

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO



Gold Tennis Club

Trabajo Final Planificación De Empresas De
Hospitalidad

Plan De Negocio, Club de Tennis en Loja, Ecuador.

J. Esteban Terán & J. Andrés Jaramillo

19/04/2012

sf

Contenido

1. SUMARIO EJECUTIVO	2
2. CONCEPTO DEL PROYECTO	2
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	3
3.1. ENTORNO MACROECONOMICO	3
3.2. ANALISIS DE SITIO	6
3.2.1. Localización	6
3.2.2. Adaptabilidad y Conveniencia Física	6
3.2.3. Acceso y visibilidad	7
3.3. ANALISIS DEL VECINDARIO.....	10
3.4. ANALISIS DEL AREA DE MERCADO	11
3.5. ANALISIS DE LA OFERTA	12
3.6. ANALISIS DE LA DEMANDA	13
4. COSTOS TOTALES.....	14
4.1. PROPUESTA DE INVERSION	15
4.2. PRONOSTICO DE INGRESOS Y GASTOS.....	15
4.2.1. Rentabilidad del proyecto.....	16
5. DISEÑO Y ARQUITECTURA:.....	16

1. SUMARIO EJECUTIVO

El proyecto consiste en la creación de un club deportivo y social con el propósito de lucrar de las ventas de las membresías del mismo. En el aspecto deportivo, el club tendrá seis canchas de tenis, dos canchas de fútbol, una piscina olímpica y un gimnasio. Además habrá dos piscinas recreativas, un restaurante y un salón de eventos.

Este proyecto se realizará en la ciudad de Loja, en la zona de Amable María (a 15 minutos del centro de la ciudad). En esta zona hay un rápido crecimiento de áreas residenciales de un nivel socio-económico alto, siendo el mercado del proyecto. Cabe recalcar que en la provincia no existe un proyecto del mismo concepto, por lo tanto no hay barrera de entrada y nos espera un mercado por ser explotado.

Se pretende vender entre cuatrocientas a cuatrocientas cincuenta membresías dentro de un período de cuatro años. Ciento cincuenta de estas membresías serán pre-vendidas dentro de un plazo de los primeros dos años del proyecto, momento en el cual se planea asignar la apertura oficial del club. Esto nos permitirá financiar un 55% del proyecto con dinero de los socios futuros, y el 45% restante será dividido en dos partes iguales. La primera será asumida por los mismos promotores del proyecto con un 22.5%, y el porcentaje restante, (22.5% que equivale a \$850,000) será ofrecido a un inversionista, o grupo de los mismos, con interés de entrar en un proyecto rentable como es éste.

2. CONCEPTO DEL PROYECTO

En primer lugar, es necesario determinar el tipo de empresa que se constituirá. Consideramos que una sociedad anónima sería lo más conveniente por lo que se puede vender y comprar las acciones de la misma más fácilmente; como veremos posteriormente, el objetivo de nuestra propuesta es la venta de éste complejo.

El concepto de nuestro negocio consiste en la creación de un club social deportivo con instalaciones de primer nivel en donde se pueden realizar diversas actividades,

haciéndolo un lugar que brindar buena comida, salud, entretenimiento y ocio. Al no haber un concepto similar en la ubicación deseada, nos permite entregar una experiencia única a nuestros socios. El proyecto estará ubicado en las afueras de la ciudad de Loja, donde existe un gran crecimiento económico y un amplio mercado para nuestro concepto. El terreno está estratégicamente escogido, por lo que se encuentra a 15 minutos del centro de la ciudad, en el sector Amable María, el cual actualmente está convirtiéndose en una zona residencial, donde se encuentra nuestro mercado meta. Estamos dirigidos a un “target” de clase media-alta, alta, que tiene una demanda con mucho potencial, en especial porque se busca una alta calidad de vida y estatus. Por esta razón, es importante ofrecer instalaciones de lujo acompañadas de un servicio excepcional, y un ambiente distintivo, sin embargo cómodo.

El proyecto consiste de instalaciones deportivas, recreativas, de ocio, y sociales. Se construirá canchas de tenis, canchas de fútbol, piscina olímpica, piscina recreativa, área de niños, salón de eventos, restaurante, y un gimnasio. Estimamos que esta construcción requerirá de aproximadamente 15,000 metros cuadrados en un lote de 30,000 metros cuadrados (3 hectáreas) para así obtener espacios amplios con una separación adecuada entre instalaciones y una posibilidad de crecimiento en un futuro. Calculamos que estas instalaciones tendrán amplia capacidad que permitirá satisfacer una demanda de 450 socios, que a través de los años irá creciendo de generación en generación. Los detalles de cada área se encuentran más adelante.

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1. ENTORNO MACROECONOMICO

Para los años 2011 y 2012, el crecimiento económico se sustentaría en mayores niveles de inversión así como en las exportaciones totales, básicamente las petroleras, mientras que en el año 2013 el crecimiento estaría determinado especialmente por inversión así como por el consumo de los hogares, el cual favorece a proyectos como éste.

Como resultados del primer trimestre de 2011 el PIB del Ecuador continúa creciendo fuertemente, dándonos así un crecimiento anual de 8.6% (trimestral). Lo

que ha hecho que este crecimiento sea fundamental, son los tres principales motores de crecimiento: la inversión, las exportaciones y el consumo de los hogares.

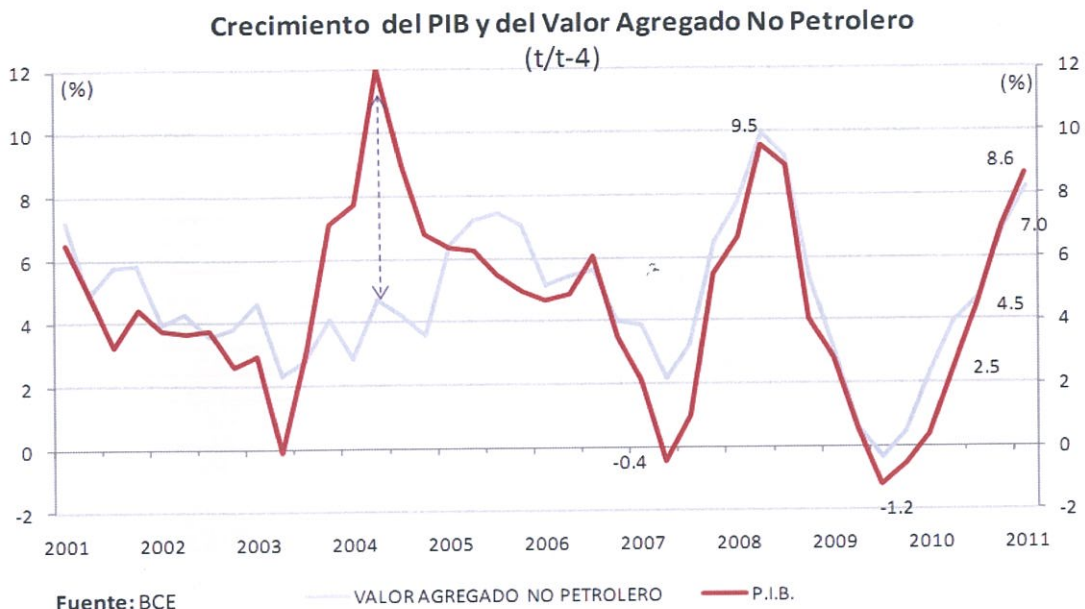


Figure 1

Como se puede ver en el gráfico, el PIB esta de la mano con el valor agregado no petrolero lo que nos da un indicio de crecimiento económico.

A continuación en el siguiente gráfico se puede observar como el PIB va gradualmente subiendo hasta llegar a un total de 79,841,641 miles de dólares en el 2014. Al ser una variable positiva para el país, al Producto Interno Bruto se le debe poner mucho énfasis para cumplir las metas propuestas y seguir aumentándolo para poder tener una mejor calidad de vida.

Sector Real

OFERTA Y UTILIZACION FINAL DE BIENES Y SERVICIOS				
Miles de dólares				
Variables \ Años	2011 (prev)	2012 (prev)	2013 (prev)	2014 (prev)
PIB (pc)	62,043,021	68,085,867	74,490,240	79,841,641
IMPORTACIONES	21,970,000	23,409,000	24,632,000	26,178,000
OFERTA FINAL	84,013,021	91,494,867	99,122,240	106,019,641
CONSUMO FINAL TOTAL	48,261,946	52,351,021	56,465,612	60,737,666
Administraciones públicas	7,486,570	7,961,315	8,472,880	9,020,464
Hogares	40,775,376	44,389,706	47,992,732	51,717,203
FORMACION BRUTA DE CAPITAL FIJO TOTAL	15,004,969	16,408,549	17,887,331	19,010,077
VARIACION DE EXISTENCIAS	898,106	1,145,297	785,297	971,897
EXPORTACIONES	19,848,000	21,590,000	23,984,000	25,300,000
DEMANDA FINAL	84,013,021	91,494,867	99,122,240	106,019,641

Table 1

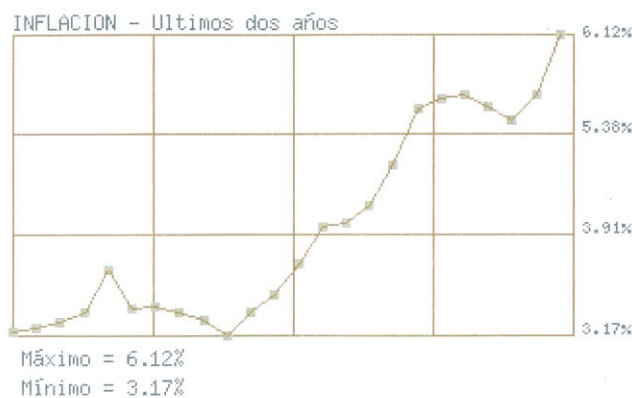


Figure 2, fuente BCE

En cuanto a la inflación, en los últimos dos años se ha dado un incremento inflacionario anual del 3.17% al 6.12%. Esto se ha dado por un alto incremento de precios (IPC), y un aumento del sueldo básico desproporcional en relación a la inflación. El salario básico tuvo un incremento del 11%

(de \$264 a \$292) mientras que la inflación se encontraba alrededor del 5.5%.

En el aspecto político, se puede decir que hay un poco más de estabilidad a comparación otros tiempos, por lo que Rafael Correa ha estado en poder desde el 15 enero del 2007. Sin embargo, ciertas decisiones que se han tomado y ciertos acontecimientos (como ejemplo la valija diplomática con droga), han dado como resultado una política inestable y se ha perdido la atracción de grandes inversionistas extranjeros, que mas bien ven a Colombia o al Perú como una inversión más segura. Sin embargo, cabe recalcar que con un alto precio de petróleo, un gran incremento en las

tasas de impuestos, entre otros ingresos fiscales, el gobierno ha incrementado el gasto público de tal manera que puede ser ventajoso para nuestro proyecto ya que en zonas en pleno desarrollo como es Amable María en Loja donde se tiene carreteras nuevas y cableado subterráneo.

3.2. ANALISIS DE SITIO

3.2.1. Localización

Como mencionamos antes, el terreno se encuentra en las afueras de la ciudad de Loja, en un barrio denominado Amable María, a 11 kilómetros desde el centro de la ciudad (15 a 20 minutos). Las vías principales son la Avenida Salvador Bustamante Celi y la calle Romero Idrovo. Estas vías fueron asfaltadas recientemente, con el propósito de mejorar la accesibilidad a la zona y el crecimiento de la misma.

3.2.2. Adaptabilidad y Conveniencia Física

El terreno cuenta con 10 metros de pendiente a lo largo de 206 metros como se aprecia en el mapa a continuación. Se requerirá de un poco de relleno para nivelar el terreno que tiene un 5% de pendiente. El suelo tiene humus en algunos lados, y en lo que es característico en la zona es la tierra arcillosa. En términos generales, el terreno no necesita de mayor modificación, lo cuál facilita la construcción y no aumenta los costos en gran cantidad. El terreno no contiene ninguna construcción, pero requiera de una limpieza, nivelación, y un aumento de tierra más fértil para así poder crear áreas verdes y jardines.



Figure 5 Vista desde la Av. Salvador Bustamante Celi

3.2.4. Servicios Básicos

En la zona, contamos con acceso a todos los servicios básicos como luz, agua, y teléfono. Por la construcción de urbanizaciones en el sector, se ha implementado cableado subterráneo para lo que es luz y teléfono y se dirige hasta las proximidades de “nuestro” terreno. En cuanto al agua, existen tanques de agua potable a aproximadamente un kilómetro del terreno, y contamos con la proximidad del río Zamora con el cual se puede considerar implementar un sistema de riego para los exteriores del proyecto. En cuanto al

gas, se ha determinado instalar el sistema de gas centralizado, que es lo que se usa actualmente, es más económico y en lo referente a seguridad es mejor. Loja se ha caracterizado dentro de los últimos años por tener uno de los mejores sistemas de recolección y tratamiento de la basura, dentro del proyecto se utilizarían los dos tachos de basura, la verde y la negra, en donde se separa la basura renovable y no renovable. La ubicación tiene acceso a todos los servicios mencionados. En conclusión, no habría dificultades en cuanto a la disponibilidad de los servicios básicos necesarios.

3.2.5. Situación legal y Regulaciones Municipales Aplicables

Tabla 3.1

Como podemos observar en la tabla 3.1, el lote mínimo es de 375m², y el máximo de 625m². Esto quiere decir que requerimos de 48 lotes para el proyecto. Es importante respetar los retiros, los cuales no son de mayor preocupación dado a que el calculo de la cantidad de tierra necesaria para el proyecto tiene un

Table 2

NORMATIVAS	
DISTRITO	3
SECTOR	10
ÁREA APROXIMADA	11053.45m ²
PENDIENTE	Relativamente plano P = 10%
DENSIDAD BRUTA	175hab/Ha
ALTURA MÁXIMA	HASTA 2 PISOS
COS MÁXIMO	DE 65% A 80%
CUS MÁXIMO	DE 130% A 560%
LOTE MÁXIMO	DE 275m ² A 625m ²
LOTE PROMEDIO	DE 220m ² A 500m ²
LOTE MÍNIMO	DE 165m ² A 375m ²
RETIRO FRONTAL	5m
RETIRO POSTERIOR	4m
RETIRO LATERAL	3m

excedente para "imprevistos" como puede ser una ley de retiro frontal, que en un futuro puede incrementar, y por eso se considerará un retiro de 6m en lugar de 5m.

El avalúo comercial de la zona en promedio es de \$50 por metro cuadrado. Esto quiere decir que la compra de 30,000m² requiere de una inversión de \$1.5 millones sólo

actualmente existen dos proyectos de urbanización en construcción para el mismo “target”.

Por el reciente crecimiento de la zona, en este momento existe bastante tierra disponible aunque estas condiciones no serán las mismas en un futuro cercano ya que mucha gente va a querer adquirir tierra en esta zona. Es de suma importancia mencionar que no tenemos competencia directa ya que no existe este concepto tanto en la zona como en la ciudad de Loja, lo cual nos convierte en los únicos ofertantes de este concepto. Prevemos que crearíamos una barrera de mercado bastante fuerte ya que una vez en funcionamiento, captaremos a toda la demanda existente de Loja, lo cual no sería conveniente realizar otro proyecto de concepto similar por lo que la oferta sería demasiado alta para una demanda ya satisfecha.

Finalmente, podemos concluir que la zona es ideal para nuestro concepto tanto en el aspecto climático, deportivo, social, económico y muchas otras variables que juntas aportan positivamente a la factibilidad de la creación de este proyecto.

3.4. ANALISIS DEL AREA DE MERCADO

Al escoger la ubicación del terreno, estamos atacando al mercado “target” ya que el sitio es estratégico por lo que se encuentra a una distancia cómoda y accesible para toda la demanda que generaríamos. Esto quiere decir que el proyecto genera su propia demanda y busca a su mercado estratégicamente en cuanto a ubicación y concepto. Al ubicarnos en éste terreno, se captura a nuestro mercado que se encuentra dentro de una circunferencia de 10 kilómetros, que incluye a gran parte de la ciudad de Loja y a toda la zona residencial de clase media-alta, alta. En el Anexo 1¹, se puede observar el estudio demográfico y poblacional obtenido en el último censo, sin embargo, éste estudio no es de gran ayuda a nuestro proyecto por lo que nos dirigimos a un porcentaje muy bajo de la población total de la provincia.

Sin embargo, éstos resultados también pueden servir para ver el crecimiento poblacional, el cual tiene una alta tendencia de crecimiento. Esto significa que aunque nuestro mercado sea un pequeño porcentaje de la población, igual crecerá rápidamente.

¹Anexo 1 pág. 15

Por otro lado, en el anexo 2², podemos observar la fuerza laboral disponible en la zona, que por cierto, es bastante alta dado a que hay una alta tasa de desempleo.

3.5. ANALISIS DE LA OFERTA

Table 3

Tabla 3.2	GOLD TENNIS CLUB	CUENCA TENIS Y GOLF CLUB
Ubicación	<i>Loja</i>	<i>Cuenca</i>
Tipo de Administración	<i>Socios</i>	<i>Socios</i>
Imagen (excelente, muy buena, buena, regular, mala)	<i>muy buena</i>	<i>excelente</i>
Acceso y visibilidad	<i>muy buena</i>	<i>muy buena</i>
Condicion Física (1-5)	<i>4</i>	<i>5</i>
Segmento de mercado	<i>medio-alto, alto</i>	<i>medio-alto, alto</i>
salón social	<i>1</i>	<i>1</i>
Capacidad Total personas	<i>600</i>	<i>800</i>
Restaurantes	<i>1</i>	<i>2</i>
Capacidad Total personas	<i>90</i>	<i>200</i>
Amenidades		
Gimnasio	<i>si</i>	<i>si</i>
Sauna	<i>si</i>	<i>si</i>
Turco	<i>si</i>	<i>si</i>
Jacuzzi	<i>si</i>	<i>si</i>
Canchas Deportivas		
Tenis	<i>6</i>	<i>9</i>
Futbol	<i>2</i>	<i>0</i>
Piscina Olimpica	<i>1</i>	<i>0</i>
Piscina semi-olimpica	<i>0</i>	<i>1</i>
Piscina Recreacional	<i>2</i>	<i>2</i>
Golf	<i>0</i>	<i>1</i>

²Anexo 2 pág. 16

La radiografía de la competencia que se muestra en la tabla 3.2, es una comparación con un club del mismo tipo en cuenca ya que en la ciudad de Loja no contaríamos con ninguna competencia.

Al no tener competencia en la misma ciudad, tomamos al Cuenca Tennis y Golf club como referencia ya que tienen un concepto muy similar al nuestro, a diferencia que cuentan con un campo de golf, que en el caso nuestro no es necesario ya que no existe el mercado ni la cultura para hacerlo. Sin embargo, es de suma importancia compararnos con este club y de igual forma iniciar una buena relación con ellos, con el fin de crear una lista de corresponsalías que nos permita mantener una relación con el resto de clubs tanto a nivel nacional como internacional. La razón por la cual quisiéramos realizar esta lista es porque entre negocios similares se tiene una relación muy conveniente de la cual quisiéramos formar parte. Por ejemplo, el Cuenca Tennis y Golf Club mantiene convenios con alrededor de 18 clubs, entre los cuales están, el Rancho San Francisco, el Condado, Arrayanes, Country Club Guayaquil, Club Deportivo El Rodeo en Colombia.

3.6. ANALISIS DE LA DEMANDA

Realizamos un análisis de las urbanizaciones que existen en la ciudad de clase media-alta y alta para así determinar un promedio de la demanda disponible a nuestro proyecto. En el barrio Amable María, que es donde se realizara el club, se encuentra la urbanización Portal II y Portal III, entre estas dos suman 62 casas. En el sector de la Rodríguez Vitt que esta a casi 5 kilómetros del proyecto, hay 83 familias y en urbanizaciones cernas e incluyendo el centro de la ciudad se contabilizaron más de 300 familias. Se pidió también información en los colegios, Liceo de Loja, Cordillera y Eugenio Espejo ya que en estas instituciones estudian niños y jóvenes que pertenecen a nuestro mercado, entre los tres colegios superan las 1500 familias, esto nos da una clara pauta que existe la demanda necesaria para realizar el club. Cabe mencionar que según los resultados del censo, INEC (2010), la ciudad de Loja cuenta con una población de 448,966 habitantes y un total de 112,241 familias, mientras que el número de integrantes promedio por hogar es de cuatro personas.

4. COSTOS TOTALES

Tabla 4.1

Table 4

Construcción					
Lote	Costo x m2	tamaño	Cantidad	Costo total	
<i>Piscina Olímpica</i>	\$ 370	375	1	\$ 138.750	
<i>Cancha de Tenis</i>	\$ 150	120	6	\$ 108.000	
<i>Cancha de futbol</i>	\$ 20	500	2	\$ 20.000	
<i>Gimnasio</i>	\$ 120	250	1	\$ 30.000	
<i>Área recreación niños</i>	\$ 400	150	1	\$ 60.000	
<i>Restaurante</i>	\$ 600	415	1	\$ 249.000	
<i>Salón de eventos</i>	\$ 600	720	1	\$ 432.000	
<i>Cocina</i>	\$ 600	160	1	\$ 96.000	
<i>Recepción</i>	\$ 600	100	1	\$ 60.000	
<i>Parqueaderos</i>	\$ 20	10100	1	\$ 202.000	
<i>Terreno</i>					
TOTAL					
CONSTRUCCION	\$ 3.480	\$ 12.890	\$ 16	\$ 1.395.750	
<i>Terreno</i>	\$ 50	\$ 30.000	\$ 1	\$ 1.500.000	
TOTAL INSTALACION	\$ 3.530	\$ 42.890	\$ 17	\$ 2.895.750	

Tabla 4.2

Table 5

Otros Costos	
<i>Equipamiento</i>	\$ 400.000
<i>Gastos pre-operativos</i>	\$ 400.000
<i>Otros e imprevistos</i>	\$ 120.000
Total	\$ 920.000
CAPITAL	
TOTAL	
REQUERIDO	\$ 3.815.750

Como podemos observar en la tabla 4.1, vemos el costo de cada área de construcción detalladamente. La inversión total para las instalaciones será de \$2,895,750. Luego en la tabla 4.2, se suman otros costos necesarios para el funcionamiento del proyecto. El total de inversión requerida es de **\$3,815,750.**

4.1. PROPUESTA DE INVERSION

Table 6

Inversion Total	\$ 3,815,750	
Inversionista	\$ 850,000	22.25%
Promotores	\$ 850,000	22.25%
Preventas	\$2,117,741	55.5%
TOTAL	\$ 3,815,750	100%

Se ofrece a los posibles inversionistas, participar con un 22.25% del valor total del proyecto. Esto representaría una inversión total de \$850,000. El otro 22.25% de la inversión será por parte de los dos promotores del proyecto que tienen un gran interés en participar como inversionistas. El restante 55.5% se cubrirá con las preventas realizadas en los primeros dos años.

4.2. PRONOSTICO DE INGRESOS Y GASTOS

En el anexo 3³, encontramos el pronóstico de Ingresos y Gastos de nuestro proyecto. Estos ingresos y Gastos son de la venta de membresías y el costo de la creación del proyecto más no del funcionamiento del mismo ya que éste no es la fuente de nuestro lucro. La apertura del proyecto será a los primeros cuatro semestres (dos años) desde la compra del terreno. En este plazo se planea pre-vender 150 membresías. El precio de las membresías incrementa a lo largo del tiempo, empezando en \$12,000 en el primer semestre y terminando en \$17,000 para el octavo semestre (cuarto año).

³ Anexo 3 pág. 17

4.2.1. Rentabilidad del proyecto

Analizamos y confirmamos la rentabilidad del proyecto en el mismo anexo 4 que mencionamos anteriormente. Como resultados finales tenemos que a cambio de una inversión de \$1,700,000 por parte de los promotores y el inversionista o grupo, exigiendo una tasa de retorno del 15% sobre nuestro capital, obtenemos una tasa interna de rentabilidad (TIR) sobre los cuatro años del proyecto de un 37%.

Nos interesa recalcar que se sabe que el proyecto es autosustentable en cuanto a su funcionamiento, para así poder vender un proyecto sostenible a los compradores.

5. DISEÑO Y ARQUITECTURA:

- Fachada y Entradas: Aunque sea un club deportivo, estas áreas tendrán una apariencia relativamente seria y formal, en especial el salón de eventos.
- Puntos de Venta A&B: El restaurante principal será dividido en dos partes, una formal y otra informal. El área informal será más grande ya que el uso sería mayor, sin embargo, queremos ofrecer a nuestros socios un lugar que sea lo suficientemente formal como para cerrar un negocio.
- Recreational Facilities: La realidad es que el club en su totalidad es un “recreational facility”, en excepción de las áreas de Back of the house como serían la cocina, oficinas, etc.
- Parqueadero: Tendremos 10,100 m² asignados para parqueo, con los cuales obtenemos una capacidad de aproximadamente 380 vehículos.

Back of the House:

Descripción de la cocina: Tenemos una cocina, la cual debe abastecer a tres puntos de venta, de los cuales el de mayor rotación sería el restaurante, mientras que el área de mayor cantidad sería el salón de eventos. El Snack Bar ofrecerá sandwiches, papas, y unas picadas que también saldrán de esta misma cocina. Por esta razón el tener una sola cocina para tres

puntos de venta, implica que esta no solo sea accesible, sino también de gran tamaño. Esto implica una cocina de 160 m2.

Área de bodegas: Una cocina grande requiere de un buen espacio de almacenamiento. En especial porque los eventos son realizados con anticipación, y de esta manera podemos obtener los productos con anticipación y dado a que pueden ser eventos muy grandes, se debe tener el espacio necesario para tener todo lo que se necesita, sin estorbar el funcionamiento diario de la cocina. Esto implica tener 30m2 destinados a bodega.

Oficinas: No se requiere de muchas, por ende el espacio de oficinas es relativamente pequeño para el tamaño del proyecto. Las oficinas ocuparan 85 m2.

Construccion		
Lote	Tamaño m2	Porcentaje
<i>Piscina Olimpica</i>	375	3%
<i>Cancha de Tenis</i>	120	1%
<i>Cancha de futbol</i>	500	4%
<i>Gimnasio</i>	250	2%
<i>Area recreacion niños</i>	150	1%
<i>Restaurante</i>	415	3%
<i>Salon de eventos</i>	720	6%
<i>Cocina</i>	160	1%
<i>Recepcion</i>	100	1%
<i>Parqueaderos</i>	10100	78%
TOTAL	12890	100%

El total aproximado del tamaño de construcción es de 12,890 metros cuadrados, sobre un terreno de 30,000 metros cuadrados. Esto quiere decir que se tiene 17,116 m2 destinados a áreas verdes, ofreciendo a su vez un espacio que permitirá una expansión en el futuro en el caso de que fuese necesario.

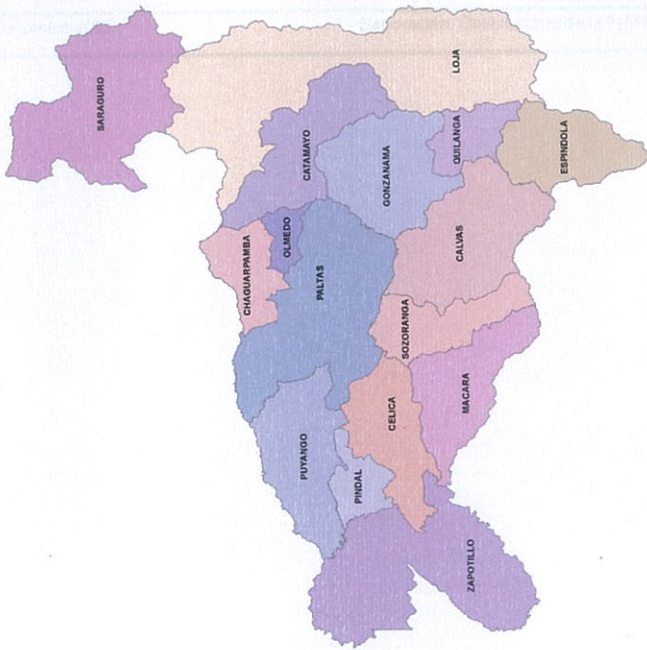


somos **14.483.499** de habitantes en el Ecuador

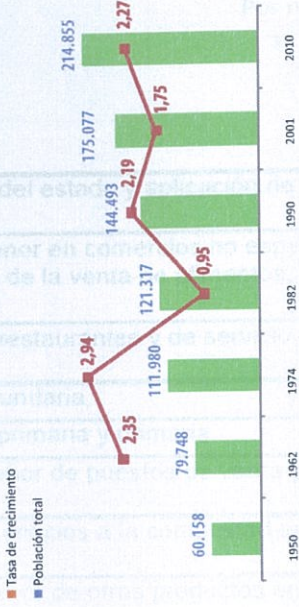


DATOS CANTONALES CENSO 2010

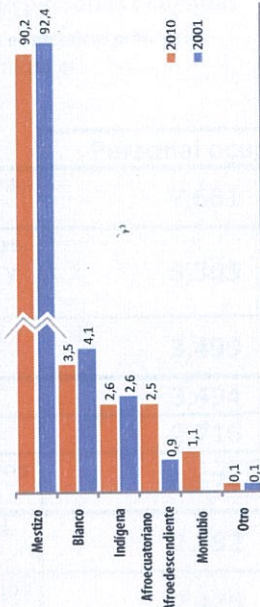
Loja



POBLACION TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO
CENSOS 1950 - 1962 - 1974 - 1982 - 1990 - 2001 - 2010



AUTOIDENTIFICACION DE LA POBLACION *
CENSOS 2001 - 2010



*Para el 2010 la Autoidentificación es según cultura y costumbres

	Población	Educación	Tecnologías	Vivienda	Equidad
Edad media de la población	28,5	3,2	19,9	38,0	8,8
% personas con cédula ciudadana	81,2	10,9	% personas utilizaron celular	% hogares en viviendas propias y totalmente pagadas	% discapacitados que asisten a un establecimiento educación especial
% ocupados con seguro general ⁽¹⁾	32,0	75,9	% personas utilizaron computadora	% hogares que tratan el agua antes de beberla	% niños/as < de 5 años en programas del gobierno en el sector público
% personas con seguro de salud privado	9,0	2,7	% personas utilizaron internet	Promedio de focos ahorradores en la vivienda	% discapacitados que trabajan en el sector público
(1) Con respecto al total de personas ocupadas				% viviendas con servicios básicos públicos	% adultos/as mayores jubilados
(2) Niños/as de 5 a 14 años				(3)	16,7

(3) Incluye: luz eléctrica, agua, escusado y eliminación de basura por carro recolector

Loja

Por número de personas ocupadas

10 actividades económicas principales

-CIU 4-

	Personal ocupado	%
Administración del estado y aplicación de la política económica	7,661	12.6%
Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas y tabaco	5,305	8.7%
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.	3,499	5.7%
Enseñanza secundaria.	3,494	5.7%
Enseñanza preprimaria y primaria.	2,716	4.5%
Venta al por menor de puestos de venta y mercados.	2,674	4.4%
Prestación de servicios a la comunidad en general.	2,592	4.3%
Venta al por menor de otros productos en comercios especializados	2,476	4.1%
Enseñanza superior.	2,408	4.0%
Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios	1,619	2.7%
Los 229 sectores restantes	26,513	43.5%

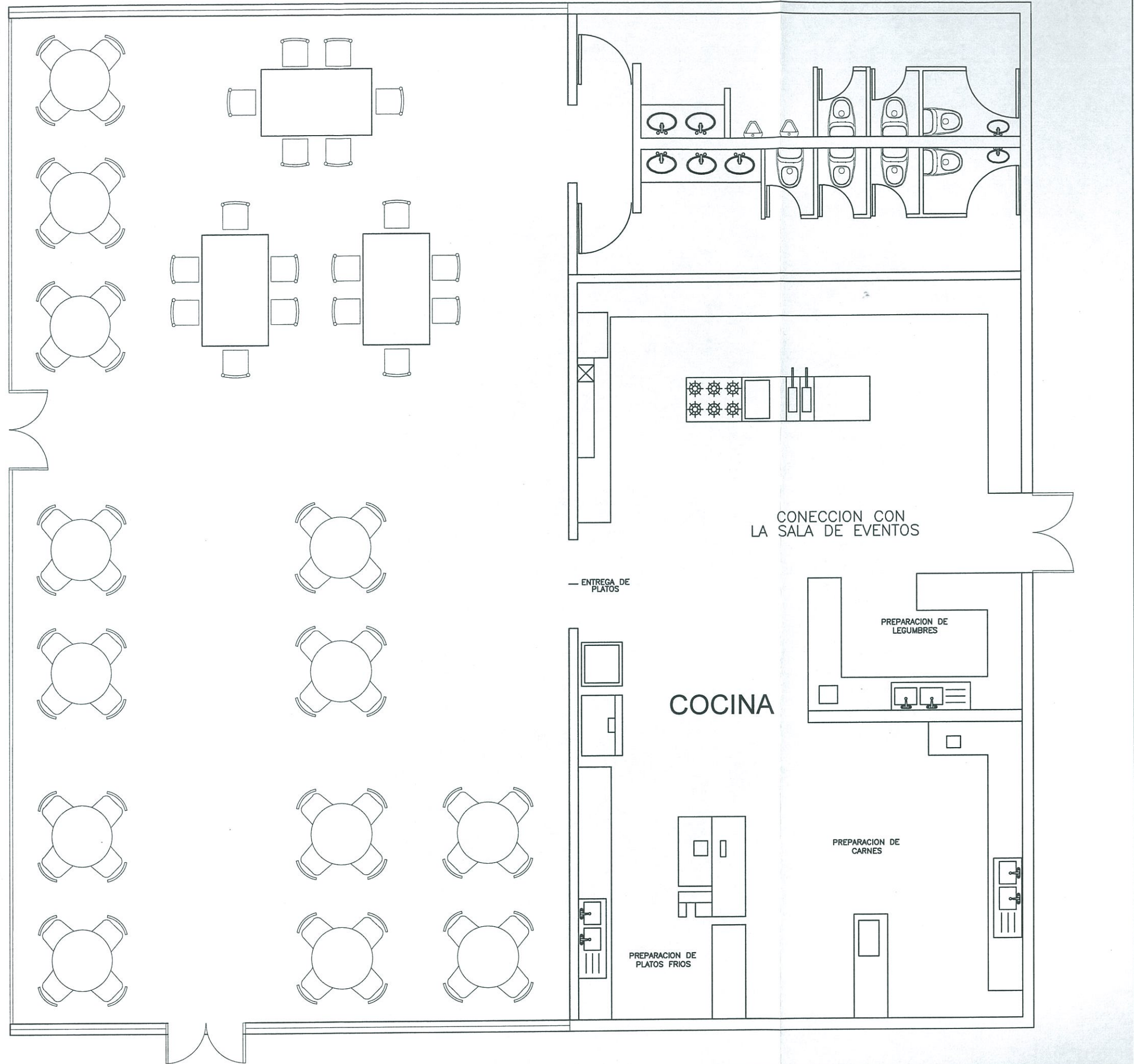
Fuente: Censo Nacional Económico 2011

Elaboración: Observatorio de la PyME

Costo de membresia	Total								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Costo de membresia	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 13,000	\$ 14,000	\$ 14,000	\$ 15,000	\$ 16,000	\$ 17,000	\$ 17,000
Venta		50	50	50	50	Apertura	100	50	450
	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre
Costos y egresos									
Terreno	(\$ 1,500,000)								
Construccion	(\$ 1,395,750)	(\$ 500,000)	(\$ 450,000)	(\$ 400,000)	(\$ 45,750)				
Equipamiento	(\$ 400,000)				(\$ 400,000)				
Operativos	(\$ 400,000)	(\$ 50,000)	(\$ 70,000)	(\$ 130,000)	(\$ 150,000)				
Imprevistos	(\$ 120,000)	(\$ 30,000)	(\$ 30,000)	(\$ 30,000)	(\$ 30,000)				
Pago Banco									
TOTAL	(\$ 3,815,750)	(\$ 2,080,000)	(\$ 550,000)	(\$ 560,000)	(\$ 625,750)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos									
Aporte inversionista	\$ 850,000	\$ 800,000	\$ 40,000		\$ 10,000				
Aporte Promotores	\$ 850,000	\$ 800,000	\$ 40,000		\$ 10,000				
Banco									
Ingreso preventas y ventas		\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 650,000	\$ 700,000	\$ 900,000	\$ 1,600,000	\$ 850,000	\$ 680,000
TOTAL		\$ 2,200,000	\$ 680,000	\$ 650,000	\$ 720,000	\$ 900,000	\$ 1,600,000	\$ 850,000	\$ 680,000
Flujo	(\$ 1,700,000)	\$ 120,000	\$ 130,000	\$ 90,000	\$ 94,250	\$ 900,000	\$ 1,600,000	\$ 850,000	\$ 680,000
costo de capital	15%								
RENTABILIDAD DEL PROYECTO									
VP		\$ 3,593,387.74							
VAN		\$ 1,893,387.74							
TIR		37%							

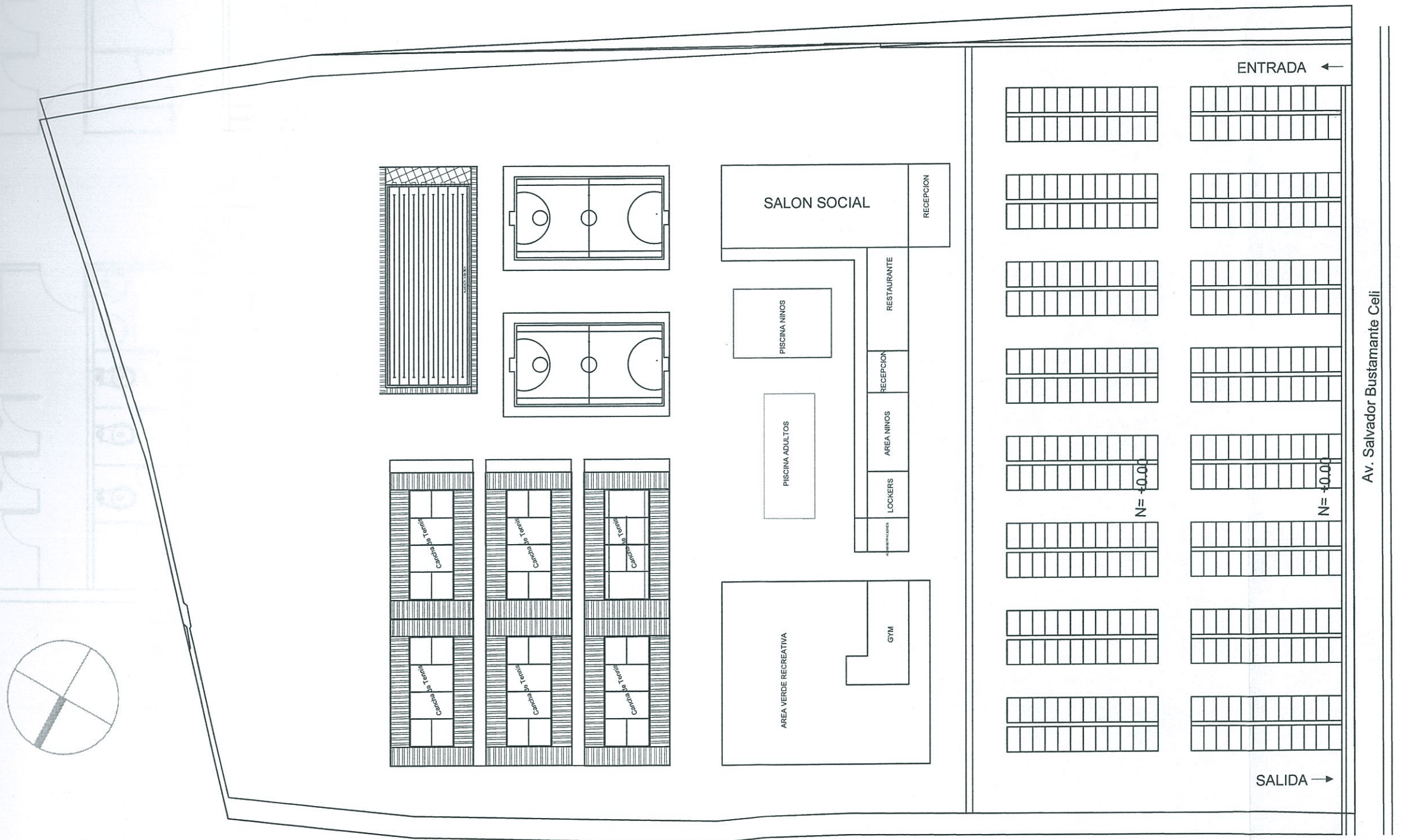
RESTAURANTE

ESC: 1: 75



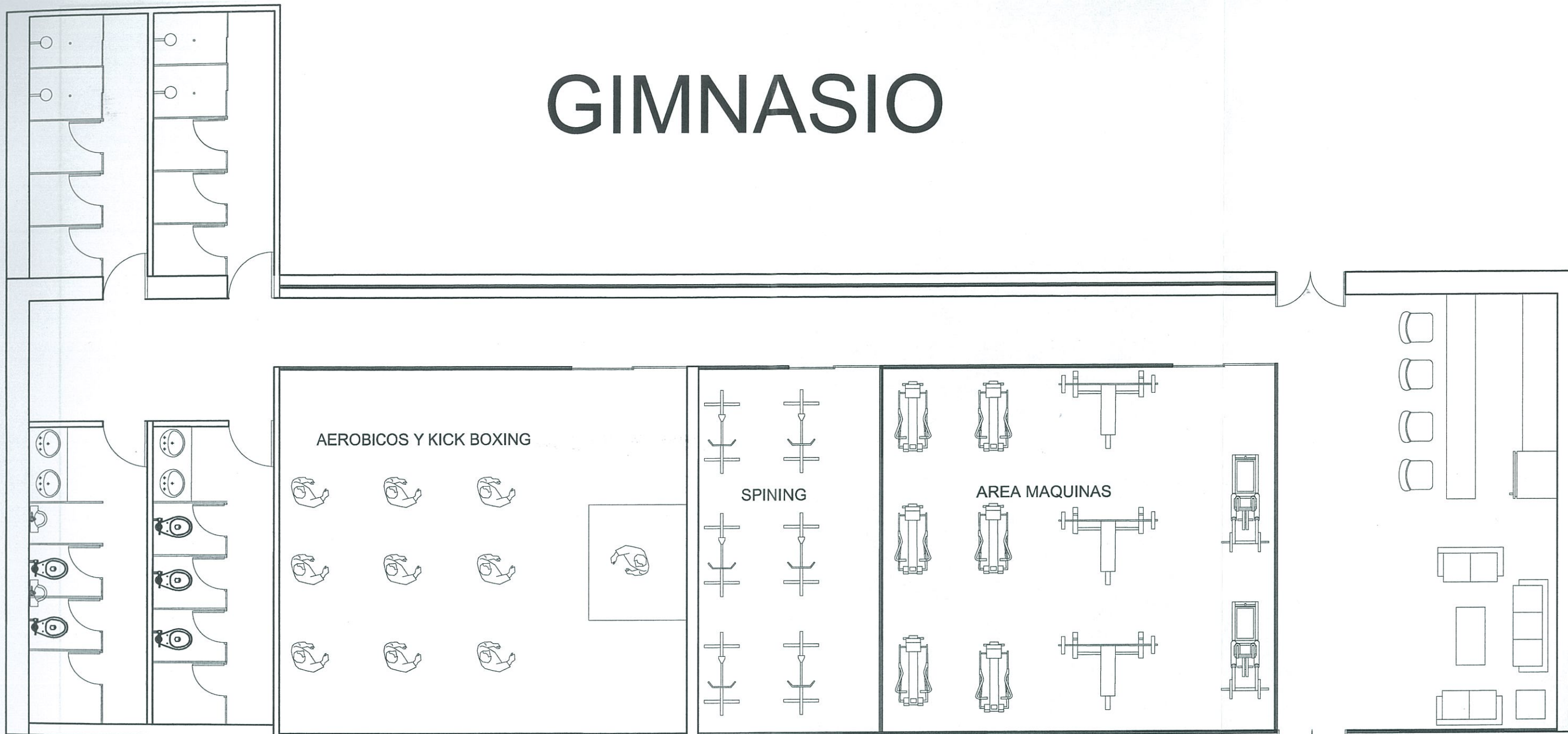
ESC:

PROYECTO GENERAL



ESC: 1:1000

GIMNASIO



ESC: 1:75

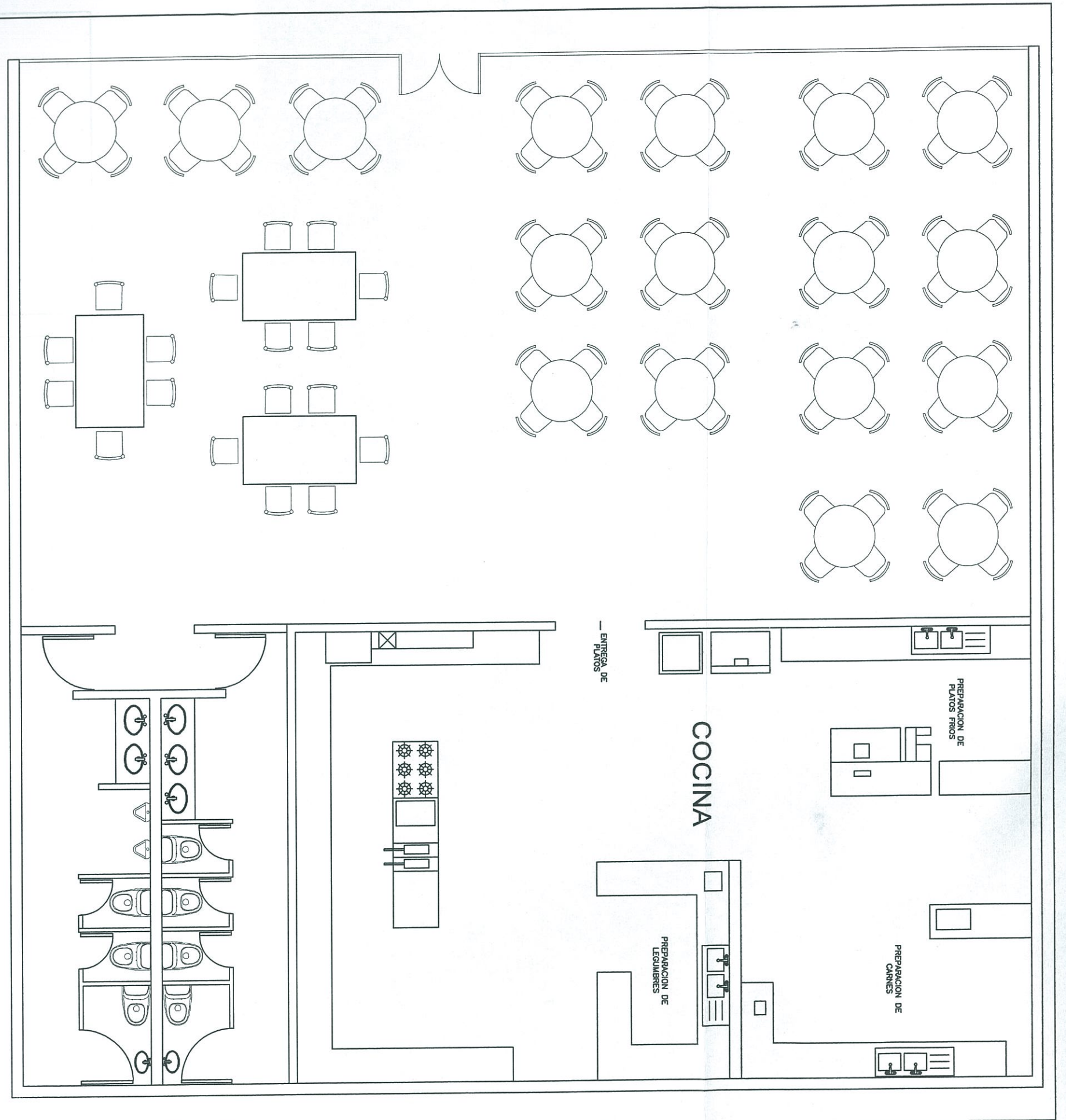
ADMINISTRACION



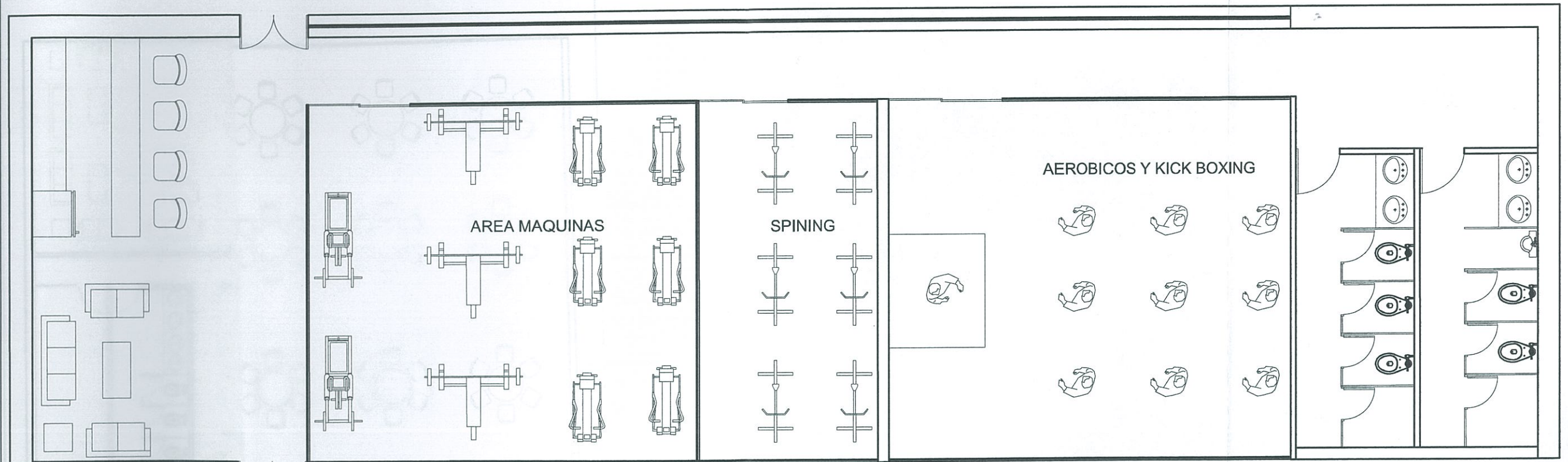
ESC: 1: 40

RESTAURANTE

ESC: 1: 75



GIMNASIO



ESC: 1:75