



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Proyecto
**TRANSFORMANDO
SISTEMAS DE MERCADO**

CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN CENTRO COMERCIAL

El proyecto incluye un área de 108,000 metros cuadrados y 39,000 metros de construcción, donde incluya tiendas entre 40 y 60 metros cuadrados , área administrativas, tiendas anclas, vigilancia, baños para el público en general, áreas de estacionamiento para más de 2,000 vehículos, supermercados, restaurantes, área financiera, áreas verdes, pasillos para el desplazamiento de las personas o clientes entre otros

PMP-CT-01



CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN CENTRO COMERCIAL

1 Información General							
1.1 Nombre:	Centro Comercial						
1.2 Sector	Construcción	1.3 Estado actual	Ficha de inversión	1.4 Tipo de inversión	Privada		
1.5 Descripción del Proyecto:	<p>En la subregión de Comayagua, existe un crecimiento comercial que demanda locales comerciales de fácil acceso y con espacios que estén al tono de los gustos de los visitantes o clientes locales, nacionales como internacionales. Las ciudades de Comayagua y Siguatepeque cuentan con centros comerciales y varias plazas distribuidas dentro del área urbana, y que desde hace varios años atrás iniciaron sus operaciones, pero en comparación con los demás municipios de la Subregión de Palmerola, que no cuentan con este tipo de inversiones y que probablemente sean sus poblaciones las que en su mayoría visiten con más regularidad estos centros. El nuevo modelo de centro comercial busca optimizar sus espacios, tener los más altos estándares de calidad e innovadores diseños. Además, busca ser más rentable por metro cuadrado y contar con espacios innovadores o tiendas que llamen la atención por sus productos o servicios.</p> <p>El proyecto incluye la Construcción de un Centro Comercial que se pretende desarrollar en el área sur del municipio de Comayagua, en la cercanía de las instalaciones del nuevo Aeropuerto Internacional de Palmerola. Teniendo como referencia al centros comerciales que están en operación en Tegucigalpa y San Pedro sula, el nuevo centro comercial que se construirá en Comayagua, debería de tener un área de 108,000 metros cuadrados y 39,000 metros de construcción, donde incluya tiendas entre 40 y 60 metros cuadrados, área administrativas, tiendas anclas, vigilancia, baños para el público en general, áreas de estacionamiento para más de 2,000 vehículos, supermercados, restaurantes, área financiera, áreas verdes, pasillos para el desplazamiento de las personas o clientes entre otros. El tema va dirigido a la actividad comercial en la zona sur del municipio de Comayagua que hoy en día ha cobrado importancia por la construcción del nuevo Aeropuerto Internacional de Palmerola. Este proyecto contempla desarrollar una arquitectura comercial, en donde se puedan realizar simultáneamente varias actividades. De esta manera se habla de un espacio público, en donde se tendrá un flujo de personas de tal forma que se procurará contar con circulaciones horizontales y verticales de fácil acceso, espacios amplios los cuales den confort y hagan agradable la asistencia del público al centro comercial. Con el desarrollo físico de este proyecto se pretende dar solución a los problemas de índole arquitectónico que existen en esta zona. Al buscar el equilibrio e interrelación del comercio con la comunidad y la demanda que surgirá con la apertura del Aeropuerto Internacional de Palmerola.</p>						
1.6 Naturaleza del Proyecto	Ampliación	Mejora	Creación	Recuperación			
	-	-	X	-			
1.7 Relación o articulación con otras entidades*.	Corporación Municipal	Dependencias del gobierno Central	Cooperación	Otros			
	X	X	X	-			
1.8 Localización Geográfica	Departamentos	Municipios	Comayagua.				
1.9 Beneficiarios de Empleo	Total	12,420	Hombres	8,720			
			Mujeres	3,700			
1.10 Generación de empleo	Total, empleos	Empleos Directos		Empleos indirectos		Sub Total	
	12,420	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Etapas de Ejecución / Construcción	10,200	1,200	500	6,000	2,500	7,200	3,000
Etapas de Operación	2,220	380	175	1,140	525	1,520	700

CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN CENTRO COMERCIAL

2 Justificación del Proyecto:

En la subregión de Palmerola y específicamente en la ciudad de Comayagua, existe un crecimiento comercial el cual viene a ocasionar demanda de locales comerciales de fácil acceso y con espacios que estén al tono de los gustos de los visitantes y clientes locales, nacionales como internacionales.

En tal sentido la presente ficha de oportunidad de inversión se direcciona a la construcción de un centro comercial que tiene objetivo de dar al usuario confort, en que los sistemas constructivos propuestos en el diseño están planteados para un clima cálido, con el fin de refrescar el ambiente interno del centro comercial.

El proyecto cuenta con locales comerciales, áreas de descanso, área financiera, supermercados, áreas de consumo de alimentos que además de ser un lugar para satisfacer las necesidades también es un espacio de distracción y convivencia.

La ubicación geográfica donde se pretende construir el centro comercial es la ideal y propicia por estar en la zona de mayor crecimiento económico y de las cercanías del Aeropuerto Internacional de Palmerola.

3 Propósito del Proyecto:

Es la construcción de un centro comercial, pensado como un espacio colectivo con distintas tiendas; además, incluye lugares de ocio, esparcimiento, gestión financiera y diversión, como cines o food center dentro del recinto que constituya una oportunidad viable para la comercialización de productos a través de la venta o alquiler de locales comerciales.

4 Antecedentes del proyecto:

Los municipios de la Subregión de Palmerola se han constituido como municipios comercial-agrícola, por ser estas sus principales actividades económicas. Además, Comayagua es considerado como el primero de los municipios de mayor comercio a nivel departamental y uno de los municipios más desarrollados a nivel regional. De acuerdo al intercambio comercial que se realiza con municipios del corredor seco de Honduras por la zona fronteriza donde se encuentran y algunos municipios del norte y occidente del país, el comercio y los locales comerciales en la ciudad de Comayagua se han incrementado, provocado una expansión desordenada por falta de espacios para llevar a cabo sus actividades comerciales.

Es así que, con la puesta en marcha de este tipo de oportunidades de inversión, se facilita el acceso a la comercialización de productos en tiendas comerciales en un solo lugar.

5 Alcances del Proyecto:

Construcción de un Centro Comercial que se pretende desarrollar en el área sur del municipio de Comayagua, frente a las instalaciones del nuevo Aeropuerto Internacional de Palmerola.

Teniendo como referencia al centro comercial Cascadas Mall, en la ciudad de Tegucigalpa, el nuevo centro comercial que se construirá en Comayagua, se espera construir en un área de 108,000 metros cuadrados y 39,000 metros de construcción, donde incluya tiendas entre 40 y 60 metros cuadrados, áreas administrativas, tiendas anclas, vigilancia, baños para el público en general, áreas de estacionamiento de al menos 2,000 vehículos, supermercados, restaurantes, área financiera, áreas verdes, pasillos para el desplazamiento de las personas o clientes entre otros.

6 Área de influencia, cobertura y ubicación del proyecto. (Georreferenciación con Coordenada UTM)

Ubicación: Sur del municipio de Comayagua, departamento de Comayagua, colindante a los municipios de Villa de San Antonio.

Área de Influencia: Doce municipios (10 del departamento de Comayagua y 2 del Departamento de La Paz). Estos municipios son: Comayagua, Siguatepeque, Lamaní, Lejamaní, Humuya, Ajuterique, Villa de San Antonio, El Rosario, San Jerónimo, San Sebastián, La Paz y Cané.

Cobertura: de forma inmediata a los pobladores de los municipios de Comayagua y Villa de San Antonio.

7 Identificación de la población beneficiaria/clientes (demanda)

Los beneficiarios lo constituyen aquellas personas que directa o indirectamente son beneficiado con la implementación del proyecto, se estima que este centro comercial se generará como mínimo 12,420 empleos directos e indirectos.

CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN CENTRO COMERCIAL

8 Análisis de involucrados (identificación de actores)

Instituciones Gubernamentales; entes reguladores del Estado, entre estos; Alcaldías Municipales, Secretaria de Desarrollo Económico, Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA), Instituciones no gubernamentales; Cámaras de Comercio, Cámara Hondureña e Industrias de la Construcción (CHICO), el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), la Asociación de Municipios de Honduras (AMHON), Desarrolladoras de proyectos de construcción, Inversionistas Privados nacionales e internacionales.

9 Consideraciones para análisis Costo-Beneficio

Considerando la experiencia de los participantes en el diseño de la ficha y elementos de evaluación como; La Inversión fija, Costos administrativos, Costo de mercadeo, costos de depreciación (se ha considerado una depreciación a 20 años), ingresos anuales por concepto de venta de servicios se ha proyectado un ingreso bruto anual de **L. 135,002,400.00** podemos estimar que se generan alrededor del 21% de utilidades

Componentes del proyecto	Indicador	Medio de verificación	Supuesto
C1. Diseño y Construcción	C.1.1 Centro de comercial diseñado y construido bajo los requerimientos exigidos por la legislación nacional.	# de metros cuadrados de construcción.	<ul style="list-style-type: none"> Formalizadas las relaciones con inversionistas. Construidas las instalaciones donde operara el centro comercial Financiamiento Oportuno.
C2. Equipamiento	C.2.1 100% del equipo instalado para dar servicio de forma diaria y continua	# de máquinas instaladas. # de empleados capacitados # de manuales implementados.	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con personal clave capacitado Factores de procedimientos validados.
C3. Operación y Funcionamiento	C3.1 100% del equipo instalado en funcionamiento	# de máquinas en funcionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Líneas de procedimientos establecidos y funcionando óptimamente.
C4. Comercialización	C.4.1 Comercializando el 100% de los espacios o áreas comerciales	# espacios comercializados e venta. # espacios comercializados en alquiler.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de mercadeo eficiente. Formalización de relaciones de compra venta con clientes.
Actividades por componente	Presupuesto Lps.	Medio de verificación	Supuesto
C.1.A.1 Gestión de financiamiento.		# de Inversionistas identificados. Relaciones de inversión concretadas.	<ul style="list-style-type: none"> Si la oportunidad de inversión es factible y atractiva para los inversionistas.
C.1.A.2 Estudio de prefactibilidad técnica, financiera y de mercado.	L4,000,000.00	Estudio de Factibilidad.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión financiera efectiva

CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN CENTRO COMERCIAL

C.1.A.3 Identificación, Selección y negociación de terreno para la construcción del centro comercial	L7,000,000.00	Terreno para la construcción del centro comercial identificado y negociado.	– Si reúne los criterios establecidos en el estudio de factibilidad técnica viable.
C.1.A.4 Diseño y construcción del centro comercial	L.750,000,000.00	Infraestructura construida.	– Si el Financiamiento disponible oportunamente. – Si el diseño es apegado a las necesidades y requerimientos, del estudio de factibilidad.
C.2.A.1 Definición de necesidades de equipamiento, en función al estudio de factibilidad.		Estudio de necesidades de equipo identificadas.	– Si se identifican las necesidades de acuerdo con el estudio de prefactibilidad.
C.2.A.2 Identificación de proveedores de equipo y servicios técnicos.		Ficha técnica de diferentes proveedores.	– Si el proceso de gestión de compras es eficiente.
C.2.A.3 Adquisición, compra e instalación de equipo.	L12,500,000.00	Centro Comercial según las necesidades identificadas.	– Disponibilidad Financiera. Si la gestión de compra es apegada a las necesidades identificadas en el estudio de factibilidad.
C.3.A.1 Definición y gestión de figura jurídica de acorde a los inversionistas.	L200,500.00	Documentos físicos.	– Establecidas las condiciones de financiamiento.
C.3.A.2 Gestión requerimientos legales para la formalización del centro comercial	L220,000.00	Documentos legales de operación	– Si se cumple los requisitos. – Realiza el proceso de gestión en tiempo y forma.
C.4.A.1 Identificación y contratación de personal para la administración y operación del centro comercial.		Personal clave contratado.	– Si se realiza un proceso de contratación eficiente en función a las necesidades de personal, establecidas en el estudio de factibilidad.
C.4.A.2 Capacitación de personal clave y operativo.	L500,000.00	Personal clave capacitado de acuerdo con las necesidades.	– Disponibilidad financiera. – Si la gestión del proceso de capacitación se cumple en tiempo y forma.
C.4.A.3 Identificación de clientes potenciales y definición de la demanda.	L1,500,000.00	# de clientes identificados.	– Si la gestión de mercado se realiza de manera oportuna.
C.4.A.4 Definición de un plan de ventas.		Plan de ventas de acuerdo con la demanda de los diferentes productos o áreas/m2	– Si se establecen relaciones de compra venta con clientes nacionales e internacionales.
C.4.A.5 Formalización de relaciones de compra venta a nivel nacional e internacional.		# de contratos e intenciones de compra venta suscritos.	– Si la gestión de Mercado es Efectiva.

CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN CENTRO COMERCIAL

C.4.A.6 Mercadeo y comercialización de las áreas o cubículos a nivel nacional e internacional.	L2,000,000.00	# de operaciones comerciales realizadas. Miles de lempiras por concepto de ventas.	<ul style="list-style-type: none"> Si los Productos ofertados reúnen los estándares de calidad del mercado. Si se cuentan con los requerimientos mínimos legales para operar y comercializar.
--	---------------	---	---

10 Costos

Costo de Inversión Lps.	L 777,920,500.00	Costo anual de Operación	L 79,920,000.00
		Costos de Fianzas, garantías y seguros (5% de la Inversión).	L.38,896,025
Período de Implementación/ ejecución. (Meses)	24	Costo anual de Mantenimiento	L 11,437,500.00

11 Cronograma de implementación / ejecución.

Cronograma de Implementación

COMPONENTES ACTIVIDADES	Año 1				Año 2			
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	78
C.1.A.1 Gestión de financiamiento.	X	X						
C.1.A.2 Estudio de prefactibilidad técnica, financiera y de mercado.	X	X						
C.1.A.3 Identificación, Selección y negociación de terreno para la construcción de la planta y selección de la empresa constructora.		X						
C.1.A.4 Diseño y construcción de planta.	X	X	X					
C.2.A.1 Definición de necesidades de equipamiento, en función al estudio de factibilidad.	X							
C.2.A.2 Identificación de proveedores de equipo y servicios técnicos.			X	X				
C.2.A.3 Adquisición, compra e instalación de equipo.				X	X	X	X	
C.3.A.1 Definición y gestión de figura jurídica de acorde a los inversionistas.	X	X	X					
C.3.A.2 Gestión requerimientos legales para la formalización del centro comercial			X	X	X	X		
C.4.A.1 Identificación y contratación de personal para la administración y operación del centro comercial			X	X				
C.4.A.2 Capacitación de personal clave y operativo				X	X			
C.4.A.3 Identificación de clientes potenciales y definición de la demanda de productos o espacios comerciales.				X	X	X		
C.4.A.4 Definición de un plan de ventas.				X	X	X		
C.4.A.5 Formalización de relaciones de compra venta a nivel nacional e internacional.					X	X	X	X

CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN CENTRO COMERCIAL

C.4.A.6 Mercadeo y comercialización de los espacios o cubículos a nivel nacional e internacional.					X	X	X	X
Marco Legal de Beneficios de Inversión (Escudos Fiscales)								
<p>Decreto Legislativo N° 51 – 2011: Ley para la Promoción y Protección de las inversiones. La ley de Creación del CNI que promueve la atracción, promoción y protección de la inversión, tanto extranjera como nacional., de interés primordial del Estado, debiendo otorgársele todas las facilidades y garantías para fomentar su crecimiento y desarrollo.</p> <p>Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA).</p> <p>El Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA), que tiene como objetivos: a) organizar, coordinar y regular el SINEIA, estableciendo los nexos entre la Secretaría de MIAMBIENTE y las entidades de los sectores público, privado nacionales e internacionales; b) asegurar que los planes, políticas, programas y proyectos, instalaciones industriales o cualquier otra actividad pública o privada susceptibles de contaminar o degradar el ambiente, sean sometidos a una evaluación de impacto ambiental a fin de evitar daños significativos, reversibles e irreversibles al ambiente; c) identificar y desarrollar los procedimientos y mecanismos por los cuales el SINEIA y las otras Leyes Sectoriales y Reglamentos en materia ambiental se complementan; d) promover, gestionar y coordinar los procesos para la incorporación del público, organizaciones no gubernamentales, entidades bancarias y empresa privada e instituciones gubernamentales, centrales y locales al SINEIA; y e) aplicar las políticas, normas, procedimientos que actualicen el SINEIA en consonancia con la situación económica, política, social, legal, cultural y ambiental del país. La Dirección General de Evaluación y Control Ambiental (DECA), es la dependencia de MIAMBIENTE, responsable de coordinar el SINEIA</p> <p>Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA)</p> <p>ACUERDO No. 001-2017 a entidad desconcentrada de la Secretaría de Estado en el Despacho de Salud (SESAL), adscrita al Gabinete Sectorial de Desarrollo e Inclusión Social. responsable de la supervisión, revisión, verificación, control, vigilancia y fiscalización del cumplimiento de la normativa legal, técnica y administrativa de los establecimientos, proveedores, productos y servicios de interés sanitario y de los que realicen actividades o practiquen conductas que repercutan o puedan repercutir en la salud de la población; y de la regulación, otorgamiento, renovación, modificación, suspensión o cancelación de los registros, permisos, licencias, certificaciones y otras autorizaciones sanitarias.</p> <p>Existe un reglamento para la construcción de edificaciones verticales.</p> <p>Es necesario definir sí, el proyecto se desarrollará en Comayagua o Villa de San Antonio ya que de esto dependerá la normativa de uso de suelo y algunos permisos.</p>								
12 Planteamiento para la sostenibilidad:								
<p>Sostenibilidad económica y financiera está directamente relacionada con el alquiler de espacios comerciales según el área, ubicación de preferencia de los clientes.</p> <p>Al mismo tiempo se destinarán espacios de alquiler muy espaciosos de alto costo y competitivos para empresas anclas para que puedan ofrecer la gama de productos que comercializaran para la atracción de los clientes.</p>								

Colaboradores

Ingeniero Civil	Zelmar Handres Arita	Consultor
Administrador de Empresas	Wilmer López Handres	Consultor

Actividades por componente	Presupuesto Lps.	Medio de verificación	Supuesto
C.1.A.1 Gestión de financiamiento.		# de Inversionistas identificados. Relaciones de inversión concretadas.	- Si la oportunidad de inversión es factible y atractiva para los inversionistas.
C.1.A.2 Estudio de prefactibilidad técnica, financiera y de mercado.	L4,000,000.00	Estudio de Factibilidad.	- Gestión financiera efectiva
C.1.A.3 Identificación, Selección y negociación de terreno para la construcción del centro comercial	L7,000,000.00	Terreno para la construcción del centro comercial identificado y negociado.	- Si reúne los criterios establecidos en el estudio de factibilidad técnica viable.
C.1.A.4 Diseño y construcción del centro comercial	L,750,000,000.00	Infraestructura construida.	- Si el Financiamiento disponible oportunamente. - Si el diseño es apegado a las necesidades y requerimientos, del estudio de factibilidad.
C.2.A.1 Definición de necesidades de equipamiento, en función al estudio de factibilidad.		Estudio de necesidades de equipo identificadas.	- Si se identifican las necesidades de acuerdo con el estudio de prefactibilidad.
C.2.A.2 Identificación de proveedores de equipo y servicios técnicos.		Ficha técnica de diferentes proveedores.	- Si el proceso de gestión de compras es eficiente.
C.2.A.3 Adquisición, compra e instalación de equipo.	L12,500,000.00	Centro Comercial según las necesidades identificadas.	- Disponibilidad Financiera. Si la gestión de compra es apegada a las necesidades identificadas en el estudio de factibilidad.
C.3.A.1 Definición y gestión de figura jurídica de acorde a los inversionistas.	L200,500.00	Documentos físicos.	- Establecidas las condiciones de financiamiento.
C.3.A.2 Gestión requerimientos legales para la formalización del centro comercial	L220,000.00	Documentos legales de operación	- Si se cumple los requisitos. - Realiza el proceso de gestión en tiempo y forma.
C.4.A.1 Identificación y contratación de personal para la administración y operación del centro comercial.		Personal clave contratado.	- Si se realiza un proceso de contratación eficiente en función a las necesidades de personal, establecidas en el estudio de factibilidad.
C.4.A.2 Capacitación de personal clave y operativo.	L500,000.00	Personal clave capacitado de acuerdo con las necesidades.	- Disponibilidad financiera. - Si la gestión del proceso de capacitación se cumple en tiempo y forma.
C.4.A.3 Identificación de clientes potenciales y definición de la demanda.	L1,500,000.00	# de clientes identificados.	- Si la gestión de mercado se realiza de manera oportuna.

C.4.A.4 Definición de un plan de ventas.		Plan de ventas de acuerdo con la demanda de los diferentes productos o áreas/m2	– Si se establecen relaciones de compra venta con clientes nacionales e internacionales.
C.4.A.5 Formalización de relaciones de compra venta a nivel nacional e internacional.		# de contratos e intenciones de compra venta suscritos.	– Si la gestión de Mercado es Efectiva.
C.4.A.6 Mercadeo y comercialización de las áreas o cubículos a nivel nacional e internacional.	L2,000,000.00	# de operaciones comerciales realizadas. Miles de lempiras por concepto de ventas.	– Si los Productos ofertados reúnen los estándares de calidad del mercado. – Si se cuentan con los requerimientos mínimos legales para operar y comercializar.

10 Costos

Costo de Inversión Lps.	L 777,920,500.00	Costo de Operación	L 4,420,500.00
Período de Implementación/ ejecución. (Meses)	24	Costo Mantenimiento	L 2,000,000 .00

11 Cronograma de implementación / ejecución.

Cronograma de Implementación								
COMPONENTES	Año 1				Año 2			
ACTIVIDADES	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	78
C.1.A.1 Gestión de financiamiento.	X							
C.1.A.2 Estudio de prefactibilidad técnica, financiera y de mercado.	X	X						
C.1.A.3 Identificación, Selección y negociación de terreno para la construcción de la planta y selección de la empresa constructora.		X						
C.1.A.4 Diseño y construcción de planta.		X	X					
C.2.A.1 Definición de necesidades de equipamiento, en función al estudio de factibilidad.	X							
C.2.A.2 Identificación de proveedores de equipo y servicios técnicos.			X	X				
C.2.A.3 Adquisición, compra e instalación de equipo.				X	X	X	X	
C.3.A.1 Definición y gestión de figura jurídica de acorde a los inversionistas.	X	X	X					
C.3.A.2 Gestión requerimientos legales para la formalización del centro comercial			X	X	X	X		
C.4.A.1 Identificación y contratación de personal para la administración y operación del centro comercial			X	X				
C.4.A.2 Capacitación de personal clave y operativo				X	X			
C.4.A.3 Identificación de clientes potenciales y definición de la demanda de productos o espacios comerciales.				X	X	X		

C.4.A.4 Definición de un plan de ventas.				X	X	X		
C.4.A.5 Formalización de relaciones de compra venta a nivel nacional e internacional.					X	X	X	X
C.4.A.6 Mercadeo y comercialización de los espacios o cubículos a nivel nacional e internacional.					X	X	X	X
Marco Legal de Beneficios de Inversión (Escudos Fiscales)								
<p>Decreto Legislativo N° 51 – 2011: Ley para la Promoción y Protección de las inversiones. La ley de Creación del CNI que promueve la atracción, promoción y protección de la inversión, tanto extranjera como nacional., de interés primordial del Estado, debiendo otorgársele todas las facilidades y garantías para fomentar su crecimiento y desarrollo.</p> <p>Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA).</p> <p>El Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA), que tiene como objetivos: a) organizar, coordinar y regular el SINEIA, estableciendo los nexos entre la Secretaría de MIAMBIENTE y las entidades de los sectores público, privado nacionales e internacionales; b) asegurar que los planes, políticas, programas y proyectos, instalaciones industriales o cualquier otra actividad pública o privada susceptibles de contaminar o degradar el ambiente, sean sometidos a una evaluación de impacto ambiental a fin de evitar daños significativos, reversibles e irreversibles al ambiente; c) identificar y desarrollar los procedimientos y mecanismos por los cuales el SINEIA y las otras Leyes Sectoriales y Reglamentos en materia ambiental se complementan; d) promover, gestionar y coordinar los procesos para la incorporación del público, organizaciones no gubernamentales, entidades bancarias y empresa privada e instituciones gubernamentales, centrales y locales al SINEIA; y e) aplicar las políticas, normas, procedimientos que actualicen el SINEIA en consonancia con la situación económica, política, social, legal, cultural y ambiental del país. La Dirección General de Evaluación y Control Ambiental (DECA), es la dependencia de MIAMBIENTE, responsable de coordinar el SINEIA</p> <p>Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA)</p> <p>ACUERDO No. 001-2017 a entidad desconcentrada de la Secretaría de Estado en el Despacho de Salud (SESAL), adscrita al Gabinete Sectorial de Desarrollo e Inclusión Social. responsable de la supervisión, revisión, verificación, control, vigilancia y fiscalización del cumplimiento de la normativa legal, técnica y administrativa de los establecimientos, proveedores, productos y servicios de interés sanitario y de los que realicen actividades o practiquen conductas que repercutan o puedan repercutir en la salud de la población; y de la regulación, otorgamiento, renovación, modificación, suspensión o cancelación de los registros, permisos, licencias, certificaciones y otras autorizaciones sanitarias.</p>								
12 Planteamiento para la sostenibilidad:								
<p>Sostenibilidad económica y financiera está directamente relacionada con el alquiler de espacios comerciales según el área, ubicación de preferencia de los clientes.</p> <p>Al mismo tiempo se destinarán espacios de alquiler muy espaciosos de alto costo y competitivos para empresas anclas para que puedan ofrecer la gama de productos que comercializaran para la atracción de los clientes.</p>								

Colaboradores

Ingeniero Civil	Zelmar Handres Arita	Consultor
Ingeniero Civil	José García Handres	Constructor