Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Economía

Proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Economista con mención en Economía Empresarial

Autores:

María Belén Castillo Hurtado

María Cristina Vega Morejón

Director:

Economista Vladimir Proaño

Cuenca, Ecuador

2010

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de monografía a Dios, ya que ha estado con nosotros en cada momento y ha sido nuestra guía en la vida; y a nuestros padres y hermanos, que han sido los pilares fundamentales para nuestro desarrollo personal y profesional, ya que gracias a sus esfuerzos y su confianza en nuestras capacidades e inteligencia, nos han permitido superarnos con el paso del tiempo, haciendo de nosotras personas de bien, que luchan por sus creencias y objetivos personales a lo largo de sus vidas.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer primeramente a Dios, por darnos las fuerzas necesarias para terminar con nuestros estudios aún cuando nos encontrábamos con obstáculos en el camino. De igual manera, queremos agradecer a nuestros padres y hermanos, por el apoyo incondicional que nos brindaron a lo largo de nuestra carrera universitaria. Agradecemos también el apoyo de los Herederos Morejón Montesinos, por la confianza brindada hacia nosotros en el momento de proporcionar la información necesaria para realizar este proyecto. Asimismo, expresamos nuestra gratitud hacia la Universidad del Azuay y a todos sus profesores, que con cariño y voluntad, hicieron de nosotras mejores personas y buenos profesionales, especialmente, damos las gracias al Economista Vladimir Proaño por su asesoría en la presente Monografía.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA ..... **I**

AGRADECIMIENTOS ..... **II**

RESUMEN ..... **V**

ABSTRAC ..... **VI**

INTRODUCCION **7**

CAPITULO 1 ..... **8**

GENERALIDADES **8**

1.1. ANTECEDENTES 8

1.2. NOMBRE DEL PROYECTO 9

1.3. LOCALIZACIÓN 9

1.4. TIPO DE PROYECTO 10

1.5. OBJETIVOS 10

1.6. SOCIOS 11

1.7. FORMULADORES / EJECUTORES 11

1.8. INVERSIÓN INICIAL 12

1.9. RENTABILIDAD 12

1.10. VIDA ÚTIL 12

CAPITULO 2 ..... **14**

ESTUDIO DE MERCADO **14**

2.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO: 14

2.1.1 CUALIDADES 14

2.1.2 CICLO DE VIDA 15

2.1.3 REPRESENTACIONES GRÁFICAS: 17

2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA: 18

2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA: 21

2.3.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO: 21

2.3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO: 22

2.3.3 MATRIZ BCG 24

2.4 ANÁLISIS DEL PRECIO: 25

2.5 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN: 28

2.5.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN. 28

CAPITULO 3 ..... **30**

ESTUDIO TECNICO **30**

3.1 Análisis del Proceso de Servucción 30
3.1.1 Listado de las actividades del proceso de Servucción: 30
3.1.2 Descripción de cada una de las actividades: 30
3.1.3 Diagrama del proceso de Servucción: 32
3.2.1. Matriz de Recursos 33
3.2.2. Descripción de los Recursos de Inversión: 34
3.2.3 Descripción de los Recursos de Operación 36
3.3 Análisis del Tamaño: 36
3.4 Análisis de Localización 37
CAPITULO 4 38
ESTUDIO FINANCIERO 38
4.1 Análisis de las Inversiones: 38
4.1.1 Inversiones Fijas: 38
4.1.2 Inversiones Diferidas: 39
4.1.3 Inversiones de Capital de Trabajo: 39
4.1.4 Inversión Total: 39
4.2 Análisis del Financiamiento: 39
4.2.1 Fuentes Propias: 39
4.2.2. Fuentes de Terceros: 39
4.3 Análisis de los Ingresos: 40
4.3.1 Ingresos Operacionales: 40
4.3.2 Ingresos No Operacionales: 41
4.4 Análisis de los Egresos: 41
4.4.1. Gastos Administrativos: 41
4.4.2 Gastos de Operación: 42
4.4.3 Gastos Financieros: 43
4.4.3.1 Tabla de Amortización: 43
4.5 Análisis de Rentabilidad: 44
4.5.1 Flujo de Caja: 46
CONCLUSION 49
BIBLIOGRAFIA 51
ANEXOS 53

RESUMEN

La Remodelación del Centro Comercial Rotary es un proyecto de arrendamiento de locales comerciales que comenzará este año y terminará en dos años cuando los 67 locales estén listos para arrendarse; en el primer año estarán disponibles 37 locales, simultáneamente se construirán 6 locales adicionales al igual que el patio de comidas (4 locales); en el segundo año se arrendaran los 47 locales terminados en el primero mientras se construyen los otros 20 locales; y a partir del tercer año, se podrán arrendar todos los locales del centro comercial. El proyecto satisfacerá las necesidades tanto de los arrendatarios como de los arrendadores.

ABSTRAC

The remodeling of the *Centro Comercial Rotary* is a business premises leasing project that will begin this year and will be finished in two years when the 67 business premises that are being built now will be ready for leasing. The first 37 premises will be available; simultaneously, 6 additional premises and a food court (four spaces) will be built. The second year the 47 premises built in the first year will be leased while the 20 additional premises are being built.

Starting in the third year, all the premises might be leased. This project wills surely satisfy the needs of both lessees and lessors.

INTRODUCCION

La Imagen Corporativa que brinda un negocio es fundamental para que este se posicione en el mercado y obtenga ventajas competitivas con respecto a su competencia, es por ésta razón que se planteó el Proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary, ya que siendo este un negocio existente en la actualidad, se vio la necesidad de remodelar el mismo, con el fin de brindar mejores oportunidades a todos sus arrendatarios, para que de esta manera puedan satisfacer todas las necesidades primarias y secundarias que tengan tanto sus clientes directos (arrendatarios) como los indirectos (consumidores de los productos que ofrecen los locales comerciales).

Al ser este un proyecto de arrendamiento de locales comerciales, se busca incrementar el número de tiendas a arrendarse, para de esta forma ofrecer mejores oportunidades a sus arrendatarios, y por lo tanto, a los dueños del negocio, ya que verán incrementar sus ganancias personales.

CAPITULO 1
GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

Los miembros de la Familia Morejón Montesinos son propietarios del inmueble ubicado en la ciudad de Cuenca, en el sector del Centro Histórico en la parroquia El Sagrario, Calle Mariscal Lamar 3-34, entre Vargas Machuca y Mariano Cueva y como empresarios visionarios, implementaron en el año 1985 el Centro Comercial Rotary, en el cual empezaron con pocos locales de arriendo para almacenes de ropa, poco a poco se fueron incrementando hasta llegar a la situación actual, 46 locales de arriendo, convirtiéndose de esta manera en una zona muy comercial para el expendio de productos y consumo de alimentos puesto que se encuentra colindante con la Plaza de artesanías Rotary, y a una cuadra de uno de los mercados tradicionales de Cuenca, El Mercado 9 de Octubre.

El Centro Comercial Rotary se convirtió en una sociedad de hecho al pasar a manos de los herederos y actualmente pertenece a tres hermanos de la familia Morejón Montesinos quienes todavía no han constituido una sociedad jurídica.

El constante crecimiento poblacional y los requerimientos de ordenamiento de zonas de expendios generó una intervención por parte de la Municipalidad de Cuenca, la misma que implementó el proyecto de regeneración del Mercado 9 de Octubre el mismo que fue entregado a la ciudadanía en el año 2009, el cual cuenta con locales para la venta de víveres y parqueadero subterráneo, generando un espacio limpio y de gran atractivo turístico para los visitantes, además cabe indicar que este proyecto coincide con la recuperación de la Plaza Rotary.

Al implementarse esta regeneración urbana, causo un gran impacto comercial en el sector, generando un incremento en la demanda de locales comerciales en la zona, motivo por el cual los herederos Morejón Montesinos se plantean la posibilidad de

brindar un local adecuado a las necesidades actuales y se proponen la remodelación del Centro Comercial Rotary, el mismo que ofertara una gran cantidad de locales comerciales modernos y acordes con las necesidades actuales de la zona.

Al ser unos empresarios visionarios la remodelación de este centro comercial será una obra de gran impacto al sector beneficiando no solo a sus propietarios sino a la ciudadanía en general y en especial a sus clientes brindándoles un espacio amplio, limpio y en óptimas condiciones para expendio de diferentes tipos de productos que se venden en la zona como son boutiques, artesanías, etc.

El Centro Comercial Rotary se desarrolla sobre un terreno de 1.418 metros cuadrados y el proyecto presenta un área de construcción de 2.710,72 metros cuadrados en el cuál existirán un total de 67 locales comerciales, 36 en la planta baja y 31 en la primera planta alta, de los cuales 4 serán destinados a la venta de comida, la segunda planta alta contendrá un área de Administración. En la construcción se reflejarán todas las recomendaciones que constan en la línea de fábrica del centro histórico de la ciudad de Cuenca debido a que este inmueble está catalogado como un bien perteneciente al patrimonio Cultural e inventariado con un grado de conservación.

1.2. Nombre del Proyecto

Proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary

1.3. Localización

País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Zona: Urbana
Parroquia: Sagrario
Dirección: Calle Mariscal Lamar 3-34, entre Vargas Machuca y Mariano Cueva
Sector de Planeamiento: Centro Histórico
Teléfono: 2814716

1.4. Tipo de Proyecto

- El proyecto es de inversión de remodelación porque el centro comercial Rotary ya existe.
- Objetivo: El proyecto es de tipo privado.
- Actividad: La actividad del negocio es de Arriendo de Inmuebles.
- Código CIIU de la Actividad: F(45 452 4521)
  - F 45: Construcción
  - 452: Construcción de Edificaciones Completas y Partes de Edificación
  - 4521: Construcción de Edificaciones para uso comercial.
- Operación: Es de tipo continua, porque se arrendaran los locales comerciales a lo largo de todo el ejercicio económico.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo Especifico del Proyecto:

- Maximizar las utilidades de los socios.

1.5.2 Objetivos Generales del Proyecto:

- Incrementar el nivel de ventas
- Entregar locales privilegiados a sus arrendatarios.
- Aprovechar el espacio con una mejor distribución.
- Realizar los cambios necesarios para que se otorgue el atractivo al conjunto.
- Lograr la fidelización de sus clientes.
- Alcanzar un posicionamiento en el mercado.

1.5.3 Objetivos de la Formulación:

El objetivo de la presente formulación es responder a preguntas frecuentes que tienen los socios en el momento de establecer un proyecto nuevo, para que de esta forma puedan disminuir los riesgos y establecer la viabilidad del mismo. Para esto contaremos con tres estudios básicos: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero.

1.6. Socios

Nombre: Yolanda Margarita Morejón Montesinos
Edad: 52 años
Lugar de Nacimiento: Cuenca - Ecuador
Profesión: Psicóloga Educativa

Nombre: Patricio Morejón Montesinos
Edad: 65 años
Lugar de nacimiento: Cuenca-Ecuador
Profesión: Comerciante

Nombre: Carlos Morejón Montesinos
Edad: 63 años.
Lugar de nacimiento: Cuenca-Ecuador
Profesión: Médico Traumatólogo.

1.7. Formuladores / Ejecutores

Nombre: María Cristina Vega Morejón
Edad: 23 años
Lugar de nacimiento: Cuenca-Ecuador
Estudios: Universidad del Azuay, Tercer nivel
Profesión: Economía Empresarial
Teléfono: 072 833 467
E-mail: cristinavegam@hotmail.com

Nombre: María Belén Castillo Hurtado
Edad: 23 años
Lugar de nacimiento: Cuenca-Ecuador
Profesión: Egresada de Economía Empresarial

Estudios: Universidad del Azuay, Tercer nivel
Teléfono: 072 853 532
E-mail: bcastillo9@hotmail.com

1.8. Inversión Inicial

La inversión inicial será de $ 476.019,87 dólares americanos, de los cuales $ 468.724,87 forman parte de las inversiones fijas mientras que $7.295 pertenecen a las inversiones diferidas, en donde se encuentran incluidos todos los permisos para el funcionamiento del proyecto. Debemos tomar en cuenta que los socios solicitarán un préstamo de $ 200.000,00, por lo que el 58% será financiado por recursos propios de los socios, mientras que el 42% restante, representa el préstamo solicitado.

1.9. Rentabilidad

En base al Análisis del VAN y de la TIR, nos podemos dar cuenta que el proyecto es rentable, ya que el costo de oportunidad del proyecto del Centro Comercial Rotary es muy superior a negocios similares, por lo que obtendrá mejores resultados y generará una rentabilidad sostenible a lo largo del tiempo.

1.10. Vida Útil

El periodo de vida útil de un proyecto se calcula principalmente en función de los recursos fundamentales para su operación, que en este caso es el bien inmueble en sí. Tomando en cuenta que este tiene un periodo de depreciación de 20 años y que la vida útil del proyecto debería ser del mismo número de años, por cuestiones de precisión en las proyecciones, tomaremos solamente 10 años para el flujo de caja, al igual que consideraremos las siguientes variables:

- Inestabilidad política - económica: El Ecuador se encuentra en constante cambio con respecto a sus políticas y economía, esta incertidumbre afecta directamente a

la certeza que se puede tener a través del tiempo con los proyectos de inversión. Al mismo tiempo consideraremos el efecto que pueden tener en el proyecto tanto la inflación como el crecimiento de la Economía Mundial, y por lo tanto, la Economía Ecuatoriana.

- Se debe tomar en cuenta que los ingresos del centro comercial son diversificados debido a que no dependen de un solo cliente sino de varios y que los locales de arriendo van a ser siempre necesarios en la ciudad dependiendo de cómo vaya la economía.

Es por estas razones que creemos que el tiempo de vida útil del proyecto debería ser de 10 años, porque en este espacio de tiempo si lograremos estimar los ingresos correctamente y es suficiente para la recuperación de lo invertido.

CAPITULO 2
ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis del producto:

Tipo de Producto: El producto que se brindará en este proyecto es tangible, ya que están ofreciendo locales de arriendo tanto para prendas de vestir como para artesanías. Debemos considerar también que se contará con un patio de comidas.

Unidad de Medida: Los productos serán medidos de acuerdo al tamaño de cada local, es decir, en base a los metros cuadrados que cada uno tenga.

Descripción: Los locales se caracterizan por:

2.1.1 Cualidades

- Contratos: En el momento en que los arrendatarios y arrendadores lleguen a un acuerdo en el precio y tiempo, se firmará un contrato que garantice y certifique el pacto y/o acuerdo de las dos partes.

- Mejor Imagen Corporativa: El proyecto presentará una mejor imagen del Centro Comercial Rotary debido a que se remodelará el mismo, brindándole de esta manera una mejor presentación, con el fin de que los locales comerciales tengan una mayor demanda.

- Espacio Amplio: los locales que se arriendan dependerán del espacio que los arrendatarios quieran o necesiten para ofrecer sus productos a los consumidores, por lo que mientras más metros cuadrados necesiten, mayor será su renta a pagar.

- Buena Calidad: los locales comerciales contarán con una excelentes materiales para la construcción y remodelación de los mismos como por ejemplo paredes de ladrillos, techos de estucos, cubierta de tejas sobre eternit

en estructura de hierro, pisos de cerámica y porcelanato, puertas metálicas enrollables, etc.

- Funcionalidad: Los locales comerciales tendrán una excelente funcionalidad ya que serán adecuados de acuerdo a los negocios que se implementen en el centro comercial.

- Durabilidad: Los locales comerciales tendrán un período de duración en lo referente al mantenimiento de los mismos de 10 años, tomando en cuenta la depreciación de los mismos.

- Buenos precios: Los precios irán de acuerdo al espacio físico y a la ubicación que tenga cada local, considerando los precios que tengan sus competidores.

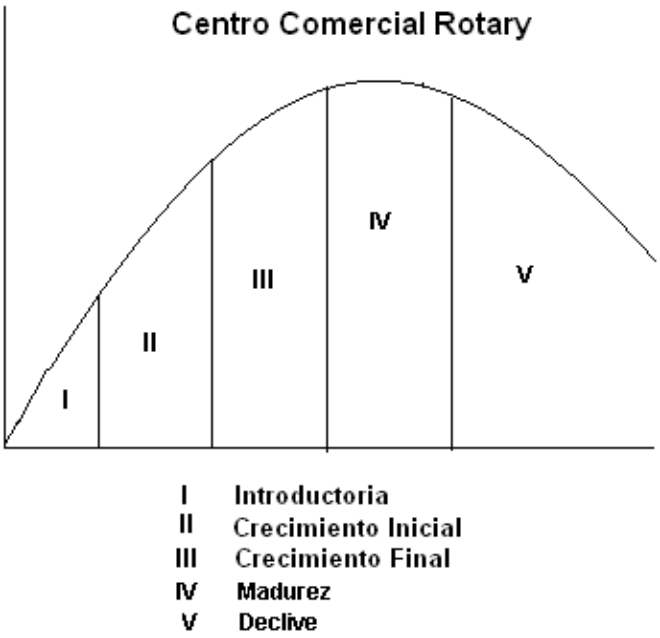
- Diseño innovador: Los locales que se ofrecerán serán innovadores debido a que contarán con diseños únicos y modernos, que serán adecuados en base a los gustos de los arrendadores y arrendatarios, en conjunto.

- Diversificación de productos y Valor Agregado: Los locales se ofrecerán para negocios de ropa y artesanales, con el fin de brindar mayor diversidad de productos, para que de esta manera puedan satisfacer todas las necesidades y deseos de sus clientes. Debemos considerar que el Centro Comercial Rotary contará con un patio de comidas, con el fin de brindar un servicio adicional.

Por lo tanto, el proyecto creará ventajas competitivas debido a la excelente calidad de los locales comerciales, mejor imagen corporativa, diferenciación, comodidades, diseño, precios cómodos, etc., que se ofrecerán a sus arrendatarios.

2.1.2 Ciclo de Vida

Todo producto y/o servicio tiene un tiempo de vida, por lo a continuación presentaremos el ciclo de vida de los locales comerciales del Centro Comercial Rotary.



Como el Centro Comercial Rotary ya existía, tenía un ciclo de vida en la etapa introductoria y en crecimiento inicial, por lo que para que este Centro siga manteniéndose en el mercado y ocupando cada vez un mejor posicionamiento en el mismo, se pretende realizar el proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary, desarrollando de esta manera la etapa del crecimiento final, madurez y declive del negocio.

En la etapa introductoria se efectuó un análisis de beneficios que aportaría el arrendamiento de los locales comerciales a diferentes negocios en base a una investigación de mercado, llegando a la conclusión de que las mejores oportunidades y/o resultados se obtendrían en el momento de arrendar los mismos a negocios dedicados a la venta de ropa y artículos artesanales.

En la segunda etapa, es decir, en el crecimiento inicial, se procedió a efectuar una adecuada publicidad con el fin de dar a conocer a los negocios o personas interesadas en los locales comerciales, los beneficios y oportunidades que tendrían los mismos si los arrendarán.

En la tercera etapa llamada “Crecimiento Final”, etapa en la que se encuentran en este momento, los dueños de los locales comerciales han decidido la remodelación del Centro Comercial Rotary en base a una mejor distribución física de los locales comerciales, para de esta forma, brindar mayores beneficios y comodidades al igual que una mejor imagen al centro comercial.

En las siguientes etapas de Madurez y Declive, los dueños de los locales esperan generar una eficiencia en el todos sus planes estratégicos, para de esta forma posicionar en el mercado cuencano a todos los negocios establecidos en el Centro Comercial Rotary, con el fin de generarse mayores ingresos en el futuro.

2.1.3 Representaciones Gráficas:

Las siguientes imágenes muestran la forma en la que quedará el Centro Comercial Rotary.

2.2 Análisis de la Demanda:

El Centro Comercial Rotary se desarrollará sobre un terreno de 1418 metros cuadrados, presentándose un área de construcción de 2.710,72 metros cuadrados en el cual existirán un total de 67 locales comerciales, 36 en la planta baja, batería de SSHH (servicios sanitarios), y 31 en la primera planta alta, considerando que 4 de los mismos serán destinados a la venta de comida; la segunda planta alta contendrá un área de Administración, sala de reuniones y guardería. En la construcción se reflejarán todas las recomendaciones que constan en la línea de fábrica del centro histórico de la ciudad de Cuenca debido a que este inmueble está catalogado como un bien perteneciente al patrimonio Cultural e inventariado con un grado de conservación.

Los locales comerciales que están demandados por los arrendatarios hasta el momento son 37, tomando en cuenta que todavía existirán 30 locales que estarán disponibles para ser arrendados a partir del segundo año, siempre y cuando consideremos que estos 30 cuentan con un mismo tamaño.

Debemos considerar que para establecer la demanda de los locales comerciales segmentamos nuestro mercado en base especialmente a variables demográficas como la clase social, edad y la ocupación que tendrán dichos locales.

Variables	Características
Ocupación	Pequeños comerciantes encargados de venta de ropa y/o artesanías
Edad	Mayores de 20 años y menores o iguales a 64
Clase Social	Media - Baja

En base a nuestra segmentación, podemos establecer que nuestro mercado meta estará conformado por personas mayores a 20 años y menores o iguales a 64 años, que sean pequeños comerciantes dedicados a la venta de artesanías y/o ropa y que enfoquen sus ventas a la clase social media-baja, ya que los locales comerciales serán visitados especialmente por personas que pertenezcan a este nivel social.

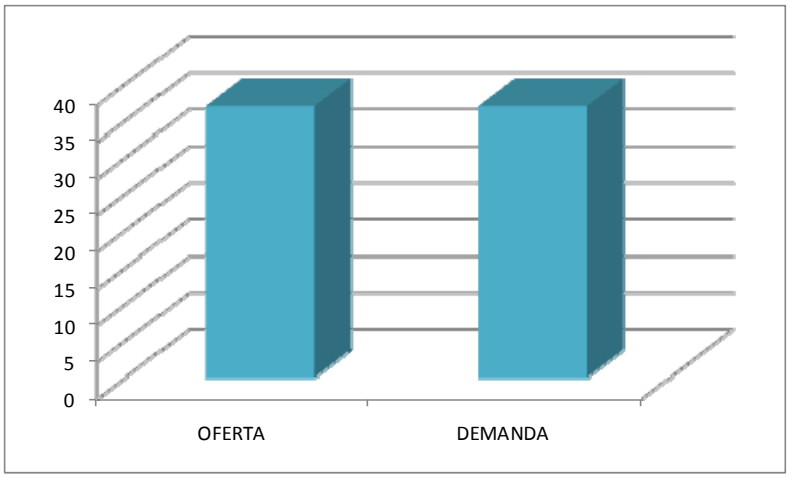
No. Habitantes Azuay	714.341
Edad (Mayores a 20 y Menores a 64)	362.887
Ocupación (23.4%)	58.500
Clase Social (87.7%)	51.305
Mercado Meta	51.350
Mercado Objetivo (10%)	5.131

(Anexo 1)

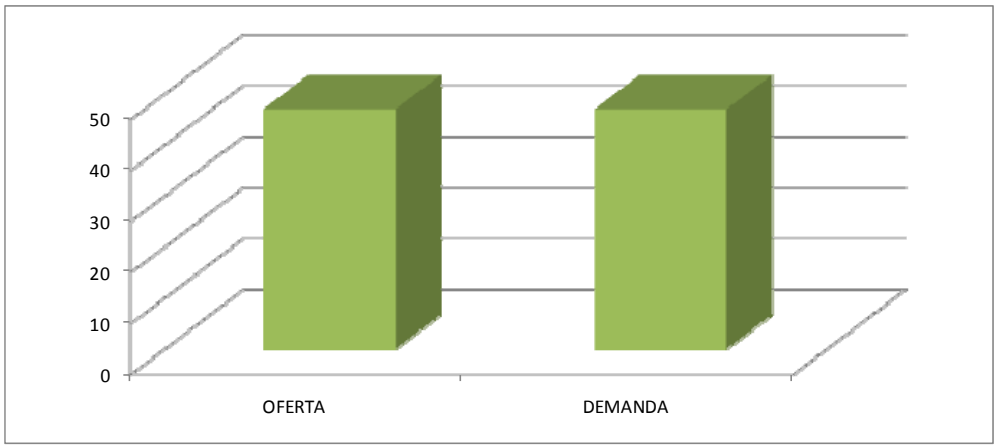
Por lo mencionado, podemos establecer que el Mercado Meta para el proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary es de 51.305 habitantes, pero estableceremos una media del 10% que nos permita enfocarnos en el mercado objetivo que en este caso será de 5.131 habitantes.

Ahora que ya establecimos el mercado al que vamos a enfocarnos, podemos establecer la demanda de los locales comerciales para cada uno de los años del proyecto.

- Demanda Primer Año: el número de locales disponibles será 37 y los locales demandados serán el mismo número, por lo que será cubierta la demanda en su totalidad. Los arrendadores que hasta el momento han demandado los locales comerciales para la venta de ropa interior (1), zapatos (4) y ropa en general (32).

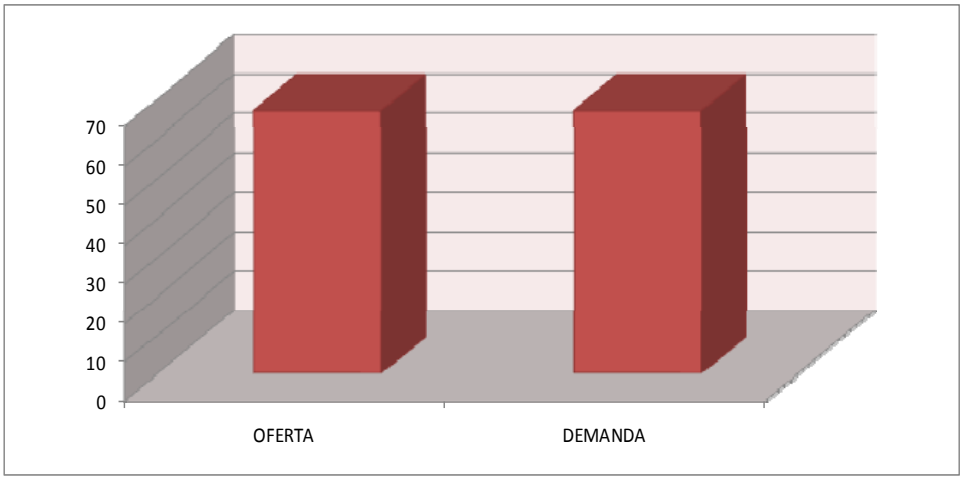


- Demanda Segundo Año: el número de locales disponibles serán de 47 locales y los demandados hasta ese momento serán 37. Hay que tomar en cuenta que en el momento de dar inicio al Proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary, se tuvo que desalojar 15 locales, con la condición de que cuando éstos estén listos, se los arriende de nuevo a los mismos arrendatarios, por lo que esperamos que al final del segundo año, se arrienden la totalidad de tiendas.



- Demanda Tercer Año: el número de locales disponibles serán 67 y los demandados 52., debido a que en el segundo año regresaran 10 arrendatarios y en el tercero 5 más, además de los 37 locales fijos. Hay que considerar que la demanda se estima en base a los datos ya obtenidos debido a que es un negocio en marcha, por lo que una herramienta como las encuestas ya no es necesario en nuestro caso; además que realizarlas necesitaría un estudio muy extenso y un costo muy alto para determinar una demanda de pocos locales que tiene antecedentes muy buenos y se supone que va seguir igual.

  En base a la favorable acogida por parte de los consumidores de la ciudad de Cuenca durante estos dos meses de inicio del proyecto, podemos establecer que la demanda de los locales comerciales al terminar el proyecto sería del 100%, ya que hasta el momento se han acercado aproximadamente 21 personas interesadas en los locales comerciales, debido a personas familiarizadas con el mismo.



2.3 Análisis de la Competencia:

El análisis de la competencia es algo fundamental en cualquier negocio, ya que en base a esta podemos obtener ventajas competitivas y establecer estrategias que nos permitan sobresalir y posicionarnos en el mercado de una mejor manera, por lo que los debemos analizar indiscutiblemente en el momento de establecer un proyecto.

Por lo mencionado, es necesario cuantificar la empresa con respecto a la competencia, ya que así podremos medir, mejorar, superar, innovar y generar cambios en el mercado.

2.3.1 Análisis Cuantitativo:

- Competidores Directos: serán considerados todos los locales y centros comerciales ubicados especialmente en el Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca.

Centros Comerciales, Plazas y Pasajes.	Dirección
Pasaje Hortensia Mata	Luis Cordero, entre Bolívar y Gran Colombia
Gran Pasaje	Padre Aguirre - Benigno Malo
El Joyero	Gran Colombia - Padre Aguirre
La Prensa	Padre Aguirre - Bolívar

Bahía Nueve de Octubre	Sector Nueve de Octubre
La Rotary	Lamar y Plazoleta Rotary
Maldonado	Mariano Cueva y Sangurima
Centro Comercial Sucre	Sucre y Tarqui
Centro Comercial el Cenáculo	Bolívar y Tarqui
Centro Comercial Herma	Bolívar y Coronel Talbot
Centro Comercial Plaza Center	Tomas Ordoñez y Sucre
Centro Comercial Cenmuart	Frente a San Francisco
Pasaje San Alfonso	Hermano Miguel y Borrero
Pasaje Hermano Miguel	Mariano Cueva, Gran Colombia y Hno. Miguel
Pasaje Ugalde	Bolívar
Santa Cecilia	Mariscal Lamar y Tomas Ordoñez

- Competidores Indirectos: serán considerados todos los locales comerciales que no se encuentren en el Centro de la Ciudad, especialmente:

Centros Comerciales	**Dirección**
Centro Comercial Feria Libre	Feria Libre

2.3.2 Análisis Cualitativo:

Centros Comerciales	**Tamaño**	**Productos**	**Posicionamiento**	**Target**
Pasaje Hortensia Mata	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP
Gran Pasaje	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP
El Joyero	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP
La Prensa	Mediano	Ropa y más	Bueno	TP
Bahía Nueve de Octubre	Mediano	Ropa y más	Bueno	TP
La Rotary	Grande	Artesanías	Bueno	TP
Maldonado	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP
Centro Comercial Sucre	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP

Centro Comercial el Cenáculo	Pequeño	Ropa y más	Bueno	TP
Centro Comercial Herma	Pequeño	Ropa y más	Bueno	TP
Centro Comercial Plaza Center	Pequeño	Ropa y más	Bueno	TP
Centro Comercial Cenmuart	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP
Pasaje San Alfonso	Pequeño	Ropa y más	Bueno	TP
Pasaje Hermano Miguel	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP
Santa Cecilia	Grande	Ropa y más	Muy Bueno	TP
Pasaje Ugalde	Pequeño	Ropa y más	Regular	TP
Feria Libre	Grande	Ropa	Muy Bueno	TP

TP = Todo Público

Por otro lado, debemos también tomar en cuenta los precios promedio de la competencia en base a los metros cuadrados de cada local y el lugar en donde se encuentren ubicados, hacia la calle (locales exteriores) o en la parte interna (locales interiores).

- En base al lugar de ubicación:

Nombre	No. Locales	Arriendo	Observación
La Prensa	51	80 – 150 400 - 750	Locales Interiores Locales Exteriores
El Joyero	36	100 450	Locales Interiores Locales Exteriores
Gran Pasaje	37	120 – 150 350 – 700	Locales Interiores Locales Exteriores
El Cenáculo	17	100 – 120 400 - 450	Locales Interiores Locales Exteriores
Puertas de Hierro	38	140 – 170 350 - 450	Locales Interiores Locales Exteriores

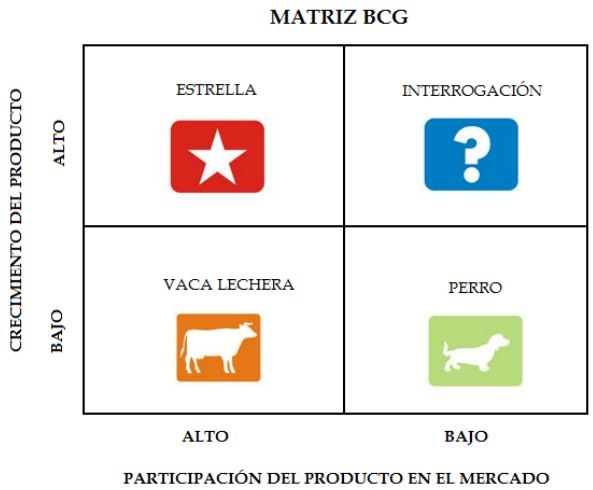
Locales	Precio Promedio
Locales Interiores	$ 125
Locales Exteriores	$ 477

- En base a los metros cuadrados

Tamaño	Precio Promedio
20 mt^2	$ 180
40 mt^2	$ 250
40mt^2 o más	$ 420

2.3.3 Matriz BCG

Nos basamos en la **matriz BCG (Boston Consulting Group)**, ya que esta nos permite manejar que productos ofrecemos, desarrollando estrategias para el mismo e identificando los productos y servicios en el mercado, sabiendo que mediante los diversos símbolos establecemos el lugar en el que se encuentra nuestro producto, para que mediante esto podamos tomar las decisiones adecuadas y llevemos por un buen camino al Centro Comercial Rotary. Por lo mencionado, hemos establecido:



- **Estrella:** Gran crecimiento y Gran participación de mercado.
- **Incógnita:** Gran crecimiento y Poca participación de mercado. Hay que reevaluar la estrategia en dicha área de negocio, que eventualmente se puede convertir en una estrella o en un perro.
- **Vaca Lechera:** Poco crecimiento del mercado y Gran participación de mercado.
- **Perro:** Poco crecimiento del mercado y Poca participación de mercado.

Consideramos que los locales comerciales del Centro Comercial Rotary se identifican con la "Incógnita", donde tenemos un gran crecimiento del producto pero poca participación de mercado debido a que son pocos los locales con respecto a todos los que existe el centro de la ciudad. Son productos que se introducen en un mercado ya existente por lo que es una remodelación del Centro Comercial y la estrategia que creemos que se debe aplicar de acuerdo a la matriz BCG es la de conservar la cuota de mercado, debido a que tiene arrendatarios fieles durante muchos años. En este momento los hábitos de los clientes son más estables y difíciles de cambiar, y un intento de incrementar la cuota sería a expensas del resto de los arrendatarios.

2.4 Análisis del Precio:

En lo referente a los precios que tendrán los locales comerciales, debemos considerar que éstos deberán ajustarse a las leyes de arriendo y serán fijados de acuerdo a los precios de los competidores, ubicación y tamaño de los mismos.

Según la ley de inquilinato, la fijación de las pensiones de arrendamiento se basarán en:

Art. 17.- Límite máximo para las pensiones de arrendamiento.- La pensión mensual de arrendamiento de un inmueble no podrá exceder de la doceava parte del diez por ciento del avalúo comercial con que dicho inmueble conste en el Catastro Municipal, y de los impuestos municipales que gravaren a la propiedad urbana. Para determinar el precio total se tomarán en cuenta todos los departamentos, piezas o locales del inmueble, inclusive los ocupados por el arrendador. Cuando se arrienda sólo una parte del predio, la pensión se fijará proporcionalmente a dicha parte.

Para fijar la pensión mensual de arrendamiento, se tendrá en cuenta el estado, condición y ubicación del inmueble y los requisitos exigidos en el Art. 3.

> Art. 3.- Condiciones de los locales de arrendamiento.- Los locales destinados al arrendamiento deberán reunir, a más de las condiciones que fijen las ordenanzas municipales, las siguientes:
>
> a) Disponer de servicios higiénicos completos y permanentes, siquiera uno para cada piso de la casa, de acuerdo con las modalidades del lugar.
>
> Cuando en un mismo piso hubiere dos o más departamentos independientes, cada uno de ellos deberá tener, por lo menos, un servicio higiénico completo y exclusivo;
>
> b) Tener aireación y luz suficientes para las habitaciones;
> c) Disponer, permanentemente, de los servicios de agua potable y de luz eléctrica, en los sectores urbanos donde existen estos servicios;
> d) No ofrecer peligro de ruina; y,
> e) Estar desinfectados, lo que se acreditará con el correspondiente Certificado de Sanidad.

Art. 19.- Sanciones por cobro de pensiones excesivas.- La Oficina de Registro de Arrendamientos, fijará el precio máximo de arrendamiento de cada local, que se hará constar en el certificado a que se refiere el Art. 10.

> Art. 10.- Fijación de las pensiones máximas de arrendamiento.- Las oficinas de Registro de Arrendamientos o las jefaturas de Catastro Municipales, según el caso, fijarán la pensión máxima de arrendamiento de cada local, y entregarán al arrendador, en el plazo máximo de cuatro meses, un certificado en el que conste la identidad del predio o local inscrito y la pensión mensual para su arrendamiento.

Quien cobrare una pensión mayor de la fijada por la Oficina Municipal de Arrendamientos o la Jefatura de Catastros, según el caso, será sancionado por el Juez de Inquilinato con una multa equivalente al valor del canon de arrendamiento mensual cobrado, sin perjuicio de la devolución al inquilino de lo cobrado en exceso, que deberá liquidarse con el interés legal vigente a la fecha en que se ordene la devolución.

Art. 20.- Fijación provisional de pensiones.- Si el inmueble no tuviere avalúo catastral comercial, la Oficina de Registro de Arrendamientos, previa inspección, podrá autorizar el arrendamiento y fijar pensiones provisionales.

Si un edificio no se hallare terminado, se podrá autorizar el arrendamiento de los locales que reúnan los requisitos del Art. 3.

Art. 21.- Solicitud de aumento de pensiones.- El arrendador podrá solicitar a la Oficina de Registro de Arrendamientos el aumento de la pensión mensual, cuando hubiere realizado obras que mejoren el local arrendado, siempre y cuando éstas no sean obras de simple mantenimiento o de servicios necesarios exigidos en el Art. 3 de esta Ley; o hayan transcurrido, por lo menos dos años de haberse efectuado la última fijación.

Art. 22.- Los derechos de los inquilinos son irrenunciables.

Art. 23.- Solicitud de rebaja de pensiones.- El arrendatario puede solicitar la rebaja de las pensiones de arrendamiento cuando el local se halle en mal estado, por el uso natural o por causa de las cuales el arrendatario no sea responsable.

Por lo tanto, estas leyes debemos tomarlas en cuenta en el momento de fijar el precio de los locales comerciales, al igual que hay que considerar que los locales del Centro Comercial Rotary serán desde aproximadamente 10 mt^2 hasta 50 mt^2.

Por lo mencionado, y según los precios promedios de los competidores, ubicación de los locales comerciales y tamaño de los mismos, los precios de los locales comerciales del Centro Comercial Rotary variarían entre $ 50 y los $ 500 dólares respectivamente, ya que consideramos también la inversión inicial y la remodelación del mismo.

2.5 Análisis de la Comercialización:

2.5.1 Canales de Distribución.

El Canal de distribución con el que contará el proyecto será entre los dueños y arrendatarios, es decir, una relación estrecha entre las dos partes, por lo que se tratará de realizar bastante publicidad en periódicos, a través de una pancarta grande y mediante la contratación de un corredor de bienes raíces, con el fin de que los locales comerciales sean arrendados lo más pronto posible.

Por lo mencionado, para el proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary, se utilizará la siguiente Estrategia Comercial:

1. En el momento en que se estén terminado los 47 locales comerciales, es decir, a partir del segundo año, se procederá a realizar una buena publicidad en los periódicos “El Mercurio” y “El Tiempo”, con el fin de arrendar los 10 locales que estarán ya disponibles. Hay que considerar que los anuncios estarán en la parte de clasificados de dichos periódicos. Asimismo, hay tomar en cuenta que en el primer año no se utilizará ninguna estrategia de comercialización, ya que la demanda y la oferta están satisfechas.

2. A mediados del segundo año, para dar a conocer a los clientes los locales que se tendrán disponibles para el tercer año, y en caso de que no se hayan arrendado los 10 locales anteriores, se procederá a implementar una pancarta grande que estará ubicada en las calles Lamar y Vargas Machuca Esquina. Debemos considerar que el costo de la pancarta se le cargó a la inversión inicial, por lo que no representará un gasto mensual.

3. A partir del tercer año, cuando todos los locales comerciales estén listos para ser arrendados, se contratará además un corredor de bienes raíces, para que de esta forma se puedan arrendar los locales comerciales que no se hayan demandado hasta ese momento.

Por lo mencionado, hemos establecido el siguiente Plan de Medios:

	Medio	Mensaje	Frecuencia	Alcance	Objetivo	Presupuesto
Primer Año	-	-	-	-	-	-
	Periodicos	Informativo	8 veces al mes en cada periódico	Local	Arrendar Locales	$40,00
Segundo Año	Pancarta	Informativo	1 vez al asegundo año	Local	Arrendar Locales	$100,00
Tercer Año	Corredor	Persuasivo / Subliminal	A partir del Tercer año, cuando se lo necesite	Local	Arrendar Locales	Cobra el valor de un mes de arriendo según local
Total						$40,00

El valor total de publicidad que se pagaría mensualmente sería de $ 40,00, ya que el valor de la pancarta fue considerado como una inversión inicial, mientras que el pago que se le realizará al corredor, va a depender de los locales que arriende, es decir, el corredor cobrará el valor del arriendo del local de un mes.

Hay que recalcar que la otra estrategia que utilizaremos a lo largo del proyecto será la fidelización de los clientes, la cual se ha ido obteniendo con el paso del tiempo y se procurará seguirla cultivando en el futuro, a través del mantenimiento del Centro Comercial Rotary y de la excelente relación con los arrendatarios.

CAPITULO 3
ESTUDIO TECNICO

3.1 Análisis del Proceso de Servucción

3.1.1 Listado de las actividades del proceso de Servucción:

1. Remodelación de los Locales Comerciales.
2. Determinación de la cantidad de Locales Comerciales que se van a alquilar
3. Establecimiento de los precios para los distintos Locales Comerciales
4. Publicaciones en la prensa, pancarta grande en la Gran Colombia y contratación de un corredor para anunciar los Locales Comerciales que se van a alquilar.
5. Realización de Contratos Comerciales entre arrendadores y arrendatarios.
6. Arrendamiento de Locales.
7. Cobro de arriendos.
8. Pago de gastos de administración.

3.1.2 Descripción de cada una de las actividades:

- **Remodelación de los Locales Comerciales:** Para brindar mejores oportunidades y satisfacción a los arrendatarios, los dueños de los locales decidieron remodelar los mismos, distribuyendo de una mejor manera el espacio físico y ofreciendo una mejor imagen corporativa, para de esta forma, generar beneficios tanto para los dueños como para los arrendatarios. Esto lo han hecho mediante la implementación de locales comerciales en el Centro Rotary, así como mediante una adecuada construcción con materiales de primera calidad.

- **Determinación de la Cantidad de Locales:** Mediante una mejor distribución del espacio físico, se ha podido establecer que los locales a arrendarse serán 67, de los cuales 36 estarán ubicados en la planta baja y los

31 restantes en la primera planta. Debemos tomar en cuenta que el tamaño promedio de los locales comerciales irá desde los 10 mt^2 hasta 50 mt^2.

- **Establecimiento de los Precios:** Los locales comerciales tendrán precios que irán desde los $ 50 a los $ 500 dependiendo del lugar en donde se encuentren ubicados al igual que en base al tamaño del mismo.

- **Publicación en periódicos, pancarta y contratación de un corredor:** En el momento en que los locales comerciales estén listos para ser alquilados y demandados por los arrendatarios, se publicará en los periódicos El Mercurio y El Tiempo los anuncios con toda la información referente a los locales en mención; de la misma manera se pondrá una pancarta grande en la calle Gran Colombia con el fin de que todos los vehículos o personas que transcurran por ese lugar, lo puedan ver y acercarse a averiguar ese instante. Por otro lado, no hay que olvidar que se contratará un corredor que ofrecerá los locales y los mostrará cuando sea necesario.

- **Realización de Contratos Comerciales:** Los contratos comerciales se realizarán previo el alquiler de los locales, tomando en cuenta que tendrán una vigencia de un año, por lo que si persiste el convenio entre las dos partes, se realizará uno nuevo, revisando siempre el precio y las condiciones del local comercial. Debemos tomar en cuenta que el contrató establecerá una cláusula en la que el arrendatario se compromete a pagar el arriendo máximo hasta el décimo día de cada mes.

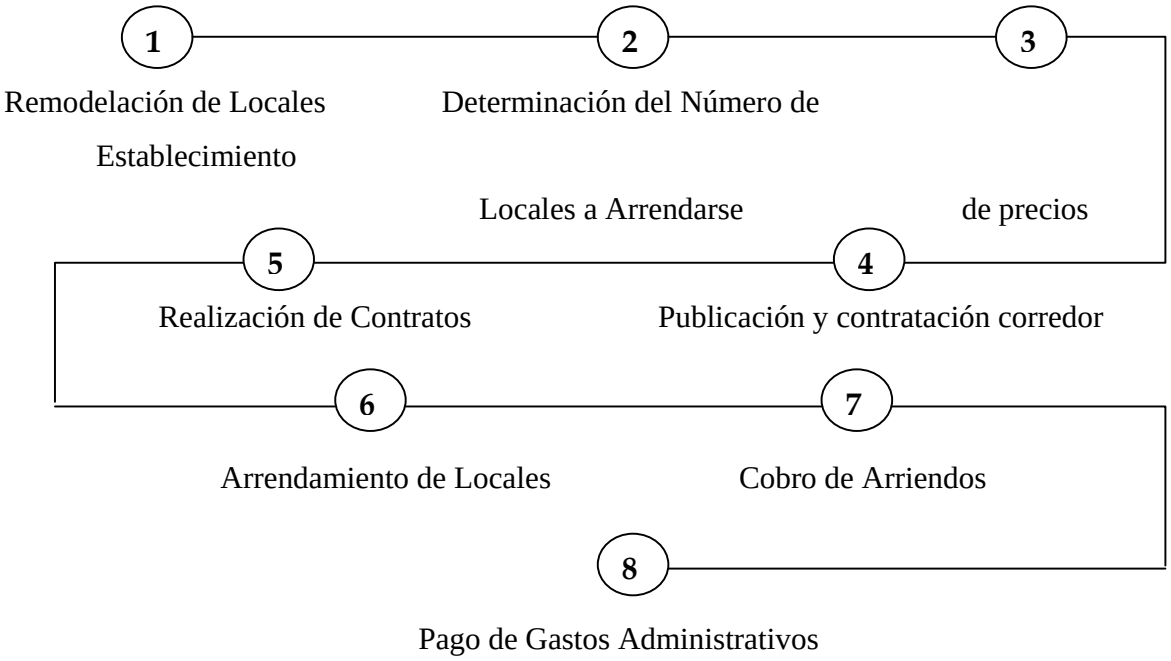
- **Arrendamiento de Locales:** Una vez realizado el contrato de arrendamiento, el arrendatario podrá dar uso del local para adecuarlo de acuerdo a sus necesidades.

- **Cobro de Arriendos:** Mensualmente se cobrará el arriendo según lo acordado en el contrato comercial.

- **Pago de Gastos de Administración:** Se realizará el pago mensual de los servicios básicos y del sueldo del administrador.

Hay que considerar también que este proceso completo se realizará solamente una vez, al inicio de este proyecto, después de esto solo solamente se repetirán los últimos tres o cuatro pasos (dependiendo de la constancia de los inquilinos); publicación en el periódico, pancarta y contratación de un corredor, la realización de contratos comerciales y arrendamientos locales se harán anualmente y el cobro de arriendos será mensualmente.

3.1.3 Diagrama del proceso de Servucción:



3.2 Análisis de los Recursos Necesarios para el Proyecto

3.2.1. Matriz de Recursos

	RECURSOS OPERACIÓN				RECURSOS INVERSIÓN		
EDIFICIO	**RECURSO HUMANO**	**INSUMOS**	**EQUIPOS**	**PROCESO DEL SERVICIO**	**INSUMOS**	**RECURSO HUMANO**	**OTROS**
				Remodelación de los Locales Comerciales	Materiales de Construcción (Detallados más adelante)	Arquitecto Mano de Obra	Permisos y Estudios (Detallados más adelante)
				Determinación de la cantidad de Locales Comerciales que se van a alquilar		Socios	
				Establecimiento de los precios para los distintos Locales Comerciales		Socios	
	Contrato Corredor	Publicación en el periódico y pancarta		Publicaciones en la prensa, pancarta grande en la Gran Colombia y contratación de un corredor para anunciar los Locales Comerciales que se van a alquilar			
	Administrador	Papel y otros	Computadora	Realización de Contratos Comerciales entre arrendadores y arrendatarios			
Locales Comerciales	Administrador Socios			Arrendamiento de Locales			
	Administrador	Papel y otros	Computadora	Cobro de Arriendos			
	Administrador	Papel y otros	Computadora	Pago de Gastos Administrativos			

3.2.2. Descripción de los Recursos de Inversión:

Descripción Insumos y Materiales de Construccion			
	Descripción	**Unidad**	**Cantidad**
1	Cimentación	m3	20
	Hormigon simple, acero de refuerzo	Kg	2300
2	Estructura de acero columnas (Losa y Cubierta)	m2	2710,72
3	Hormigón de losa	m3	271
4	Paredes exteriores	m2	928
	Enlucido.	m2	1392
5	Divisiones locales interiores, estructura de acero y madera	m2	1710
6	Pisos (Porcelanato)	m2	2710,72
7	Ventanas, aluminio natural y hierro claro	m2	26
8	Puertas enrrollables	m2	438
9	Pintura.		
	Cielo Raso (Esmalte)	m2	2595
	Paredes (Caucho)	m2	1392
10	Puertas de madera	U	30
11	Cubierta		
	Plancha eternit	U	745
	Teja Artesanal	U	21964
12	Sanitarios		
	Inodoros	U	16
	Lavamanos	U	16
13	Instalación eléctrica		
	Puntos de iluminación	Punto	125
	Puntos de tomacorrientes	Punto	210
14	Instalación agua	Punto	45
15	Lámparas Fluorecentes	U	87

	Descripción Recurso Humano
16	Arquitecto
17	Mano de Obra (8 albañiles y 5 ayudantes)
18	3 Socios

	Descripción Permisos y Estudios
19	Eléctrico
20	Telefónico
21	Hidrosanitario
22	Contra Incendios
23	Impacto Ambiental
24	Permiso de Construcción Municipio
25	Otros (patentes, certificados, etc.)

Instituciones Involucradas en el Proyecto para los Permisos y Estudios

- **Permisos de Construcción:** La encargada de la aprobación de anteproyecto, proyecto y permisos de construcción es la Ilustre Municipalidad de Cuenca a través de sus respectivos departamentos (Comisión del Centro Histórico)
- **Permisos Hidrosanitarios y de Telefonía:** Serán ejecutados por la Empresa de Teléfonos , Agua Potable y Alcantarillado (ETAPA), la misma que se hará cargo de la dotación de agua potable y los servicios de alcantarillado y líneas telefónicas.
- **Estudios Hidráulicos contra Incendios:** Aprobación encargada por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- **Estudios Eléctricos:** Realizados por la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur (EERCS) quien es la que provee de energía eléctrica a la región austral del país en la que se incluye el cantón Cuenca y es el ente rector de la distribución del fluido eléctrico, en consecuencia, quien aprueba los estudios eléctricos.
- **Aseo Calles:** Empresa Municipal de Aseo de Calles (EMAC), le corresponde especificar el destino final de los suelos removidos producto de las excavaciones y los escombros de la construcción y los residuos sólidos en la etapa de funcionamiento.
- **Estudio de impacto Ambiental:** Encargada por la Comisión de Gestión Ambiental (CGA), quien debe realizar la aprobación del estudio y como Autoridad Ambiental debe verificar el cumplimiento del plan de Manejo Ambiental a través de la Unidad Técnica.

- **Garantizar la Calidad del Proyecto:** Por medio del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. A pesar de contar con la Licencia Urbanística y el Anteproyecto aprobado, se debe cumplir con todos los estudios aprobados por las instituciones nombradas y ejecutadas en construcción.

Debemos considerar que los estudios y permisos, ya se encuentran aceptados, por lo tanto ya se puede proceder a la construcción. (Anexo 2)

3.2.3 Descripción de los Recursos de Operación

	Descripción del Edificio	Unidad	Cantidad
1	Locales Comerciales	U	67

	Descripción Recurso Humano
2	1 Administrador
3	1 Corredor
4	3 Socios

	Descripción Insumos
5	Papel
6	Pancarta
7	Otros

	Descripción Equipos
8	1 Computadora

3.3 Análisis del Tamaño:

El tamaño se expresará en Número de Unidades por Tiempo, de la siguiente manera:

- Tiempo: Por año.
- Unidades: Locales arrendados.
- Número: El número parte de la totalidad de locales disponibles.

El Centro Comercial Rotary tendrá un total de 67 locales disponibles para arrendar después de una etapa de construcción de 2 años:

- El primer año se arrendaran 37 locales, y se efectuará la remodelación de los mismos, sin desocupar ninguno de ellos, ya que no se necesitará realizar grandes cambios; simultáneamente se realizará la construcción de 6 locales comerciales y el patio de comidas que estará conformado por 4 locales más en la parte posterior, junto a la Plazoleta Rotary. Finalizando ese año con 47 locales disponibles para arrendar.
- El segundo año se arrendaran los 47 locales mientras se termina la construcción de los otros 20 locales.
- A partir del tercer año se podrá arrendar la totalidad de los locales.

El tamaño del Centro Comercial Rotary a partir del tercer año será de:

- Tiempo: 12 meses
- Unidades: 67 locales
- Número: (12*67) = 804 locales arrendados por año.

3.4 Análisis de Localización

País: Ecuador

Ciudad: Cuenca

Zona: Urbana

Parroquia: Sagrario

Dirección: Calle Mariscal Lamar 3-34, entre Vargas Machuca y Mariano Cueva

Sector de Planeamiento: Centro Histórico

Características:

- Zona comercial de gran afluencia de gente.
- Colindante con la Plaza Rotary y Mercado 9 de Octubre, lo que atrae a los clientes.

CAPITULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Análisis de las Inversiones:

4.1.1 Inversiones Fijas:

PRESUPUESTO CENTRO COMERCIAL ROTARY					
MATERIALES Y MANO DE OBRA					
	Descripción	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
1	Cimentación	m3	20	$ 150,00	$ 3.000,00
	Hormigon simple, acero de refuerzo	Kg	2300	$ 1,80	$ 4.140,00
2	Estructura de acero columnas (Losa y Cubierta)	m2	2710,72	$ 50,00	$ 135.536,00
3	Hormigón de losa	m3	271	$ 150,00	$ 40.650,00
4	Paredes exteriores	m2	928	$ 22,00	$ 20.416,00
	Enlucido.	m2	1392	$ 15,00	$ 20.880,00
5	Divisiones locales interiores, estructura de acero y madera	m2	1710	$ 15,00	$ 25.650,00
6	Pisos (Porcelanato)	m2	2710,72	$ 25,00	$ 67.768,00
7	Ventanas, aluminio natural y hierro claro	m2	26	$ 55,00	$ 1.430,00
8	Puertas enrrollables	m2	438	$ 30,00	$ 13.140,00
9	Pintura.				
	Cielo Raso (Esmalte)	m2	2595	$ 4,00	$ 10.380,00
	Paredes (Caucho)	m2	1392	$ 2,00	$ 2.784,00
10	Puertas de madera	U	30	$ 150,00	$ 4.500,00
11	Cubierta				
	Plancha eternit	U	745	$ 11,88	$ 8.850,60
	Teja Artesanal	U	21964	$ 0,22	$ 4.832,08
12	Sanitarios				
	Inodoros	U	16	$ 130,00	$ 2.080,00
	Lavamanos	U	16	$ 55,00	$ 880,00
13	Instalación eléctrica				
	Puntos de iluminación	Punto	125	$ 55,00	$ 6.875,00
	Puntos de tomacorrientes	Punto	210	$ 55,00	$ 11.550,00
14	Instalación agua	Punto	45	$ 70,00	$ 3.150,00
15	Lámparas Fluorecentes	U	87	$ 35,00	$ 3.045,00
	TOTAL MATERIALES Y MANO DE OBRA				$ 391.536,68
16	Arquitecto (5% de los gastos más el valor del proyecto)				$ 34.576,83
	SUBTOTAL				$ 426.113,51
	10% IMPUESTOS				$ 42.611,35
	TOTAL				$ 468.724,87

4.1.2 Inversiones Diferidas:

	Descripción Permisos y Estudios	Costo
17	Eléctrico	$ 700,00
18	Telefónico	$ 700,00
19	Hidrosanitario	$ 1.800,00
20	Contra Incendios	$ 35,00
21	Impacto Ambiental	$ 3.000,00
22	Permiso de Construcción Municipio	$ 60,00
23	Otros (patentes, certificados, etc.)	$ 1.000,00
	Costo Total	$ 7.295,00

4.1.3 Inversiones de Capital de Trabajo:

En vista de que este proyecto será autofinanciado y además no cuenta con costos de operación altos, no existirá una inversión de capital de trabajo.

4.1.4 Inversión Total:

La inversión inicial total del proyecto será de USD$ 476.019,87 que será el resultado de sumar la inversión fija y la inversión diferida.

4.2 Análisis del Financiamiento:

4.2.1 Fuentes Propias:

Las fuentes propias de financiamiento provendrán, en este caso, de tres socios que forman parte de HEREDEROS MOREJON MONTESINOS. Cada una aportará con el 19,33% que es igual $92.006,62 a necesario para realizar la inversión total y pasarán a formar partes igualitarias del patrimonio de la empresa. Con esto ya se tendrá el 58% de la inversión que es igual USD$ 276.019,87

4.2.2. Fuentes de Terceros:

Después de realizar el análisis respectivo, recomendamos que los socios financien el 42% correspondiente al valor de $200.000 por medio de un préstamo bancario a 4 años, siendo conveniente para tener un escudo fiscal; además los intereses y porción de la deuda a pagar mensualmente serán menores a la mitad de los ingresos del mes, lo que es

beneficioso debido a que si por alguna razón no se arriendan todos los locales comerciales, todavía tendrán un margen de seguridad alto para pagar la deuda.

4.3 Análisis de los Ingresos:

4.3.1 Ingresos Operacionales:

Los ingresos operacionales se obtendrán de los arriendos de los diferentes locales del Centro Comercial Rotary. Debemos considerar que contamos con una cantidad de 804 locales arrendados por año.

A continuación presentaremos el cuadro de los ingresos en base a datos históricos del número de metros cuadrados promedio arrendados por local y el precio promedio de los mismos, tomando en cuenta que estos varían de acuerdo al tamaño y a la ubicación de los locales comerciales, como se menciono anteriormente.

- **Ingresos primer año:**

El primer año se arrendaran 37 locales, simultáneamente se realizará la construcción de 6 locales comerciales y el patio de comidas que estará conformado por 4 locales más en la parte posterior, junto a la Plazoleta Rotary; finalizando ese año con 47 locales disponibles para arrendar.

Tamaño promedio locales (m2)	Cantidad de Locales	Precio Promedio por m2	Precio Promedio Unitario por Local	Total
10	8	$ 5,00	$ 50,00	$ 400,00
20	20	$ 7,50	$ 150,00	$ 3.000,00
30	7	$ 6,67	$ 200,00	$ 1.400,00
40	2	$ 6,75	$ 270,00	$ 540,00
50	0	$ 9,00	$ 450,00	$ 0,00
Total Mensual				$ 5.340,00
Total Anual (12 meses)				$ 64.080,00

- **Ingresos segundo año:**

El segundo año se arrendaran los 47 locales mientras se termina la construcción de los otros 20 locales. Obteniendo los siguientes ingresos:

Tamaño promedio locales (m2)	Cantidad de Locales	Precio Promedio por m2	Precio Promedio Unitario por Local	Total
10	8	$ 5,00	$ 50,00	$ 400,00
20	20	$ 7,50	$ 150,00	$ 3.000,00
30	7	$ 6,67	$ 200,00	$ 1.400,00
40	4	$ 6,75	$ 270,00	$ 1.080,00
50	8	$ 9,00	$ 450,00	$ 3.600,00
Total Mensual				$ 9.480,00
Total Anual (12 meses)				$ 113.760,00

- **Ingresos a partir del tercer año:**

A partir del tercer año se podrá arrendar la totalidad de los locales.

Tamaño promedio locales	Cantidad de Locales	Precio Promedio por m2	Precio Promedio Unitario	Total
10	8	$ 5,00	$ 50,00	$ 400,00
20	29	$ 7,50	$ 150,00	$ 4.350,00
30	15	$ 6,67	$ 200,00	$ 3.000,00
40	7	$ 6,75	$ 270,00	$ 1.890,00
50	8	$ 9,00	$ 450,00	$ 3.600,00
Total Mensual				$ 13.240,00
Total Anual (12 meses)				$ 158.880,00
Recuperación de la inversión al final 4to año				$ 635.520,00

4.3.2 Ingresos No Operacionales:

En el caso del presente proyecto, no existen ingresos no operacionales o externos al giro propio del negocio.

4.4 Análisis de los Egresos:

4.4.1. Gastos Administrativos:

Los gastos administrativos son aquellos que apoyan el proceso de la servucción, consta del sueldo del administrador que trabaja bajo la modalidad de servicios prestados, por lo que no se paga el 15% de utilidades a los trabajadores.

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Sueldo	500	6000
Insumos de Oficina	50	600
Gastos Varios	100	1200
Total	650	7800

Hay que tomar en cuenta que dentro de los Gastos varios están incluidos los gastos de publicidad del local, celular y transporte del Administrador.

4.4.2 Gastos de Operación:

Los gastos de operación son los que provienen de los arriendos y se pagan mensualmente. Debemos considerar que en estos egresos tomamos en cuenta solo los servicios básicos de acuerdo a datos históricos, por lo que los servicios de guardianía y limpieza de los locales del Centro Comercial Rotary son asumidos directamente por los arrendatarios.

- En el primer año los gastos de operación serán los siguientes con 37 locales arrendados:

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Servicios básicos (agua, luz)	580	6960
Total	580	6960

- En el segundo año con 47 locales los gastos serían:

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Servicios básicos (agua, luz)	737	8844
Total	737	8844

- En el tercer año con la totalidad de los locales comerciales, los egresos serían:

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Servicios básicos (agua, luz)	1100	13200
Total	1100	13200

4.4.3 Gastos Financieros:

El proyecto estará financiado 58% mediante fuentes propias, es decir, mediante los recursos personales de los tres socios y el resto a través de un préstamo blando a la tasa del 11% anual. (Negociación con el banco), siendo el total de la deuda $476.019,87 que se debe pagar hasta 4 años. Por lo mencionado, para calcular los gastos financieros anuales realizamos una tabla de amortización.

Debemos considerar que a través de la Negociación con el Banco Internacional, se estableció que esta entidad podría prestar el dinero necesario ($ 200,000.00) para la remodelación del local a una tasa de interés del 11% anual durante los próximos 4 años.

4.4.3.1 Tabla de Amortización:

Costo del activo	200.000,00
Plazo	4
Tasa	11%
Cuota (calcular)	**$ -64.465,27**

TABLA DE AMORTIZACIÓN Período	0	1	2	3	4
Capital Reducido	200.000,00	157.534,73	110.398,28	58.076,82	0,00
Intereses		22.000,00	17.328,82	12.143,81	6.388,45
Cuota		64.465,27	64.465,27	64.465,27	64.465,27
Capital		42.465,27	47.136,45	52.321,46	58.076,82
Intereses sin impuestos		14.025,00	11.047,12	7.741,68	4.072,64
Capital + Intereses sin impuestos		56.490,27	58.183,57	60.063,14	62.149,46

4.5 Análisis de Rentabilidad:

Para un correcto análisis del proyecto, se realizará el análisis de rentabilidad según los siguientes criterios:

- **Vida Útil del Proyecto:** La vida útil del proyecto es de 10 años porque en este plazo se realizará un cambio de equipos.

- **Tasa de inflación:** Se utilizará una tasa de inflación anual del 4%, obtenida como promedio de las tasas de inflación anuales reales y proyectadas durante los años 2009 y 2010 según el Banco Central del Ecuador, el Fondo Monetario Internacional y JP Morgan.

	2009 Estimada	2009 Real	2010 Estimada	Promedio
BCE	5,60%	4,31%	3,35%	3,83%
FMI	5,10%	4,31%	6%	5,16%
JP Mogan	5%	4,31%	5,20%	4,76%
Promedio Estimado para el Año 2010				**4,58%**

Según los datos establecidos en el cuadro anterior, nos podemos dar cuenta que la inflación promedio para el Año 2010 sería del 4,58%, pero debemos considerar que el Banco Central, el FMI y JP Morgan en sus proyecciones de inflación para el año 2009 establecieron valores superiores a los reales, por lo que establecimos una inflación del 4%, situándonos en un escenario conservador.

- **Criterio de crecimiento de ingresos y egresos:** se ha tomado en cuenta la tasa de inflación anual (4%) y la tasa esperada de crecimiento de la economía ecuatoriana (3,5%), proyectada para el año 2010 en el cálculo de los ingresos y egresos. Debemos tomar en cuenta que nos estamos ubicando en un escenario conservador, por lo que establecimos una tasa de crecimiento de la economía ecuatoriana del 3%, obteniendo de esta manera una tasas del 7% que incluye el efecto de la inflación y del crecimiento de la economía.

	Año 2010
EEUU	1,50%
America Latina	4%
Ecuador	3,50%

- **Depreciación:** La depreciación se toma en cuenta aun así no sea una salida de efectivo porque proporciona dentro del análisis un ahorro. A continuación veremos la depreciación del inmueble del Centro Comercial Rotary durante los 10 años de vida útil del proyecto.

TABLA DE DEPRECIACIÓN	0	1	2	3	4	5
Valor del activo	350000					
Porcentaje (depende del método de depreciación)		5%	5%	5%	5%	5%
Depreciación anual		17500	17500	17500	17500	17500
Depreciación acumulada		17500	35000	52500	70000	87500

TABLA DE DEPRECIACIÓN	6	7	8	9	10
Valor del activo					
Porcentaje (depende del método de depreciación)	5%	5%	5%	5%	5%
Depreciación anual	17500	17500	17500	17500	17500
Depreciación acumulada	17500	35000	52500	70000	87500

El valor del Activo fue tomado en cuenta según el último Avalúo realizado del Centro Comercial Rotary. (Anexo 3)

- **Tasa Impositiva:** La tasa impositiva es del 25%.

- **Valor de Salvamento Neto:** El valor de salvamento neto comprende el valor en que se pudiera vender el proyecto una vez que ha terminado su vida útil. Para obtener el valor de salvamento neto vamos a tomar en cuenta lo siguiente:

$$VS = \frac{UO\ (1+g)}{Ks - g}$$

Sabiendo que g = 7% = (3% + 4%) = (Tasa inflación + Tasa crecimiento de Economía)

Ks = Tasa promedio de negocios similares (ROE promedio) = (15%)

UO = Utilidad Operacional del Período 10

- **Indicador de Rentabilidad:** Se utilizará el indicador de rentabilidad dinámico Valor Actual Neto (VAN) al igual que la Tasa Interna de Retorno (TIR).

- **Costo promedio del Capital:** Para estimar el costo promedio del capital nos basaremos en las tasas y en el porcentaje de participación que poseen la inversión con capital propio de los socios, y el préstamo solicitado.

CPC = (42% x 8%) + (58% x 15%)

Inversión Inicial	Préstamo	Capital Propio
$ 476.019,87	200000	$ 276.019,87
	42%	58%
Costo promedio de Capital Propio	11%	

ROE Promedio de Mall del Río = 15%
ROE Que los accionistas quieren en el proyecto = 8%

4.5.1 Flujo de Caja:

El análisis de rentabilidad se presenta en el siguiente flujo de caja, realizado con toda la información recolectada a lo largo de este proyecto, tomando en cuenta algunos supuestos específicos:

- La tasa de interés es del 11% y será constante a lo largo de los 4 años.
- La moneda seguirá siendo el dólar estadounidense a lo largo de la vida útil del proyecto.
- La inflación crecerá a un ritmo del 4% anual y el costo de arriendo a un ritmo del 3% aproximadamente durante los próximos 10 años.
- La etapa de construcción durará dos años

A continuación estableceros algunos indicadores fundamentales que nos permitirán establecer si el proyecto es rentable o no, por lo que nos basaremos en los resultados del VAN y a la TIR.

Sabiendo que el VAN (Valor Actual Neto) nos indica la ganancia adicional al capital que se obtendrá el momento de establecer un negocio o proyecto, después de cubrir los valores de inversión, gastos de operación, de financiamiento y los fondos exigidos por el inversionista. y que nos muestra el costo de oportunidad que tendríamos si pusiéramos en práctica el mismo, podemos establecer que el VAN del proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary es de $ 1.222.624,33 y el VAN de los inversionista es de $1.117.185,46, por lo que decimos que el proyecto es rentable, ya que el VAN del proyecto es superior al del inversionista.

De igual manera, a través de la TIR (Tasa Interna de Retorno) podemos establecer la ganancia porcentual que tendría el negocio en caso de poner en práctica el proyecto, es decir, la rentabilidad porcentual del mismo, por lo que al obtener el proyecto un TIR del 36% y los inversionistas un 42%, decimos que el proyecto es rentable al compararlo con la tasa el capital promedio de los accionista (8%) y de un negocio similar (Mall del Rio = 15%).

Por lo mencionado, procederemos a indicar el flujo de caja que nos permitió obtener dichos valores, tanto en el VAN y la TIR, y que nos permitió determinar que el Proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary es muy rentable para los miembros de la Familia Morejón.

Flujo de Caja (Final de cada año)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	**$ 64.080,00**	**$ 121.723,20**	**$ 170.001,60**	**$ 181.901,71**	**$ 194.634,83**	**$ 208.259,27**	**$ 222.837,42**	**$ 238.436,04**	**$ 255.126,56**	**$ 272.985,42**	**$ 292.094,40**
Ingresos Operacionales	$ 64.080,00	$ 121.723,20	$ 170.001,60	$ 181.901,71	$ 194.634,83	$ 208.259,27	$ 222.837,42	$ 238.436,04	$ 255.126,56	$ 272.985,42	$ 292.094,40
Egresos	**$ 14.760,00**	**$ 17.309,76**	**$ 22.164,48**	**$ 23.051,06**	**$ 23.973,10**	**$ 24.932,03**	**$ 25.929,31**	**$ 26.966,48**	**$ 28.045,14**	**$ 29.166,94**	**$ 30.333,62**
Egresos de Gastos Administrativos	$ 7.800,00	$ 8.112,00	$ 8.436,48	$ 8.773,94	$ 9.124,90	$ 9.489,89	$ 9.869,49	$ 10.264,27	$ 10.674,84	$ 11.101,83	$ 11.545,91
Egresos de Operación	$ 6.960,00	$ 9.197,76	$ 13.728,00	$ 14.277,12	$ 14.848,20	$ 15.442,13	$ 16.059,82	$ 16.702,21	$ 17.370,30	$ 18.065,11	$ 18.787,72
EBITDA	$ 49.320,00	$ 104.413,44	$ 147.837,12	$ 158.850,65	$ 170.661,73	$ 183.327,24	$ 196.908,11	$ 211.469,56	$ 227.081,42	$ 243.818,48	$ 261.760,78
Depreciación	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00
EBIT	$ 31.820,00	$ 86.913,44	$ 130.337,12	$ 141.350,65	$ 153.161,73	$ 165.827,24	$ 179.408,11	$ 193.969,56	$ 209.581,42	$ 226.318,48	$ 244.260,78
Impuesto a la Renta	$ 7.955,00	$ 21.728,36	$ 32.584,28	$ 35.337,66	$ 38.290,43	$ 41.456,81	$ 44.852,03	$ 48.492,39	$ 52.395,36	$ 56.579,62	$ 61.065,19
BDT	$ 23.865,00	$ 65.185,08	$ 97.752,84	$ 106.012,99	$ 114.871,30	$ 124.370,43	$ 134.556,08	$ 145.477,17	$ 157.186,07	$ 169.738,86	$ 183.195,58
Depreciación	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00	$ 17.500,00
Fondo Generado por las operacione	$ 41.365,00	$ 82.685,08	$ 115.252,84	$ 123.512,99	$ 132.371,30	$ 141.870,43	$ 152.056,08	$ 162.977,17	$ 174.686,07	$ 187.238,86	$ 200.695,58
(-) Inversión Inicial	$ 476.019,87										
(+) Valor Terminal											$ 2.388.792,09
Flujo de Caja del Proyecto Puro	**-$ 434.654,87**	**$ 82.685,08**	**$ 115.252,84**	**$ 123.512,99**	**$ 132.371,30**	**$ 141.870,43**	**$ 152.056,08**	**$ 162.977,17**	**$ 174.686,07**	**$ 187.238,86**	**$ 2.589.487,67**
VAN del Proyecto	$ 1.222.624,33										
TIR del Proyecto	36%										
Flujo del Financiamiento	$ 200.000,00	$ 56.490,27	$ 58.183,57	$ 60.063,14	$ 62.149,46						
Flujo de Caja del Inversionista	**-$ 234.654,87**	**$ 26.194,81**	**$ 57.069,27**	**$ 63.449,85**	**$ 70.221,84**	**$ 141.870,43**	**$ 152.056,08**	**$ 162.977,17**	**$ 174.686,07**	**$ 187.238,86**	**$ 2.589.487,67**
VAN del Inversionista	$ 1.117.185,46										
TIR del Inversionista	42%										

CONCLUSION

Sabiendo que el Centro Comercial Rotary pasó a ser parte de los Herederos Morejón y siendo un negocio ya formado, se vio la posibilidad de remodelarlo con el fin de mejorar tanto su Imagen Corporativa como su rentabilidad, brindándonos de esta manera, la posibilidad de llevar de la teoría a la práctica conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera universitaria; por lo mencionado, se decidió realizar el proyecto de pre factibilidad denominado “Remodelación del Centro Comercial Rotary”.

Analizando la situación política y económica actual del país y del mundo entero, que directamente afectan a la realización de cualquier proyecto tanto local como extranjero, nos damos cuenta que es difícil obtener la rentabilidad esperada por los socios en el momento de efectuar su inversión, por lo que es necesario establecer estudios específicos que nos permitan identificar los caminos que cualquier negocio debe seguir para posicionarse en el mercado, crear beneficios y sostenerse a lo largo del tiempo. Por tal motivo, se establecieron tres estudios principales, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero, mediante los cuales obtuvimos los siguientes resultados.

Mediante el Estudio de Mercado, pudimos darnos cuenta que contamos con una demanda fija y una demanda potencial alta, por lo que se espera que a mediados del tercer año, cuando el proyecto esté finalizado, se arrienden la totalidad de locales. En el momento de calcular la demanda potencial, segmentamos el mercado con el fin de establecer los posibles arrendatarios de los locales, al igual nos dimos cuenta que en la actualidad, antes de terminar la remodelación del Centro Comercial, se ha presentado una gran acogida por parte de consumidores hacia el proyecto de arrendamiento de locales, por lo que se espera que se arrienden todos a penas estén disponibles. Por otra parte, a través del estudio de la competencia y de la comparación con los datos históricos del Centro Comercial Rotary, pudimos establecer e identificar nuestra posición en el mercado, al igual que los precios promedio que podríamos cobrar por el arriendo de los locales.

Es importante mencionar que también se utilizará una buena estrategia comercial para dar a conocer el arrendamiento de los locales comerciales al público, que consistirá en publicidad en periódicos, un pancarta grande y un corredor de viene raíces.

A través del Estudio de Técnico analizamos detalladamente cada uno de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, dándonos una visión real de lo necesario para realizarlo. En este pudimos darnos cuenta que la localización del Centro Comercial Rotary es apropiada para este tipo de actividad y genera una ventaja, debido a que se encuentra en un sector comercial muy activo y reconocido por los ciudadanos de Cuenca. Además debemos tomar en cuenta que este sector está sujeto a muchos reglamentos debido a que el Centro Comercial está considerado como Patrimonio Cultural de la Humanidad, y como necesita de permisos especiales para su funcionamiento, presenta por este lado algunas limitaciones en el momento de realizarlo, pero debemos considerar que los permisos se sacaron con anterioridad, por lo que en el futuro ya no representará un problema. También podemos concluir que los recursos de inversión están al alcance de los socios, representando un punto muy importante que facilita la realización del proyecto.

En cuanto al Estudio Financiero, nos dimos cuenta que para la realización de este proyecto se necesitará de una fuerte inversión, por lo que los socios decidieron financiarla por medio de su propio capital y un préstamo bancario. Hay que recalcar que una fuerte cantidad de inversión proviene de utilidades reinvertidas del negocio al igual que de futuros beneficios que se generarán. También, es importante señalar que los ingresos y egresos del proyecto se han obtenido a través del análisis del número de locales a arrendarse cada año, al igual que se consideró el efecto que tendrían la inflación y el crecimiento de la Economía Ecuatoriana y Mundial en el proyecto.

Por último, a través de la realización del flujo de caja, especialmente a través de herramientas con el VAN y la TIR, pudimos darnos cuenta que el proyecto de Remodelación del Centro Comercial Rotary es muy rentable, ya que el costo de oportunidad es mucho mayor en este proyecto que en otros similares.

BIBLIOGRAFIA

A. LIBROS

J. N. MARÍN Y W. KETELHÖN. **Inversiones estrategicas**. Sexta edición. Editorial libro libre, san jose, costa rica. 1995.

SOSA FLORES, MIGUEL RIBET CUADOT, MARÍA DE JESÚS HERNÁNDEZ, FLOR ÁNGEL. **Fundamentos teórico-metodológicos para la evaluación económico-financiera de proyectos de inversión.** Primera edición. Editorial el cid. España. 2007.

ANDRES E. MIGUEL. **Proyectos de Inversión**. Cuarta Edición. Instituto Técnológico de Oaxaca. México. 2001

NASSIR SAPAG CHAIN. **Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa.** Primera edición. Editado por Red de Gráfica Internacional. Argentina. 2001. (Pág. 26)

NASSIR SAPAG CHAIN y REINALDO N SAPAG CHAIN. **Preparación y Evaluación de proyectos.** Quinta Edición. Editorial Mc Graw Gil. México. 2007. (Pág. 371)

B. APUNTES

ECON. PAUL VANEGAS, "Apuntes correspondientes al Seminario de Proyectos", año 2009.

SEÑORES MALL DEL RIO, "ROE Promedio de su Negocio"

C. INTERNET:

http://www.monografias.com/trabajos72/factoresrentabilidaddecisionesfinancieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras.shtml#definicioa

http://www.ecofinanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm

http://www.rocal.com.mx/gerencia.htm

http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml#FORM

http://www.bce.gov.ec

http://www.inec.gov.ec (Encuesta de Condiciones de Vida – Quinta Ronda)

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1: Datos para Segmentación

ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR ÁREAS Y AÑOS CALENDARIO, SEGÚN PROVINCIAS Y CANTONES

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
TOTAL PAIS	**13.805.095**	**8.993.796**	**4.811.299**	**14.005.449**	**9.202.590**	**4.802.859**	**14.204.900**	**9.410.481**	**4.794.419**
AZUAY	**691.054**	**425.410**	**265.644**	**702.994**	**441.527**	**261.467**	**714.341**	**457.041**	**257.300**
CUENCA	479.614	374.242	105.372	487.901	388.420	99.481	495.776	402.068	93.708
GIRON	14.466	4.747	9.719	14.716	4.928	9.788	14.953	5.100	9.853
GUALACEO	44.360	14.412	29.948	45.127	14.959	30.168	45.855	15.484	30.371
NABON	17.383	1.413	15.970	17.684	1.466	16.218	17.969	1.518	16.451
PAUTE	26.563	6.765	19.798	27.022	7.021	20.001	27.458	7.268	20.190
PUCARA	11.131	1.264	9.867	11.323	1.312	10.011	11.506	1.358	10.148
SAN FERNANDO	4.554	1.882	2.672	4.632	1.953	2.679	4.708	2.022	2.686
SANTA ISABEL	19.286	5.706	13.580	19.619	5.922	13.697	19.936	6.130	13.806
SIGSIG	28.321	4.489	23.832	28.810	4.659	24.151	29.275	4.823	24.452
OÑA	3.714	922	2.792	3.779	956	2.823	3.840	990	2.850
CHORDELEG	12.484	3.203	9.281	12.699	3.324	9.375	12.904	3.441	9.463
EL PAN	3.535	571	2.964	3.596	592	3.004	3.654	613	3.041
SEVILLA DE ORO	6.017	1.044	4.973	6.121	1.084	5.037	6.220	1.122	5.098
GUACHAPALA	3.593	1.102	2.491	3.655	1.144	2.511	3.714	1.184	2.530
CAMILO PONCE ENRIQUEZ	16.033	3.648	12.385	16.310	3.787	12.523	16.573	3.920	12.653

ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR PROVINCIAS, SEGÚN GRUPOS DE EDAD

PERÍODO 2001 - 2010

AÑO 2010

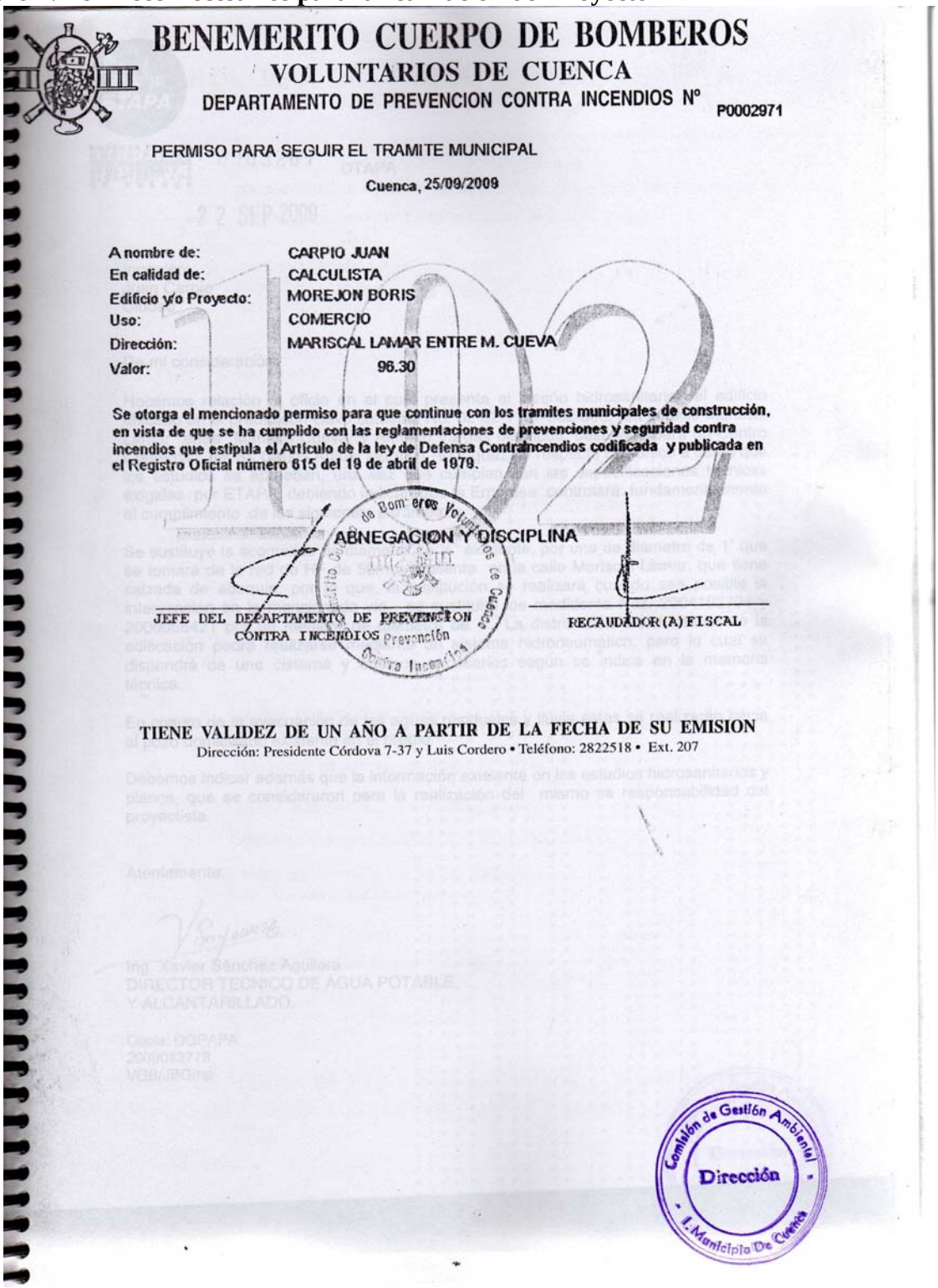
GRUPOS DE EDAD	TOTAL PAÍS	P R O V I N C I A S										
		AZUAY	BOLÍVAR	CAÑAR	CARCHI	COTOPAXI	CHIMBO-RAZO	EL ORO	ESME-RALDAS	GUAYAS	IMBABURA	LOJA
TOTALES	**14.204.900**	**714.341**	**185.049**	**234.467**	**171.943**	**423.336**	**461.268**	**642.479**	**460.668**	**3.744.351**	**421.930**	**446.809**
< 1 año	**285.768**	14.851	3.739	4.929	3.229	8.884	9.330	11.913	9.408	71.424	8.402	9.335
1 - 4	**1.143.176**	58.885	16.122	21.216	13.194	37.127	39.479	49.970	42.314	279.029	35.599	38.601
5 - 9	**1.436.738**	74.044	20.892	26.634	17.379	48.511	52.047	63.687	53.596	346.610	44.431	49.992
10 - 14	**1.440.171**	76.684	21.291	28.215	18.290	47.939	52.402	63.989	54.416	343.878	45.223	51.488
15 - 19	**1.372.730**	75.386	18.100	25.810	16.093	41.538	44.931	63.188	46.008	342.756	39.986	45.012
20 - 24	**1.302.452**	64.713	13.992	19.114	13.510	35.380	35.835	57.790	40.080	361.908	35.245	34.504
25 - 29	**1.190.993**	54.760	12.569	15.140	13.748	31.446	31.759	54.967	34.504	335.816	32.614	29.295
30 - 34	**1.065.219**	47.556	11.228	13.756	12.963	27.593	28.459	50.068	31.105	304.451	29.867	26.945
35 - 39	**951.023**	42.347	10.318	12.335	11.375	24.795	26.140	45.473	28.498	272.022	26.601	25.330
40 - 44	**847.633**	38.635	9.719	11.443	9.723	21.995	24.142	39.988	26.123	243.862	22.881	23.851
45 - 49	**732.108**	33.811	8.707	10.530	8.325	19.744	23.134	33.538	22.511	207.521	20.379	22.432
50 - 54	**624.515**	31.146	8.384	10.185	7.545	18.398	21.043	28.794	18.186	169.783	19.020	20.190
55 - 59	**529.600**	28.499	7.959	9.629	7.352	16.786	19.744	23.472	15.300	138.661	17.244	19.003
60 - 64	**386.367**	21.420	6.527	7.716	5.755	13.004	15.634	17.055	11.327	96.074	13.084	15.035
65 - 69	**304.808**	16.946	5.254	5.925	4.750	10.432	12.975	13.269	9.196	77.748	10.883	12.570
70 - 74	**240.246**	13.867	4.193	4.941	3.699	8.084	10.400	10.265	6.763	61.355	8.518	9.436
75 - 79	**177.156**	10.770	3.149	3.612	2.690	6.229	7.692	7.583	5.086	44.564	6.438	7.083
80 y más	**174.197**	10.021	2.906	3.337	2.323	5.451	6.122	7.470	6.247	46.889	5.515	6.707

Rama de Actividad	%
Agricultura, ganadería, caza y silv.	28,3%
Pesca	
Explot. Minas y Canteras	0,6%
Industrias Manufactureras	17,7%
Suminstro de elec., gas y agua	0,3%
Construcción	6,3%
Comercio al x mayor y menor	20,4%
Hoteles y restaurantes	3,4%
Transporte, almacen. y comun.	4,3%
Intermediación Financiera	1,1%
Act. Inmob., empres. y de alq.	2,5%
Administración Pública y Defensa	2,3%
Enseñanza	4,7%
Servicios Sociales y de Salud	2,9%
Otras actividades de ser. comuni.	2,1%
Act. de hogares privados (negocios)	3,0%
Organiz. y Órganos extraterrit.	
Total	100,0%

Con los ingresos del hogar, usted estima que:	%	Nivel
Viven bien	12,3%	Nivel Alto
Viven más o menos bien	70,0%	Nivel Medio
Viven mal	17,6%	Nivel Bajo
Total	100,0%	

FUENTE: INEC, Encuesta de Condiciones de Vida - Quinta Ronda

Anexo 2: Permisos Necesarios para la realización del Proyecto



BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS
VOLUNTARIOS DE CUENCA
DEPARTAMENTO DE PREVENCION CONTRA INCENDIOS Nº P0002971

PERMISO PARA SEGUIR EL TRAMITE MUNICIPAL

Cuenca, 25/09/2009

A nombre de:	CARPIO JUAN
En calidad de:	CALCULISTA
Edificio y/o Proyecto:	MOREJON BORIS
Uso:	COMERCIO
Dirección:	MARISCAL LAMAR ENTRE M. CUEVA
Valor:	96.30

Se otorga el mencionado permiso para que continue con los tramites municipales de construcción, en vista de que se ha cumplido con las reglamentaciones de prevenciones y seguridad contra incendios que estipula el Articulo de la ley de Defensa Contraincendios codificada y publicada en el Registro Oficial número 615 del 19 de abril de 1979.

ABNEGACION Y DISCIPLINA

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PREVENCION CONTRA INCENDIOS

RECAUDADOR(A) FISCAL

TIENE VALIDEZ DE UN AÑO A PARTIR DE LA FECHA DE SU EMISION

Dirección: Presidente Córdova 7-37 y Luis Cordero • Teléfono: 2822518 • Ext. 207

Comisión de Gestión Ambiental
Dirección
I. Municipio De Cuenca

EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL DE TELECOMUNICACIONES AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE CUENCA

0003267 DTAPA

22 SEP 2009

Ingeniero
Juan Carpio
Ciudad

De mi consideración:

Hacemos relación al oficio en el cual presenta el diseño hidrosanitario del edificio ubicado en el predio con clave catastral No. 02-02-1107-002-000, en la calle Mariscal Lamar entre Mariano Cueva y Antonio Vargas Machuca; destinado para un Centro Comercial del Sr. Carlos Aníbal Morejón Rodríguez. Al respecto comunico a usted que los estudios se aprueban, una vez que cumplen con las especificaciones técnicas exigidas por ETAPA, debiendo indicar que la Empresa controlará fundamentalmente el cumplimiento de los siguientes parámetros.

Se sustituye la acometida de diámetro de ½" existente, por una de diámetro de 1" que se tomará de la red de HF de 50mm existente en la calle Mariscal Lamar, que tiene calzada de adoquín; por lo que, la sustitución se realizará cuando sea posible la intervención en la mencionada vía, se sustituirá los medidores Nos. 2004102704 y 2006056421 por un medidor de diámetro de 1". La distribución en el interior de la edificación podrá realizarse mediante un sistema hidroneumático, para lo cual se dispondrá de una cisterna y equipos necesarios según se indica en la memoria técnica.

En cuanto de la evacuación de las aguas residuales y lluvia estas se realizarán hacia el pozo domiciliario existente en el predio.

Debemos indicar además que la información existente en los estudios hidrosanitarios y planos, que se consideraron para la realización del mismo es responsabilidad del proyectista.

Atentamente.

Ing. Xavier Sánchez Aguilera
DIRECTOR TECNICO DE AGUA POTABLE
Y ALCANTARILLADO.

Copia: DGPAPA
2009013778
VGB/JBG/rst

Comisión de Gestión Ambiental
Dirección

Cuenca, 22 de Septiembre del 2009

Sr. Dr.
FRANKLIN BUCHELI
DIRECTOR DE LA C.G.A.
Su Despacho

Señor Director:

Yo, YOLANDA MOREJON MONTESINOS conocedora de los Términos de Referencia, para la Elaboración de los Estudios de Impactos Ambientales, del CENTRO COMERCIAL MOREJON ubicado en la calle Mariscal La Mar, a cargo del Ing. Rodrigo Zeas y Arq. Eva Célleri, quienes han establecido el Plan de Manejo Ambiental tanto en la Etapa de Construcción como en la de Funcionamiento, me comprometo a cumplir, con el cronograma de actividades y las medidas establecidas en dicho Plan de Manejo Ambiental, una vez aprobado por la CGA. La planificación y Construcción está a cargo del **Arq. Francisco Escobar**

Atentamente,

YOLANDA MOREJON M.

ARQ. FRANCISCO ESCOBAR

Comisión de Gestión Ambiental
Dirección
I. Municipio De Cuenca

2008

cuenca
I. MUNICIPALIDAD

CERTIFICADO DE AFECTACIÓN Y LÍNEA DE FÁBRICA PARA CENTRO HISTÓRICO

CLAVE CATASTRAL	ZONA	SECTOR	MANZANA	PREDIO	No Formulario:
02021107	02	02	11	07	439

Propietario (a): CARLOS MOREJON RODRIGUEZ /CI: 0100339720

Dirección: **MARISCAL LAMAR 3-34 entre MARIANO CUEVA y VARGAS MACHUCA**

Objeto Solicitud: Planificación Carta Pago

Fecha de Solicitud 2008-12-03

UBICACION DE LA PROPIEDAD				CERTIFICADO DE AFECTACION DEL PREDIO			
Lotización (o) Urbanización	XXX			Sup. Total	1424.46	Sup Afectación	0
Lote #	0			Por Vías	0.00	Por Equipamiento	0.00
Manzana	020211			Márgenes	0.00	Otros	0.00
Fec. Escritura	1958-12-02	No. Incripcion	830	Sup. Util	1424.46	Perímetro	183.80
Parroquia:	SAN BLAS			Frente	37.00	Baldio:	No

Observaciones Topógrafo

Top. Marco Cordero

Fotografía precedente

Fachada frontal

Fotografías interiores

SEÑALAMIENTO DE LÍNEA DE FÁBRICA Y NORMAS DE ACTUACIÓN URBANÍSTICA

Ubicación Respeto **% Conserv.** **Parcial** **Inventariado** **Si** **VHIAR** 2

Usos Recomendables: P. Baja: 50 % vivienda 50 % comercio, P. Alta: 100 % vivienda, Uso principal: Comercio y vivienda

1) El paramento frontal se levantará a**: XX** mts medidos desde el bordillo de la vereda_ **2)** La construcción será Tipo: **XXX**_ **3)** COS Máx: **XX%**_ CUS Máx **XX%**_ **4)** Altura máxima a nivel de Alero: **XX**mts_ **5)** Altura máxima a nivel de cumbrero: **XX**mts_ **6)** Relación fachada lleno-vacío: **XXX**_ **7) La cubierta será obligatoriamente de teja** y su cubrimiento abarcará mínimo el 75 % de la construcción; la pendiente máxima será de 45 %. La diferencia podrá ser cubierta plana, pero en todo caso en recubrimiento cerámico. **8)** Materiales a utilizarse en fachada: Paramento Frontal: **XXXX** Puertas: **XXXX** Ventanas: **XXXX**

En las fachadas frontales de las edificaciones del Centro Histórico de Cuenca, se permitirá exclusivamente la colocación de puertas de madera (Resolución de la Comisión de Centro Histórico oficio N° 522 CCH del 24 de octubre del 2007.

Observaciones: Inmueble catalogado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural edificado de la ciudad, inventariado con grado de conservación parcial. (VHIAR 2). Conservar crujías con frente al primer y segundo patio. Para cualquier tipo de intervención deberá presentar, planos completos de estado actual, propuesta a nivel de anteproyecto, memoria técnica de intervención, memoria histórica y el correspondiente estudio fotográfico.

Tasa a pagar: $ 35.00 Fecha Despacho: 2008-12-11 Fecha Caducidad: 2009-12-11

Nota. El presente documento no autoriza ningún trabajo, cualquier alteración o enmendadura lo anulará

I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA
AREAS HISTORICAS Y PATRIMONIALES

Arq. Felipe Manosalvas S
Funcionario de Control de Áreas Históricas y Patrimoniales

Arq. Pablo Abad Herrera
Director de Áreas Históricas y Patrimoniales

Archivos: Catastral-Interesado

© Vz Systemas - 2008 Ing. Freddy Vázquez Solano.

RESUMEN EJECUTIVO DEL ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL CENTRO COMERICAL DE LA FAMILIA MOREJON.

FICHA TECNICA DE INFORMACION DEL PROYECTO
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD/OBRA O PROYECTO
CENTRO COMERCIAL DE LA FAMILIA MOREJON
TIPO DE SERVICIO O ACTIVIDAD: COMERCIO
LOCALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD/OBRA O PROYECTO
PARROQUIA: ...SAGRARIO .....DIRECCIÓN: MARISCAL LAMAR 3.34
SECTOR DE PLANEAMIENTO CENTRO HISTORICO
COORDENADAS UTM X: 722554.70 Y: 9680091.30
• CODIGO CIIU DE LA ACTIVIDAD: : F(45 452 4521) • F Construcción 45, • 452. Construcción de Edificaciones Completas y Partes de Edificación 4521, Construcción de Edificaciones para uso comercial. (CÓDIGO INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS)
DESCRIPCIÓN RESUMIDA DEL PROYECTO: (Fase de construcción y funcionamiento):
CENTRO COMERCIAL DE LA FAMILIA MOREJON El proyecto contempla67 locales comerciales, 36 en planta baja, batería de SSHH; en la primera planta alta 31 espacios comerciales y un patio de comidas con 4 locales; los locales que dan a la plazoleta Rótari, se desarrollan en dos plantas, existiendo un segunda planta alta en la que se propone sala de reuniones, administración y guardería, de acuerdo a lo dispuesto en el Anteproyecto. La planificación alcanza a 2710,72m2 dentro de un área de terreno de 1.418m2., la cubierta será de teja y todas las recomendaciones que constan en la línea de fábrica para centro histórico, sabiendo que el inmueble está inventariado con grado de conservación parcial (VHIAR2). De acuerdo a la Lista de Categorización de Actividades Productivas, según el tipo de instrumento de control de Impacto Ambiental le corresponde a la No. 22 (Categoría 3).
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PROYECTO REPRESENTNTE LEGAL
CENTRO COMERCIAL DE LA FAMILIA MOREJON ...Sra. YOLANDA MOREJON M.
DIRECCIÓN .CUENCA TELÉFONO/FAX : PAGINA WEB/CORREO ELECTRONICO
Calle s/ **los Cipreces 1-133** **072833467**.....yolandamore7@hotmail.com
NOMBRE DE CONSULTOR/COMPAÑÍA CONSULTORA REPRESENTANTE LEGAL
Ing. Rodrigo Zeas D.....Ing. Rodrigo Zeas D.
DIRECCION TELEFONO/FAX PAGINA WEB/CORREO ELECTÓNICO
Av. Solano 4101 .....2-882474.....rzeas@ucuenca.edu.ec
Equipo Consultor: Ing. (M.Sc.) Rodrigo Zeas D., Arq. Eva Célleri P. (Espe. Des. Local Sustentable)

CARACTERISTICAS PRINCIPALES DEL PROYECTO:

El CENTRO COMERCIAL DE LA FAMILIA MOREJON, se construirá sobre un predio

Consultores:
Ing. (M.Sc.) Rodrigo Zeas D.
Arq. Eva Célleri P.
rzeas@ucuenca.edu.ec
eva.celleri@gmail.com
Cuenca
Dirección:
Av. Solano 4 -101, Ed. CICA Of. 314
Telfs: 2882474, 2459192, 098873163

9
2009
UCAHP

cuenca
I. MUNICIPALIDAD

FORMULARIO DE APROBACION DE PLANOS N° 9161

CLAVE	ZONA	SECTOR	MANZANA	PREDIO
02021107	02	02	11	07

Propietario: **CARLOS MOREJON RODRIGUEZ** / CI: 0100339720
Profesional: Arquitecto FRANCISCO OSWALDO ESCOBAR ORDOÑEZ / CI: 0100196237

El inmueble objeto de la presente documento*, está ubicado en la parroquia SAN BLAS, calle(s) *MARISCAL LAMAR # 3-34 (entre MARIANO CUEVA y VARGAS MACHUCA) área de Respeto del Centro Histórico de Cuenca, es un bien que Si pertenece al Patrimonio Cultural edificado de la Ciudad inventariado con grado de conservación Parcial , VHIAR 2 .

Trámites habilitantes: 1) Certificado de Afección y Licencia Urbanística formulario N° 439 2008-12-03; 2) Solicitud Para Revisión de Anteproyectos Arquitectónicos, formulario N°596 2009-04-28; Visto Bueno Arquitecto Daniel Astudillo A. Secretario de la Comisión de Centro Histórico 2009-06-22 .

Cuadro de áreas

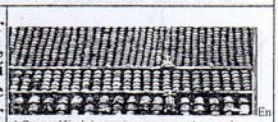
ZONIFICACION		AREA DEL TERRENO 1418 M2			CLAVE CATASTRAL 020 21 107
COS. P. B		COS. O. P	CUS		
PISO	AREA BRUTA	AREA NO COMPUTABLE			
	m2	CIRCULACION	ESTACIONAM.	SOBRE.LOS	OTROS	COS. P. B	COS. O. P
PLANTA BAJA	1418.00	545.00				100.00 %	
PRIMERA P. ALTA	1177.00	392.75					83.00 %
SEGUNDA P. ALTA	115.72	25.00					8.16 %
TOTAL	2710.72	962.75				100.00 %	91.16 %
	TOTAL AREA NO COMPUTABLE	962.75	m2		CUS	191.16 %	

Propuesta

		En consecuencia la tasa queda fijada en:	
Área total :	2710 m²	Tasa Base	10.00$
Tipo de Intervención:	**Readecuación.**	Tasa Excedente	259.00$
		Total a pagar	269.00$

El que suscribe, Arq. Nohra del Rio E . funcionario (a) de Control de Áreas Históricas y Patrimoniales ha revisado detenidamente los planos en referencia, encontrándose que: Están correctos .

Observaciones: **Para el despacho del permiso de construcción mayor deberá adjuntar los estudios: Eléctricos, Telefónicos, Hidrosanitarios, Contra incendios, Impactos Ambientales debidamente aprobados, así como el respectivo estudio estructural. (En el Centro Histórico de Cuenca, es obligatorio en las cubiertas la colocación de teja, dar tratamiento a paramentos provocados y en la fachada la colocacion de puertas de madera) .**



En el Centro Histórico es importante colocar teja cerámica en las cubiertas

Presentado: 2009-06-25 13:47:30 **Revisión: 2009-06-26** **Despacho: 2009-06-29**

Arq. Nohra del Rio E
Funcionario de Control de Áreas Históricas y Patrimoniales

Arq. Pablo Abad Herrera
Director de Áreas Históricas y Patrimoniales

Catastral / Arquitecto FRANCISCO OSWALDO ESCOBAR ORDOÑEZ.

I. Municipalidad de Cuenca
DIRECCION DE AREAS HISTORICAS Y PATRIMONIALES
Unidad de Control

30 JUN. 2009

Anexo 3: Tabla de Depreciación

TABLA DE DEPRECIACIÓN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Valor del activo	350000										
Porcentaje (depende del método de depreciación)		5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Depreciación anual		17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500
Depreciación acumulada		17500	35000	52500	70000	87500	105000	122500	140000	157500	175000

TABLA DE DEPRECIACIÓN		11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Valor del activo											
Porcentaje (depende del método de depreciación)		5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Depreciación anual		17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500	17500
Depreciación acumulada		192500	210000	227500	245000	262500	280000	297500	315000	332500	350000