



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TEMA:**

**Estudio de factibilidad para creación de una plaza comercial  
a base de contenedores reciclados para alquiler de locales  
comerciales en la provincia de Santa Elena - Salinas**

**AUTOR (ES):**

**Parrales Bravo, Andres David**

**Componente práctico del examen complejo previo a la  
obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial  
Internacional**

**REVISOR**

**Ec. Freire Quintero, César Enrique Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**18 de marzo del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Parrales Bravo, Andres David**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

### **TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_  
**Ec. Freire Quintero, Cesar Enrique Mgs.**

### **DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.**

**Guayaquil, 18 de marzo del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Parrales Bravo, Andres David**

### **DECLARO QUE:**

**El componente práctico del examen complejo, Estudio de factibilidad para creación de una plaza comercial a base de contenedores reciclados para alquiler de locales comerciales en la provincia de Santa Elena – Salinas, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.**

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 18 de marzo del 2019**

**EL AUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_  
**Parrales Bravo, Andres David**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **AUTORIZACIÓN**

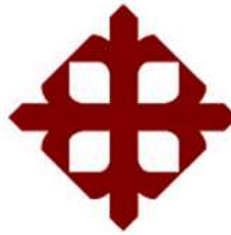
Yo, **Parrales Bravo, Andres David**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Estudio de factibilidad para creación de una plaza comercial a base de contenedores reciclados para alquiler de locales comerciales en la provincia de Santa Elena – Salinas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 18 días del mes de Marzo del año 2019**

**EL AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_  
**Parrales Bravo, Andres David**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

**REPORTE DE URKUND**

Documento: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (542344176)  
Presentado: 2019-02-20 15:31 (-08:00)  
Presentado por: adpob@hotmail.com  
Recibido: cesar.flore.usig@anajus.unkund.com  
Mensaje: Fernando Bravo Andres David final. [Mostrar el mensaje completo](#)  
2h de estas 25 páginas, se componen de citas presentadas en 6 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	TESIS MONICA.docx
	<a href="https://repositorio.ce.uns.edu.bo/handle/document/1170805607300447073170001180200832">https://repositorio.ce.uns.edu.bo/handle/document/1170805607300447073170001180200832</a>
	<a href="https://portal.saberbase.gub.es/urls/ver/consulta/00e715c-201400b-3113-6010120-a015">https://portal.saberbase.gub.es/urls/ver/consulta/00e715c-201400b-3113-6010120-a015</a>
	<a href="https://www.du.edu/jsp/4987.v026-19810170033007">https://www.du.edu/jsp/4987.v026-19810170033007</a>
	Diseño y evaluación de proyectos de inversión.pdf

FACULTAD DE CIENCIAS (ECONÓMICA) Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL  
TEMA:  
Estudio de factibilidad para creación de una plaza comercial a base de contenedores reciclados para alquilar de locales comerciales.  
AUTOR(ES):  
Fernán Bravo, Andrés David  
Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional  
REVISOR:  
E.C. Peire Quintana, César Enrique  
Guayaquil, Ecuador

## **Agradecimiento**

Agradezco principalmente a mis padres, Edinson y Blanca por ser mi ejemplo de vida, por el apoyo incondicional y paciencia que me brindaron a pesar de las adversidades e inconvenientes que pudieron surgir a lo largo de mi carrera universitaria, y por inculcarme los valores que son mi guía para todas las decisiones en mi vida.

A mis dos hermanos, al Ingeniero Edison Parrales por su gran aporte en el desarrollo técnico de mi proyecto, por ser mi ejemplo de hermano mayor y de excelencia académica, a Reynaldo por el apoyo, cariño y compañía brindada en mi etapa estudiantil.

A mis amigos y futuros colegas, que me brindaron desde el inicio su ayuda incondicional, por todas las experiencias vividas dentro y fuera de la universidad, por los momentos inolvidables que duraran para siempre al igual que nuestra amistad.

Al Economista Cesar Freire, quien me oriento en este proyecto con su conocimiento, profesionalismo y experiencia, y por ser parte de otro objetivo alcanzado.

Finalmente, a todos los docentes de la carrera de Gestión Empresarial Internacional de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por los conocimientos brindados en las aulas de clases los cuales fueron útiles para la realización de este proyecto.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a Dios por darme la oportunidad de vivir este momento tan importante para mí y mi familia, por ser guía en mi vida, y por darme fuerzas para alcanzar mis metas día a día.

Al trabajo, sacrificio y dedicación de mis padres, que fueron de gran ayuda para poder sustentar mi carrera universitaria, te dedico este trabajo Papá que desde pequeño siempre estuviste presente y apoyándome en todo lo que se me ocurría, espero algún día llegar a ser igual que tú, eres mi ejemplo de un hombre profesional y de familia. A la mujer de mi vida, la que daría todo por su familia, madre hermosa te dedico este trabajo gracias por siempre creer en mis capacidades, por los rezos en las semanas de exámenes, por los sacrificios a lo largo de la carrera y tus sabios consejos. Padres hemos logrado otro triunfo para la familia, mi orgullo más grande es ser su hijo.

A mis hermanos, Edison y Reynaldo por todo el cariño que me han brindado en la vida, estoy orgulloso de ustedes y los amo hermanos.

A mi novia Gilda García quien ilumino mi vida con su amor, y por su apoyo incondicional para poder alcanzar mis metas de una mejor manera, eres un pilar fundamental en mi vida.

Por último, a mis amigos de toda la vida, y sobre todo a mis amigos de universidad, nuestro apoyo mutuo hizo que lleguemos a alcanzar este objetivo, nos graduamos todos amigos, éxitos a todos en su vida profesional.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_  
**Ing. ESTHER GEORGINA BALLADARES CALDERÓN Mgs.**  
DECANA DE LA FACULTAD

f. \_\_\_\_\_  
**Ing. GABRIELA ELIZABETH HURTADO CEVALLOS Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_  
**Econ. JACK ALFREDO CHÁVEZ GARCÍA Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA

f. \_\_\_\_\_  
**Econ. CESAR ENRIQUE FREIRE QUINTERO Mgs.**  
REVISOR





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

**CALIFICACIÓN**

---

**Parrales Bravo, Andres David**

## Índice general

Introducción .....	2
Antecedentes .....	3
Justificación.....	4
Objetivos.....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos específicos.....	5
Preguntas de investigación .....	6
Principal .....	6
Secundarias .....	6
Limitaciones y delimitaciones .....	6
Limitaciones.....	6
Delimitaciones .....	7
Marco Teórico .....	7
Plaza comercial .....	7
Creatividad e innovación .....	7
Oferta y demanda .....	8
Costo .....	9
Estudio técnico.....	9
Análisis financiero .....	10
Riesgo.....	10
Periodo de recuperación .....	11
Valor presente neto (VAN) .....	11
Estados financieros .....	12
Rendimiento .....	13
Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR) .....	14
Tasa interna de retorno (TIR).....	14
Metodología.....	14
Diseño de la investigación .....	14
Enfoque .....	15
Alcance .....	15
Muestra.....	15
Técnica de recolección de datos.....	17
Análisis de datos .....	18
Capítulo 1: Situación actual de la empresa .....	19
Misión .....	19
Visión .....	19
Análisis FODA.....	20
Fuerzas de Porter .....	21
Análisis Matriz de evaluación de factores internos .....	23
Análisis Matriz de evaluación de factores externos .....	24
Matriz MPC.....	25
Organigrama.....	26
Capítulo 2: Oferta y demanda .....	27
Crecimiento del mercado .....	27
Marketing mix.....	27

Producto.....	27
Precio .....	27
Promoción .....	28
Plaza.....	28
Demanda .....	29
Déficit de mercado.....	33
<b>Capítulo 3: Estudio técnico.....</b>	<b>34</b>
Balance de equipos .....	34
Balance de obras físicas.....	35
Planos.....	37
<b>Capítulo 4: Estudio financiero .....</b>	<b>39</b>
Inversión inicial.....	39
Financiamiento del proyecto .....	39
Tabla de amortización .....	40
Gastos .....	40
Proyección de Ingresos.....	41
Estado de resultados .....	42
Indicadores financieros: TMAR, VAN, TIR .....	43
Tasa mínima atractiva de retorno .....	43
Flujo de caja del inversionista, Valor actual neto y Tasa interna de retorno.....	44
Flujo de caja del proyecto, Valor actual neto y Tasa interna de retorno .....	45
Payback period .....	46
Análisis de sensibilidad.....	46
<b>Conclusiones .....</b>	<b>48</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>49</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>50</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>52</b>

## Índice de tablas

<i>Tabla 1 Validación de la misión</i> .....	19
<i>Tabla 2 Validación de la visión</i> .....	20
<i>Tabla 3 Matriz de evaluación de factores internos</i> .....	23
<i>Tabla 4 Matriz de evaluación de factores externos</i> .....	24
<i>Tabla 5 Matriz MPC</i> .....	25
<i>Tabla 6 Precio de alquiler de la competencia</i> .....	28
<i>Tabla 7 déficit de demanda</i> .....	33
<i>Tabla 8 Balance de equipos</i> .....	34
<i>Tabla 9 Balance de obras físicas</i> .....	35
<i>Tabla 10 Balance de personal</i> .....	36
<i>Tabla 11 Detalle de inversión inicial</i> .....	39
<i>Tabla 12 Financiamiento del proyecto</i> .....	39
<i>Tabla 13 Cuadro de amortización</i> .....	40
<i>Tabla 14 Gastos totales anuales</i> .....	40
<i>Tabla 15 Inflación</i> .....	41
<i>Tabla 16 Proyección de ingresos</i> .....	41
<i>Tabla 17 Estado de resultados</i> .....	42
<i>Tabla 18 Calculo de la Tmar mixta</i> .....	43
<i>Tabla 19 Flujo de caja del inversionista, VAN y TIR</i> .....	44
<i>Tabla 20 Flujo de caja del proyecto, VAN y TIR</i> .....	45
<i>Tabla 21 payback period</i> .....	46
<i>Tabla 22 Análisis de sensibilidad</i> .....	47

## Índice de figuras

<i>Figura 1 Formula de muestra para población finita.....</i>	<i>16</i>
<i>Figura 2 Calculo de la muestra para poblaciones finitas .....</i>	<i>17</i>
<i>Figura 3 Organigrama.....</i>	<i>26</i>
<i>Figura 4 Clasificación por tipo de negocios.....</i>	<i>29</i>
<i>Figura 5 Porcentaje de locales propios y arrendados .....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 6 Percepción del nivel de calidad de las plazas comerciales .....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 7 Porcentaje de personas que están dispuestas a alquilar un local.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 8 Rango de precios que estarían dispuestos a pagar por alquiler .....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 9 Plano de la planta baja.....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 10 Plano de la planta alta.....</i>	<i>38</i>

## RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una plaza comercial a base de contenedores de carga reciclados para alquiler de locales comerciales en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, este proyecto está dividido en cuatro capítulos, los cuales permitirá obtener la información idónea para determinar la factibilidad del proyecto. El primer capítulo corresponde a la situación actual de la empresa, en el cual se determinará mediante análisis de varias matrices, misión y visión de la empresa, y organigrama. En el segundo capítulo se realiza un análisis de oferta y demanda, mediante este análisis se determinará el déficit de mercado, para así poder obtener el porcentaje de demanda correspondiente a nuestro proyecto. En el tercer capítulo se desarrollará un estudio técnico, el cual ayudará para el cálculo de inversión inicial que necesitamos para la puesta en marcha del proyecto. Por último, en el cuarto capítulo se desarrollará un estudio financiero, en el cual se determinará la inversión inicial, financiamiento del proyecto, amortización de la deuda, y estados e indicadores financieros los cuales ayudaran a determinar la factibilidad del proyecto.

***Palabras Claves: Estudio de factibilidad, Plaza comercial, Salinas, Demanda, Oferta, Contenedores de carga***

## **ABSTRACT**

The objective of this project is to execute a feasibility study for the creation of a commercial plaza based on recycled cargo containers for renting in Salinas city, Santa Elena province, this project is divided into four chapters, this chapters will allow to obtain the ideal information to determine the feasibility of the project. The first chapter corresponds to the current situation of the company, which will be determined by the analysis of several matrices, mission and vision of the company, and organizational chart. In the second chapter an analysis of the offer and demand will be developed, by this analysis the market deficit will be determined, in order to obtain the percentage of demand corresponding to our project. In the third chapter a technical study will be developed, which will help to calculate the initial investment we need for the start-up of the project. Finally, in the fourth chapter a financial study will be developed, in which the initial investment, project financing, debt amortization, and financial statements and indicators will be determined, which will help determine the feasibility of the project.

***Keywords: Feasibility study, Shopping plaza, Salinas, Demand, Offer, Cargo containers***

# RÉSUMÉ

L'objectif de ce projet est de réaliser une étude de faisabilité pour la création d'un centre commercial basé sur des conteneurs de fret recyclés pour la location de locaux commerciaux dans le canton de Salinas, province de Santa Elena. Ce projet est divisé en quatre chapitres, le ce qui permettra d'obtenir les informations idéales pour déterminer la faisabilité du projet. Le premier chapitre correspond à la situation actuelle de la société, qui sera déterminée par l'analyse de plusieurs matrices, la mission et la vision de la société et l'organigramme. Dans le deuxième chapitre, une analyse de l'offre et de la demande est réalisée. Cette analyse permet de déterminer le déficit du marché afin d'obtenir le pourcentage de la demande correspondant à notre projet. Dans le troisième chapitre, une étude technique sera développée, qui aidera à calculer l'investissement initial dont nous avons besoin pour le démarrage du projet. Enfin, dans le quatrième chapitre, une étude financière sera développée, dans laquelle l'investissement initial, le financement du projet, l'amortissement de la dette, les états financiers et les indicateurs seront déterminés, ce qui aidera à déterminer la faisabilité du projet.

***Mots Clés: Etude de faisabilité, Centre commercial, Salinas, Demande, Offre, Containers***



## **Introducción**

Salinas es uno de los cantones de la provincia de Santa Elena con mayor desarrollo comercial, este desarrollo es en parte gracias al turismo, lo que resulta ser un factor atractivo para este tipo de proyectos debido a que en las diferentes temporadas que existen en esta zona, según el Ministerio de turismo (2018), turistas de varios lugares del país frecuentan el cantón a lo largo de todo el año; y también según Fuscaldo (2013) se ha vuelto uno de los destinos más deseados para vivir el retiro por parte de personas provenientes de otros países, lo que nos da a entender que la afluencia de nuevos consumidores es elevada en este cantón. Actualmente existe un centro comercial de grandes marcas ubicado en el cantón La Libertad, y Salinas cuenta con tres pequeñas plazas comerciales, lo que se puede traducir en que no haya los suficientes espacios comerciales adecuados para que los emprendedores puedan exponer sus productos y satisfacer la demanda de los consumidores locales y de los que visitan este cantón periódicamente, entonces al haber poca competencia en la zona esto representa una oportunidad de inversión.

Este proyecto será un estudio de factibilidad para la creación de una plaza comercial-gastronómica a base de contenedores en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena. El motivo del presente proyecto es para determinar la demanda de locales comerciales de costo moderado para la población emprendedora de la provincia; y a su vez determinar la inversión y diseño del proyecto para poder medir la rentabilidad del mismo a largo plazo.

El proyecto presentará una tónica diferente con respecto a lo que usualmente el consumidor tiene como concepto de plaza comercial, según Biera (2017) la construcción mediante contenedores es una nueva forma de hacer arquitectura la cual ha revolucionado el mercado de la construcción a nivel mundial debido a la creatividad de sus diseños, la alta resistencia y lo económico que es comparado con las construcciones convencionales, lo que nos representará una ventaja competitiva frente a las diferentes plazas y centros comerciales de la zona.

Según datos que presenta el INEC (2017) en el año 2014 hubo una caída de construcciones no residenciales con una cifra de 2085 permisos de construcción, pero el panorama para el periodo 2015-2017 ya mostró un incremento en las

construcciones no residenciales con un total de 2697 permisos de construcción para el año 2017, lo que se puede deducir que la industria de la construcción por motivos no residenciales se está recuperando en los últimos años.

### **Antecedentes**

Según Tufiño (2016) que realizó un estudio de venta de oficinas y locales construidas a partir de contenedores en la ciudad de Guayaquil determino que el 89% de la muestra está dispuesta a adquirir su producto porque aparte del ahorro que realiza el consumidor con este tipo de construcción, también ayudan a preservar el medio ambiente debido a la reutilización de los contenedores de carga, se determinó que para el 2016 existía una demanda insatisfecha de este tipo de construcciones por lo cual determino que su proyecto es viable.

Carlos Barón (2017) en su artículo Arquitectura de Contenedores nos aporta que este tipo de construcciones está altamente ligada al ecologismo, que es el intento del hombre por detener la destrucción del planeta porque esto conllevara a la destrucción de sí mismo, y es por eso que este tipo de arquitectura y construcciones es un claro ejemplo de la construcción sostenible debido a que reduce residuos y consumo energético, y reutiliza materiales.

Aristizabal y Arrollo (2014) en un estudio realizado en Cali-Colombia para la creación de una empresa para ventas de viviendas elaboradas a base de contenedores de carga nos indica que comercialmente este tipo de construcción brinda una forma innovadora y versátil de ofrecer a los consumidores un centro comercial, debido a que genera un impacto visual y puede ser ubicada en cualquier sitio y llego a la conclusión de que se logró desarrollar un producto amigable con el medio ambiente y que la factibilidad del proyecto se da gracias a su mercado potencial que son las familias de estratos sociales bajos debido a que los precios de este tipo de construcción son más asequibles que los de construcción convencional.

Biera (2017) en su tesis doctoral nos aporta como conclusión que este tipo de construcción representa una gran carga simbólica por su forma y como novedad en materia de reciclaje y optimización de recursos. También nos presenta puntos importantes en el ahorro como en los costes de ejecución que representan un 25%, en

el plazo de construcción un 50% y por último en los costos de mantenimiento comparado con un método de construcción convencional.

El estudio exploratorio realizado por Rodríguez y Mora (2018) sobre la creación de un hotel construido a base de contenedores en la provincia de Manabí nos indica que dicho proyecto es viable debido a que mediante el análisis PEST se determinó que no se necesita gran cantidad de recursos para poner en marcha este tipo de proyectos debido a que los principales componentes de estas estructuras son reutilizados y a su vez ayudara con la reactivación económica de dicha provincia, ofreciendo ventajas como empleo para las personas de la zona y también a los turistas que requieran este servicio. Del mismo modo este tipo de construcciones aportara al atractivo turístico de la zona proporcionando un método diferente a las existentes en las edificaciones convencionales. También como una conclusión importante indica que esta construcción provee seguridad debido a que los contenedores tienen la característica de ser antisísmicos por su estructura propia.

### **Justificación**

Arias y Romeo (2014) en su artículo sobre como iniciar una nueva empresa con éxito indicó que el emprendimiento se encuentra en auge en los últimos años en América y el resto del mundo y este a su vez ha sido crucial para el crecimiento económico y el desarrollo de la innovación de una región; la creación de nuevas empresas da paso a la oferta de empleo, incremento de las riquezas, y esto genera una mejor calidad de vida y al mismo tiempo impulsa al desarrollo de la sociedad.

Según Prieto (2017) el emprendimiento es la capacidad de diseñar una idea, y a través de ella implementar un proyecto mediante la identificación de oportunidades, esto se logra mediante los análisis externos e internos de la organización que se pretende diseñar.

Las nuevas tendencias en nuestro entorno en el cual ir de compra ya no representa el simple hecho de una transacción económica, sino que más bien es tomado como una actividad de ocio, en el cual las familias y amigos luego de realizar sus compras comparten momentos de calidad visitando un restaurante, café, resto bares, en un lugar que les brinde comodidad y seguridad, conlleva a la idea del presente estudio, el cual pretende analizar la demanda de locales comerciales en el

cantón Salinas, para determinar la factibilidad de la creación de una plaza comercial, la cual brindará beneficios a las personas que estén dispuestas a alquilar dichos locales, mediante la ubicación estratégica y el espacio que se les brindará al cliente.

La creación de esta plaza ayudará a mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón, mediante la mejora del entorno y la plusvalía de los sectores cercanos a la plaza, la generación de nuevos empleos, la diversidad de oferta que tendrán los habitantes para realizar sus compras y compartir momentos en un ambiente agradable, el turismo que es una parte fundamental de la economía del cantón también se verá beneficiado con la variedad de oferta de productos y servicios que se podrán encontrar en la plaza.

La plaza comercial se diferenciará de la competencia mediante la implementación de una nueva técnica de construcción que reutiliza contenedores que están almacenados en bodegas debido a que ya han cumplido su tiempo de vida útil, para lo que fueron construidos inicialmente que es la carga de mercancías, esta técnica de construcción a base de contenedores reciclados ha sido poco explotada todavía a nivel nacional, y en el cantón salinas solo existe una plaza comercial con características similares a este modelo, pero está basado en una construcción en estructuras metálicas de un solo piso, que es diferente a la propuesta de una construcción de varias plantas con un diseño arquitectónico más innovador que se pretende en este proyecto.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad de creación de una plaza comercial construida a base de contenedores reciclados mediante un análisis exploratorio para determinar la viabilidad del proyecto en el cantón Salinas

### **Objetivos específicos**

- a. Descripción de la organización y análisis del entorno, mediante análisis de las fuerzas de Porter y matriz FODA para saber el medio en el que se desenvolverá el proyecto.

- b. Hacer un estudio de la demanda de locales comerciales en la ciudad de Salinas mediante encuestas electrónicas por conveniencia a emprendedores del sector, para medir la demanda
- c. Realizar un estudio técnico para determinar los recursos necesarios para la creación de la plaza comercial.
- d. Realizar un estudio económico-financiero, mediante indicadores económicos, para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto en el cantón Salinas

## **Preguntas de investigación**

### **Principal**

¿Es factible la creación de una plaza comercial a base de contenedores reciclados en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena en términos de rentabilidad?

### **Secundarias**

- a. Según la situación actual del entorno, ¿Cuáles son las posibles oportunidades y amenazas para el proyecto?
- b. ¿Cómo se determinará la demanda de alquiler de locales comerciales en el cantón Salinas?
- c. ¿Qué tipo de recursos serán necesarios para la construcción de la plaza comercial?
- d. ¿Cómo se determinará la viabilidad del proyecto?

## **Limitaciones y delimitaciones**

### **Limitaciones**

- Se necesita mucha inversión para poder encuestar de forma aleatoria, por lo cual se procederá hacerlo por conveniencia
- Falta de información de estudios de este tipo en la provincia de Santa Elena
- El estudio se limita al análisis de la demanda y medir la factibilidad del proyecto
- El presente estudio tomara 4 meses

## **Delimitaciones**

- El estudio de factibilidad se realizará en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena donde esta propuesto que sea construida la plaza comercial.
- El estudio de la demanda de locales comerciales se lo realizará a los habitantes de los principales cantones de la provincia de Santa Elena, que son: Salinas, La Libertad y Santa Elena.
- El estudio de factibilidad se llevará a cabo desde octubre de 2018 hasta febrero de 2019

## **Marco Teórico**

### **Plaza comercial**

Gasca-Zamora (2017) indicó que los centros comerciales son edificaciones donde participan empresas minoristas y ofertan productos y servicios básicos y especializados, el primer centro comercial bajo techo apareció en 1956 en Minnesota, y desde entonces han sido adoptados como parte de la cultura de consumo, instalándose en el espacio urbano de miles de ciudades y metrópolis en el mundo, en América latina se reporta sus primeras apariciones en los años ochenta, pero a partir de los años noventa se presentó un crecimiento acelerado y dispersión en el tejido urbano; también define que los centros comerciales recrean ambientes a través de elementos visuales para alentar el deseo de consumir en los clientes y a su vez favorece a la sociabilidad de los mismos.

Según Castillo (2015) una plaza comercial no es solo una infraestructura en la que se pueden hacer transacciones comerciales, sino que a su vez influye en el desarrollo urbano de la ciudad; los complejos comerciales modernos combinan consumo y ocio, el concepto de “ir de compras” ya no es simplemente el hecho de abastecerse, sino que le da un nuevo concepto de ocio al consumo.

### **Creatividad e innovación**

Según Hernández (2015) definió a la creatividad como la capacidad que poseen los seres humanos para pensar o generar nuevas ideas, y a la innovación como la capacidad para implementar estas ideas de una manera diferente a la convencional. También define a la creatividad como una actitud mental y una técnica

de pensamiento, mientras que a la innovación la reconoce como la aplicación exitosa de actitud y pensamiento, que luego son transformadas en ideas novedosas que resultan ser útiles y brindan un incremento en la productividad.

Fernández (2014) indicó que el primer paso hacia la innovación es la creatividad, que es la capacidad de pensar nuevas soluciones, de descubrir problemas y de explorar nuevos recursos de modos pocos convencionales, para ser creativo primero se deben superar algunas adversidades tales como la cultura social u organizacional del entorno donde se desempeña, la negación a los cambios y también las leyes que pueden presentarse como limitantes para el desarrollo de nuevas ideas. El autor nos presenta 4 etapas para el proceso creativo que son: la investigación, la ideación, el desarrollo y la implementación de la idea. La última etapa del proceso creativo nos conlleva a la innovación que es la capacidad de realizar cosas nuevas que permitan crear diferencias competitivas y aportar valor a la organización.

### **Oferta y demanda**

Según Méndez (2014) la demanda es la cantidad de mercancías que uno o varios individuos de una sociedad pueden adquirir a los diferentes precios; la ley de la demanda nos indica que mientras las condiciones no varíen la cantidad de mercancías que un mercado demande es inversa a su precio, esto quiere decir que cuando los precios aumentan la cantidad demandada disminuye, y cuando los precios disminuyen la cantidad demandada aumenta, podemos hablar sobre aumento de la cantidad demandada cuando los precios disminuyen y una disminución en la cantidad demandada cuando los precios aumentan; la elasticidad de la demanda es el cambio porcentual de la cantidad demandada debido a un cambio de precios. También nos indica que la oferta es la es la cantidad de mercancías que puede ser vendida a un determinado precio por un individuo o un grupo de individuos de una sociedad; la ley de la oferta nos indica que mientras las condiciones no varíen la cantidad ofertada en el mercado varía en razón al precio, esto quiero decir que cuando los precios aumentan, las cantidades ofertadas también aumentan, mientras si las cantidades ofertadas disminuyen a su vez el precio se reduce; uno de los principales elementos de la oferta son los costos de producción, que es el valor que le cuesta al oferente su producción.

## **Costo**

Según Pindyck (2013) los economistas y contables definen los costos de forma distinta, está el coste contable que son los gastos efectivos más los gastos de depreciación del equipo de capital, el coste económico que es el costo que tiene para una empresa la utilización de recursos económicos para la producción, el coste de producción que corresponde a las oportunidades que se pierden cuando no se utilizan los recursos de la empresa para el fin en el que aportan más valor, los costes irrecuperables que son los gastos que no se pueden recuperar una vez que se los realiza, también tenemos el costo total que está formado por el costo fijo que son aquellos que no varían con el nivel de producción y el costo variable que varían dependiendo del nivel de producción.

Para Lambreton (2016) el costo se puede definir como el sacrificio que realiza una empresa para obtener un bien o servicio del cual en un futuro espera tener beneficios. Normalmente se confunde los términos de gastos y costos, los gastos son los que ocurren en otras áreas diferentes a la producción, y los costos ocurren dentro del área de producción y se incluirán como parte del costo de los productos.

## **Estudio técnico**

Para Sapag (2014) el objetivo del estudio técnico es proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación en el área de estudio y trabajo. Una de las conclusiones en el estudio técnico es que deberá definir la producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio, el estudio proveerá necesidades de capital, mano de obra y materiales, tanto para la puesta en marcha del proyecto como para la operación del mismo.

Según Morales (2014) luego de haber cuantificado la demanda y la especificación de las características de los productos, se procede a identificar los activos necesarios para la producción del producto o servicio, como son la planta de producción, maquinaria, equipos, locales para venta, procesos de producción. Los elementos más importantes que se incluyen en el estudio son:

- Estudio de las materias primas



- Localización de planta de producción
- Tamaño de la planta de producción
- Ingeniería de planta

### **Análisis financiero**

Según Prieto (2017) el objetivo de un análisis financiero es realizar un estudio sobre los aspectos financieros de un negocio el cual brinde elementos suficientes para apoyar las decisiones, manejo y rentabilidad financiera del mismo, la información otorgada por el estudio debe ser objetiva, clara, confiable y oportuna, por lo general este tipo de análisis se realiza a nivel cualitativo y cuantitativo.

Para Sapag (2014) consiste en ordenar y sistematizar la información de carácter monetaria que proporcionaron las etapas anteriores, elabora cuadros analíticos y datos para la evaluación del proyecto, y finalmente estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad; también indica que la evaluación del proyecto se realiza sobre la estimación de flujo de caja de los costos y beneficios.

Morales (2014) señaló que para el análisis financiero de un proyecto de inversión se debe formular los estados financieros que reflejan el monto de inversión y financiamiento requerido, su objetivo es determinar si el rendimiento del proyecto de inversión es más alto que el costo de capital promedio ponderado pagado en el financiamiento, los indicadores más usados en el análisis son:

- Periodo de recuperación
- Tasa simple de rendimiento
- Tasa promedio de rendimiento
- Valor presente neto
- Tasa interna de rendimiento
- Índice de rendimiento
- Costo beneficio

### **Riesgo**

Según Sapag (2014) el riesgo es la variabilidad que presentan los flujos de caja efectivos respecto a los estimados en el caso base, identificar el riesgo es importante para determinar los escenarios adversos a los que un proyecto puede enfrenarse, para ello se debe trabajar en dos ítems: las fuentes de riesgo internas que

tienen relación con los elementos de riesgos asociados a la empresa y sus socios; y las fuentes de riesgo externas que tienen relación a los elementos ajenos a la empresa y sus socios, que también son denominadas amenazas del negocio, las cuales pueden provenir de los mercados en los que se interactúa, los stakeholders, el contexto local y el contexto internacional.

### **Periodo de recuperación**

Según López y Lanckenau (2017) el periodo de recuperación es de mucha importancia para los inversionistas para saber en qué tiempo recuperaran su inversión y poder hacer comparación entre varios proyectos de inversión, siendo de más valor el proyecto que tenga el menor tiempo de recuperación. Cuando se usa el periodo de recuperación para tomar decisiones, se aplican los siguientes criterios:

- Si el periodo de recuperación de la inversión es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable se acepta el proyecto
- Si el periodo de recuperación de la inversión es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable se rechaza el proyecto

Para Baca (2013) se tiene dos modalidades para el periodo de reembolso que son:

- El método exhaustivo, el cual requiere la acumulación de los beneficios y que sean restados de la inversión, hasta que el resultado sea cero, en dicho periodo en el que el resultado sea cero representa el periodo requerido para que se recupere la inversión total.
- El método promedio, este método solo es útil si los beneficios anuales no cambian sustancialmente del promedio, si los beneficios tienen una variación alta los resultados de este método serán erróneos.

### **Valor presente neto (VAN)**

Según López y Lanckenau (2017) en el método del valor presente neto se debe calcular el valor presente de los flujos netos que se esperan obtener el futuro, utilizando una tasa de descuento. Para este cálculo se debe determinar todos los flujos netos de efectivo que se obtendrán del proyecto y restar los costos de los ingresos, determinar la TMAR y por último calcular el valor presente neto. Los criterios que se aplican para aceptar la inversión son:

- Si el VPN es mayor o igual a cero, es conveniente aceptar la inversión.

- Si el VPN es menor a cero se debe rechazar la inversión porque no se está ganando el rendimiento mínimo solicitado

Para Sapag (2014) el cálculo del VAN varía en función de la tasa de costo de capital utilizada para el descuento de los flujos, esto quiere decir que el valor que se pretenda que genere un proyecto cambiara si cambia la tasa de rendimiento mínima exigida por la empresa o inversionistas.

### **Estados financieros**

Prieto (2017) indicó que los estados financieros muestran información sobre la situación de la empresa en un periodo de tiempo determinado, así mismo sus cambios en periodos determinados y los resultados de sus operaciones, el autor en los estados financieros nos presenta el balance general, el estado de flujo de efectivo, el estado de resultados y el estado de variaciones de capital contable.

- El balance general según Calleja (2016) está formado por los activos que son los recursos que posee la empresa, los pasivos que representan las deudas y compromisos, y el capital contable que son la inversión que realizan los accionistas y las utilidades de la empresa, es emitido por entidades lucrativas y no lucrativas.

Según Guajardo y Andrade (2018) el balance general se divide en activos circulantes (de los cuales se espera tener un beneficio económico en un periodo de tiempo normal o se puedan convertir en efectivo en un tiempo menor a un año), activos no circulantes (de los que se espera tener beneficio económico en un periodo mayor al de la operación normal o pueda convertirse en efectivo en un periodo mayor a un año), pasivos a corto plazo (obligaciones o compromisos cuyo vencimiento sea menor a un año), activos a largo plazo (obligaciones o compromisos cuyo vencimiento sea mayor a un año), capital contable contribuido (aportaciones de los dueños y accionistas), capital contable ganado (resultado de las operaciones normales de la entidad económica o utilidades).

- El estado de resultado según Prieto (2017) permite saber la utilidad y perdida en un lapso de tiempo determinado comparando los ingresos, costos y gastos efectuados por la empresa. Los ingresos se obtienen de

las ventas netas que se realizan por un servicio o producto que se oferta al cliente. El costo hace referencia al valor del producto o servicio, resultado del costo de producirlo, este costo incluye materias primas, costos de fabricación y producción. Según Guajardo y Andrade (2018) la combinación de ingresos y gastos genero un aumento o disminución en la cuenta de capital, si los ingresos son mayores que los gastos, se determina a la diferencia como utilidad neta, esto aumento el capital: pero si los gastos son mayores que los ingresos se lo determina como una pérdida neta, lo que genera una disminución de capital.

- El flujo de caja según Nobles (2016) este estado muestra cómo se genera y utiliza el dinero, los movimientos de efectivo de entrada y salida, conocer su origen en un periodo de tiempo determinado. Solo se registran aquellas transacciones que involucran movimiento de efectivo, ya que el flujo de caja solo refleja el aumento o disminución y el saldo de efectivo al final del periodo.

## **Rendimiento**

Según Calleja (2017) desde el punto de vista de los accionistas de la empresa el rendimiento sea probablemente el concepto más importante en el análisis financiero, debido a que la utilidad que la empresa obtendrá, el autor nos presenta como concepto de razones de rendimiento al crecimiento de la empresa y la capacidad de ir pagando sus deudas, también la comparación de la utilidad neta contra cifras que permiten juzgarla. Entre ellas la primera razón de rendimiento es el rendimiento sobre ventas que es la utilidad neta entre ventas, hace referencia a la estructura del estado de resultados y también si la empresa trabaja sobre margen o sobre volumen. La segunda razón es el rendimiento sobre inversión propia que es la utilidad neta entre capital contable, esta nos habla específicamente de las utilidades que pueden esperarse en función de cada peso de capital invertido en la empresa. La tercera razón es el rendimiento sobre inversión total que se refiere a la utilidad neta entre activo total, busca medir la eficiencia de la empresa o que utilidad se obtiene con cierta cantidad de activos. Por último, la cuarta razón es el rendimiento sobre activo fijo que es la utilidad neta entre activo fijo, esta trata de enfocar el análisis en

la eficiencia para manejar los activos fijos y contrastar que utilidad se obtiene por cierta cantidad de inversión.

### **Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR)**

López y Lankenau (2017) estableció que la TMAR es la tasa mínima que requiere un inversionista para realizar una inversión, esto quiere decir, el porcentaje de ganancia que desea obtener sobre el dinero que invierte. Para su establecimiento se debe considerar la tasa de inflación más el riesgo que reconoce el verdadero crecimiento el dinero: a mayor riesgo, mayor ganancia,

### **Tasa interna de retorno (TIR)**

Según Gitman (2007) la tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento que iguala el valor actual neto de una oportunidad de inversión a cero dólares, debido a que el valor actual de las entradas en efectivo es igual a la inversión inicial. Se refiere también a la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa o inversionista obtendrá si invierte en dicho proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. Cuando usamos la TIR para tomar decisiones los criterios son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto
- Si la TIR es menos que el costo de capital se rechaza el proyecto

Sapag (2014) indica que la TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, mediante la cual la totalidad de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

## **Metodología**

Según Muñoz (2015) en la metodología se describe cuáles son los métodos y procesos que se utilizaran en la investigación, así mismo las técnicas y herramientas para la recolección y análisis de los datos para comprobar la hipótesis.

### **Diseño de la investigación**

El presente proyecto presenta un diseño no experimental-transversal, según Hernández (2010) el diseño no experimental se centra en analizar, determinar o ubicar cual es la relación entre un conjunto de variables en un momento dado, una de

las clasificaciones del diseño experimental es el transversal, que son investigaciones que recopilan datos en un momento dado, en un tiempo único.

### **Enfoque**

Según Hernández (2010) el enfoque cuantitativo hace uso de la recolección de datos para probar hipótesis, basado en la medición numérica y las herramientas estadísticas, y así establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

El presente proyecto utilizó un enfoque cuantitativo debido a que la recolección de información se realizó mediante encuestas virtuales, y esta información fue utilizada para el cálculo y análisis estadístico de variables.

### **Alcance**

Según Hernández (2010) la investigación descriptiva tiene como objetivo especificar las características de personas, grupos, objetos, procesos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis; es decir que su único fin es obtener información sobre los conceptos o variables a las que se refieren, su objetivo no es analizar o indicar como se relacionan estas; las investigaciones exploratorias se realizan cuando el tema a explorar no posee muchos antecedentes o ha sido poco estudiado.

Esta investigación es de alcance descriptivo y exploratorio, debido a que se estudia un producto con pocos antecedentes a nivel del mercado nacional mediante la recolección de información de los posibles consumidores con encuestas virtuales como herramienta de recolección.

### **Muestra**

Hernández (2010) indicó que la muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectaran datos para ser representativo de esta, se utiliza por economía de tiempo y recursos, para determinar la muestra primero se debe definir la unidad de análisis, para luego delimitar la población, la población es el conjunto de casos que concuerdan con cierta característica o especificación.

En el presente proyecto la población está delimitada a la Provincia de Santa Elena, la muestra será determinada en base a su población. Según Hernández (2010)

una muestra probabilística es aquella en la cual todos los elementos de la muestra tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula para determinar la muestra de una población finita que se puede observar en la figura 1, según Torres y Paz (2006) se utiliza la fórmula de población finita cuando se sabe el número de elementos que contiene la población

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

*Figura 1 Formula de muestra para población finita.*

en donde,

N= tamaño de la población

Z= nivel de confianza

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

d= Precisión

Según INEC (2010) en el último censo poblacional la provincia de Santa Elena cuenta con 308693 habitantes, para el presente proyecto se ha delimitado la población a los habitantes de la provincia de Santa Elena en un rango de edad de 20 años en adelante, dando una población de 174359 habitantes. Usando la fórmula para poblaciones finitas la muestra es la siguiente.

$$n = \frac{(174359) * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (174359 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

N	174359
Z	1.96
p	0.5
q	0.5
d	0.05
n	383

*Figura 2 Calculo de la muestra para poblaciones finitas*

En el cálculo de la muestra de población finita que se puede observar en la figura 2, se utilizó un nivel de confianza del 95%, una probabilidad de éxito y fracaso del 50%, margen de error del 5%, y se determinó que el tamaño de la muestra a utilizarse en el estudio es de 383 encuestas.

### **Técnica de recolección de datos**

Según Hernández (2010) elaborar un plan para la recolección es importante debido a que esto conduce a reunir datos con un propósito específico, el plan debe tener claro cuáles son las fuentes de donde se obtendrán los datos, donde se localizan las fuentes, que herramienta se utilizara para la recolección, y finalmente, de qué forma vamos a preparar los datos para poder analizarlos y que respondan el planteamiento del problema.

Este proyecto utilizo como herramienta la encuesta virtual con preguntas cerradas dicotómicas y de opción múltiple, según Bernal (2016) la encuesta es un conjunto de preguntas diseñadas para generar datos necesarios, para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación, además indico que las preguntas cerradas ofrecen una respuesta más concreta y fácil de codificar.



## **Análisis de datos**

El análisis de datos empezara con un estudio del entorno externo e interno de la organización mediante la matriz FODA, también mediante las matrices EFI y EFE se determinará como la situación de la empresa con relación a la industria, estos estudios nos servirán de ayuda para formular estrategias para el funcionamiento de la organización y poder afrontar las adversidades internas y externas que se pudieran presentar.

También se realizará un estudio de la demanda con los datos recolectados mediante las encuestas virtuales, en este estudio se determinará el nivel de demanda de locales comerciales mediante el análisis de las gráficas obtenidas de los resultados

Por último, se analizará la factibilidad para determinar si es viable ponerlo en marcha, se utilizarán proyecciones de estados financieros, análisis de los posibles escenarios y el análisis de la tasa interna de retorno, valor actual neto, y el periodo de recuperación del capital

## Capítulo 1: Situación actual de la empresa

### Misión

Somos una empresa ecuatoriana joven y dinámica con el objetivo de desarrollar espacios públicos modernos, innovadores y atractivos, trabajando con ética y creatividad con un equipo humano motivado y capacitado para satisfacer las necesidades de la comunidad mediante la oferta de bienes, servicios y experiencias con altos estándares de calidad, seguridad y comodidad, y así contribuir a mejorar la calidad de vida y al desarrollo económico de nuestros accionistas y la comunidad.

Tabla 1 Validación de la misión

		Si	No
<b>¿Quiénes somos?</b>	Somos una empresa ecuatoriana joven y dinamica	✓	
<b>¿Qué buscamos?</b>	Desarrollar espacios públicos modernos, innovadores y atractivos	✓	
<b>¿Como lo hacemos?</b>	Trabajando con ética y creatividad con un equipo humano motivado y capacitado para satisfacer las necesidades de la comunidad	✓	
<b>¿Por qué lo hacemos?</b>	Para contribuir a mejorar la calidad de vida y al desarrollo económico de nuestros accionistas y la comunidad.	✓	

### Visión

Dentro de cinco años consolidar la plaza comercial como eje comercial de la localidad, ofreciendo la mejor alternativa de compras en un lugar agradable para nuestros clientes, y así obtener su reconocimiento y fidelidad. Tener una cultura organizacional orientada al desarrollo de sus colaboradores, y una estructura administrativa y financiera regida por el principio de eficiencia y mejoramiento continuo que supere las expectativas de los clientes, y así poder expandirnos, abriendo mercados en otros sectores del territorio nacional.

Tabla 2 Validación de la visión

		Si	No
<b>¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?</b>	Dentro de cinco años consolidar la plaza comercial como eje comercial de la localidad	✓	
<b>¿Cómo seremos en el futuro?</b>	Ser la mejor alternativa de compras, brindando un lugar agradable para nuestros clientes, y así obtener su reconocimiento y fidelidad	✓	
<b>¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?</b>	Tener una cultura organizacional orientada al desarrollo de sus colaboradores, y una estructura administrativa y financiera regida por el principio de eficiencia y mejoramiento continuo que supere las expectativas de los clientes, y así poder expandirnos, abriendo mercados en otros sectores del territorio nacional.	✓	

## Análisis FODA

### Fortalezas

- Siendo una plaza pequeña se puede ser flexible con el capital y personal de trabajo
- Seguridad privada dentro del local
- Patio central para dar comodidad a los clientes
- Primer concepto de plaza comercial a base de contenedores en la provincia de Santa Elena.
- Uso de redes sociales para una mejor relación con los clientes
- Servicio de internet gratuito dentro de la plaza comercial
- Ubicación estratégica

### Oportunidades

- Es un modelo de negocio innovador y único en la provincia, de ser factible puede ser replicado en otras provincias similares
- Uso de materiales reciclados para la construcción
- Para los periodos entre el 2013-2015 la provincia de Santa Elena estuvo entre las 5 provincias con mayor utilidad en el sector inmobiliario.

- Generar empleos y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona
- Aceptación mostrada de este tipo de negocio en otros países

### **Debilidades**

- Posibles dificultades en la obtención de financiamiento
- Al ser un producto nuevo, los locales con contenedores tendrán que buscar su espacio en el mercado
- Romper el paradigma de que los contenedores albergan excesivo calor.
- Costo de transporte de contenedores

### **Amenazas**

- Nuevos competidores debido a que la inversión para la construcción de este modelo de negocios no es tan alta.
- Inversiones privadas de mayor magnitud
- Precios altos de terrenos

### **Fuerzas de Porter**

#### **Rivalidad entre competidores**

El proyecto compite con tres plazas que actualmente se encuentran posicionadas en el mercado, de las cuales dos son de características similares a la presentada en este proyecto, que son Plaza del Sol y Locals point, ambas están situadas en puntos estratégicos de comercio del cantón Salinas y con una inversión poco elevada, son consideradas competencias directas debido a que el alquiler de sus locales es para pequeños emprendedores y negocios que ofrecen productos de gama media; también existe la plaza comercial Supermaxi con una inversión más fuerte, la cual no se considera un competidor directo debido a que la mayor parte de la plaza es abarcada por el Supermaxi, y otro tipo de locales de cadenas comerciales más grandes como Fybeca y Direct TV.

#### **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

El mercado de construcción de plazas comerciales en el cantón Salinas no es tan elevado debido a que solo se ha registrado la creación de 3 plazas comerciales en

los 10 últimos años, esto se debe a que los métodos de construcción convencionales representan una alta inversión para poder ingresar en el mercado, también la adquisición de terrenos en una ubicación estratégica es difícil debido a los precios elevados de los terrenos.

### **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Existen sustitutos para el modelo de negocio que se presenta, uno de ellos es la entrada de una plaza comercial de mayor dimensión e inversión, esto haría que los clientes prefieran estar en un lugar donde encuentran mayor diversidad; también están los locales comerciales que se ofertan a menor precio que son construidos y adecuados en casas de la localidad.

### **Poder de negociación de los proveedores**

El poder negociación de los proveedores en nuestro modelo de negocio es bajo debido a la cantidad de oferta de servicios que existen en la provincia en materia de construcción, internet y seguridad, que son lo que necesita nuestro negocio para ponerse en marcha y mantener su funcionamiento.

### **Poder de negociación de los consumidores**

Esta fuerza tiene un poder de negociación alto, debido a la oferta que existe no solo con las tres plazas comerciales existentes, sino también con las personas que ofertan locales comerciales en domicilios y hoteles de la zona.

## Análisis Matriz de evaluación de factores internos

Tabla 3 Matriz de evaluación de factores internos.

<b>Factor crítico de éxito</b>	<b>Valor</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación ponderada</b>
<b>Fortalezas</b>			
Siendo una plaza pequeña se puede ser flexible con el capital y personal de trabajo	0,09	3	0,27
Seguridad privada dentro del local	0,09	4	0,36
Patio central para dar comodidad a los clientes	0,1	4	0,4
Primer concepto de plaza comercial a base de contenedores en la provincia de Santa Elena.	0,09	4	0,36
Uso de redes sociales para una mejor relación con los clientes	0,06	3	0,18
Servicio de internet gratuito dentro de la plaza comercial	0,1	4	0,4
Ubicación estratégica	0,14	4	0,56
<b>Debilidades</b>			
Posibles dificultades en la obtención de financiamiento	0,12	1	0,12
Al ser un producto nuevo, los locales con contenedores tendrán que buscar su espacio en el mercado	0,04	2	0,08
Romper el paradigma de que los contenedores albergan excesivo calor.	0,05	2	0,1
Costo de transporte de contenedores	0,12	1	0,12
<b>Suma de valores</b>	<b>1</b>		
<b>Valor ponderado</b>			<b>2,95</b>

Según Contreras (2016) dado a que el valor ponderado que se obtuvo en el cálculo que se puede observar en la tabla 3, está por encima de la media de 2.5, significa que la marca es fuerte internamente.

## Análisis Matriz de evaluación de factores externos

Tabla 4 Matriz de evaluación de factores externos.

Factor crítico de éxito	Valor	Calificación	
		Calificación	ponderada
<b>Oportunidades</b>			
Es un modelo de negocio innovador y único en la provincia, de ser factible puede ser replicado en otras provincias similares	0,14	4	0,56
Uso de materiales reciclados para la construcción	0,14	4	0,56
Mejorar el comercio y la oferta de la provincia de Santa Elena	0,12	3	0,36
Generar empleos y mejorara la calidad de vida de los habitantes de la zona	0,12	3	0,36
Aceptación mostrada de este tipo de negocio en otros países	0,13	3	0,39
<b>Amenazas</b>			
Nuevos competidores debido a que la inversión para la construcción de este modelo de negocios no es tan alta.	0,09	1	0,09
Inversiones privadas de mayor magnitud	0,09	1	0,09
Precios altos de terrenos	0,1	1	0,1
Cambio en políticas debido a las nuevas elecciones en el país	0,07	2	0,14
<b>Suma de valores</b>	1		
<b>Valor ponderado</b>			<b>2,65</b>

Los resultados en la tabla 4 indican que el valor de las oportunidades es de 2.23, el cual es superior al de las amenazas que es 0.42, según Contreras (2016) significa que el entorno externo es favorable para la marca.

## Matriz MPC

Tabla 5 Matriz MPC

	Nuestra empresa		Competidor 1 Plaza del sol		Competidor 2 Locals Point		
	Peso	Calificacion	Peso	Calificacion	Peso	Calificacion	
	Peso Ponderado	Ponderado	Peso Ponderado	Ponderado	Peso Ponderado	Ponderado	
Ubicación estratégica	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6
Servicio de internet gratuito dentro de la plaza comercial	0,05	3	0,15	2	0,1	3	0,15
Patio central para dar comodidad a los clientes	0,1	4	0,4	1	0,1	3	0,3
Seguridad privada dentro del local	0,2	3	0,6	2	0,4	1	0,2
Posicion financiera	0,3	2	0,6	3	0,9	3	0,9
Participacion en el mercado	0,15	1	0,15	3	0,45	2	0,3
<b>Valor peso ponderado</b>	<b>1</b>	<b>2,5</b>	<b>2,75</b>	<b>2,75</b>	<b>2,45</b>	<b>2,45</b>	<b>2,45</b>

Según las cifras de la tabla 5, podemos observar que “La Plaza del sol” es el competidor más fuerte debido a su calificación de 2.75. Nuestra empresa tiene como punto fuerte sobre la competencia el patio central, es decir el espacio que se ofrece para la comodidad de los clientes, y el punto débil es la participación que tiene en el mercado con relación a los otros competidores.



## Organigrama



*Figura 3 Organigrama*

- Gerente general que es el encargado de cumplir con los objetivos plantados por la junta directiva, formular el proyecto y vigilar el cumplimiento del programa general. También encargado de formular el programa anual de financiamiento y dirigir las labores administrativas.
- Asistente contable que será el encargado de la contabilidad del proyecto y recaudo de los ingresos pertenecientes al alquiler y publicidad
- Asistente de seguridad encargado de la seguridad de la plaza.
- Asistente de mantenimiento que es el encargado de la limpieza del establecimiento y brindara apoyo a los locales comerciales.

## **Capítulo 2: Oferta y demanda**

### **Crecimiento del mercado**

Según datos presentados por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2017) en su último estudio realizado para los años 2013 al 2015, la provincia de Santa Elena tuvo una gran participación entre las 5 provincias con mayor utilidad en el sector inmobiliario entre los años 2013-2014, registrando para el primer periodo \$1.42 millones de dólares, y un incremento para el siguiente periodo con \$6.01 millones de dólares, con una participación del 100% para las MIPYMES del sector; exclusivamente en el cantón Salinas se registraron utilidades de \$5.88 millones de dólares pertenecientes a las MIPYMES para el periodo. A nivel nacional para el 2015 en el sector inmobiliario las actividades que tuvieron mayor participación en la generación de riquezas fueron la compra – venta, alquiler y explotación de bienes inmuebles propios o arrendados con una utilidad de \$80.56 millones de dólares, y una participación del 59.09%.

### **Marketing mix**

Según Kotler y Armstrong (2008) el marketing mix es el conjunto de herramientas tácticas de marketing que la empresa combina para obtener una respuesta deseada en el mercado meta, esto incluye todo lo que la empresa pueda hacer para influir en la demanda de su producto, y esto ayudara para alcanzar el nivel deseado de ventas en dicho mercado.

### **Producto**

Las organizaciones pueden obtener un producto que satisfaga las necesidades del cliente mediante la cantidad de valor agregado que se le dé al producto, por esta razón la plaza comercial propuesta en este proyecto busca diferenciarse de la competencia mediante su diseño innovador, un ambiente acogedor, seguridad y servicios de internet gratuitos para la satisfacción del cliente.

### **Precio**

Se toma como referencia los precios de alquiler de tres de las plazas comerciales más conocidas de la provincia de Santa Elena presentadas en la tabla 6, y determinamos que el precio de la competencia está en \$617, que es un precio con el cual se puede competir.

*Tabla 6 Precio de alquiler de la competencia*

<b>Plaza</b>	<b>Precio</b>
Plaza comercial Supermaxi	\$ 700,00
Plaza del sol	\$ 650,00
Locals point	\$ 500,00

### **Promoción**

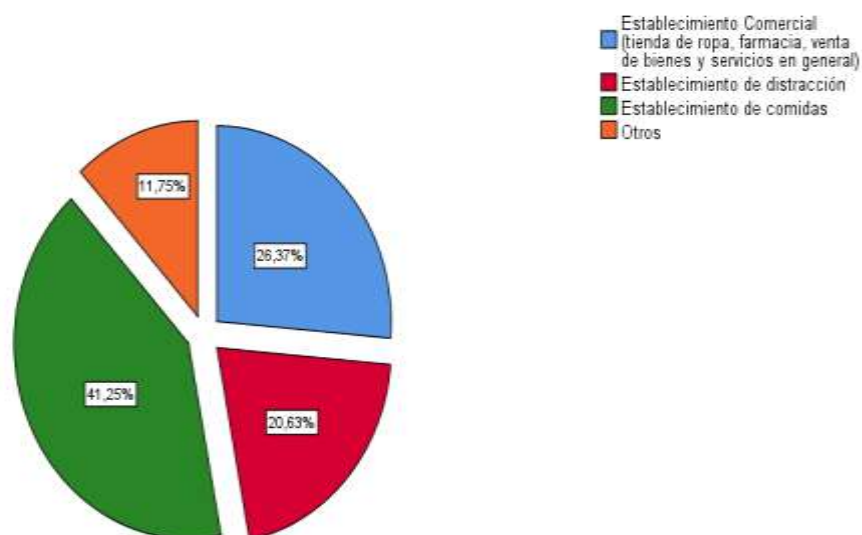
La promoción será realizada lanzamiento o apertura mediante una ceremonia que será publicitada en medios radiales y en medios virtuales, y se procederá a la creación de páginas con el nombre del proyecto las cuales servirán para la publicidad en los siguientes periodos, en estas páginas se dará publicidad continuamente a los diferentes negocios que arrendaran nuestros locales, para promover la visita de los clientes.

### **Plaza**

El éxito de una plaza comercial radica en la comercialización y su entorno, estos dos conceptos son co-dependientes, por este motivo el departamento de marketing debe estar inmerso en esta parte poder hacer lograr un equilibrio y así alcanzar el éxito de la marca, dentro de lo comercial se buscara atraer marcas innovadoras y también a las que ya se encuentran posesionadas en el mercado, y así también se buscara brindar un entorno idóneo para atraer a los clientes y así cumplir con todas sus expectativas.

## **Demanda**

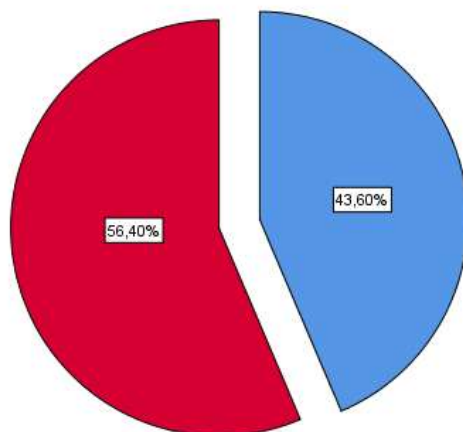
El presente estudio se realizó a 383 hombres y mujeres emprendedores a partir de 20 años en adelante, con el objetivo de determinar cuántos de ellos arriendan locales o si poseen locales propios, también se determina el interés por expandir sus negocios actuales y medir el nivel de satisfacción de aquellos que arriendan locales respecto a los servicios brindados por las plazas comerciales de la provincia.



*Figura 4 Clasificación por tipo de negocios*

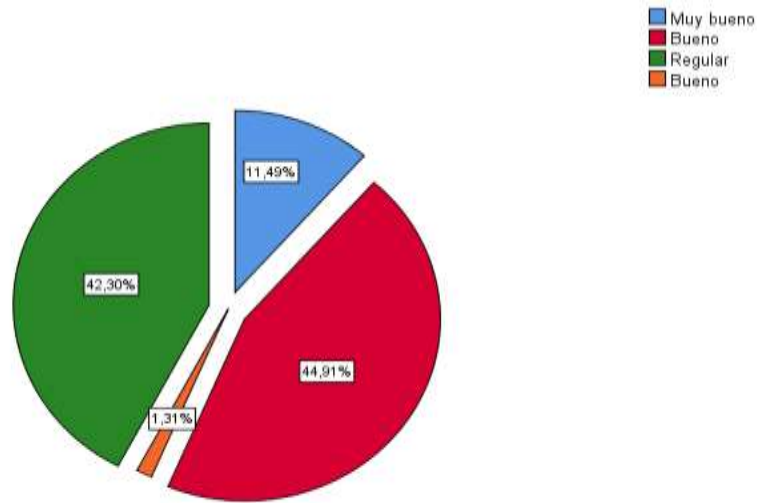
De acuerdo con la figura 4 un gran porcentaje de los encuestados indican que poseen establecimientos de comida y distracción, este tipo de establecimientos son los que se adecuan mejor a nuestro tipo de negocio, esto se da debido a que este tipo de establecimientos están relacionados con el turismo, que es una de las mayores fuentes de ingresos para los emprendedores de la zona.

Propio  
Arrendado



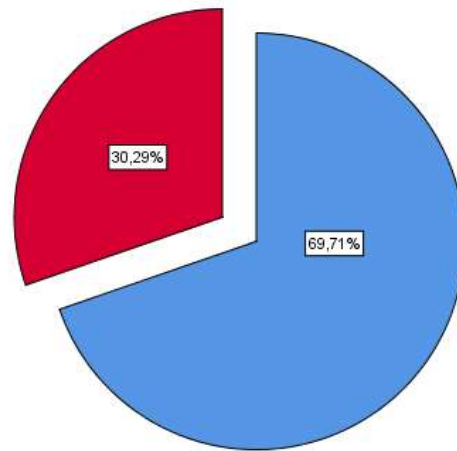
*Figura 5 Porcentaje de locales propios y arrendados*

En la figura 5 obtenemos como resultado que alrededor del 56.40% de los emprendedores del sector arriendan locales comerciales, esto puede ser un resultado de los altos costos que representa comprar un local comercial o la dificultad para obtener permisos.



*Figura 6 Percepción del nivel de calidad de las plazas comerciales*

La figura 6 indica que un 42,30% de los encuestados piensan que la calidad de las plazas comerciales del cantón Salinas es regular, lo que da paso a que se puedan implementar nuevas estrategias para poder captar ese Mercado que se encuentra insatisfecho.



*Figura 7 Porcentaje de personas que están dispuestas a alquilar un local.*

En la figura 7 obtenemos como resultado que el 69,71% de los emprendedores encuestados estaría dispuesto a alquilar un local comercial para mejorar la ubicación de su negocio o para expandir el mismo, lo que indica que el servicio que estamos ofertando puede tener una buena aceptación en el cantón.

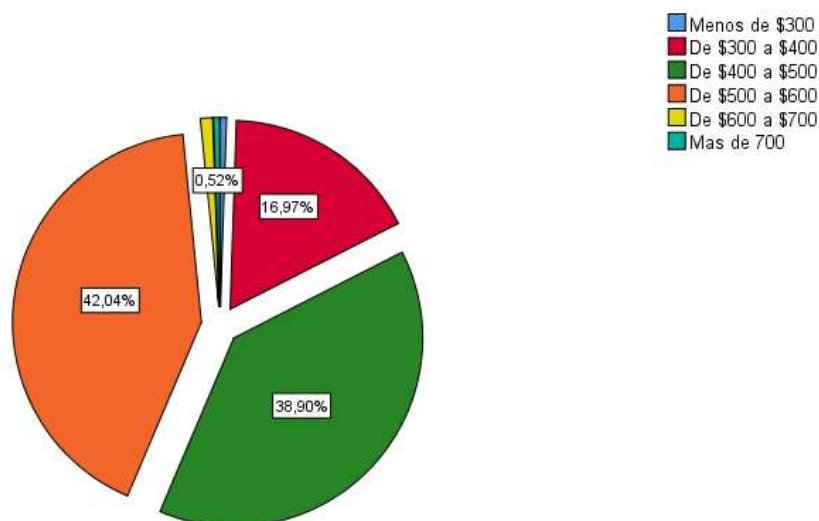


Figura 8 Rango de precios que estarían dispuestos a pagar por alquiler

En la figura 8 tenemos como resultado que el 42,04% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 500 y 600 dólares, y el 38,9% estaría dispuesto a pagar entre 400 y 500 dólares por los locales comerciales, estos precios son similares a los de la competencia, en los cuales se podría agregar un poco más de valor debido a los beneficios que se ofrece en nuestro modelo de negocio.

### Déficit de mercado

En la tabla 7 se realizó el cálculo del déficit de mercado, en el cual la demanda se obtuvo mediante un cálculo de regresión con los datos obtenidos en las encuestas, y la oferta que se obtuvo de empresas inmobiliarias más importantes que tienen sus operaciones en la provincia de Santa Elena, dándonos un déficit de mercado para el primer año de funcionamiento de la empresa de \$48.701.598,62 ; del cual nuestra empresa abarcará el 0.22% de este déficit de mercado, lo que corrobora de que la industria inmobiliaria es un sector rentable en el país, el cual puede seguir siendo explotado.

Tabla 7 déficit de demanda

<b>DEMANDA</b>	\$	70.474.389,78
<b>OFERTA</b>	\$	21.772.821,16
<b>DEFICIT</b>	-\$	48.701.568,62



### Capítulo 3: Estudio técnico

#### Balance de equipos

Tabla 8 Balance de equipos

Ítem	Cantidad	Costo de alquiler/h	Horas	Costo total
Retroexcavadora 100hp	1	\$ 35,00	24	\$ 840,00
Volqueta 8m3	1	\$ 20,00	24	\$ 480,00
Concretera	1	\$ 4,00	24	\$ 96,00
Vibrador	2	\$ 2,00	24	\$ 96,00
Compactadora manual	2	\$ 3,00	24	\$ 144,00
Minicargador	1	\$ 12,00	16	\$ 192,00
Equipo topográfico	1	\$ 3,75	48,00	\$ 180,00
Soldadora	1	\$ 2,00	16,00	\$ 32,00
Grúa telescópica	1	\$ 12,00	8,00	\$ 96,00
Cortadora dobladora de acero	1	\$ 1,00	16,00	\$ 16,00
TOTAL				\$ 2.172,00

En la tabla 8 podemos observar un detalle de los equipos que serán necesarios para la construcción e instalación de la estructura, a continuación, un breve detalle del uso de cada uno: Minicargador: Maquinaria para limpieza y desbroce del sitio de construcción previo a la nivelación y replanteo, retiro de capa vegetal

- Equipo topográfico: para levantamientos planimétricos y altimétricos. Puede ser con teodolito y nivel o estación total para nivelación y replanteo del terreno de implantación del proyecto.
- Retroexcavadora: Maquinaria para excavación a máquina para cimentaciones
- Volqueta: Vehículo para desalojo de material de excavación
- Compactadora manual: equipo manual para compactar el material de relleno y rasante
- Concretera: maquinaria para la elaboración de la mezcla de hormigón en sitio
- Vibrador: equipo para compactar la mezcla (eliminar vacíos) durante la fundición de elementos de hormigón
- Grúa telescópica: Maquinaria para izado de contenedores y colocación de acuerdo a los planos de diseño
- Cortadora dobladora de acero: Equipo para corte de perfiles de acero estructural, steel panel o varillas que se usarán en uniones, refuerzos o acabados.

- Soldadora: Herramienta diseñada para realizar soldaduras sobre materiales como acero, acero inoxidable, acero galvanizado.

### **Balance de obras físicas**

*Tabla 9 Balance de obras físicas*

<b>Item construccion</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Locales comerciales	m2	240	\$ 400,00	\$ 96.000,00
Baños	m2	30	\$ 400,00	\$ 12.000,00
Bodega	m2	15	\$ 400,00	\$ 6.000,00
Caseta de vigilancia	m2	6	\$ 400,00	\$ 2.400,00
Cerramiento (h = 2.0m)	m	41	\$ 150,00	\$ 6.150,00
Sembrado de césped	m2	29	\$ 8,20	\$ 237,80
Plantas de jardinería	u	10	\$ 35,00	\$ 350,00
Juego de mesas, sillas y parasol para exteriores	u	14	\$ 150,00	\$ 2.100,00
Instalación de adoquín	m2	92	\$ 70,00	\$ 6.440,00
<b>Total</b>				<b>\$ 131.677,80</b>

La tabla 9 muestra un detalle de las obras físicas que serán realizadas para la construcción e instalación de la plaza comercial; los locales comerciales, baños, bodega y caseta de vigilancia son realizados en arquitectura de contenedores con ventanería, puertas, instalaciones eléctricas, puntos de iluminación, instalaciones sanitarias y acabados de piso y paredes. Cada contenedor mide 6 metros de largo, 2,5 metros de ancho y 2,5 metros de altura, para que estos contenedores de carga estén aptos para su uso como viviendas, oficinas o locales comerciales se deben realizar varios cambios y reparaciones como el cambio del suelo integral de madera por un piso de bambú, también el uso de pintura con bajo uso de solvente, sin cinc y de base acuosa, por ultimo aislamiento térmico acústico, para evitar el sobrecalentamiento del contenedor, de acuerdo con las empresas con las que se cotizo este servicio, indicaron que el costo de reparación, y protección del contenedor esta entre los \$250 y \$350 dependiendo del estado del contenedor, y el precio de construcción por metro cuadrado está en \$400. El cerramiento es de paneles rígidos de malla electrosoldada, postes metálicos del mismo color del panel, elementos de fijación e instalación. En la

parte central contara con césped natural para áreas verdes, conjuntos de mesas, parasol y sillas, y adoquinado. El balance de la obra física fue realizado junto al ingeniero civil Edison Parrales Bravo, el cual dio como resultado una inversión de \$131677,80 este balance se obtuvo mediante cotizaciones a diferentes empresas constructoras especializadas en construcción con contenedores de carga.

## Balance de personal

Tabla 10 Balance de personal

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL	9,45%	TOTAL	VACACIONES SUELDO / 24	DECIMO CUARTO BASICO/12	DECIMO TERCERO SUELDO MAS	FONDO DE RESERVA SUELDO / 12	APORTE PATRONAL 12,15%	VMENSUAL
GERENTE GENERAL	1	500,0	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 452,75	\$ 18,86	\$ 33,63	\$ 37,73	\$ 41,67	\$ 55,01	\$ 686,89
ASISTENTE CONTABLE	1	394,0	\$ 394,00	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 14,87	\$ 33,63	\$ 32,83	\$ 29,73	\$ 43,35	\$ 511,17
MANTENIMIENTO	1	394,0	\$ 394,00	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 14,87	\$ 33,63	\$ 32,83	\$ 29,73	\$ 43,35	\$ 511,17
SEGURIDAD	1	394,0	\$ 394,00	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 14,87	\$ 33,63	\$ 32,83	\$ 29,73	\$ 43,35	\$ 511,17
SEGURIDAD	1	0,0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 33,63	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 33,63
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.682,00</b>	<b>\$ 158,95</b>	<b>\$ 1.523,05</b>	<b>\$ 63,46</b>	<b>\$ 168,13</b>	<b>\$ 136,23</b>	<b>\$ 126,92</b>	<b>\$ 45.281,19</b>	<b>\$ 2.254,02</b>

Para el funcionamiento de la plaza comercial se necesita un gerente general que es el encargado de la administración de la plaza, este contara con una asistente contable que estará a cargo de la contabilidad y los cobros de los locales comerciales, un asistente de mantenimiento que está a cargo de la limpieza y cualquier problema técnico que se pueda dar en la plaza, y por ultimo un encargado de la seguridad de la plaza comercial.

## Planos

El espacio total de construcción es de 420 metros cuadrados, en los cuales se levantará la estructura de la plaza comercial que consta con planta baja y planta alta, con un total de 10 locales comerciales.

### Planta baja

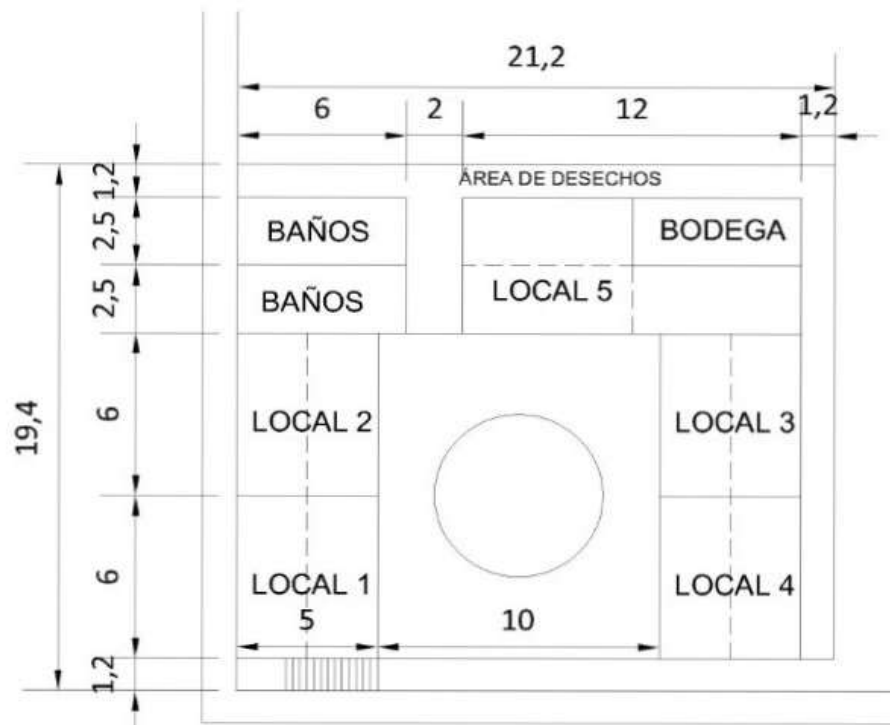


Figura 9 Plano de la planta baja

La planta baja cuenta con 5 locales comerciales, de los cuales cinco miden aproximadamente 30 metros cuadrados, y un local de 15 metros cuadrados, distribuidos alrededor de una plazoleta la cual contara con mesas y sillas para uso de los clientes, también en la planta baja se ubican los baños, bodega y el área para desechos, cada local tendrá una entrada frontal que es la principal y también una entrada trasera que facilitara a los locales el acceso a la bodega o al área de desecho, en la figura 9 se representa un esquema de lo que comprende la planta baja.

## Planta alta



*Figura 10 Plano de la planta alta*

La planta alta consta de cuatro locales comerciales, con un uso específico para restaurantes o bares, cada local tiene aproximadamente 15 metros cuadrados, el área restante en la parte superior tendrá mesas y sillas para uso de los clientes.

## Capítulo 4: Estudio financiero

### Inversión inicial

En la tabla 11 se observa la inversión inicial, en la cual se considera los gastos correspondientes al gasto de compra del terreno, la obra civil y equipos necesarios para las operaciones internas del negocio. En este valor también agregamos el capital de trabajo que se usara para las operaciones y gastos del proyecto, dando un total de inversión inicial de \$180.916,10

Tabla 11 Detalle de inversión inicial

<b>ACTIVO FIJO</b>	
<b>Detalle</b>	<b>V.Total</b>
Terreno	\$ 41.160,00
Obras civiles	\$ 133.849,80
Muebles y enseres	\$ 400,00
Equipo de oficina	\$ 2.000,00
Herramientas	\$ 800,00
<b>Sub-total activo fijo</b>	<b>\$ 178.209,80</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 178.209,80</b>
Capital de trabajo	\$ 2.694,02
<b>Total presupuesto</b>	<b>\$ 180.903,82</b>

### Financiamiento del proyecto

Podemos observar en la tabla 12 el detalle de la inversión, la cual se realizará considerando un 70% de recursos propios y un 30% de financiamiento mediante la banca privada.

Tabla 12 Financiamiento del proyecto

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>	
BANCA PROVADA (30%)	\$ 54.271,15
INVERSION PROPIA (70%)	\$ 126.632,68
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 180.903,82</b>

## Tabla de amortización

En la tabla 13 se muestra la amortización del proyecto, los años que tomara completar el pago y el valor a cancelar por capital.

Tabla 13 Cuadro de amortización

Cuadro de amortización						
Año	Cuota	Interés	Amortización	Capital Pendiente	Adelanto	
0				\$ 54.271,15	\$ -	
1	\$ 8.308,23	\$ 4.667,32	\$ 3.640,91	\$ 50.630,23	\$ -	
2	\$ 8.308,23	\$ 4.354,20	\$ 3.954,03	\$ 46.676,20	\$ -	
3	\$ 8.308,23	\$ 4.014,15	\$ 4.294,08	\$ 42.382,12	\$ -	
4	\$ 8.308,23	\$ 3.644,86	\$ 4.663,37	\$ 37.718,75	\$ -	
5	\$ 8.308,23	\$ 3.243,81	\$ 5.064,42	\$ 32.654,33	\$ -	
6	\$ 8.308,23	\$ 2.808,27	\$ 5.499,96	\$ 27.154,37	\$ -	
7	\$ 8.308,23	\$ 2.335,28	\$ 5.972,96	\$ 21.181,42	\$ -	
8	\$ 8.308,23	\$ 1.821,60	\$ 6.486,63	\$ 14.694,79	\$ -	
9	\$ 8.308,23	\$ 1.263,75	\$ 7.044,48	\$ 7.650,31	\$ -	
10	\$ 8.308,23	\$ 657,93	\$ 7.650,31	\$ 0,00	\$ -	

## Gastos

A continuación, en la tabla 14 se presenta un detalle de los gastos para la operación de la plaza comercial, la cual comprende los sueldos de los cuatro trabajadores, servicios básicos y mantenimiento, también se incluyó gastos de marketing que están destinados a la contratación de un community manager para el manejo de las cuentas en redes sociales, por último, el rubro otros gastos para los demás gastos eventuales que se puedan suscitar.

Tabla 14 Gastos totales anuales

Gasto total anual	2020	2021	2022	.....	2028	2029
Sueldos	\$ 27.048,30	\$ 27.365,81	\$ 27.357,17		\$ 27.380,10	\$ 27.467,25
Servicios y mantenimiento	\$ 4.500,00	\$ 4.552,82	\$ 4.551,39		\$ 4.555,20	\$ 4.569,70
Gastos de marketing	\$ 780,00	\$ 789,16	\$ 788,91		\$ 789,57	\$ 792,08
Otros gastos	\$ 840,00	\$ 849,86	\$ 849,59		\$ 850,30	\$ 853,01
<b>Gastos totales</b>	<b>\$ 33.168,30</b>	<b>\$ 33.557,65</b>	<b>\$ 33.547,05</b>		<b>\$ 33.575,18</b>	<b>\$ 33.682,05</b>

Para el cálculo de los gastos en los siguientes años se utilizó un pronóstico de la inflación para los próximos años el cual se muestra en la tabla 15, tomando en

cuenta el histórico de inflación de los últimos años en el país, para luego dar valores aleatorios en los siguientes años del análisis.

*Tabla 15 Inflación*

<b>Año</b>	<b>Inflacion</b>
<b>2019</b>	1,0%
<b>2020</b>	0,7%
<b>2021</b>	1,2%
<b>2022</b>	1,1%
<b>2023</b>	0,9%
<b>2024</b>	1,2%
<b>2025</b>	1,07%
<b>2026</b>	0,94%
<b>2027</b>	0,88%
<b>2028</b>	1,23%
<b>2029</b>	1,55%

### **Proyección de Ingresos**

En la tabla 16 podemos observar el detalle de ingresos proyectados a diez años, en el cual se incluye el alquiler de seis unidades de local simple de 15 metros cuadrados cada uno, cuatro unidades de locales dobles de 30 metros cuadrados cada uno y un ingreso por publicidad que se obtendrá por el alquiler de ocho espacios publicitarios ubicados en el centro de la plaza comercial y en los baños del mismo, para las diferentes marcas de productos o servicios que estén interesados en hacer uso de los mismos. Sumando estos tres tipos de ingresos obtendremos el ingreso total para cada periodo.

*Tabla 16 Proyección de ingresos*

<b>Item</b>	<b>Unidades</b>	<b>Precio mensual</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>...</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
<b>Local simple</b>	6	\$ 475,00	\$ 34.200,00	\$ 35.910,00	\$ 37.705,50		\$ 50.528,98	\$ 53.055,42
<b>Local doble</b>	4	\$ 620,00	\$ 29.760,00	\$ 31.248,00	\$ 32.810,40		\$ 43.969,07	\$ 46.167,53
<b>Ingreso por publicidad</b>	8	\$ 80,00	\$ 7.680,00	\$ 8.064,00	\$ 7.767,70		\$ 7.774,21	\$ 7.798,96
<b>Total de ingresos</b>			<b>\$ 71.640,00</b>	<b>\$ 75.222,00</b>	<b>\$ 78.283,60</b>		<b>\$ 102.272,26</b>	<b>\$ 107.021,91</b>



## Estado de resultados

De acuerdo al detalle que muestra la tabla 17 para el primer año tendremos una utilidad neta de \$14.456.56 la cual incrementa a lo largo de los diez años hasta llegar a una utilidad acumulada de \$240.206,43 en el año 2029.

Tabla 17 Estado de resultados

ESTADOS DE RESULTADOS						
	2020	2021	2022	.....	2028	2029
<b>INGRESOS</b>						
INGRESOS POR ALQUILER LOCAL SIMPLE	\$ 34.200,00	\$ 35.910,00	\$ 37.705,50		\$ 50.528,98	\$ 53.055,42
INGRESOS POR ALQUILER LOCAL DOBLE	\$ 29.760,00	\$ 31.248,00	\$ 32.810,40		\$ 43.969,07	\$ 46.167,53
INGRESOS POR PUBLICIDAD	\$ 7.680,00	\$ 8.064,00	\$ 7.767,70		\$ 7.774,21	\$ 7.798,96
UTILIDAD BRUTA	\$ 71.640,00	\$ 75.222,00	\$ 78.283,60		\$ 102.272,26	\$ 107.021,91
<b>SUELDOS</b>						
SUELDOS	\$ 27.048,30	\$ 27.365,81	\$ 27.357,17		\$ 27.380,10	\$ 27.467,25
<b>GASTOS SERVICIOS Y MANTENIMIENTO</b>						
GASTOS SERVICIOS Y MANTENIMIENTO	\$ 4.500,00	\$ 4.552,82	\$ 4.551,39		\$ 4.555,20	\$ 4.569,70
<b>MARKETING</b>						
MARKETING	\$ 780,00	\$ 789,16	\$ 788,91		\$ 789,57	\$ 792,08
<b>OTROS GASTOS</b>						
OTROS GASTOS	\$ 840,00	\$ 849,86	\$ 849,59		\$ 850,30	\$ 853,01
(-) DEPRECIACIÓN	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87		\$ 6.527,87	\$ 6.527,87
TOTAL GASTOS	\$ 39.696,16	\$ 40.085,52	\$ 40.074,92		\$ 40.103,04	\$ 40.209,91
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES	\$ 31.943,84	\$ 35.136,48	\$ 38.208,68		\$ 62.169,22	\$ 66.812,00
(-) INTERES	\$ 4.667,32	\$ 4.354,20	\$ 4.014,15		\$ 1.263,75	\$ 657,93
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	\$ 27.276,52	\$ 30.782,28	\$ 34.194,53		\$ 60.905,47	\$ 66.154,07
(-) 15% DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 4.091,48	\$ 4.617,34	\$ 5.129,18		\$ 9.135,82	\$ 9.923,11
(-) 22% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 6.000,83	\$ 6.772,10	\$ 7.522,80		\$ 13.399,20	\$ 14.553,90
(-) 10% DE RESERVA LEGAL	\$ 2.727,65	\$ 3.078,23	\$ 3.419,45		\$ 6.090,55	\$ 6.615,41
UTILIDAD NETA	\$ 14.456,56	\$ 16.314,61	\$ 18.123,10		\$ 32.279,90	\$ 35.061,66
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 14.456,56	\$ 30.771,16	\$ 48.894,26		\$ 205.147,77	\$ 240.209,43

## Indicadores financieros: TMAR, VAN, TIR

### Tasa mínima atractiva de retorno

La tasa mínima atractiva de retorno servirá como punto de referencia para determinar si el proyecto cubre con el mínimo de rendimiento esperado, para este cálculo se toma en cuenta parámetros tales como: la tasa de interés del crédito, riesgo país, tasa bancaria pasiva, inflación anual, entre otros, se utilizará la fórmula de Tmar mixta que se puede observar en la tabla 18, dando como resultado una Tmar de 15.44%.

Tabla 18 Cálculo de la Tmar mixta

	<b>Variables</b>	<b>Factor</b>
<b>IC</b>	<b>Tasa de interés del crédito</b>	8.60%
<b>C</b>	<b>Monto del crédito</b>	\$ 54,271.15
<b>IT</b>	<b>Inversión total</b>	\$ 180,903.82
<b>IBP</b>	<b>Tasa bancaria pasiva</b>	5.70%
<b>AP</b>	<b>Aporte de accionistas</b>	\$ 126,632.68
<b>I</b>	<b>Inflación</b>	0.7%
<b>T</b>	<b>Tasa de impuesto a las ganancias</b>	22%
<b>rp</b>	<b>Riesgo país</b>	8.77%
<b>TMAR</b>		15.44%

$$TMAR = IC * (1 - T) * \frac{C}{IT} + IBP * \frac{AP}{IT} + I + rp$$

## Flujo de caja del inversionista, Valor actual neto y Tasa interna de retorno

En la tabla 19 podemos observar el flujo de caja del inversionista, el cual hace referencia a lo que entrega el proyecto en efectivo a las personas que lo financiaron. También se encuentra el valor actual neto el cual calcula el valor presente de un número de flujos de caja proyectados a futuro, los cuales fueron producto de una inversión, en el cálculo del proyecto de inversión que se puede observar en la tabla 17, se determinó un VAN de \$49784,39 siendo este valor superior a cero significa que es conveniente realizar la inversión. A su vez se determinó que la TIR del proyecto es de 30,33% lo que nos da a conocer que el proyecto es factible debido a que la TIR es mayor que la TMAR.

Tabla 19 Flujo de caja del inversionista, VAN y TIR

RUBRO	FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	2020	2021	2022	.....	2028	2029
INVERSIÓN	\$ 126.632,68						
INGRESOS POR ALQUILER LOCAL SIMPLE		\$ 34.200,00	\$ 35.910,00	\$ 37.705,50		\$ 50.528,98	\$ 53.055,42
INGRESOS POR ALQUILER LOCAL DOBLE	\$ -	\$ 29.760,00	\$ 31.248,00	\$ 32.810,40		\$ 43.969,07	\$ 46.167,53
INGRESOS POR PUBLICIDAD		\$ 7.680,00	\$ 8.064,00	\$ 7.767,70		\$ 7.774,21	\$ 7.798,96
TOTAL DE INGRESOS		\$ 71.640,00	\$ 75.222,00	\$ 78.283,60		\$ 102.272,26	\$ 107.021,91
GASTOS		\$ 33.168,30	\$ 33.557,65	\$ 33.547,05		\$ 33.575,18	\$ 33.682,05
INTERES	\$ -	\$ 4.667,32	\$ 4.354,20	\$ 4.014,15		\$ 1.263,75	\$ 657,93
DEPRECIACIÓN (-)	\$ -	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87		\$ 6.527,87	\$ 6.527,87
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$ -	\$ 27.276,52	\$ 30.782,28	\$ 34.194,53		\$ 60.905,47	\$ 66.154,07
PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ -	\$ 4.091,48	\$ 4.617,34	\$ 5.129,18		\$ 9.135,82	\$ 9.923,11
SUBTOTAL		\$ 23.185,04	\$ 26.164,94	\$ 29.065,35		\$ 51.769,65	\$ 56.230,96
IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ 5.100,71	\$ 5.756,29	\$ 6.394,38		\$ 11.389,32	\$ 12.370,81
SUBTOTAL		\$ 18.084,33	\$ 20.408,65	\$ 22.670,97		\$ 40.380,32	\$ 43.860,15
RESERVA LEGAL		\$ 1.808,43	\$ 2.040,87	\$ 2.267,10		\$ 4.038,03	\$ 4.386,01
UTILIDAD NETA	\$ -	\$ 16.275,90	\$ 18.367,79	\$ 20.403,88		\$ 36.342,29	\$ 39.474,13
AJUSTE DE IMPUESTO (+)		\$ 9.192,19	\$ 10.373,63	\$ 11.523,56		\$ 20.525,14	\$ 22.293,92
UBICACIÓN DE IMPUESTO (-)			\$ 9.192,19	\$ 10.373,63		\$ 18.850,26	\$ 20.525,14
CAPITAL DE TRABAJO (-)	\$ 2.694,02	\$ 148,98	\$ 157,22	\$ 157,67		\$ 157,70	
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO (+)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ 4.104,10
DEPRECIACIÓN (+)	\$ -	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87		\$ 6.527,87	\$ 6.527,87
AMORTIZACIÓN (-)		\$ 3.640,91	\$ 3.954,03	\$ 4.294,08		\$ 7.044,48	\$ 7.650,31
PRESTAMO	\$ 54.271,15						
FLUJO DE CAJA	\$ -75.055,55	\$ 19.013,87	\$ 20.784,40	\$ 22.479,99		\$ 35.667,98	\$ 64.749,71

Indicadores financieros	
Tmar	15,44%
Van	49784,39497
Tir	30,33%

## Flujo de caja del proyecto, Valor actual neto y Tasa interna de retorno

En la tabla 20 encontramos el flujo de caja del proyecto, el cual nos da una referencia al flujo de efectivo del proyecto de una forma realista. También se encuentra el valor actual neto que calcula el valor presente de un número de flujos de caja proyectados a futuro, los cuales fueron producto de una inversión, en el cálculo del proyecto de inversión que se puede observar en la tabla 18, se determinó un VAN de \$32513,73 siendo este valor superior a cero significa que es conveniente realizar la inversión. A su vez se determinó que la TIR del proyecto es de 21,68% lo que nos da a conocer que el proyecto es factible debido a que la TIR es mayor que la TMAR.

Tabla 20 Flujo de caja del proyecto, VAN y TIR

RUBRO	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	AÑO 0	2020	2021	2022	.....	2028	2029
INVERSIÓN	\$	126.632,68					
INGRESOS POR ALQUILER LOCAL SIMPLE		\$	34.200,00	\$ 35.910,00	\$ 37.705,50	\$ 50.528,98	\$ 53.055,42
INGRESOS POR ALQUILER LOCAL DOBLE	\$	-	\$ 29.760,00	\$ 31.248,00	\$ 32.810,40	\$ 43.969,07	\$ 46.167,53
INGRESO POR PUBLICIDAD		\$	7.680,00	\$ 8.064,00	\$ 7.767,70	\$ 7.774,21	\$ 7.798,96
TOTAL DE INGRESOS		\$	71.640,00	\$ 75.222,00	\$ 78.283,60	\$ 102.272,26	\$ 107.021,91
GASTOS		\$	33.168,30	\$ 33.557,65	\$ 33.547,05	\$ 33.575,18	\$ 33.682,05
DEPRECIACIÓN (-)	\$	-	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$	-	\$ 31.943,84	\$ 35.136,48	\$ 38.208,68	\$ 62.169,22	\$ 66.812,00
PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$	-	\$ 4.791,58	\$ 5.270,47	\$ 5.731,30	\$ 9.325,38	\$ 10.021,80
SUBTOTAL		\$	27.152,26	\$ 29.866,01	\$ 32.477,38	\$ 52.843,83	\$ 56.790,20
IMPUESTO A LA RENTA	\$	-	\$ 5.973,50	\$ 6.570,52	\$ 7.145,02	\$ 11.625,64	\$ 12.493,84
SUBTOTAL		\$	21.178,76	\$ 23.295,49	\$ 25.332,36	\$ 41.218,19	\$ 44.296,35
RESERVA LEGAL		\$	2.117,88	\$ 2.329,55	\$ 2.533,24	\$ 4.121,82	\$ 4.429,64
UTILIDAD NETA	\$	-	\$ 19.060,89	\$ 20.965,94	\$ 22.799,12	\$ 37.096,37	\$ 39.866,72
AJUSTE DE IMPUESTO (+)		\$	10.765,07	\$ 11.840,99	\$ 12.876,33	\$ 20.951,03	\$ 22.515,64
UBICACIÓN DE IMPUESTO (-)				\$ 10.765,07	\$ 11.840,99	\$ 19.464,14	\$ 20.951,03
CAPITAL DE TRABAJO (-)	\$	2.694,02	\$ 148,98	\$ 157,22	\$ 157,67	\$ 157,70	
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO (+)	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.104,10
DEPRECIACIÓN (+)	\$	-	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87	\$ 6.527,87
FLUJO DE CAJA	\$	-129.326,70	\$ 25.439,77	\$ 27.336,59	\$ 29.169,31	\$ 43.466,54	\$ 73.014,32

Indicadores financieros	
Tmar	15,44%
Van	32513,73318
Tir	21,68%

## Payback period

En la tabla 21 observamos el cálculo del periodo de recuperación de capital, el cual indica en que año se recupera la inversión inicial del proyecto, hasta el año 7 se ha recuperado \$ 172757,09 y mediante el uso de la fórmula para el cálculo del payback period de flujos variables obtenemos que la recuperación del capital será en el periodo 7,2.

Tabla 21 payback period

	Payback	
0		-180903,82
1	19013,87	-161889,95
2	20784,40	-141105,55
3	22479,99	-118625,56
4	24465,11	-94160,45
5	26475,88	-67684,57
6	28636,41	-39048,16
7	30901,42	-8146,74
8	33260,24	25113,50
9	35667,98	60781,48
10	64749,71	125531,19

$$\text{Payback} = a + \frac{Io - b}{FT}$$

Payback 7,2 años

## Análisis de sensibilidad

En la tabla 22 se observa un análisis de sensibilidad en el cual establecemos dos escenarios posibles para dos variables de nuestro proyecto, en el escenario pesimista tenemos una disminución en los ingresos totales y un aumento en los gastos, ambos en un 10%, para el escenario optimista tenemos un aumento en los ingresos y disminución de los gastos, ambos en un 10%.

Mediante este análisis de sensibilidad podemos determinar que la estimación correcta de ingresos totales por el alquiler es más relevante que la variable gastos, debido a que una variación en los ingresos totales afecta más fuertemente el Van del proyecto comparado con la variable gastos.

*Tabla 22 Análisis de sensibilidad*

<b>Variable modificada</b>	<b>Caso pesimista</b>	<b>Caso esperado</b>	<b>Caso optimista</b>
<b>Ingresos</b>	\$ 10.387,55	\$ 32.513,73	\$ 54.639,92
<b>Gastos</b>	\$ 23.740,47	\$ 32.513,73	\$ 41.287,00

## Conclusiones

Luego de haber realizado el estudio de factibilidad de una plaza comercial a base de contenedores en el cantón Salinas provincia de Santa Elena, se llegó a las siguientes conclusiones del proyecto.

En el análisis del entorno que se realizó mediante las fuerzas de Porter y el FODA, se determinó que, este concepto de plaza comercial resulta atractiva para el emprendedor local debido al valor agregado que se le da mediante el diseño y construcción innovadora de la plaza comercial, lo que hará que sea atractiva para los clientes que consumirán sus productos, también se determinó que será atractiva debido a que nos manejaremos con precios similares a los que se maneja la competencia, por último, la provincia de Santa Elena en los últimos años estuvo entre las provincias con más utilidad en el sector inmobiliario por parte de las PYMES, lo que nos da a conocer que es un mercado rentable.

El análisis de la demanda realizado en la provincia de Santa Elena, mediante una investigación cuantitativa por medio de encuestas a los emprendedores mayores a veinte años, determino que en su mayoría los emprendedores optan por el alquiler de un local comercial, también se obtuvo como resultado que la percepción de los emprendedores acerca de la calidad de las plazas comerciales actuales en la provincia fue calificada en su mayoría como buena y regular, lo que da a entender que no se encuentran totalmente conforme con el servicio brindado por parte de las plazas comerciales existentes en la provincia. Este nuevo proyecto contribuirá con la creación de empleos, además aporta a la mejora de la infraestructura del cantón.

El estudio técnico fue una ayuda importante para determinar los costos de que se debe asumir con este nuevo tipo de construcción, la cual tiene como características principales su alta resistencia, además acorta el tiempo y recursos necesarios para su instalación.

El estudio financiero del proyecto fue realizado a diez años, otorgando flujos de caja entre \$17000 y \$25000 los cinco primeros años, y para el año diez un flujo de caja de \$65000 y \$35000 de utilidad neta.

Los indicadores económicos determinan una estructura económica aceptable para los diez años del proyecto, la TIR al ser mayor que la TMAR indica que el

proyecto es atractivo para los inversionistas, a su vez al ser el VAN mayor a cero refleja que el proyecto es factible.

### **Recomendaciones**

Por último, se presentan algunas recomendaciones para la puesta en marcha y el periodo operativo del proyecto.

Al ser una nueva tendencia este tipo de construcción, y ver la aceptación que tiene en el consumidor, se recomienda realizar inversiones similares en el futuro en otras partes de la provincia de Santa Elena o en otros lugares del territorio ecuatoriano. Este tipo de construcción es una de las que proporciona una mayor vida útil dentro de las construcciones sostenibles, para esto se debe otorgar el debido cuidado y mantenimiento de la estructura.

Se recomienda llevar un control a las instalaciones que son alquiladas para evitar daños en la infraestructura, problemas de insalubridad, mal manejo de desechos, los cuales pueden traer una repercusión negativa hacia la imagen de la plaza comercial.

Estar actualizados en los cambios y mejoras sobre la arquitectura y construcción en contenedores para tenerlas en cuenta para modificaciones en el largo plazo.



## Bibliografía

- Arias, M., & Perez, R. (2014). Emprendimiento: como comenzar una empresa con éxito. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales*, 3-5.
- Aristizábal Gómez, V. D., & Arroyo Villareal, M. Á. (2014). *Pontificia Universidad Javeriana de Cali*. Obtenido de <http://vitela.javerianacali.edu.co/handle/11522/3147>
- Arteaga, H., & Luna, A. P. (2015). *Revista Virtual Universidad Carolina del Norte*. Obtenido de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/revistaucn/article/view/620>
- Baca, G. (2013). *Evaluacion de proyectos*. McGraw-Hill.
- Barros, M. D. (2014). *Creatividad, innovación y trabajo en las agencias publicitarias en la era digital*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/comocitar.ou?Id=199531505009>
- Barón, C. (2017). *Ac: arquitectura de contenedores*. Obtenido de [http://www.carlosbaron.com/pub\\_arx/ac%20demo.pdf](http://www.carlosbaron.com/pub_arx/ac%20demo.pdf)
- Bernal, C. (2016). *Metodologia de la investigacion*. Pearson.
- Biera García, M. (2017). *Construcción sostenible con contenedores. (Tesis Doctoral Inédita)*. Obtenido de Universidad de Sevilla : <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/72329>
- Calleja, F. (2016). *Contabilidad*. Pearson.
- Calleja, F. (2017). *Analisis de estados financieros*. Pearson.
- Castillo. (2015). *Elementos determinantes de la dinámica urbana en el desarrollo económico local: el caso de los centros comerciales en león, guanajuato*. Obtenido de <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=1370980660070901120751270011030290890320180230860080281010690910650730820980251001210480451160050421260270290961231190730001270490040630190460640810021170751200700640700580460090960641200060830681050231060011170>
- Contreras, J. (2016). *Jose Contreras*. Obtenido de <http://www.Joseacontreras.Net/direstr/cap57d.Htm>
- Fuscaldo, D. (2013). *Kiplinger*. Obtenido de <https://www.kiplinger.com/slideshow/retirement/T059-S001-8-great-places-to-retire-abroad-slide-show/index.html>
- Gasca-Zamora, J. (2017). *Centros comerciales de la Ciudad de México: el ascenso de los negocios inmobiliarios orientados al consumo. EURE (Santiago)*. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/s0250-71612017000300073>
- Gitman, L. (2007). *Administracion financiera*. Pearson.
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2018). *Contabilidad Financiera*. McGraw-Hill latinoamerica.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigacion*. McGraw-Hill.
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa\\_elena.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). *Encuestas de edificaciones*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Edificaciones/2017/2017\\_edificaciones\\_presentacion.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2017/2017_edificaciones_presentacion.pdf)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Pearson.
- Lambreton, V. (2016). *Costos para la toma de decisiones*. Pearson.

- Lopez, A., & Lankenau, D. (2017). *Administracion de proyectos*. Pearson.
- Mendez. (2014). *Fundamentos de Economia 6ta edicion* . McGraw-Hill.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/salinas-se-promociona-a-traves-de-paquetes-turisticos-de-la-gran-feria/>
- Morales, A. (2014). *Finanzas*. Grupo editorial Patria.
- Muñoz, C. (2015). *Como elaborar y asesorar una investigacion de tesis*. Pearson.
- Nobles, T. (2016). *Contabilidad de Horngren*. Pearson.
- Pindyck, R. (2013). *Microeconomia 8va edicion* . Pearson.
- Prieto, C. (2017). *Emprendimiento conceptos y plan de negocio* . Pearson.
- Rodríguez, R., & Mora, E. A. (2018). Estudio exploratorio para planes de negocios en la construcción de hoteles a base de containers. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 7-8.
- Sapag, N. (2014). *Preparacion y evaluacion de proyectos*. McGraw-Hill.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2017). Obtenido de [https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial\\_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02](https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02)
- Torres, M., & Paz, K. (2006). *Facultad de ingenieria - Universidad Rafael Landivar*. Obtenido de [http://www.fgsalazar.net/landivar/ing-primero/boletin02/url\\_02\\_bas02.pdf](http://www.fgsalazar.net/landivar/ing-primero/boletin02/url_02_bas02.pdf)
- Tufiño Vera, M. J. (2016). *Repositorio Universidad de Guayaquil* . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19695>

## Anexos

### Encuestas virtuales

Encuesta

Trabajo de titulación UCSG

\*Obligatorio

Pregunta 1: ¿Qué tipo de negocio posee? \*

- Establecimiento Comercial (tienda de ropa, farmacia, venta de bienes y servicios en general)
- Establecimiento de distracción
- Establecimiento de comidas
- Otros

Pregunta 2: ¿Qué tiempo lleva su negocio operando en el mercado? \*

- Menos de un año
- De 1 a 5 años
- De 6 a 11 años
- Más de 11 años

Pregunta 3: ¿El local donde se ubica su negocio es? \*

- Propio
- Arrendado

Pregunta 4: ¿Qué nivel de calidad para satisfacer al cliente cree que tienen las plazas comerciales en el cantón Salinas? \*

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

Pregunta 5: La ubicación de su negocio es: \*

- Estratégica
- Poco estratégico
- No estratégica

Pregunta 6: ¿Estaría dispuesto a alquilar un local dentro de una plaza comercial con una ubicación estratégica en el cantón Salinas para expandir o mejorar su negocio? \*

- Si
- No

Pregunta 7: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un local en una plaza comercial que ofrece seguridad privada, amplio patio central, wifi y una ubicación estratégica en el cantón Salinas? \*

- Menos de 300
- De \$300 a \$400
- De \$400 a \$500
- De \$500 a \$600
- De \$600 a \$700
- Más de 700

Pregunta 8: Según el nivel de precio escogido, ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a alquilar el local comercial? \*

- Menos de un año
- de 1 a 2 años
- de 3 a 4 años
- Más de 4 años



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Parrales Bravo, Andres David**, con C.C: # **0930149802** autor/a del **componente práctico del examen complejo: Estudio de factibilidad para creación de una plaza comercial a base de contenedores reciclados para alquiler de locales comerciales en la provincia de Santa Elena – Salinas**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **18 de marzo del 2019**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Parrales Bravo, Andres David**

C.C: **0930149802**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Estudio de factibilidad para creación de una plaza comercial a base de contenedores reciclados para alquiler de locales comerciales en la provincia de Santa Elena – Salinas.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Parrales Bravo, Andrés David		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Econ, Freire Quintero, César Enrique Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Gestión Empresarial Internacional		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	18 de marzo de 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	53
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Estudio de factibilidad, Gestión empresarial, Administración		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Estudio de factibilidad, Plaza comercial, Salinas, Demanda, Oferta, Contenedores de carga		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El presente proyecto tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una plaza comercial a base de contenedores de carga reciclados para alquiler de locales comerciales en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, este proyecto está dividido en cuatro capítulos, los cuales permitirá obtener la información idónea para determinar la factibilidad del proyecto. El primer capítulo corresponde a la situación actual de la empresa, en el cual se determinará mediante análisis de varias matrices, misión y visión de la empresa, y organigrama. En el segundo capítulo se realiza un análisis de oferta y demanda, mediante este análisis se determinará el déficit de mercado, para así poder obtener el porcentaje de demanda correspondiente a nuestro proyecto. En el tercer capítulo se desarrollará un estudio técnico, el cual ayudará para el cálculo de inversión inicial que necesitamos para la puesta en marcha del proyecto. Por último, en el cuarto capítulo se desarrollará un estudio financiero, en el cual se determinará la inversión inicial, financiamiento del proyecto, amortización de la deuda, y estados e indicadores financieros los cuales ayudaran a determinar la factibilidad del proyecto.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	Teléfono: +593-979774103	E-mail: andresparralesb@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	Nombre: Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth Mgs.		
	Teléfono: +593-4-3804601 Ext. 1637		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			