información, para que todos: empleados, gerencias, instructores, pilotos guarden reserva del conocimiento del negocio y su Know How.

Dado que existe el riesgo de que el negocio no marche como la proyección lo indica, hemos realizado un análisis de sensibilidad²¹ y un estudio del punto de equilibrio²², en el cual se ha determinado los peores escenarios para el negocio. Siendo este la disminución de un 46%²³ de ingresos, caso en el que aún así somos capaces de pagar sin obtener ninguna utilidad.

De esta manera damos a conocer nuestro plan de contingencias, en el cual basamos su estructura en la seguridad y bienestar de todos los que forman parte esta empresa, empleados y consumidores.

²¹ Ver Capítulo IX – Sección 9.3

²² Ver Capítulo VIII – Sección 8.3

²³ Siendo los ingresos en USD 503.879,34.

CAPÍTULO VIII ESTUDIO FINANCIERO

8.1 PRESUPUESTO, INVERSIONES PROYECTADAS E INGRESOS ESPERADOS

Presupuesto

Para la proyección del presupuesto, hemos estimado la construcción y remodelación de instalaciones que servirán para el cumplimiento de los objetivos del proyecto y aumentar significativamente la rentabilidad.

Nuevas Instalaciones			
Estructura	\$ Uni	Cant	Valor
Oficinas y readecuaciones (incl. Cisterna, dispensario médico y la construcción de un 2do Piso de 100mt2)			\$ 50.000,00
Generador Eléctrico (incl. Instalación)	25000	1	\$ 25.000,00
Cancha de tenis	14000	1	\$ 14.000,00
Cancha de fútbol sintética	50000	1	\$ 50.000,00
Juegos infantiles			\$ 10.000,00
Cancha multifuncional	16000	1	\$ 16.000,00
Restaurante Readecuación de espacio			\$ 15.000,00
Bar Readecuación de espacio			\$ 5.000,00
Paintball			\$ 5.000,00
TOTAL			\$ 190.000,00
Muebles y Enseres de Oficina			
Estructura	\$ Uni	Cant	Valor
Computadores	700	9	\$ 6.300,00
Escritorios y panelería	1500	9	\$ 13.500,00
TOTAL			\$ 19.800,00

El préstamo inicial calculado, incluye la inversión en las nuevas instalaciones y efectivo para el capital de trabajo inicial. Este valor de \$ 150,000 está estimado del cálculo de pago de los costos y gastos del club durante los 3 primeros meses. Esta caja se utilizará hasta que el club comience a generar ingresos.

Costos y Gastos de Operación				
Gastos Generales				
	Valor Unitario	Cantidad	Total	Anual
Luz			\$ 400,00	\$ 4.800,00
Agua (a través de tanqueros anualizado)	15	8	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Celular	35	9	\$ 315,00	\$ 3.780,00
Internet	80	1	\$ 80,00	\$ 960,00
TV Cable	90	1	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Suministros de Oficina			\$ 150,00	\$ 1.800,00
Suministros de Limpieza			\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL				\$ 15.060,00
Gastos de Publicidad Anualizados				
Televisión				\$ 35.000,00
Cine				\$ 10.000,00
Radio				\$ 10.000,00
Prensa Escrita				\$ 10.000,00
Revistas				\$ 8.000,00
Página Web				\$ 2.500,00
Mercadeo Directo				\$ 4.500,00
Vallas Publicitarias				\$ 8.000,00
TOTAL				\$ 88.000,00
TOTAL DE GASTOS FIJOS				\$ 103.060,00
Costos Variables Anualizados				
Combustibles				\$ 23.301,60
Mantenimiento (Revisión de Aviones) ²⁴				\$ 35.040,00
TOTAL				\$ 58.341,60
Presupuesto de Costos y Gastos para 3 meses				
Total de Gastos Fijos para 3 meses				\$ 25.765,00
Total de Costos Variables 3 Meses				\$ 14.585,40
Total de Sueldos ²⁵ y salarios 3 Meses				\$ 74.880,00
Total de Costos, Gastos y Salarios 3 Meses				\$ 115.230,40
Monto para pagos inesperados				\$ 34.769,60
Total Prestamos para capital trabajo				\$ 150.000,00

CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR	
PRESUPUESTO	2008
Nuevas Instalaciones	190.000,00
Muebles y Enseres de Oficina	19.800,00
Inversión en Instalaciones	209.800,00
Préstamo para capital de trabajo	150.000,00
Préstamo Inicial	\$ 359.800,00

²⁴ Ver Anexo # 5 Detalle de Costos

²⁵ Ver anexo # 4 Detalles de Sueldos y Salarios

Ingresos

Los ingresos proyectados se estimaron en base a:

Estudio de mercado realizado para el efecto.

La opinión y consejo del Ing. Daniel Texeira, conocedor y pionero en el país en este tipo de negocio.

Centrados en la situación actual del país y su evolución inmediata.

El interés en el servicio del mercado potencial.

El incremento anual que tiene el Ecuador de turismo.

Ingresos Proyectados Anualizados				
	Valor Unitario	# eventos	Alumnos	Monto
Escuela de Pilotos	\$ 3.000,00	1	10	\$ 30.000,00
Escuela de Auxiliares de Vuelo	\$ 1.500,00	2	25	\$ 75.000,00
Vuelos Turísticos	\$ 65,00	1536	2	\$ 199.680,00
Vuelos de Encomiendas GYE-Manta/ GYE Machala	\$ 80,00	192	1	\$ 15.360,00
Taxi Aéreo GYE-Manta/ Gye Machala	\$ 230,00	192	2	\$ 88.320,00
Escuela de Paracaidismo	\$ 2.500,00	4	10	\$ 100.000,00
Saltos libres Paracaidismo	\$ 250,00	24	3	\$ 18.000,00
Entrada Tipo A	\$ 6,00	1	6600	\$ 39.600,00
Entrada Tipo B Autos	\$ 13,00	1	1716	\$ 22.308,00
Tuning Alquiler de	\$ 5,00	32	450	\$ 72.000,00
Hangares Publicidad aérea	\$ 300,00	4	12	\$ 14.400,00
	\$ 75,00	1752	1	\$ 131.400,00
Club de Autos a Control Remoto	\$ 140,00	12	30	\$ 50.400,00
Club de Aerodelismo	\$ 140,00	12	30	\$ 50.400,00
Club de Pilotos	\$ 140,00	12	20	\$ 33.600,00
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS				\$ 940.468,00

8.2 PROYECCIÓN A TRES AÑOS

Se ha considerado efectuar una proyección a tres años, es decir mediano plazo debido a que consideramos que el proyecto es rentable y la recuperación completa de la inversión se logra en este tiempo. Si el mercado nacional se mantiene a fines del segundo año se comenzaría con la planificación para las inversiones a partir del cuarto año. Este proyecto así como es rentable reconocemos tiene riesgo dependiendo de los cambios que se puedan dar en las políticas económicas del país. En las proyecciones hemos sido muy conservadores para cubrir riesgos latentes y si bien hemos planificado a largo plazo para esta presentación lo hacemos hasta el punto en que se proyecta recuperar la inversión.

Premisas

Para esta proyección se ha tomado en cuenta:

Un crecimiento de los ingresos operacionales del 10% anual, por incremento de turismo en el país (7.56%) y la subida de precios de los productos que ofrecemos por la inflación (2.44%).

El aumento de los Gastos Fijos en 5% anualmente, por la inflación (2.44%) y microentorno económico-social (2.56%).

Un aumento Salarios y Sueldos del 8% anualmente, por la inflación (2.44%) y microentorno económico-social (5.56%). Conservando la misma nómina con la que comenzamos.

Costos Variables de Operación 20% anualmente, por la inflación (2.44%) y el encarecimiento de combustibles (17.56%).

Tasa de Descuento de 12%, que equivale al costo del dinero, que se utilizará para el cálculo del VAN y TIR.

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

PERDIDAS Y GANANCIAS				
		2009	2010	2011
Ingresos Operacionales		\$ 940.468,00	\$ 1.034.514,80	\$ 1.137.966,28
Sueldos y salarios		\$ -99.840,00	\$ -107.827,20	\$ -116.453,38
Costos Variables de Operación		\$ -58.341,60	\$ -70.009,92	\$ -70.009,92
Costo depreciaciones ²⁶		\$ -145.800,00	\$ -145.800,00	\$ -145.800,00
Costo de ventas		\$ -303.981,60	\$ -323.637,12	\$ -332.263,30
Utilidad bruta		\$ 636.486,40	\$ 710.877,68	\$ 805.702,98
Salarios ²⁷		\$ -199.680,00	\$ -215.654,40	\$ -232.906,75
Gastos Fijos		\$ -103.060,00	\$ -108.213,00	\$ -113.623,65
Gasto depreciación		\$ -20.110,00	\$ -20.110,00	\$ -20.110,00
Total gastos operativos		\$ -322.850,00	\$ -343.977,40	\$ -366.640,40
Utilidad AIAI		\$ 313.636,40	\$ 366.900,28	\$ 439.062,58
Costos Financieros		\$ -43.176,00	\$ -36.379,68	\$ -28.767,80
Utilidad operativa		\$ 270.460,40	\$ 330.520,60	\$ 410.294,79
Participación Laboral	15%	\$ -40.569,06	\$ -49.578,09	\$ -61.544,22
Utilidad luego de participación trabajadores		\$ 229.891,34	\$ 280.942,51	\$ 348.750,57
Impuesto a la renta	25%	\$ -57.472,84	\$ -70.235,63	\$ -87.187,64
Utilidad Neta		\$ 172.418,51	\$ 210.706,88	\$ 261.562,93
Crecimiento Anual		18%	20%	23%

²⁶ Ver Anexo # 6 Detalle de Depreciaciones

²⁷ Ver anexo # 4 Detalles de Sueldos y Salarios

Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL				
	Inicial	2009	2010	2011
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Caja Bancos	\$ 150.000,00	\$ 411.582,48	\$ 704.657,02	\$ 1.040.975,72
ACTIVO FIJO				
Activos existentes ²⁸	\$ 1.254.000,00	\$ 1.254.000,00	\$ 1.254.000,00	\$ 1.254.000,00
Nuevas Instalaciones	\$ 190.000,00	\$ 190.000,00	\$ 190.000,00	\$ 190.000,00
Muebles y Enseres de Oficina	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -145.800,00	\$ -291.600,00	\$ -437.400,00
ACTIVO FIJO NETO		\$ 1.318.000,00	\$ 1.172.200,00	\$ 1.026.400,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.613.800,00	\$ 1.729.582,48	\$ 1.876.857,02	\$ 2.067.375,72
PASIVOS				
PASIVOS A CORTO PLAZO				
PORCION CORRIENTE	\$ 56.636,02	\$ 63.432,34	\$ 71.044,23	\$ 79.569,53
LARGO PLAZO				
Obligaciones	\$ 303.163,98	\$ 239.731,64	\$ 168.687,40	\$ 89.117,87
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 359.800,00	\$ 303.163,98	\$ 239.731,63	\$ 168.687,40
PATRIMONIO				
Capital Inicial	\$ 1.254.000,00	\$ 1.254.000,00	\$ 1.254.000,00	\$ 1.254.000,00
Resultados Acumulados	\$ -	\$ 172.418,51	\$ 383.125,39	\$ 644.688,32
TOTAL PATRIMONIO	\$ 1.254.000,00	\$ 1.426.418,51	\$ 1.637.125,39	\$ 1.898.688,32
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 1.613.800,00	\$ 1.729.582,49	\$ 1.876.857,02	\$ 2.067.375,72

²⁸ Ver Anexo # 7 Detalle de Instalaciones existentes

Flujo de Caja Proyectado, VAN y TIR

FLUJO DE EFECTIVO				
	Inicial	2009	2010	2011
Flujo de caja al inicio		\$ 150.000,00	\$ 411.582,48	\$ 704.657,02
Utilidad del Ejercicio		\$ 172.418,51	\$ 210.706,88	\$ 261.562,93
Depreciación		\$ 145.800,00	\$ 145.800,00	\$ 145.800,00
Préstamos Obtenidos	\$ 359.800,00			
Inversiones de Capital	\$ -209.800,00			
Pagos de Préstamo		- 56.636,02	- 63.432,34	- 71.044,23
Saldo de Caja	\$ 150.000,00	\$ 411.582,48	\$ 704.657,02	\$ 1.040.975,72

VAN & TIR					
FLUJOS DE CAJA					
	Inicial	2009	2010	2011	
Préstamo inicial	\$ -359.800,00	\$ 150.000,00	\$ 411.582,48	\$ 704.657,02	\$ 1.040.975,72
Tasa de Descuento	12%				
VAN	\$1.129.785,22				
TIR	93%				

Si la VAN es superior a cero un proyecto es aceptable, ya que la operación genera un adecuado flujo de efectivo para pagar la inversión. En este caso incluyendo el peor escenario que es el de menos 30% vemos que la VAN es positiva por lo tanto el proyecto es recomendable.

La TIR es el porcentaje máximo de descuento a la que pueden exponerse los flujos de efectivo determinados en el VAN, en este caso nos arroja un 93%, y puesto que la tasa de descuento actual es de 12%, reafirmamos la factibilidad lucrativa del proyecto.

8.3 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, punto muerto o punto crítico nos indica cual es el monto mínimo que una empresa necesita para absorber los costos fijos y variables. Cualquier ingreso adicional por encima de este punto genera utilidad para el proyecto.

Para realizar este análisis se necesitó clasificar los costos y gastos en fijos y variables. Se utilizó la siguiente fórmula:

Costos fijos / Margen de Utilidad

A continuación el proceso del análisis:

División de costos y gastos	
	2009
Costos Fijos	
Costo depreciaciones	\$ -103.060,00
Gastos Fijos	\$ -145.800,00
Gasto depreciación	\$ -20.110,00
Costos Financieros	\$ -43.176,00
	\$ -312.146,00
Costos Variables	
Sueldos y salarios	\$ -99.840,00
Costos Variables de Operación	\$ -58.341,60
Salarios	\$ -199.680,00
	\$ -357.861,60
Ingresos Proyectados del 2009	\$ 940.468,00
Margen de Utilidad	\$ 582.606,40

Punto de Equilibrio **54%**

Este 54% debe aplicar y disminuir a los ingresos y costos variables para obtener el punto crítico

Este 54% es lo máximo que podemos disminuir los ingresos para que estos puedan absorber a los Costos Fijos y Costos Variables.

De esta manera el análisis del punto de equilibrio será:

Punto de Equilibrio			
Año 2009			
			2009
Ingresos Operacionales			\$ 503.879,34
Sueldos y salarios			\$ -53.491,79
Costos Variables de Operación			\$ -31.257,98
Costo depreciaciones			\$ -145.800,00
Costo de ventas			\$ -230.549,76
Utilidad bruta			\$ 273.329,58
Salarios			\$ -106.983,57
Gastos Fijos			\$ -103.060,00
Gasto depreciación			\$ -20.110,00
Total gastos operativos			\$ -230.153,57
Utilidad AIAI			\$ 43.176,00
Costos Financieros			\$ -43.176,00
Utilidad operativa			\$ 0,00
Participación Laboral 15%	15%		\$ -
Utilidad luego de participación trabajadores			\$ 0,00
Impuesto a la renta 25%	25%		\$ -
Utilidad Neta			\$ 0,00
Crecimiento Anual			0%

CAPÍTULO IX

ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

9.1 REQUERIMIENTO DEL CAPITAL

CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR	
<u>PRESUPUESTO</u>	<u>2008</u>
Nuevas Instalaciones	190.000,00
Muebles y Enseres de Oficina	19.800,00
Inversión en Instalaciones	209.800,00
Préstamo para capital de trabajo	150.000,00
Préstamo Inicial	\$ 359.800,00

El capital necesario para dar inicio al proyecto es de \$ 359.800,00, se basa en 3 aspectos principales, la construcción de nuevas instalaciones, entre éstas las canchas de deportes, área de paintball, nuevas oficinas, readecuación del área social y juegos infantiles y restaurante.

El segundo aspecto del préstamo está dado por la compra de muebles, enseres y equipos para las nuevas oficinas, tales como: computadoras, escritorios, paneles y equipos de trabajo necesarios.

Por último, la tercera parte del préstamo se estima en \$ 150.000,00 que corresponden a una ponderación del pago de los costos y gastos de los 3 primeros meses de ejercicio de la compañía, provisionados como una contingencia hasta que el club empiece su generación pronostica de ingresos.

<u>Préstamo y pago de Dividendos</u>					
<u>Años</u>	<u>Capital</u>	<u>interés</u>	<u>Dividendo</u>	<u>Neto</u>	<u>Pago Capital</u>
1	\$ 359.800,00	43.176,00	\$ -99.812,02	303.163,98	56.636,02
2	303.163,98	36.379,68	\$ -99.812,02	239.731,63	63.432,34
3	239.731,63	28.767,80	\$ -99.812,02	168.687,41	71.044,23
4	168.687,41	20.242,49	\$ -99.812,02	89.117,88	79.569,53
5	89.117,88	10.694,15	\$ -99.812,02	0,00	89.117,88

El préstamo se hará a 5 años plazo pagadero, pero la recuperación de dicha inversión será menor a la de 3 años²⁹. Para esta inversión se ha pensado en pedir préstamos a los bancos, pero dada la inseguridad política del momento, los bancos no están otorgando préstamos de montos altos. Por este motivo se ha decidido buscar el financiamiento a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), donde averiguamos que se otorgan préstamos, con un colateral. En este caso el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR posee sus instalaciones libres de hipotecas y deudas, y su valoración supera el 140% requerido por la CFN³⁰ para la prestación del dinero.

Valoración del CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR en base a sus instalaciones y terreno

Activos Existentes	\$ Uni	Cant	Valor
Terrenos	40	6000	\$ 240.000,00
Pista de despegue y aterrizaje	300	1500	\$ 450.000,00
Edificaciones Existentes (s/g avalúo)	250	600	\$ 150.000,00
Aviones (Motores y Fuselaje)	50000	8	\$ 400.000,00
Equipos y Herramientas			\$ 5.000,00
Equipos de Salto	1800	5	\$ 9.000,00
TOTAL			\$ 1.254.000,00

²⁹ Ver proyección de flujos de efectivo

³⁰ Ver en anexos, los documentos a llenar para préstamo de la CFN

9.2 RAZONES FINANCIERAS BASADAS EN LAS PROYECCIONES ANUALES

ANALISIS FINANCIERO						
		2008	2009	2010	2011	OBSERVACIONES
INDICE DE LIQUIDEZ	ACT. CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	2,65	6,49	9,92	13,08	La empresa tiene una excelente capacidad de pago. En el año 2,008, en el que índice es el más bajo tiene una capacidad de pagar \$2,65 por cada USD\$ 1,00 de deuda.
APALANCAMIENTO	DEUDA / ACTIVO TOTAL	0,22	0,18	0,13	0,08	El porcentaje de endeudamiento es bajo, el estándar es del 0,50. Lo que le da a la empresa por este índice la calificación de sujeto de crédito.
APALANCAMIENTO	DEUDA / CAPITAL CONTABLE	0,29	0,24	0,19	0,13	Es el valor de endeudamiento a largo plazo versus la inversión en capital. En este caso es bajo, lo que quiere decir que el proyecto se financia con recursos ajenos. Este índice se debe analizar conjuntamente con el de capacidad de pago del costo de la deuda (intereses). Los dos índices son bajos y el resultado de gestión soporta el nivel y el costo de financiamiento.
VECES QUE SE HA GANADO EL INTERES	UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS / CARGOS FINANCIEROS	N/P	7,26	10,09	15,26	La utilidad que genera el proyecto permite cubrir los costos financieros, dejando un positivo rango financiero que permitiría absorber sin inconvenientes un incremento significativo en las tasas de financiamiento.
ROTACION ACTIVO FIJO	VENTAS / ACTIVO FIJO	N/P	0,54	0,55	0,55	Determina el número de veces con la que se podrían renovar los activos fijos, en un período económico, como resultado del nivel de ingresos por ventas.
MARGEN DE UTILIDAD (EN PORCENTAJES)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS / INGRESOS	N/P	18,33	20,37	22,99	Es el porcentaje neto de utilidad antes de impuestos. Se debe comparar con la tasa de interés o renta que te paga el mercado por inversiones, sea el sistema financiero o el mercado de valores.

9.3 EVALUACIÓN: SENSIBILIDAD Y RENTABILIDAD

Para este análisis se proyectaron 3 escenarios para medir la sensibilidad, en los cuales los ingresos disminuirían 10%, 20% y 30% respectivamente por circunstancias ajenas a las proyectadas, manteniéndose los gastos y costos estables. Así mismo se calcularon los índices financieros, el VAN y la TIR.

Escenario 1 (- 10%)

PERDIDAS Y GANANCIAS				
		2009	2010	2011
Ingresos Proyectados		\$ 940.468,00	\$ 1.034.514,80	\$ 1.137.966,28
Reducción 10%	-10%	\$ -94.046,80	\$ -103.451,48	\$ -113.796,63
Ingresos Operacionales		\$ 846.421,20	\$ 931.063,32	\$ 1.024.169,65
Sueldos y salarios		\$ -99.840,00	\$ -107.827,20	\$ -116.453,38
Costos Variables de Operación		\$ -58.341,60	\$ -70.009,92	\$ -70.009,92
Costo depreciaciones		\$ -145.800,00	\$ -145.800,00	\$ -145.800,00
Costo de ventas		\$ -303.981,60	\$ -323.637,12	\$ -332.263,30
Utilidad bruta		\$ 542.439,60	\$ 607.426,20	\$ 691.906,36
Salarios		\$ -199.680,00	\$ -215.654,40	\$ -232.906,75
Gastos Fijos		\$ -103.060,00	\$ -108.213,00	\$ -113.623,65
Gasto depreciación		\$ -20.110,00	\$ -20.110,00	\$ -20.110,00
Total gastos operativos		\$ -322.850,00	\$ -343.977,40	\$ -366.640,40
Utilidad AIAI		\$ 219.589,60	\$ 263.448,80	\$ 325.265,95
Costos Financieros		\$ -43.176,00	\$ -36.379,68	\$ -28.767,80
Utilidad operativa		\$ 176.413,60	\$ 227.069,12	\$ 296.498,16
Participación Laboral	15%	\$ -26.462,04	\$ -34.060,37	\$ -44.474,72

Utilidad luego de participación trabajadores		\$ 149.951,56	\$ 193.008,75	\$ 252.023,43
Impuesto a la renta	25%	\$ -37.487,89	\$ -48.252,19	\$ -63.005,86
Utilidad Neta		\$ 112.463,67	\$ 144.756,57	\$ 189.017,58
Crecimiento Anual		13%	16%	18%

FLUJO DE EFECTIVO				
	<u>Inicial</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>
Flujo de caja al inicio		\$ 150.000,00	\$ 351.627,65	\$ 578.751,87
Utilidad del Ejercicio		\$ 112.463,67	\$ 144.756,57	\$ 189.017,58
Depreciación		\$ 145.800,00	\$ 145.800,00	\$ 145.800,00
Préstamos Obtenidos	\$ 359.800,00			
Inversiones de Capital	\$ -209.800,00			
Pagos de Préstamo		-56.636,02	-63.432,34	-71.044,23
Saldo de Caja	\$ 150.000,00	\$ 351.627,65	\$ 578.751,87	\$ 842.525,22

FLUJOS DE CAJA					
	<u>Inicial</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	
Préstamo inicial \$	-359.800,00	\$ 150.000,00	\$ 351.627,65	\$ 578.751,87	\$ 842.525,22
Tasa de Descuento	12%				
Van	\$ 894.489,41				
TIR	82%				

ANALISIS FINANCIERO					
		2008	2009	2010	2011
INDICE DE LIQUIDEZ	ACT. CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	2,65	5,54	8,15	10,59
APALANCAMIENTO	DEUDA / ACTIVO TOTAL	0,22	0,18	0,14	0,09
APALANCAMIENTO	DEUDA / CAPITAL CONTABLE	0,29	0,24	0,19	0,13
VECES QUE SE HA GANADO EL INTERES	UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS / CARGOS FINANCIEROS	N/P	5,09	7,24	11,31
ROTACION ACTIVO FIJO	VENTAS / ACTIVO FIJO	N/P	0,51	0,53	0,55
MARGEN DE UTILIDAD (EN PORCENTAJES)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS / INGRESOS	N/P	13,29	15,55	18,46

Escenario 2 (- 20%)

PERDIDAS Y GANANCIAS				
		2009	2010	2011
Ingresos Proyectados		\$ 940.468,00	\$ 1.034.514,80	\$ 1.137.966,28
Reducción 20%	-20%	\$ -188.093,60	\$ -206.902,96	\$ -227.593,26
Ingresos Operacionales		\$ 752.374,40	\$ 827.611,84	\$ 910.373,02
Sueldos y salarios		\$ -99.840,00	\$ -107.827,20	\$ -116.453,38
Costos Variables de Operación		\$ -58.341,60	\$ -70.009,92	\$ -70.009,92
Costo depreciaciones		\$ -145.800,00	\$ -145.800,00	\$ -145.800,00
Costo de ventas		\$ -303.981,60	\$ -323.637,12	\$ -332.263,30
Utilidad bruta		\$ 448.392,80	\$ 503.974,72	\$ 578.109,73
Salarios		\$ -199.680,00	\$ -215.654,40	\$ -232.906,75
Gastos Fijos		\$ -103.060,00	\$ -108.213,00	\$ -113.623,65
Gasto depreciación		\$ -20.110,00	\$ -20.110,00	\$ -20.110,00
Total gastos operativos		\$ -322.850,00	\$ -343.977,40	\$ -366.640,40
Utilidad AIAI		\$ 125.542,80	\$ 159.997,32	\$ 211.469,33
Costos Financieros		\$ -43.176,00	\$ -36.379,68	\$ -28.767,80
Utilidad operativa		\$ 82.366,80	\$ 123.617,64	\$ 182.701,53
Participación Laboral	15%	\$ -12.355,02	\$ -18.542,65	\$ -27.405,23
Utilidad luego de participación trabajadores		\$ 70.011,78	\$ 105.075,00	\$ 155.296,30
Impuesto a la renta	25%	\$ -17.502,95	\$ -26.268,75	\$ -38.824,08
Utilidad Neta		\$ 52.508,84	\$ 78.806,25	\$ 116.472,23
Crecimiento Anual		7%	10%	13%

FLUJO DE EFECTIVO					
		<u>Inicial</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>
Flujo de caja al inicio			\$ 150.000,00	\$ 291.672,81	\$ 452.846,72
Utilidad del Ejercicio			\$ 52.508,84	\$ 78.806,25	\$ 116.472,23
Depreciación			\$ 145.800,00	\$ 145.800,00	\$ 145.800,00
Préstamos Obtenidos	\$ 359.800,00				
Inversiones de Capital	\$ -209.800,00				
Pagos de Préstamo			-56.636,02	-63.432,34	-71.044,23
Saldo de Caja		\$ 150.000,00	\$ 291.672,81	\$ 452.846,72	\$ 644.074,72

FLUJOS DE CAJA					
		<u>Inicial</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>
Préstamo inicial	\$ -359.800,00	\$ 150.000,00	\$ 291.672,81	\$ 452.846,72	\$ 644.074,72

Tasa de Descuento 12%

Var	\$ 659.193,60
TIR	70%

ANALISIS FINANCIERO					
		<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>
INDICE DE LIQUIDEZ	ACT. CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	2,65	4,60	6,37	8,09
APALANCAMIENTO	DEUDA / ACTIVO TOTAL	0,22	0,19	0,15	0,10
APALANCAMIENTO	DEUDA / CAPITAL CONTABLE	0,29	0,24	0,19	0,13
VECES QUE SE HA GANADO EL INTERES	UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS / CARGOS FINANCIEROS	NO APLICA	2,91	4,40	7,35
ROTACION ACTIVO FIJO	VENTAS / ACTIVO FIJO	NO APLICA	0,47	0,51	0,54
MARGEN DE UTILIDAD (EN PORCENTAJES)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS / INGRESOS	NO APLICA	6,98	9,52	12,79

Escenario 3 (- 30%)

PERDIDAS Y GANANCIAS				
		2009	2010	2011
Ingresos Proyectados		\$ 940.468,00	\$ 1.034.514,80	\$ 1.137.966,28
Reducción 30%	-30%	\$ -282.140,40	\$ -310.354,44	\$ -341.389,88
Ingresos Operacionales		\$ 658.327,60	\$ 724.160,36	\$ 796.576,40
Sueldos y salarios		\$ -99.840,00	\$ -107.827,20	\$ -116.453,38
Costos Variables de Operación		\$ -58.341,60	\$ -70.009,92	\$ -70.009,92
Costo depreciaciones		\$ -145.800,00	\$ -145.800,00	\$ -145.800,00
Costo de ventas		\$ -303.981,60	\$ -323.637,12	\$ -332.263,30
Utilidad bruta		\$ 354.346,00	\$ 400.523,24	\$ 464.313,10
Salarios		\$ -199.680,00	\$ -215.654,40	\$ -232.906,75
Gastos Fijos		\$ -103.060,00	\$ -108.213,00	\$ -113.623,65
Gasto depreciación		\$ -20.110,00	\$ -20.110,00	\$ -20.110,00
Total gastos operativos		\$ -322.850,00	\$ -343.977,40	\$ -366.640,40
Utilidad AIAI		\$ 31.496,00	\$ 56.545,84	\$ 97.672,70
Costos Financieros		\$ -43.176,00	\$ -36.379,68	\$ -28.767,80
Utilidad operativa		\$ -11.680,00	\$ 20.166,16	\$ 68.904,90
Participación Laboral	15%	\$ 1.752,00	\$ -3.024,92	\$ -10.335,74
Utilidad luego de participación trabajadores		\$ -9.928,00	\$ 17.141,24	\$ 58.569,17
Impuesto a la renta	25%	\$ 2.482,00	\$ -4.285,31	\$ -14.642,29
Utilidad Neta		\$ -7.446,00	\$ 12.855,93	\$ 43.926,87
Crecimiento Anual		-1%	2%	6%

FLUJO DE EFECTIVO					
		Inicial	2009	2010	2011
Flujo de caja al inicio			\$ 150.000,00	\$ 231.717,98	\$ 326.941,56
Utilidad del Ejercicio			\$ -7.446,00	\$ 12.855,93	\$ 43.926,87
Depreciación			\$ 145.800,00	\$ 145.800,00	\$ 145.800,00
Préstamos Obtenidos	\$ 359.800,00				
Inversiones de Capital	\$ -209.800,00				
Pagos de Préstamo			-56.636,02	-63.432,34	-71.044,23
Saldo de Caja		\$ 150.000,00	\$ 231.717,98	\$ 326.941,56	\$ 445.624,21

FLUJOS DE CAJA					
		Inicial	2009	2010	2011
Préstamo inicial	\$ -359.800,00	\$ 150.000,00	\$ 231.717,98	\$ 326.941,56	\$ 445.624,21

Tasa de Descuento 12%

Van \$ 423.897,78

TIR 55%

ANALISIS FINANCIERO					
		2008	2009	2010	2011
INDICE DE LIQUIDEZ	ACT. CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	2,65	3,65	4,60	5,60
APALANCAMIENTO	DEUDA / ACTIVO TOTAL	0,22	0,20	0,16	0,11
APALANCAMIENTO	DEUDA / CAPITAL CONTABLE	0,29	0,24	0,19	0,13
VECES QUE SE HA GANADO EL INTERES	UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS / CARGOS FINANCIEROS	N/A	0,73	1,55	3,40
ROTACION ACTIVO FIJO	VENTAS / ACTIVO FIJO	N/A	0,42	0,48	0,54
MARGEN DE UTILIDAD (EN PORCENTAJES)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS / INGRESOS	N/A	- 1,13	1,78	5,51

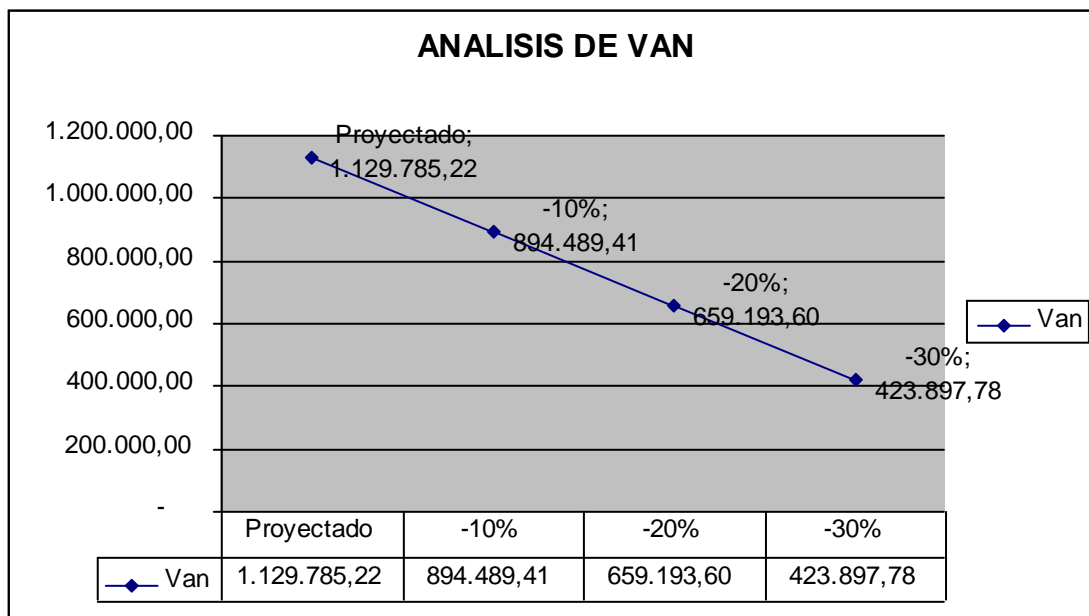
Análisis de Sensibilidad: índices financieros

Podemos observar que durante los 3 escenarios los índices financieros no disminuyen a puntos críticos, únicamente en el escenario 3; el peor escenario, el Margen de utilidad en el primer año es negativo (- 1.13) debido a la disminución de 30% en los ingresos proyectados, pero aun así, en el año siguiente (Año 2010) empieza recuperarse y a subir. De esta manera se reafirma la factibilidad del plan de reingeniería y su lucro.

Análisis de Sensibilidad: VAN

El VAN es superior en todos los escenarios haciendo de éste un proyecto llamativo y rentable, ya que en todos los casos fue mayor a cero vemos así que la operación genera un adecuado flujo de efectivo para pagar la inversión. En este caso incluyendo el peor escenario que es el de menos 30% vemos que el VAN es positivo por lo tanto el proyecto es recomendable.

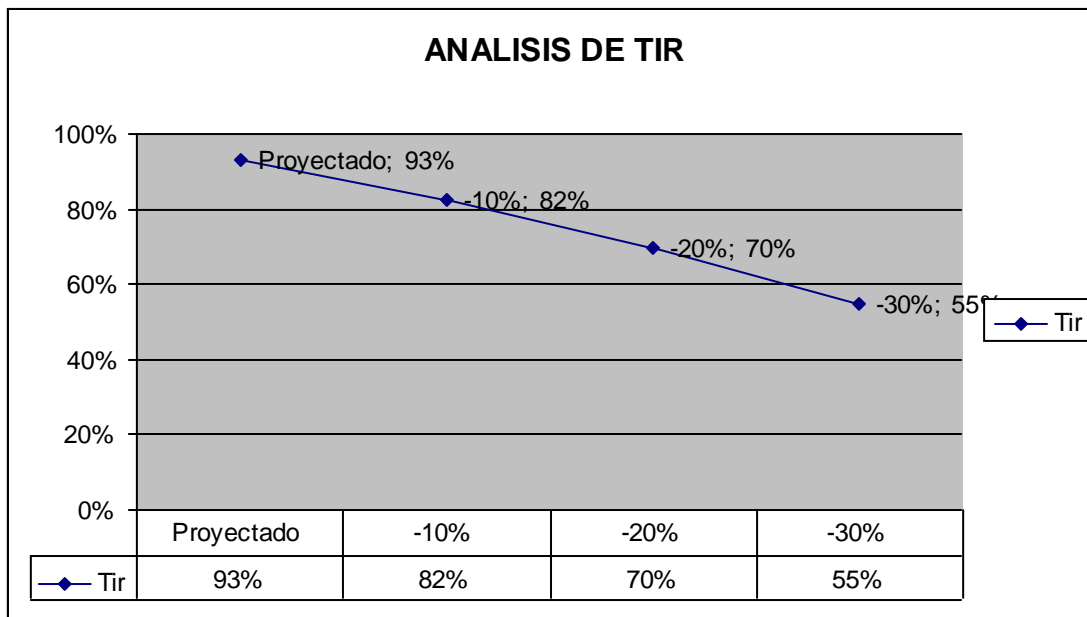
ANÁLISIS VAN				
	Proyectado	-10%	-20%	-30%
Van USD	1.129.785,22	894.489,41	659.193,60	423.897,78



Análisis de Sensibilidad: TIR

La TIR siendo el porcentaje máximo de descuento a la que pueden exponerse los flujos de efectivo determinados en el VAN, nos arroja en los escenarios 1, 2 y 3: un 82%, 70% y un 55% respectivamente. Y puesto que la tasa de descuento actual es de 12%, reafirmamos la factibilidad lucrativa del proyecto.

ANÁLISIS TIR				
	Proyectado	-10%	-20%	-30%
TIR	93%	82%	70%	55%



CAPÍTULO X

ECOLOGIA Y MEDIO AMBIENTE

10.1 PROCESO, PROCEDIMIENTO E IMPACTO QUE SE SIGUIÓ Y CULMINO

La tecnología que se utilizará requerirá energía eléctrica en forma racional; las instalaciones de la empresa contarán con todas las comodidades y cumplirán las reglamentaciones necesarias para brindar un ambiente adecuado, para la protección de la salud física y mental de los trabajadores.

Durante los seminarios y cursos, la compañía mantendrá la política y el control de **NO CONTAMINAR CON LOS DESPERDICIOS PRODUCIDOS**, Depositando a los desperdicios a tiempo en el lugar establecido por la compañía VACHAGNON; demostrando una actitud proactiva hacia el mejoramiento del medio ambiente y manteniendo así mismo el bienestar físico y mental de todos los que conformamos este proyecto, es decir, la empresa y sus clientes.

Si hablamos específicamente de los desechos producidos por botellas de vidrio, cajas de jugos, y de todos los desechos que se originen por las actividades propias del negocio serán clasificados y entregados a tiempo a las empresas de reciclaje.

10.2 DESARROLLO SUSTENTABLE

La Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD) define el concepto de desarrollo sustentable como aquel que *"satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"*

Basándonos en el cuidado del medio ambiente y la conservación del mismo para las futuras generaciones; garantizando a toda la población de Guayaquil una calidad de vida digna y un manejo adecuado de los recursos naturales bajo un estricto respeto a las capacidades de recarga de los ecosistemas y a los equilibrios ecológicos, no sólo en el presente, sino también en el futuro.

El CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR dentro de su reingeniería y acoplamiento de nuevas atracciones; ha tomado las medidas necesarias para que el impacto ambiental sea de afectación mínima al ecosistema que rodea las instalaciones actuales y futuras, para así conservar la naturaleza propia de nuestra ciudad promoviendo el desarrollo de la misma.

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 CONCLUSIONES

El Proyecto de reingeniería del CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR, ha sido enfocado desde el capítulo uno, como una lucrativa oportunidad de inversión.

Sus objetivos de corto y largo plazo han sido fijados, establecidos y probados como factibles. Contamos con una ventaja competitiva muy grande que se divide en tres puntos grandes:

1. La base de las instalaciones esta prácticamente construida, a pesar de que son solamente básicas, sirven como un pilar en donde se alzarán las nuestras estructuras.

Estas instalaciones cuentan con la parte más importante del negocio, la pista de asfalto para el despegue y aterrizaje de las aeronaves. Además posee el terreno:

Hangares.

Taller autorizado.

Oficinas básicas (que serán readecuadas).

2. Hemos diseñado un proyecto en el que se invertirán en instalaciones para brindar servicios y la realización de actividades nunca antes realizadas con normalidad en Ecuador, y que de acuerdo con el estudio de mercado realizado, son de gran interés del mercado al cual estamos atacando³¹.

³¹ Ver capítulo 5 Análisis de Mercado

Las atracciones y servicios más importantes con las que contaría el CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR son:

Turismo Aéreo (nunca antes atacado en forma masiva y precios asequibles)

Instalaciones para deportes y actividades tales como Paintball, una cancha sintética para fútbol, canchas multifunción, cancha de tenis.

Remodelación las áreas sociales.

Mejoramiento y explotación al 100% de las escuelas de pilotos, paracaidismo y auxiliares de vuelo.

3. Nuestra tercera ventaja competitiva es que somos pioneros en el mercado y no contamos con competencia directa, dada la gama y variedad de servicios y actividades que ofrecemos. Un Club Aerodeportivo con escuelas certificadas de pilotos, paracaidismo, auxiliares de vuelo. Taller de reparación de aeronaves certificado, anexo a atracciones y servicios que complementan y satisfagan todas las necesidades de los clientes y sus familias.

Durante la realización de este proyecto vimos la necesidad de crear un organigrama estructural para el equipo de trabajo del CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR, ya que actualmente no posee una. De esta manera hemos creado los puestos necesarios para la factibilidad de este proyecto.

El análisis de mercado arrojó que el grupo focal y las encuestas afirmaron la viabilidad del proyecto del CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR. En ambos casos grupo focal y encuestas encontramos el interés y aceptación de la población en este proyecto.

Este análisis de mercado nos dio como resultado, después de un barrido de la parroquia Tarqui y de los sectores extras (Samborondón) que consideramos

como mercado potencial, que la mercado objetivo rodea los **236,412 habitantes**.

Hemos diseñado una estrategia de penetración de mercado muy agresiva que se realizará en todos los medios de comunicación. Por un lado para darnos a conocer al mercado, en este caso los medios utilizados serán televisión y publicidad directa. El otro lado de esta campaña se basa en la mantención de la marca del producto en el top of mind de los potenciales clientes y consumidores, a través, de publicaciones en cines, radio, e-mails, revistas, periódicos y ferias de turismo.

Los riesgos internos y externos fueron tomados muy cuenta ya que la despreocupación puede hacer fracasar un proyecto, más aun, siendo de tan gran magnitud como este. Los riesgos principales dados por la falta de servicios básicos en el sector, han sido cubiertos con la adecuación de generadores eléctricos, la ampliación de la cisterna de agua potable, el asfalto de las vías de acceso y la contracción de telefonía móvil para el equipo de trabajo.

Para este proyecto se debe señalar el latente riesgo de inversión, como sabemos a mayor rentabilidad mayor riesgo, siendo éste el caso, hemos identificado posibles inversores para esta plan de negocio. En primer lugar tenemos la búsqueda de un socio capitalista, que invierta en la reingeniería del club y de esta manera pase a ganar de los futuros flujos de efectivo³². Por otro lado se buscará también la inversión a través de la Corporación Financiera Nacional, ya que sabemos que existen créditos que alcanzan los montos necesarios para la inversión que requerimos. (USD 359,800 dólares).

Dentro del análisis financiero, los índices calculados, el análisis de sensibilidad y rentabilidad arrojaron cifras muy alentadoras, ya que desde el primer año de funcionamiento de la empresa, el porcentaje de rentabilidad (18,33%) es mayor

³² Ver capítulo 9 Análisis financiero

a la tasa de descuento del mercado (12%), por lo cual, se da por hecho la alta rentabilidad del proyecto.

También el VAN y TIR fueron probados a través de un análisis de sensibilidad, el cual arrojó que en el peor de los escenarios en el que el club reduciría sus ingresos en un 30%, el proyecto aun es viable y rentable para el los inversores y socios del club.

De esta manera concluimos, afirmando el éxito del proyecto y nos enfocamos en todas sus ventajas y sus ideas innovadoras que romperán esquemas dentro del medio. El riesgo de la inversión es alto pero su rentabilidad es aun más alta haciendo que el proyecto sea realmente atractivo para sus inversionistas. Una campaña de marketing agresiva y bien enfocada a su mercado potencial y objetivo de clientes, creará la demanda necesaria en el ámbito.

Los productos personalizados y diseñados para cumplir con las necesidades y requerimientos de los usuarios convierten al CLUB AERODEPORTIVO DEL ECUADOR en pionero de su medio.

11.2 RECOMENDACIONES

La rentabilidad del proyecto hace viable la implementación y la reingeniería del plan de negocios. Se recomienda su utilización ya que el club actualmente no es explotado de una manera eficiente.

Buscar los caminos y la inversión para lograr en el menor tiempo el posible el desarrollo de todas las fases del proyecto para acoger un mercado que aun no ha sido explotado.

BIBLIOGRAFÍA

Microsoft® Encarta® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation

Libro: Finanzas en Administración (Weston – Brigham)

Curso de Finanzas IAEN **MODULO: ACTIVIDADES DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO EMPRESARIALES (PROFESORA: ING.COM. ROCIO MENESES G.)**

Cámara de Comercio de Guayaquil.

Superintendencia de Compañías.

CFN – Corporación Financiera Nacional.

Club Aerodeportivo de Zaragoza

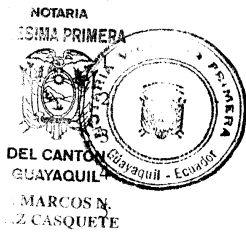
<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006> (ANALISIS MACROECONOMICO)

www.clubaerodeportivo.com

www.inec.gov.ec

<http://www.visitaguayaquil.com/107/208.gye>

ANEXO # 1 – CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA



CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA
ANONIMA DENOMINADA AVIAEREO S.A..- -


CAPITAL SUSCRITO US\$ 800,00- -----

6

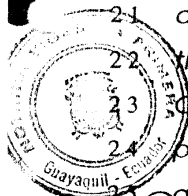
7 En la ciudad de Guayaquil, Capital de la Provincia del
8 Guayas, República del Ecuador, el día veintitrés de Agosto
9 del año dos mil uno, ante mí, Doctor MARCOS DIAZ
10 CASQUETE, Abogado, Notario Vigésimo Primero de este
11 Cantón, comparecen los señores JESSICA ZAMBRANO
12 IDROVO, por sus propios derechos, de profesión ejecutiva
13 comercial, de estado civil casada, domiciliado en esta
14 ciudad de Guayaquil y de nacionalidad ecuatoriana; y,
15 DIEGO AZANZA TEXEIRA, por sus propios derechos, de
16 profesión estudiante, de estado civil soltero, domiciliado en
17 esta ciudad de Guayaquil y de nacionalidad uruguayo;
18 los comparecientes mayores de edad, domiciliados en esta
19 ciudad, capaces para obligarse y contratar a quienes de
20 conocer doy fe. Bien instruidos en el objeto y resultados de
21 esta escritura a la que proceden con amplia y entera
22 libertad, para su otorgamiento me presentaron la minuta
23 siguiente: "**SEÑOR NOTARIO.-** Sírvase incorporar en el
24 Registro de Escrituras Públicas a su cargo, una por la cual
25 conste la constitución de una sociedad anónima, que se
26 otorga al tenor de las siguientes cláusulas:- **PRIMERA:**
27 **INTERVIENTES.-** Intervienen en este Contrato los señores:
28 JESSICA ZAMBRANO IDROVO, por sus propios derechos, de



1 treinta y cinco años de edad, de profesión ejecutiva
2 comercial, de estado civil casada, domiciliado en esta
3 ciudad de Guayaquil y de nacionalidad ecuatoriana; y,
4 DIEGO AZANZA TEXEIRA, por sus propios derechos, de
5 veinticuatro años de edad, de profesión estudiante, de
6 estado civil soltero, domiciliado en esta ciudad de
7 Guayaquil y de nacionalidad uruguayo. **SEGUNDA:**
8 **DENOMINACION.-** Constitúyese en el cantón Guayaquil, la
9 compañía que se denominará AVIAEREO S. A., la misma
10 que se regirá por las Leyes del Ecuador, el presente Estatuto
11 y los Reglamentos que se expidieren. **TERCERA: OBJETO**
12 **SOCIAL.- UNO.-** La compañía se dedicará a la fabricación,
13 diseño, ensamblaje, reparación, mantenimiento,
14 importación, exportación y comercialización de aviones
15 ultralivianos, o de sus partes, repuestos y accesorios. A la
16 fabricación, diseño, ensamblaje, reparación,
17 mantenimiento, importación, exportación y
18 comercialización de aviones, avionetas, helicópteros y de
19 cualquier aeronave con o sin motor o turbina; o de sus
20 partes, repuestos y accesorios. Se dedicará a la prestación
21 de servicio de transporte de carga aérea nacional e
22 internacional, servicio de transporte de pasajeros nacional
23 e internacional, taxi aéreo, servicio de fumigación aérea,
24 servicio de rastreo, servicio contra incendio, servicio de
25 publicidad aérea, servicio de rescate aéreo, servicio de
26 paracaidismo, o cualquier servicio técnico aeronavegable.
27 Se dedicará igualmente a la instalación de equipos
28 satelitales de geoposicionamiento, señales satelitales,


DEL CANTÓN
GUAYAQUIL
DE MARCOS N.
DÍAZ CASQUETE

2 equipos láser de topografía, equipos láser de
3 comunicación, frecuencia de radio, celular, inalámbrico,
4 analógico y digital, equipos de localización automática
5 de vehículo, y cualquier otra actividad afín. DOS.- La
6 compañía se dedicará a la prestación de servicios para
7 toda clase de empresas que ejerzan cualquier actividad
8 económica y productiva en el país, suministrando para el
9 efecto la mano de obra calificada y necesaria, que
10 ejercerán las funciones de empleados u obreros de
11 acuerdo a los requerimientos y necesidades de los
12 contratantes, exceptuando la actividad de servicio de
13 seguridad y guardiana; para el fiel cumplimiento de su
14 objeto, la Compañía podrá contraer todo tipo de
15 obligaciones y suscribir toda clase de contratos permitidos
16 por la Ley; podrá adquirir derechos reales y personales
17 pudiendo formar parte de otras compañías como socia o
18 accionista, sea fundadora o mediante la cesión de
19 participación o compra de acciones; TRES.- Se dedicará a
20 la compraventa, corretaje, administración, permuta,
21 agenciamiento explotación, arrendamiento, anticresis de
22 tierras, inmuebles; CUATRO.- Se dedicará: a) La
23 contratación, subcontratación, selección, evaluación de
24 personal ya sea administrativo, técnico y obreros en
25 general; manejo de empresas; b) La compañía asimismo
26 podrá dedicarse a la auditoría en sistemas, educación,
27 diseño de aplicaciones, implementación de soluciones y
28 paquetes de programas para equipos de computación y



1 procesamiento de datos; CINCO.- La compañía se
2 dedicará a la comercialización, importación, exportación,
3 fabricación o industrialización, compra, venta,
4 elaboración, transformación, empaque, consignación,
5 representación, distribución de: a) Materiales de
6 construcción, artículos de ferretería, grifería, artesanía,
7 electrodomésticos, artículos y utensilios de cocina, menajes
8 de la casa; b) Equipos de imprenta, sus repuestos y
9 materias primas conexas; c) Plantas ornamentales, frutas
10 tropicales; productos naturales, agrícolas, industriales en las
11 ramas farmacéuticas, alimenticia para consumo humano,
12 vegetal; metalmecánica, textil; así como, productos
13 químicos, medicamentos de uso animal o humano; d)
14 Maquinarias industriales y agrícolas; e) Ropas, prendas de
15 vestir, trajes confeccionados a mano. Indumentarias
16 nuevas y usadas, manualidades, fibras, tejidos, hilados,
17 calzados y materias primas que las componen; f) Sistemas
18 de refrigeración, aires acondicionados, partes y repuestos;
19 g) Instrumentos médicos y quirúrgicos, equipos de
20 radiografía, equipos y materiales odontológicos, equipos
21 para laboratorios, aparatos y equipo fotográficos,
22 instrumentos y equipos de óptica, aparatos y suministros
23 eléctricos, bombas de agua, filtros de agua; h) Artículos de
24 cordelería, sogas, cables, plolas, redes, cabos; artículos de
25 deporte y atletismo, artículos de juguetería y librería,
26 instrumentos de música como: Discos convencionales,
27 láser, cassette; i) Todo tipo de madera ya sea en forma de
28 materia prima o en cualquiera de sus formas, talladas,

Artículos de higiene personal tales como: dentífrico, jabones; SEIS.- Se dedicará a la instalación, desarrollo y explotación de establecimientos del área médica. Podrá realizar estudios e investigaciones científicas que tengan por fin el desarrollo y progreso de la ciencia médica. Se dedicará a la representación de laboratorios y compañías o distribuidores de toda clase de productos farmacéuticos sean estos nacionales o extranjeros dentro de las permitidas por las Leyes del Ecuador; SIETE.- La compañía tendrá por objeto dedicarse a la construcción de: a) Toda clase de viviendas familiares o multifamiliares; b) Toda clase de edificios, centros comerciales, centros residenciales, condominios; c) Puentes, carreteras, caminos y aeropuertos; OCHO.- Se dedicará al mantenimiento, reparación, asesoría, instalación de: a) Fotocopiadoras, sus accesorios, partes y repuestos; b) Computadoras e impresoras, sus accesorios, partes y repuestos; c) Teléfonos convencionales y teléfonos celulares; NUEVE.- La compañía podrá diseñar, organizar y comercializar cursos, seminarios y convenciones de toda índole, hablados, grabados y escritos; DIEZ.- Podrá realizar por cuenta propia o a través de terceros, recepción y entrega de cartas y toda clase de envíos que se clasifiquen como correspondencia; así como de paquetes que contengan, ropa, regalos, medicinas, juguetes o cualquier otro objeto y artículo que sean considerado de uso personal; cartas, documentos y toda clase de envíos que re remitirán desde y para el exterior; ONCE.- La compañía también se dedicará a prestar

NOTARIA
VIGESIMA PRIMERA



DEL CANTON
GUAYAQUIL
Dr. MARCOS N.
DIAZ CASQUETE

1 servicios de: a) Asesoría jurídica, tributaria, económica,
2 contable, financiera, técnica, agrícola, aduanera,
3 mercantil e investigación de mercadeos; b) Saneamiento,
4 limpieza y mantenimiento de edificios, aceras, calles,
5 sistemas de refrigeración y aires acondicionados, partes y
6 repuestos; c) Transferencia de carga y de servicios
7 complementarios a las naves tales como: Abastecimiento
8 de combustible, vituallas, alimentos y toda clase de
9 mantenimientos en general; podrá realizar actividades
10 como operador portuario, agente naviero; d)
11 Segmentación, control geológico, explotación,
12 perforación, limpieza de pozos, previsión de químicos
13 necesarios para la actividad petrolera; asimismo, podrá
14 celebrar contratos de asociación, de participación, de
15 prestación de servicios para exploración y explotación de
16 hidrocarburos; e) Estudios de suelos, diseños sanitarios,
17 diseños hidráulicos; canales de riego, estudio topográficos,
18 ubicación y perforación de pozos de abastecimiento de
19 agua; DOCE.- Se dedicará además a la instalación,
20 explotación y administración de: a) Mercados o mini-
21 mercados; b) Agencias de viajes, hoteles, hosterías,
22 moteles, restaurantes, clubes, cafeterías, discotecas,
23 parques mecánicos de recreación, cines; c) Gasolineras; d)
24 Industrias del área alimenticia; e) Centros de enseñanza
25 primaria; secundaria, educación técnica y artesanal;
26 TRECE.- Podrá dedicarse: a) La explotación agrícola en
27 todas sus fases, al desarrollo, crianza y explotación de toda
28 clase de ganado en general; b) La explotación,

1 producción, cría de larvas de camarones y otras especies
2 bioacuáticas mediante la instalación de laboratorios y
3 camaroneras; de artemia salina, principalmente mediante
4 desove de hembras grávidas, capturadas o por la
5 maduración de los adultos en criaderos especiales, cultivo
6 y cría de camarones en viveros y piscinas, su fase extractiva
7 con fines de comercializarlos dentro o fuera del país, post-
8 larvas o juveniles de camarón; c) La actividad pesquera en
9 todas sus fases como: captura, extracción, procesamiento,
10 empaque y comercialización de especies bioacuáticas, en
11 los mercados internos y externos. Podrá comprar, arrendar
12 o adquirir en asociación barcos pesqueros; CATORCE.-
13 Tendrá por objeto dedicarse a la actividad mercantil como
14 comisionista, mandataria, mandante, agente y
15 representante de personas naturales y/o jurídicas, empresas
16 importadoras y/o exportadoras nacionales y/o extranjeras;
17 QUINCE.- Realizará a través de terceros el transporte por
18 vía terrestre, fluvial o marítima de toda clase de
19 mercaderías en general, de pasajeros, cargas, materiales
20 para la construcción, productos agropecuarios o
21 bioacuáticos; e, hidrocarburos en general. Podrá realizar
22 embalajes, guardamuebles, almacenaje de mercaderías,
23 consolidar y desconsolidar carga extrajera; ejercer
24 actividades de depósito aduanero comercial, público y/o
25 privado; y, otras actividades previstas en la Ley Orgánica
26 de Aduanas; DIECISEIS.- Podrá explotar por cuenta propia
27 o de terceros minas, canteras; DIECISIETE.- Se dedicará: a)
28 La planificación, estudio, diseño, construcción, reparación

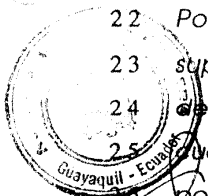
NOTARIA
VICESIMA PRIMERA



DEL CANTON
GUAYAQUIL

Dr. MARCOS N.
DIAZ CASQUETE

1 y mantenimiento de redes eléctricas y telefónicas; así como
2 de construcciones civiles subterráneas y/o de centrales
3 telefónicas; b) Ejecución técnica de obras eléctricas en
4 alta, baja y media tensión y auxiliares de protección
5 eléctrica, sean estos dispositivos para iluminación en
6 general, máquinas, materiales eléctricos y todo accesorio e
7 insumo que se utilicen en el mantenimiento y rebobinado
8 de motores, generadores y transformadores como resinas,
9 solventes, rulimanes, desoxidantes; DIECIOCHO.- Podrá
10 dedicarse a) Al negocio de la publicidad o propaganda
11 pública o privada, por cuenta propia o de terceros, por
12 medio de la prensa escrita, radio, televisión, carteleras,
13 impresos, películas cinematográficas y otros métodos
14 utilizados para tal fin; b) Realizará la producción, creación,
15 elaboración de campañas de publicidad, como también
16 cualquier otra forma relacionada directamente con la
17 materia publicitaria; c) Podrá realizar estudios e
18 investigaciones cualitativas y cuantitativas de mercados,
19 de opinión pública, censos y estudios de organizaciones
20 internas, con el fin de aconsejar reestructuraciones en
21 todas las áreas de las empresas que contratan sus servicios.
22 Podrá elaborar planes operacionales, estratégicos,
23 supervisar y ejecutar su aplicación; DIECINUEVE.- Se
24 dedicará a la encuadernación, impresión, gravado y
25 cualquier otro proceso industrial necesario para la edición
26 por cuenta propia o de terceros, de publicaciones de
27 carácter literario, educativo, científico, religioso,
28 informativo y a la producción de discos, cassettes, videos y



largometrajes; VEINTE.- La compañía podrá: a) Solicitar, obtener, registrar, comprar, administrar, vender, ceder y otorgar concesiones; b) Explotar y disponer de patentes o privilegios de invención, certificados de edición, marcas de fábrica, nombres comerciales y marcas distintivas, así como de la propiedad literaria o artística de cualquier obra o trabajo, como también de toda clase de derechos y privilegios inherentes a los actos señalados; c) Adquirir patentes marcas, valores fiduciarios, divisas, bonos, cédulas y otros documentos para beneficiarse de su rédito; d) Consolidar y desconsolidar carga extranjera;

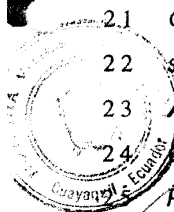
VEINTIUNO.- Para el cumplimiento del objeto social, la compañía podrá realizar cualquier clase de contratos o actos relacionados con sus fines; podrá constituir o formar parte de compañías; podrá ejecutar actos y contratos permitidos por las Leyes Ecuatorianas y que tengan relación con el mismo. **CUARTA PLAZO.-** El plazo por el cual se constituye la Compañía es de CINCUENTA AÑOS (50) que se contarán a partir de la fecha de inscripción de esta Escritura en el Registro Mercantil. **QUINTA: DOMICILIO.-** El domicilio principal de la Compañía es el cantón Guayaquil, y podrá establecer sucursales o agencias en cualquier lugar de la República o del exterior. **SEXTA: CAPITAL SUSCRITO.-** El capital suscrito de la Compañía es de OCHOCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD\$ 800,00) dividido en ochocientas acciones ordinarias y nominativas, de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA cada una. Las acciones estarán

NOTARIA
ESIMA PRIMERA



DEL CANTON
GUAYAQUIL
MARCOS N.
Z CASQUETE

1 enumeradas del CERO CERO UNO A LA OCHOCIENTAS,
2 **SEPTIMA: SUSCRIPCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL.-** El Capital
3 Social de la Compañía ha sido suscrito de la siguiente
4 manera: JESSICA ZAMBRANO IDROVO, ha suscrito
5 SEISCIENTAS CUARENTA acciones ordinarias y nominativas,
6 de un dólar de los Estados Unidos de América cada una,
7 pagando el veinticinco por ciento del valor de cada una
8 de ellas; y, DIEGO AZANZA TEXEIRA, ha suscrito CIENTO
9 SESENTA acciones ordinarias y nominativas, de un dólar de
10 los Estados Unidos de América cada una, pagando el
11 veinticinco por ciento del valor de cada una de ellas.
12 Conforme consta del Certificado de Cuenta de
13 Integración de Capital otorgado por el Banco. **OCTAVA:**
14 **PAGO DEL CAPITAL.-** Los accionistas pagarán el setenta y
15 cinco por ciento del valor de cada una de las acciones
16 que han suscrito en el plazo de un año contado a partir de
17 la inscripción de esta Escritura en el Registro Mercantil.
18 **NOVENA: ESTATUTO SOCIAL.-** Los accionistas fundadores
19 han resuelto aprobar el siguiente Estatuto: **ARTICULO**
20 **PRIMERO: ORGANO SUPREMO.-** El Gobierno de la
21 Compañía corresponde a la Junta General que constituye
22 su órgano supremo. **ARTICULO SEGUNDO:**
23 **ADMINISTRACION SOCIAL.-** La administración de la
24 Compañía se ejecutará a través del Gerente General y del
25 Presidente de acuerdo a los términos que se indican en el
26 presente Estatuto. **ARTICULO TERCERO: CONVOCATORIA A**
27 **JUNTA GENERAL.-** Las convocatorias las efectuará el
28 Gerente General o el Presidente, por la prensa, en uno de



los diarios de mayor circulación, en el domicilio principal de la Compañía y con ocho días de anticipación, por lo menos al fijado para cada reunión. Las convocatorias deben expresar el lugar, día, hora y objeto de la reunión.

ARTICULO CUARTO: JUNTA GENERAL UNIVERSAL.- Las Juntas Generales Universales se realizarán sin previa convocatoria y en cualquier lugar dentro del país siempre y cuando se hallare presente la totalidad del capital social pagado. Las actas deberán ser firmadas por todos los accionistas bajo sanción de nulidad. **ARTICULO QUINTO: JUNTA**

GENERAL ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA.- La Junta General se reunirá una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la Compañía, previa convocatoria efectuada por el Presidente o el gerente General a los accionistas, por la prensa en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la Compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión. En las Juntas Generales ordinarias se conocerá, discutirá y aprobará: Los Informes del Representante Legal, Comisario, el Balance General, el Estado de Pérdidas y Ganancias, el reparto de utilidades líquidas, constitución de reservas, proposiciones de los accionistas y se efectuarán las elecciones si es que corresponde hacerlas en ese período, según el Estatuto... La Junta General se reunirá extraordinariamente en cualquier tiempo, previa la convocatoria del Presidente o del Gerente General, por su iniciativa o a pedido de un número de accionistas que

NOTARIA
VEGESIMA PRIMERA


DEL CANTÓN
GUAYAQUIL
MARCOS N.
AZ CASQUETE

1 representen el veinticinco por ciento del capital social.
2 **ARTICULO SEXTO: QUORUM DE INSTALACION.-** Para
3 constituir quórum en una Junta General, se requiere si se
4 trata de primera convocatoria de la concurrencia de un
5 número de accionistas que representen la mitad del capital
6 pagado. De no conseguirlo, se hará una segunda
7 convocatoria, la misma que contendrá la advertencia de
8 que habrá quórum con el número de accionistas que
9 concurrieren. **ARTICULO SEPTIMO: QUORUM DECISORIO.-**
10 Todos los acuerdos y resoluciones de la Junta General se
11 tomarán por simple mayoría de votos en relación al capital
12 pagado concurrente a la reunión, salvo aquellos casos en
13 que la Ley o este Estatuto exigiere una mayor proporción.
14 **ARTICULO OCTAVO: ACTAS.-** Todas las Actas de Junta
15 General serán firmadas por el Presidente y el Gerente
16 General-Secretario, o por quienes hayan hecho sus veces
17 en la reunión y se elaborarán de conformidad con el
18 respectivo Reglamento. **ARTICULO NOVENO: ATRIBUCIONES**
19 **DE LA JUNTA GENERAL.-** Atribuciones de la Junta: a) Elegir
20 al Gerente General, Presidente quienes durarán cinco años
21 en el ejercicio de sus funciones, pudiendo ser reelegidos
22 indefinidamente; b) Elegir un comisario principal y un
23 comisario suplente, quienes durarán tres años en sus
24 funciones; c) Aprobar los estados financieros, los que
25 deberán ser presentados con el informe del comisario; d)
26 Resolver acerca de la distribución de los beneficios
27 sociales; e) Acordar el aumento o disminución del capital
28 social de la compañía; f) Autorizar la transferencia,

1 enajenación, gravamen de cualquier título de los bienes
2 inmuebles de propiedad de la compañía; g) Acordar la
3 disolución o liquidación de la compañía antes del plazo
4 señalado o del prorrogado, en su caso de conformidad
5 con la Ley; h) Elegir al liquidador principal y suplente; i) Las
6 demás contenidas en la Ley y el Estatuto. **ARTICULO**
7 **DECIMO: REPRESENTANTE LEGAL.**- El Gerente General y el
8 Presidente ejercerán la representación legal, judicial y
9 extrajudicial en forma individual. Tendrán poder amplio y
10 suficiente para administrar la sociedad pudiendo realizar a
11 nombre de ella toda clase de actos y contratos con
12 excepción de lo que fuere ajeno al contrato social o de
13 aquello que implique un quebrantamiento al orden
14 público y a las normas legales vigentes. **ARTICULO DECIMO**
15 **PRIMERO: DISOLUCION.**- La Compañía se disolverá por las
16 causas determinadas en la Ley de Compañías, en tal caso;
17 entrará en liquidación, la que estará a cargo del Gerente
18 General hasta que la Junta General elija al Liquidador.
19 **DISPOSICION TRANSITORIA.**- Los accionistas fundadores
20 autorizan a la Abogado CARLOS MONROY MONCAYO
21 para realizar todas las diligencias legales y administrativas,
22 para obtener la aprobación e inscripción de la Escritura de
23 Constitución de la Compañía, incluyendo la obtención del
24 Registro Unico de Contribuyentes. Agregue usted señor
25 Notario las demás cláusulas de estilo para la validez y
26 firmeza de esta Escritura. f) Ilegible.- Abogado CARLOS
27 MONROY MONCAYO.- Registro número dos mil ciento
28 sesenta y ocho.- Guayaquil". Hasta aquí la minuta.- Es

NOTARIA
VIGESIMA PRIMERA



DEL CANTON
GUAYAQUIL

Dr. MARCOS S.
DIAZ CASQUETE

1 copia, la misma que se eleva a Escritura Pública para que
2 surtan todos los efectos legales. Quedan agregados a este
3 Registro todos los documentos de Ley. Leída esta escritura
4 de principio a fin por mí el Notario en alta voz a los
5 otorgantes, los mismos que la aprueban en todas sus
6 partes, se afirman, ratifican y firman en unidad de acto
7 conmigo el Notario. Doy fe.

8
9
10 *Jessica de Teixeira*
11 JESSICA ZAMBRANO IDROVO

12 Ced.U.No. 091032503-4

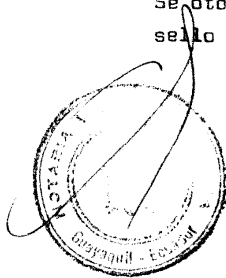
13
14
15 *Diego Azanza Teixeira*
16 DIEGO AZANZA TEIXEIRA

17 C.I.No. 092384601-8

18 **EL NOTARIO**

19
20
21 **DR. MARCOS DIAZ CASQUETE**

22 Se otorgó ante mí, en fe de ello confiero esta CUARTA COPIA que
sello rubrico y firmo en la misma fecha de su otorgamiento.-



DR. MARCOS DIAZ CASQUETE
Notario Vigésimo Primero
Cantón Guayaquil

1 DILIGENCIA: En cumplimiento a lo que dispone el Artículo
2 Segundo de la Resolución No. 01-G-IJ-0009185, dictada por
3 Director Jurídico de Compañías de la Intendencia de
4 Compañías de Guayaquil, el 2 de Octubre del 2001, se tomó
5 nota de la aprobación, que contiene dicha resolución al
6 margen de la matriz de CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA
7 ANONIMA DENOMINADA AVIAEREO S.A.", otorgada ante mí,
8 el 23 de Agosto de 2001.- Guayaquil, once de Octubre del
9 dos mil uno.-
10


DR. MARCO DIAZ CAMPANA
Notario Público Primero
Cantón Guayaquil





Dra. Norma Plaza
de Garcia
REGISTRADORA
MERCANTIL

REGISTRO MERCANTIL CANTON GUAYAQUIL

1.- En cumplimiento de lo ordenado en la Resolución N° **01-G-IJ-0009185**, dictada por el Director Jurídico de Compañías de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, el 2 de Octubre del 2.001, queda inscrita la presente escritura, la misma que contiene la **Constitución** de la compañía denominada **AVIAEREO S.A.**; de fojas **112.811 a 112.828**, Número **26.350** del Registro Mercantil y anotada bajo el número **36.436** del Repertorio.- **2.-** Certifico: Que con fecha de hoy, he archivado una copia auténtica de esta escritura.- **3.-** Certifico: Que con fecha de hoy, se ha archivado el Certificado de Afiliación a la Cámara de Comercio de Guayaquil.- Guayaquil diez y siete de Octubre del dos mil uno.-

DRA. NORMA PLAZA DE GARCIA
REGISTRADORA MERCANTIL
CANTON GUAYAQUIL

TRAMITE: 44912
LEGAL: SILVIA COELLO
COMPUTO: REBECA BOBADILLA
RAZON: LUIS ULLOA
REVISADO: *LU*



REGISTRO MERCANTIL DEL CANTON GUAY/QUIL
Valor pagado por este trabajo

\$: 64,00 =

Guayaquil, Octubre 24 del 2.001

Señor
DIEGO AZANZA TEXEIRA
Ciudad.-

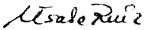
De mis consideraciones:

Cúmpleme comunicarle que la Junta General de Accionistas de la Compañía AVIAEREO S. A.; en su sesión celebrada el día de hoy, ha tenido el acierto de elegirlo a usted para el cargo de **GERENTE GENERAL** de la Compañía por un período de **CINCO AÑOS**.

En cumplimiento a lo que dispone el Artículo Décimo de los Estatutos, como **GERENTE GENERAL**, usted ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía, en forma individual.

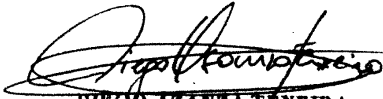
La Compañía AVIAEREO S. A., se constituyó mediante Escritura Pública otorgada ante el Notario Vigésimo Primero del Cantón Guayaquil, Abogado Marcos Díaz Casquete, el 23 de agosto del 2.001, e inscrita en el Registro Mercantil del mismo cantón, el 17 de octubre del 2.001.

Atentamente,


María Isabel Ruiz Chiriboga
Secretaria Ad-Hoc de la Junta

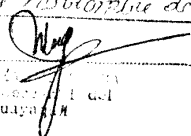
RAZON: Acepto el cargo para el cual he sido designado según el Nombramiento que antecede.

Guayaquil, Octubre 24 del 2.001


DIEGO AZANZA TEXEIRA
C.I. N° 092384601-8
Uruguayo
Av. Francisco de Orellana, World Trade Center



En la presente fecha queda inscrito este
Reservamiento de Gerente General
Forma 124259-12470 & Registro Mercantil No.
20103 - Inscripción No. 40397
Se certifica el cumplimiento de pago por los
Impuestos respectivos.
Guayaquil, 20 de Noviembre de 2001


LRA, RIFA y CIA
Registradora Mercantil del
Cantón Guayaquil

REPÚBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

EXTRACTO

DE LA ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE LA COMPAÑÍA AVIAEREO S.A

Se comunica al público que la compañía AVIAEREO S.A., se constituyó por escritura pública otorgada ante el Notario Vigésimo Primero del cantón Guayaquil, el 23 de agosto de 2001; fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, mediante Resolución No. 01-G-JJ-

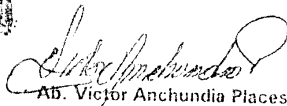
0009105 el 2 OCT. 2001

- 1.- DOMICILIO: Cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
- 2.- DURACIÓN: CINCUENTA AÑOS, desde su inscripción.
- 3.- CAPITAL: SUSCRITO: OCHOCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, dividido en OCHOCIENTAS acciones de UN DOLAR cada una de ellas.
- 4.- OBJETO: Su actividad predominante es: La fabricación, diseño, ensamblaje, reparación, mantenimiento, importación, exportación y comercialización de aviones ultralivianos, o de sus partes, repuestos y accesorios...
- 5.- ADMINISTRACIÓN: Está a cargo del Gerente General y Presidente. Los representantes legales son el Presidente y Gerente General en forma individual.

CTB/RGV.-

Guayaquil,

2 OCT. 2001



AB. Víctor Anchundia Places
DIRECTOR JURIDICO DE COMPAÑIAS DE LA INTENDENCIA
DE COMPAÑIAS DE GUAYAQUIL



ANEXO # 2 – CONSTITUCION DEL CLUB

2-377886



REPUBLICA DEL ECUADOR



CONSEJO
NACIONAL DE
DEPORTES

ACUERDO MINISTERIAL N° 283

EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES Y RECREACIÓN
CONSEJO NACIONAL DE DEPORTES

CONSIDERANDO:

- QUE,** el Club social, cultural y deportivo "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR" con sede en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, solicita al señor Ministro de Educación y Cultura y Presidente del Consejo Nacional de Deportes, la aprobación de su estatuto, previa la presentación y análisis de la documentación respectiva;
- QUE,** el Consejo Nacional de Deportes, de conformidad con lo establecido en el Art. 26 literal "d" de la Ley de Educación Física, Deportes y Recreación, tiene la facultad para aprobar estatutos de entidades deportivas;
- QUE,** la Federación Deportiva del Guayas, mediante el oficio N° 196 del 22 de enero del 2002, emiten el informe favorable para la aprobación del Estatuto del Club social, cultural y deportivo "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR" y;
- EN** uso de las atribuciones concedidas por el señor Ministro de Educación y Cultura y Presidente del Consejo Nacional de Deportes, mediante el Acuerdo Ministerial N° 513 del 10 de septiembre de 1998, publicado en el Registro Oficial N° 32 del 23 de septiembre de 1998.

ACUERDA:

Aprobar el estatuto del Club social, cultural y deportivo "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR", para cumplir con los fines establecidos en el Título Tercero, Capítulo Noveno de la Ley de Educación Física, Deportes y Recreación y su Reglamento General;

CAPÍTULO I CONSTITUCIÓN, SEDE Y FINES

- Art. 1.- DENOMINACION SOCIAL.-** El nombre del Club Social, Cultural y Deportivo es "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR", fundado el 15 de Octubre del 2001
- Art. 2.- NATURALEZA.-** "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR" es una Institución social, cultural y deportiva, de derecho privado, sin fines de lucro, con personería jurídica, con capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones, que se rige por la Ley de Educación Física, Deportes y Recreación; su Reglamento General por el Estatuto y Reglamento de

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultralivianos del Ecuador"





REPÚBLICA DEL ECUADOR



283
CONSEJO
NACIONAL DE
DEPORTES

Federación Deportiva del Guayas; y, por el presente Estatuto y su Reglamento

Art. 3.- DOMICILIO.- El domicilio de "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR" es la parroquia rural Chongón, del cantón Guayaquil, provincia del Guayas, República del Ecuador

Art. 4.- DURACIÓN.- "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR" tendrá una duración indefinida, pero podrá disolverse o liquidarse en los casos previstos en la ley o en este Estatuto.

Art. 5.- FINES Y OBJETOS SOCIALES.- "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR" tiene por objetos principales los siguientes:

- a. Fomentar por todos los medios posibles la práctica del deporte, especialmente la aeronavegabilidad deportiva o recreativa ultraliviana, como búsqueda del mejoramiento físico, moral, espiritual, social y técnico de sus socios;
- b. Estimular el espíritu de cooperación y de buena relación entre sus socios;
- c. Mantener contactos y relaciones con otras instituciones de la misma naturaleza;
- d. Organizar competencias y eventos deportivos, de aeronavegación deportiva o recreación ultraliviana, procurando además participar en las competencias y eventos deportivos locales, nacionales e internacionales determinados por el Directorio;
- e. El Club llevará como principio fundamental el lema "DEPORTE Y DISCIPLINA", activando y propiciando la cultura y el deporte de la juventud, y;
- f. Las demás que se desprendieren del contenido de la Ley de Educación Física, Deporte y Recreación; este Estatuto y sus Reglamentos.

Para el efecto, podrá adquirir, vender, construir, hipotecar, aceptar en usufructo, comodato, depósito, mutuo, tomar y dar en arrendamiento bienes de toda clase, tomar dinero en préstamo o depósito, participar en sociedad o asociaciones que tengan objetivos similares o complementarios; así como celebrar toda clase de actos y contratos civiles o de cualquier naturaleza permitidos por las Leyes Ecuatorianas y que no contravengan el presente objeto

El Club no podrá intervenir en actividades políticas o religiosas

TÍTULO II CAPÍTULO II DEL PATRIMONIO

Art. 6.- El patrimonio del Club estará conformado por:
a. Por los aportes y contribuciones de los socios.

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultralivianos del Ecuador"





REPUBLICA DEL ECUADOR



283

CONSEJO NACIONAL DE DEPORTES

- b. Por las donaciones y legados que le hagan personas naturales o jurídicas de cualquier naturaleza;
- c. Por el aprovechamiento de sus programas y servicios;
- d. Por los bienes muebles o inmuebles que actualmente posea y los que adquiera en el futuro, así como los productos de dichos bienes;
- e. Las cuotas ordinarias, extraordinarias y las demás obligaciones que fijare el Directorio o la Junta General de Accionistas;
- f. El producto de los derechos de uso de instalaciones deportivas y demás bienes del Club;
- g. Los beneficios provenientes de eventos deportivos y sociales, y;
- h. Cualquier otro bien no especificado y que sea considerado como tal por el Directorio.

Art. 7.- Los bienes de la institución no pertenecen ni en todo ni en parte a sus socios. El patrimonio del Club tiene el carácter de irreplicable y estará destinado exclusivamente al cumplimiento de su objeto, salvo en caso de disolución y liquidación, en cuyo evento se repartirán entre los socios y accionistas, a prorrata de sus acciones, previo informe del Consejo Nacional de Deportes

TITULO III CAPÍTULO III DE LOS SOCIOS

Art. 8.- El Club se compone de los siguientes socios: **VITALICIOS, HONORARIOS Y ACTIVOS.**

Art. 9.- **SON SOCIOS VITALICIOS.-** Todos aquellos socios activos quienes hayan suscrito el Acta de Fundación del Club, que han mantenido esta calidad durante 15 años y que en dicho tiempo se hayan destacado como socios o dirigentes y que por lo menos hayan cumplido 40 años de edad. La Asamblea General de Socios, será quien lo designe. Los socios vitalicios gozarán de los mismos derechos y prerrogativas que los socios activos.

Art. 10.- **SON SOCIOS HONORARIOS.-** Las personas ecuatorianas o extranjeras que presten o hayan prestado servicios relevantes al Club, debiendo ser reconocidos y designados por la Asamblea General.

Solamente el Directorio podrá presentar a consideración con la correspondiente exposición de motivos o razones, a la Asamblea General, los nombres de las personas que puedan merecer esta distinción

Los socios honorarios tienen los mismos derechos y prerrogativas de los socios activos; pero están exonerados del pago de las cuotas ordinarias y extraordinarias. En las Asambleas Generales podrá participar con derecho a voz pero sin voto.

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultravioleta" del Ecuador





Los socios honorarios pueden ser socios activos, previa solicitud escrita dirigida al Directorio, siempre que fuese aprobado por este organismo, adquiriendo el peticionario los derechos y obligaciones del socio activo.

- Art. 11.- SON SOCIOS ACTIVOS.-** Quienes hubieran suscrito el Acta Constitutiva del Club; o, solicitare por escrito y con el aval de un socio activo, su admisión para formar parte del mismo y una vez conocido sea aprobado su ingreso por parte de la Asamblea General.
- Art. 12.-** Son derechos de los socios activos y vitalicios, los siguientes:
- Elegir y ser elegidos;
 - Participar de todos los beneficios de la Entidad;
 - Recibir ayuda moral del Club como tal, y de sus miembros en caso de necesidad; y,
 - Intervenir directa y activamente en la vida del Club.
- Art. 13.-** Son deberes de los socios activos y vitalicios, los siguientes:
- Sujetarse estrictamente a las disposiciones de este Estatuto, Reglamentos Internos del Club; así como a las disposiciones y resoluciones de la Asamblea General y Directorio;
 - Concurrir a las Asambleas Generales a las que fueran convocados y participar en las deliberaciones con derecho a voz y voto;
 - Los socios activos deberán pagar las cuotas ordinarias y extraordinarias establecidas por la Asamblea General, en forma puntual;
 - Desempeñar los cargos o comisiones que les fuere encomendados;
 - Velar por el prestigio de la Institución dentro y fuera de los locales deportivos y sociales;
 - Intervenir disciplinadamente en todas las actividades sociales, culturales y deportivas del Club, siempre que fueran requeridos; y,
 - Todas las demás que se desprendieren del contenido del Estatuto y Reglamento Internos del Club.
- Art. 14.-** Las personas jurídicas no pueden ser socios de ninguna clase
- Art. 15.-** Los deberes y derechos de los socios honorarios serán determinados y regidos por el presente Estatuto y su Reglamento Interno.
- Art. 16.-** El ingreso de una persona como socio podrá ser negado por dos votos en contra del total de los miembros presentes en la Asamblea General en la que se conozcan las solicitudes de ingreso de socios, sea ordinaria o extraordinaria.

A pedido de por lo menos tres socios se llamará a una Asamblea General Extraordinaria para considerar nuevamente dicha solicitud, la misma que para ser aprobada necesitará de la mayoría absoluta de los socios, es decir, el 75% de los socios presentes.

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultrasol" del Club Aerodeportivo del Ecuador





REPUBLICA DEL ECUADOR



CONSEJO
NACIONAL DE
DEPORTES

- Art. 17.-** La forma de la presentación de las solicitudes de quienes deseen ingresar al Club como socios, estará debidamente determinada en el Reglamento Interno del Club, el mismo que no podrá contrariar a lo estipulado en el presente Estatuto.
- Art. 18.-** El carácter de socio puede suspenderse o perderse:
- 18.1.-** Puede suspenderse por las siguientes razones:
- Deber cuotas sociales por tres meses consecutivos o más;
 - Por agresiones verbales entre directores técnicos y/o deportistas;
 - Por posesión de armas u objetos peligrosos en competencias, eventos deportivos y escenarios deportivos;
 - Por negarse a participar en eventos o programaciones organizadas por el Club o por los organismos rectores del deporte a la cual la Institución es afiliada;
 - Faltar a los reglamentos en el desarrollo de actos, sesiones, competencias o cualquier evento deportivo en el que participe el Club o sea representado;
 - Actos que impliquen desacato a la autoridad;
 - Por participar en eventos cantonales, provinciales o nacionales, en representación de otro Club, sin la respectiva autorización; y,
 - Las demás contempladas en la Ley, los Estatutos, el Reglamento Interno y Reglamentaciones Internacionales.

En el caso de que el socio pida suspensión en forma voluntaria, éste deberá estar al día en sus obligaciones con el Club

- 18.2.-** El tiempo máximo que podrá durar la suspensión temporal será de un año según la gravedad de la falta. Una vez concluido el periodo de la sanción o transcurrido por lo menos el 50% del periodo de ésta, el sancionado podrá pedir su reincorporación al Club, mediante solicitud dirigida a la Asamblea General, previo informe favorable del Presidente del Club.
- 18.3.-** Para el socio suspendido temporalmente, la sanción rige para todas las actividades deportivas.
- Los sancionados por falta de pago, podrán pedir su rehabilitación, una vez que hayan cancelado todo lo adeudado.
- 18.4.-** Se garantiza a todos los socios el derecho a la defensa; de acuerdo con el procedimiento que para el caso se señale en los Reglamentos Internos del Club.
- 18.5.-** El carácter de socio se pierde en los siguientes casos:
- Por muerte del socio;
 - Por renuncia del socio; y,
 - Por expulsión decretada por la Asamblea General.

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultras" de la Vicesima Novena del Cantón...





REPUBLICA DEL ECUADOR



283
CONSEJO
NACIONAL DE
DEPORTES

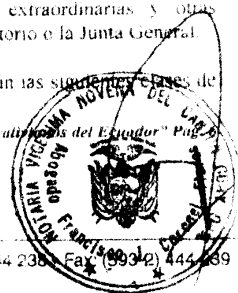
**TÍTULO IV
CAPÍTULO IV
DE LAS ACCIONES**

- Art. 19.- El Club emitirá un máximo de 50 acciones destinadas a socios accionistas. El Club no podrá tener bajo ningún concepto más de 50 acciones, salvo que la Junta General de Accionistas con un quórum de instalación y decisión del 90% de los socios accionistas, resuelva aumentar o disminuir el número de las mismas.
- Art. 20.- Las 50 acciones son nominativas, indivisibles y libremente negociables, estarán representadas por títulos unitarios, numerados en serie continua, firmados por el Presidente del Club.
- Art. 21.- Una misma persona natural o jurídica puede ser propietaria de una o más acciones.
- Art. 22.- En caso de muerte de un socio accionista, los herederos y el cónyuge sobreviviente deberán designar un representante del título común hasta que sea adjudicada la acción al beneficiario.
- Art. 23.- La calidad de socio vitalicio, honorario, o activo es personal, intransferible e intransmisible.
- Art. 24.- Si el socio accionista fuere expulsado por estar adeudando valores al Club, perderá automáticamente todo derecho sobre su acción, la misma que revertirá de hecho al Club, por consiguiente, de ser necesario, el Club podrá vender la acción y cobrar la deuda pendiente y el saldo (si lo hubiere) se lo devolverá al ex-socio.
- Art. 25.- Las acciones son libremente negociables entre personas naturales o jurídicas. El hecho de ser propietario de una acción del Club, no confiere a su titular la calidad de socio, por tanto, no podrá usar, gozar y disfrutar de las instalaciones del Club, a menos que sea calificado en la forma que se detalla en el Capítulo III de este Estatuto. El cedente deberá estar al día en sus obligaciones con el Club.

**TÍTULO V
CAPÍTULO V
DE LAS CUOTAS**

- Art. 26.- Toda acción genera cuota, y su tenedor, sea socio o no, está obligado a solucionar las cuotas ordinarias, las cuotas extraordinarias y otras obligaciones legalmente establecidas por el Directorio o la Junta General.
- Art. 27.- Los socios accionistas, activos y vitalicios pagaran las siguientes cuotas de cuotas:

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultramar del Ecuador" Págs. 6





REPÚBLICA DEL ECUADOR



283
CONSEJO
NACIONAL DE
DEPORTES


- a. **Cuotas Ordinarias.**- Son aquellas establecidas por el Directorio y que deben ser pagadas mensualmente.
- b. **Cuotas Extraordinarias.**- Son aquellas establecidas por la Junta General de Accionistas, en los casos que ella estime conveniente.

TÍTULO VI CAPÍTULO VI DE LOS ORGANISMOS DE FUNCIONAMIENTO

- Art. 28.- La vida, actividad y desenvolvimiento general del Club, estarán dirigidas y reglamentadas por la Asamblea General, por el Directorio, el Presidente y por las comisiones nombradas para el efecto, en su estricto orden, de conformidad con este Estatuto y Reglamentos Internos respectivos.

TÍTULO VII CAPÍTULO VII DE LA ASAMBLEA GENERAL

- Art. 29.- La Asamblea General es el máximo organismo de la Institución, deberá estar integrada por todos los socios que se encuentren en uso de sus derechos sociales.
- Art. 30.- La Asamblea General podrá ser ordinaria o extraordinaria. La Asamblea General Ordinaria se reunirá una vez al año, dentro de los primeros tres meses, previa convocatoria hecha por el Directorio.
- Art. 31.- La Asamblea General se instalará, con la mitad mas uno de socios activos, en caso de no existir quórum a la hora señalada, la sesión se realizará una hora después con el número de socios presentes. Dicha advertencia se hará constar en la convocatoria.
- Art. 32.- La Asamblea General Extraordinaria, se reunirá en cualquier día del año previa convocatoria del Presidente del Club o, a pedido escrito de por lo menos la tercera parte de los socios y en ella no se podrán tratar más asuntos de aquellos que consten en la convocatoria.
- Art. 33.- Toda convocatoria tanto para la Asamblea General Ordinaria, como para Asamblea General Extraordinaria, se hará mediante carta enviada a cada uno de los socios, de lo cual deberá quedar constancia de su entrega, o, por medio de avisos que deberán publicarse por tres días consecutivos en uno de los periódicos de mayor circulación de la ciudad a la que pertenece el Club; además, se fijarán carteles en lugares visibles del Club. Las convocatorias a la Asamblea General se harán con por lo menos ocho días de anterioridad a la fecha, en que deberá llevarse a cabo la misma.

 Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultrasónicos del Volcán Francisco J. Coronel" Tumbaco





REPUBLICA DEL ECUADOR



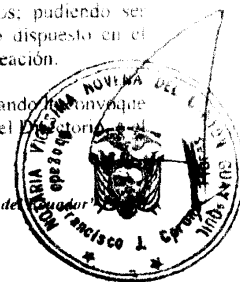
283
CONSEJO
NACIONAL DE
DEPORTES

- Art. 34.-** Toda Asamblea General deberá estar presidida por el Presidente del Club y falta o ausencia de éste, por el Vicepresidente, o por uno de los Vocales Principales en su orden.
- Art. 35.-** Las resoluciones de la Asamblea General se tomarán por mayoría simple de votos; es decir, con la mitad más uno de los votos.
- Art. 36.-** En las elecciones el voto podrá ser secreto o público a juicio de la Asamblea. La decisión de todo asunto que comprenda el buen nombre de cualquier socio, se hará necesariamente por voto público o razonado.
- Art. 37.-** Son atribuciones de la Asamblea:
- a) Elegir por votación directa, secreta o pública al Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero, Vocales Principales, Suplentes del Directorio proclamarlos y posesionarlos en sus cargos;
 - b) Discutir y aprobar los Reglamentos Internos formulados por el Directorio y someterlos a conocimiento y aprobación de la Asamblea General;
 - c) Conocer y dictaminar sobre los informes del Presidente, el Tesorero y las Comisiones;
 - d) Reformar el Estatuto y someterlo a la aprobación del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte;
 - e) Fijar cuotas ordinarias y extraordinarias a los socios;
 - f) Autorizar la adquisición y enajenación de los bienes muebles o inmuebles del Club, así como las inversiones, gastos y contratos cuya cuantía supere los mil doscientos dólares americanos;
 - g) Considerar, aprobar o negar la lista de candidatos a socios honorarios que presente el Directorio;
 - h) Aprobar el plan de acción y el presupuesto de ingresos y egresos del Club para cada año, y,
 - i) Los demás que se desprendieren del contenido del presente Estatuto.

TÍTULO VIII CAPÍTULO VIII DEL DIRECTORIO

- Art. 38.-** El Directorio es el organismo ejecutor de las actividades del Club y estará integrado por: Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero, tres Vocales Principales y tres Vocales Suplentes.
- Art. 39.-** El Directorio será elegido por un período de dos años; pudiendo ser reelegido transcurrido un período, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 88 de la Ley de Educación Física, Deporte y Recreación.
- Art. 40.-** El Directorio sesionará por lo menos una vez al mes o cuando lo convoque el Presidente, o lo soliciten por lo menos tres miembros del Directorio, en el 20% de los socios activos.

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultradivinos de





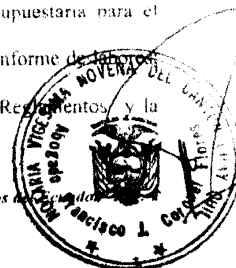
REPÚBLICA DEL ECUADOR



285
CONSEJO NACIONAL DE DEPORTES

- Art. 41.-** El quórum reglamentario para sesiones del Directorio, será el de por lo menos el 70% de sus miembros.
- Art. 42.-** El Directorio reglamentará la forma de presentación de las solicitudes de los socios que desearan ingresar al Club.
- Art. 43.-** Las resoluciones del Directorio se tomarán por mayoría de votos, es decir, con la mitad más uno de sus miembros. El Presidente tendrá voto dirimente.
- Art. 44.-** Las sesiones del Directorio serán convocadas por el Presidente, en su ausencia temporal o definitiva de este, por el Vicepresidente, o por quien haga sus veces.
- Art. 45.-** Funciones y atribuciones del Directorio:
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del presente Estatuto y de los Reglamentos, así como las resoluciones de Asamblea General;
 - Conocer acerca de las solicitudes de afiliación y presentarlas ante la Asamblea General para su aprobación o negación;
 - Elaborar la proforma presupuestaria para conocimiento y aprobación de la Asamblea General haga las designaciones;
 - Llenar internamente las vacantes que se produzcan en el Directorio;
 - Designar las comisiones que sean necesarias para el buen funcionamiento del Club.
 - Juzgar y sancionar a los socios de conformidad con las disposiciones reglamentarias, respetando en todo caso el derecho a la defensa;
 - Presentar a consideración de la Asamblea General, la lista de candidatos a socios honorarios;
 - Nombrar anualmente en una de sus tres primeras sesiones: un síndico, un médico, y otros funcionarios indispensables para el mejor funcionamiento del Club.
 - Nombrar los empleados del Club, que a su juicio sean necesarios para la buena marcha y señalarles sus obligaciones y remuneraciones;
 - Expedir su propio Reglamento y presentar el proyecto de Reglamento Interno del Club, para la aprobación de la Asamblea General;
 - Autorizar inversiones o gastos mayores a quinientos hasta mil doscientos dólares americanos; así como contratos cuyas cuantías estén comprendidas dentro de dicha cantidad.
 - Presentar ante la Asamblea General para su conocimiento y aprobación (en su primera sesión ordinaria) la proforma presupuestaria para el período inmediato;
 - Presentar anualmente ante la Asamblea General su informe de gestión y,
 - Todas las demás que les asigne este Estatuto, los Reglamentos, y la Asamblea General.

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Utravivianos" de Quito





REPUBLICA DEL ECUADOR



283
CONSEJO NACIONAL DE DEPORTES

**TÍTULO XIV
CAPÍTULO XIV
DE LAS COMISIONES**

- Art. 57.-** El Directorio al iniciar sus labores, conformará las siguientes Comisiones:
- Una por cada rama deportiva que se practique en el Club;
 - Económica o de Finanzas y Presupuesto;
 - De Educación y Disciplina;
 - De prensa y Propaganda; y,
 - De Relaciones Públicas.
- Art. 58.-** Las Comisiones estarán formadas e integradas por tres Vocales, de entre quienes se nombrará un Presidente y un Secretario. En ningún caso las Comisiones podrán tener menos de tres miembros.
- Art. 59.-** Corresponde a las Comisiones:
- Informar anualmente al Directorio de su labor y presentar las sugerencias que sean necesarias;
 - Sesionar por lo menos una vez al mes en forma independiente a la del Directorio;
 - Elaborar un plan de trabajo para cada temporada deportiva incluyendo el presupuesto correspondiente;
 - Nombrar delegados que estén presentes en las prácticas deportivas;
 - Conocer los informes del cuerpo técnico y del cuerpo médico y adoptar las medidas para solucionar los problemas en caso de haberlos;
 - Mantener buenas relaciones entre los miembros del Club y de este con otras Entidades similares;
 - Atender y resolver en primera instancia los reclamos de los deportistas y de los socios en general y buscar su solución;
 - Mantener informado al Directorio en forma mensual de todas las labores cumplidas por su comisión; y,
 - Las demás atribuciones que asignen este Estatuto, los Reglamentos, el Directorio y la Asamblea General.
- Art. 60.-** Los miembros de las comisiones de cada deporte serán responsables de los deportistas que se encuentren a su cargo, debiendo tener cuidado de que las fichas respectivas se encuentren ordenadas y que dichos deportistas se encuentren debidamente inscritos, y al día en el pago de sus cuotas.

**TÍTULO XV
CAPÍTULO XV
DE LAS SANCIONES Y PENAS**

- Art. 61.-** No podrán ser miembros del Club, aquellas personas que hayan sido expulsadas de los organismos deportivos que rigen y regulan en el deporte a nivel cantonal, provincial o nacional.

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultraviolanda" de Ecuador





REPUBLICA DEL ECUADOR



28
CONSEJO
NACIONAL DE
DEPORTES

- d. Los socios que realicen actos ilícitos, con el objeto de obtener beneficios económicos en desmedro de los ingresos y pertenencias del Club.
- e. En caso de agresión física entre dirigentes, entrenadores, técnicos, jueces, árbitros, deportistas y socios en general;
- f. Por traición a la Entidad a la que pertenecen; y,
- g. Por las demás que se indiquen en el Reglamento Interno del Club

**TÍTULO XVI
CAPÍTULO XVI
DE LOS EMPLEADOS**

- Art. 67.- Los empleados están obligados a cumplir estrictamente el Estatuto, los Reglamentos, las órdenes de las autoridades del Club, las disposiciones del Club y las disposiciones legales pertinentes.
- Art. 68.- Todo contrato con los empleados del Club, deberá constar por escrito.

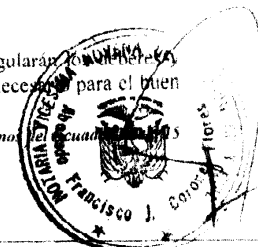
**TÍTULO XVII
CAPÍTULO XVII
DE LA LIQUIDACIÓN DEL CLUB**

- Art. 69.- Llegado el caso de terminación del Club por cualquier causa, se procederá a su liquidación de conformidad con lo previsto en el Código Civil, la Asamblea General dispondrá del activo líquido de conformidad con la Ley.
- Art. 70.- En caso de liquidación voluntaria del Club, ésta deberá ser conocida en la Asamblea General Extraordinaria a la que deberán concurrir por lo menos del 90% de los socios activos, deberá ser aprobada por una mayoría de 80% de los concurrentes.

**TÍTULO XVIII
CAPÍTULO XVIII
DISPOSICIONES GENERALES**

- Art. 71.- Las resoluciones y disposiciones de la Asamblea General, del Directorio y de las Comisiones que deben notificarse a los socios. Se considerarán conocidos por éstos, por las comunicaciones particulares que le sean entregadas, por las publicaciones hechas por la prensa de la ciudad, o por los avisos colocados en lugares visibles de la sede permanente del Club.
- Art. 72.- Cualquier reclamación de los socios, deberán ser presentadas al Secretario del Club, por escrito y debidamente firmadas.
- Art. 73.- En el respectivo Reglamento Interno del Club se regularán las obligaciones del Síndico, Médico y demás personal necesario para el buen funcionamiento del Club

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Uraliviano"





- Art. 74. Es absolutamente prohibido, sacar fuera del local, bienes muebles o equipos deportivos de cualquier espectre que pertenezcan al Club, salvo para su reparación o en el caso de competencias, los mismos que quedarán bajo responsabilidad absoluta del socio que lo solicite, debiendo en caso de pérdida, daño o deterioro del equipo, proceder a su reposición.
- Art. 75.- El Sindico, Médico y demás funcionarios nombrados por el Directorio, se sujetarán a las disposiciones del presente Estatuto y sus respectivos Reglamentos.
- Art. 76.- El Club "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR", a mas de los deportes de Basketball, Voleibol y de aeronavegabilidad, regentará también la practica de otras disciplinas deportivas
- Art. 77.- Los colores del Club serán morado y turquesa.

**TÍTULO XIX
CAPÍTULO XIX
DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

PRIMERA: El Club "ULTRALIVIANOS DEL ECUADOR" en el plazo de noventa días, a partir de la fecha de aprobación de este estatuto, expedirá el reglamento interno correspondiente, y, los reglamentos que considere necesarios.

SEGUNDA: Una vez aprobado legalmente este estatuto, el Directorio ordenará su impresión en folletos y su distribución entre los socios.

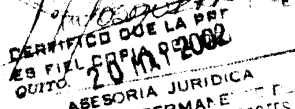
TERCERA: El presente acuerdo entrará en vigencia a partir de esta fecha.

COMUNIQUESE

Dado en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, a **17 MAYO 2002**


Ing. Eduardo Encalada Zamora
SECRETARIO NACIONAL DE DEPORTES




CERTIFICADO QUE LA PEF
ES FIEL COPIA
QUITO, 20 MAYO 2002
ASESORIA JURIDICA
SECRETARIA PERMANENTE F.L.
CONSEJO NACIONAL DE DEPORTES

Estatuto Club Social, Cultural y Deportivo "Ultralivianos del Ecuador" Pág. 16

ANEXO # 3 – PAPELERÍA CFN

Credipyme CFN

Destino:

- 1) **Activo fijo:** Incluye financiación de terrenos, inmuebles y construcción (asociados a un proyecto).
- 2) **Capital de Trabajo:** excluyendo gastos no operativos
- 3) **Asistencia Técnica**

Beneficiario:

- 1) Persona Natural
- 2) Persona Jurídica privada
- 3) Persona Jurídica con capital social mixto

Monto:

- 1) Desde US \$25.000 hasta US \$500.000
- 2) Valor a financiar: Hasta el 70% de la inversión para proyectos nuevos y hasta el 90% para proyectos de ampliación

Plazo:

- 1) **Activo fijo:** 10 años.
- 2) **Capital de Trabajo:** 2 años.
- 3) **Asistencia Técnica:** 2 años.

Período de Gracia:

- 1) **Activo fijo:** hasta 2 años.
- 2) **Capital de Trabajo:** hasta 6 meses.
- 3) **Asistencia Técnica:** hasta 6 meses.

Garantía:

Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. Dichas garantías no podrán ser inferiores al 140% de la obligación garantizada.

SOLICITUD DE PRE-ANÁLISIS PERSONAS JURÍDICAS RPCP-16			
Fecha de solicitud (aa-mm-dd): _____			
DATOS DEL CRÉDITO E INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO			
Tipo de proyecto :		Nuevo <input type="checkbox"/>	Ampliación <input type="checkbox"/>
Actividad a desarrollar:			
Descripción del proyecto:			
Monto del proyecto		Crédito total solicitado: US \$	
Plazo		Período de gracia	
Ubicación del proyecto			
Provincia	Ciudad	Cantón	
Parroquia	Calle	No.	
Teléfono	Celular	E-mail	
Información adicional			
Número de empleados:	Volúmenes de ventas:	Actual:	Proyectado:
	Descripción	Monto US\$	
Materia prima o insumos			
Tecnología			
Inversiones			
Beneficios esperados			
Fuente de repago			
Descripción de la garantía			Valor referencial
DATOS DE LA EMPRESA			
Razón social:			
RUC	Actividad		
Capital social	Fecha de constitución (aa-mm-dd)		
Nombre representante legal			CI No.
ACCIONISTAS			
Nombre	No. CI	% Participación	
UBICACIÓN DE OFICINAS			
Provincia	Ciudad	Cantón	
Parroquia	Calle	No.	
Sector/barrio	Dpto.	Piso	
Teléfono	Celular	E-mail	
Tipo de ocupación de oficina actual:	Propia sin hipoteca <input type="checkbox"/>	Propia hipotecada <input type="checkbox"/>	Arrendada <input type="checkbox"/>
	Prestada <input type="checkbox"/>	Con familiares <input type="checkbox"/>	
Tiempo de utilización de la oficina actual:	Años:	Meses:	
Si la oficina es arrendada, nombre del arrendador:		Teléfono	Valor del alquiler
Si la dirección de la oficina actual es menor a dos años, complete lo siguiente:			
Dirección anterior (calle, ciudad)			
Propietario <input type="checkbox"/>	Inquilino <input type="checkbox"/>	Familiares <input type="checkbox"/>	No. de años
Si la oficina fue arrendada, nombre del arrendador:		Teléfono	Valor del alquiler

NOTAS

1. Queda entendido que la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, también se podrá denominar en esta solicitud, la Corporación o CFN.
2. Declaro (amos) bajo la gravedad de juramento, que los datos asentados en mi (nuestra) solicitud de crédito son correctos, reconociendo que la CFN tiene el derecho y está plenamente facultada a comprobar la identidad del solicitante; la veracidad y autenticidad de los datos que hubiese proporcionado; la capacidad crediticia conforme a las sanas prácticas y condiciones del mercado; la realización del avalúo practicado por un avaluador autorizado; y, a cumplir con todas las normas y formalidades que establecen las leyes y reglamentos para el otorgamiento de los créditos.
3. Acuerdo (amos) que tengo (emos) una obligación continua de enmendar y/o suplir la información proporcionada en esta solicitud, si alguno de los hechos esenciales que he (mos) expuesto aquí cambiara antes del cierre de la transacción.
4. En caso de cambio de domicilio y/o teléfonos (s) para notificaciones, me (nos) comprometo (emos) a informar a la CFN en un máximo de 7 días a partir del cambio.
5. Convengo (imos) que no prosperará el trámite de la presente solicitud, si falta alguno de los documentos solicitados por la CFN y que atiende al objeto o al destino del crédito solicitado.
6. Declaro (amos) que los fondos recibidos no serán destinados a ninguna actividad relacionada con el cultivo, producción, consumo o comercialización de sustancias estupefacientes y sicotrópicas o cualquier otra actividad tipificada en la Ley de Sustancias Estupefacientes y Sicotrópicas.
7. Autorizo (amos) a la CFN a que efectúe todas las indagaciones que razonablemente considere oportuno realizar, para comprobar el origen o destino de los fondos recibidos o entregados, sin que la CFN esté obligada a realizar la comprobación de esta declaración. En caso de que se inicien investigaciones sobre mi persona (nosotros), relacionadas con las actividades antes señaladas, la CFN podrá proporcionar a las autoridades competentes, la información que éstas demanden.
8. Declaro (amos) voluntariamente que el uso de la propiedad asociada a la presente solicitud, será únicamente para habitarle de acuerdo a lo declarado en los "Datos del crédito e información sobre el proyecto" en esta solicitud y que la propiedad no se utilizará para ningún propósito ilegal o prohibido.
9. Reconozco (cemos) y acuerdo (amos) que la verificación o reverificación de cualquier información contenida en esta solicitud, puede realizarse a través de cualquier fuente de información y en cualquier momento por el prestador, sus agentes, sucesores y cesionarios, ya sea directamente o a través de un tercero y que el original de esta solicitud será retenida por el prestador, aunque el préstamo no se apruebe.
10. De igual forma, la CFN queda expresamente autorizada para que pueda utilizar, transferir o entregar dicha información a autoridades competentes, organismos de control, buró de información crediticia y otras institucionales o personas jurídicas legal reglamentariamente facultadas, así como para que pueda hacer público mi (nuestro) comportamiento crediticio. Adicionalmente autorizo (amos) se proporcione cualquier información de carácter financiero y comercial que requiera un tercer interesado en adquirir la cartera de la CFN o para efectos de emisión de títulos con base en dicha cartera.

- Acuerdo (amos) que el título del préstamo puede transferirse a un sucesor o cesionario del prestador sin avisarme (nos), y/o la administración de la cuenta del préstamo, puede transferirse a un gente, sucesor o cesionario del prestador con previo a aviso a mi (nosotros).
- Declaro (amos) conocer y aceptar los términos y condiciones, así como el monto financiado, el monto líquido, la carga financiera y la suma total de las cuotas del crédito solicitado, que constan expresamente detallados y explicados en el anexo que he (mos) recibido y que forma parte integrante de esta solicitud.

Nombre y firma del representante legal

DOCUMENTACIÓN REQUERIDA QUE DEBERÁ SER ENTREGADA POR EL SOLICITANTE

1. Solicitud de pre-análisis
2. Copia del RUC actualizado de la compañía
3. Copia de la cédula de identidad del (los) representante (s) legal (es)
4. Copia de los nombramientos de los administradores

**AUTORIZACIÓN PARA CONSULTA EN CENTRAL DE RIESGOS
RPCP-15**

Fecha: _____

AUTORIZACIÓN

Yo, _____ con cédula de ciudadanía número _____, autorizo a la CFN para que de forma expresa e irrevocable, obtenga de cualquier fuente de información y en cualquier momento, referencias relativas a mi comportamiento crediticio, al cumplimiento de mis obligaciones y, en general, cualquier información relevante para conocer mi desempeño, capacidad de pago o para valorar el riesgo futuro de concederme el crédito.

Nombre

Firma

ANEXO 4

Detalle de Sueldos y Salarios

Costos de personal						
Nómina		Sueldo		Costos Laborales		Anual
Gerente General	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 1.050,00	\$ 4.550,00	\$ 54.600,00
Asistente de Gerencias	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 210,00	\$ 910,00	\$ 10.920,00
Gerente Administrativo Financiero	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 900,00	\$ 3.900,00	\$ 46.800,00
Gerente Marketing	1	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 630,00	\$ 2.730,00	\$ 32.760,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 450,00	\$ 1.950,00	\$ 23.400,00
Personal de mantenimiento	5	\$ 400,00	\$ 2.000,00	\$ 600,00	\$ 2.600,00	\$ 31.200,00
TOTAL GASTOS ADMINIST		\$ 11.200,00	\$ 12.800,00	\$ 3.840,00	\$ 16.640,00	\$ 199.680,00
COSTOS DE PERSONAL						
Pilotos	4	\$ 700,00	\$ 2.800,00	\$ 840,00	\$ 3.640,00	\$ 43.680,00
Mecánicos	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00	\$ 720,00	\$ 3.120,00	\$ 37.440,00
ayudante mecánico	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$ 360,00	\$ 1.560,00	\$ 18.720,00
TOTAL COSTOS						\$ 99.840,00
TOTAL GASTOS PERSONAL						\$ 299.520,00

ANEXO 5

Detalle de Costos

Tipo de Vuelo	# Vuelos	Total galones	# Galones	COMBUSTIBLE		MANTENIMIENTO	
				\$ de Galón	Total Combustible	\$ Serv. Mant por C/ avión	Total Mant.
Vuelos Turísticos	1536	21504	14	0,95	\$20.428,80	\$ 20,00	\$30.720,00
Vuelos de Encomiendas GYE-Manta/ GYE Machala	192	2688	14	0,95	\$ 2.553,60	\$ 20,00	\$ 3.840,00
Saltos libres Paracaidismo	24	336	14	0,95	\$ 319,20	\$ 20,00	\$ 480,00
					\$23.301,60		\$35.040,00

Anexo # 6

Detalle de Depreciaciones

Activos Existentes	\$ Uni	Cant	Valor	Depreciación	
				Años	Monto
Terrenos	40	6000	\$ 240.000,00		-
Pista de despegue y aterrizaje	300	1500	\$ 450.000,00	5	90.000,00
Edificaciones Existentes (s/g avalúo)	250	600	\$ 150.000,00	10	15.000,00
Aviones (Motores y Fuselaje)	50000	8	\$ 400.000,00	10	40.000,00
Equipos y Herramientas			\$ 5.000,00	5	1.000,00
Equipos de Salto	1800	5	\$ 9.000,00	5	1.800,00
TOTAL			\$ 1.254.000,00		\$ 147.800,00

Nuevas Instalaciones	\$ Uni	Cant	Valor	Depreciación	
				Años	Monto
Remodelación Instalaciones			\$ 50.000,00	20	2.500,00
Generador Eléctrico (incl. Instalación)	25000	1	\$ 25.000,00	10	2.500,00
Cancha de tenis	14000	1	\$ 14.000,00	10	1.400,00
cancha de futbol sintética	50000	1	\$ 50.000,00	10	5.000,00
juegos infantiles cancha			\$ 10.000,00	10	1.000,00
multifuncional Restaurante	16000	1	\$ 16.000,00	10	1.600,00
remodelación Bar			\$ 15.000,00	20	750,00
Remodelación Paintball			\$ 5.000,00	20	250,00
			\$ 5.000,00	10	500,00
TOTAL			\$ 190.000,00		\$ 15.500,00

Muebles y Enseres de Oficina	\$ Uni	Cant	Valor	Depreciación	
				Años	Monto
Computadores	700	9	\$ 6.300,00	5	1.260,00
Escritorios y papelería	1500	9	\$ 13.500,00	10	1.350,00
TOTAL			\$ 19.800,00		2.610,00

TOTAL ACTIVOS Y DEPRECIACIONES

\$ 1.463.800,00

\$ 165.910,00

Anexo # 7

Detalle de Activos Existentes

Activos Existentes	\$ Uni	Cant.	Valor	Depreciación	
				Años	Monto
Terrenos	40	6000	\$ 240.000,00		-
Pista de despegue y aterrizaje	300	1500	\$ 450.000,00	5	90.000,00
Edificaciones Existentes (s/g avalúo)	250	600	\$ 150.000,00	10	15.000,00
Aviones (Motores y Fuselaje)	50000	8	\$ 400.000,00	10	40.000,00
Equipos y Herramientas			\$ 5.000,00	5	1.000,00
Equipos de Salto	1800	5	\$ 9.000,00	5	1.800,00
TOTAL			\$1.254.000,00		\$ 147.800,00