



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**Estudio de factibilidad del Centro de Convenciones y Eventos Vitrum,  
Puembo-Ecuador**

**Ana Borja Plaza, Camila Vela Daulón**

**Mauricio Cepeda, Director de Proyecto de Titulación**

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de Licenciada en  
Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, mayo de 2015

**Universidad San Francisco de Quito**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**Estudio de Factibilidad del Centro de Convenciones y Eventos Vitrum, Puenbo-  
Ecuador**

**Ana Borja Plaza, Camila Vela Daulón**

Mauricio Cepeda, Master of Management in Hospitality  
Decano del Colegio de Hospitalidad,  
Arte Culinario y Turismo.  
Director de Proyecto de Titulación  
Miembro de comité de Tesis \_\_\_\_\_

Renata Moncayo, Master in Hospitality Management  
Miembro de comité de Tesis \_\_\_\_\_

**mayo de 2015**

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Nombre: Ana Borja Plaza, Camila Vela Daulón

C. I.: 1718383118, 1716762917

Lugar: Quito

Fecha: mayo de 2015

## **DEDICATORIA**

A nuestras familias, por su valioso apoyo, colaboración y ayuda, no sólo durante el desarrollo del presente proyecto de titulación sino también durante los últimos 4 años de carrera. Sin ellos, ningún esfuerzo hubiera sido significativo. Gracias por ser una inspiración y fuente de fortaleza.

## **AGRADECIMIENTOS**

Queremos agradecer en primer lugar al señor Rubén Guerrón, quien fue el arquitecto desarrollador de este proyecto. Su valiosa colaboración y esfuerzos permitieron que este trabajo se convierta en un proyecto tangible e inspirador.

Agradecemos también al señor Juan Vela, ingeniero civil, por su importante ayuda y asesoría en el costeo de este proyecto. La información que nos brindó permitió que los datos presentados sean realistas y certeros.

Queremos agradecer también al señor Mauricio Cepeda, decano del Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo de la Universidad San Francisco de Quito, por habernos guiado e instruido en el proceso de desarrollo de este proyecto de titulación.

## 1. SUMARIO EJECUTIVO

Se realizará el Centro de Convenciones y Eventos “Vitrum” enfocado en proveer al cliente un diseño lujoso, innovador, tecnológico y vanguardista inspirado en la belleza de la naturaleza. El objetivo es que el cliente encuentre en las instalaciones todos los escenarios y herramientas que necesita para realizar su evento y crear experiencias irrepetibles. Esto será posible gracias al diseño físico y las características de la edificación, las cuales permiten ajustarse a las requerimientos, deseos y necesidades de cada cliente.

El diseño arquitectónico de Vitrum consta de dos salones grandes, uno de concreto y el otro de vidrio. Ambos pueden dividirse o juntarse según el evento lo requiera. Incluso se pueden celebrar 2 eventos diferentes al mismo tiempo, uno en cada salón utilizando las separaciones en el interior de la edificación (paredes removibles) y en el exterior también a través del uso de plantas y el sistema de decoración con agua (tanto las plantas como el sistema de decoración con agua se pueden mover a conveniencia según los eventos lo requieran)

El cliente tiene la opción de hacer eventos corporativos o sociales en espacio abierto o cubierto, elegante o casual, con la capacidad para 500 asistentes en espacio cubierto y más de 500 si es al aire libre.

Fortalezas:

- El enfoque en el segmento de mercado empresarial será un elemento diferenciador para Vitrum y compensará la falta de eventos que se realizan entre semana.
- La ventaja competitiva de Vitrum es la adaptabilidad de sus características arquitectónicas para adecuarse a las necesidades y gustos de cada cliente.
- Los objetivos de los esfuerzos de marketing hacen que sea posible la consecución de 50 eventos anuales lo cual hace muy rentable el proyecto.

Rentabilidad:

Vitrum requerirá \$927.773,00 de inversión inicial. Es un proyecto rentable ya que tiene un Valor Actual Neto de \$ 571.792,91; una Tasa Interna de Retorno del 17% (superior a la tasa de interés bancaria del 8,45%); y se recupera la inversión en 8 años.

## 2. ABSTRACT

The Event and Convention Center “Vitrum” will be developed, focused on providing clients with a luxurious, innovative, technologic, and cutting edge design inspired by nature’s beauty. Its objective is that clients find on the facilities every possible scenario and tools they need for making their events and creating unrepeatable experiences. This will be possible because of the physical design and the characteristics of the edification, which allow conforming to the requirements, desires, and needs of every client.

Vitrum’s architectural design counts with two big salons, one built out of concrete and the other one made out of glass. Both of them can be divided or joined according to the requirements of the events. It can even hold two events at the same time, one on each salon using the separations on the interior of the edification (removable walls) and on the exterior too, by using plants and the water decoration system (both of them, the plants and the water decoration system can be moved according to convenience and requirements of the events).

The client has the option of producing their social and corporate events in an opened or covered space, elegant or casual, with a 500 people capacity in the covered space and over 500 people in the opened one.

Strenghts:

- The focus on the business target will be a differentiator for Vitrum and will compensate the lack of events produced during the week days.
- Vitrum’s competitive advantage is the adaptability of its architectural characteristics for suiting itself to the wants and needs of every client.
- The objectives of the marketing efforts make it possible to achieve 50 annual events, which make it a profitable project.

Profitability:

Vitrum requires \$927.773,00 as initial investment. It is a profitable Project because it reaches a Net Present Value of \$ 571.792,91; an Internal Return Rate of 17% (superior to the banks’ interest rate of 8,45%); and it recovers the investment in 8 years.



## ÍNDICE

Dedicatoria	Página 5
Agradecimientos	Página 6
1. Sumario Ejecutivo	Página 7
2. Abstract	Página 8
3. Concepto del Proyecto	Página 10
4. Estudio de Factibilidad	Página 11
4.1. Entorno Macroeconómico	Página 11
4.2. Análisis de Sitio	Página 13
4.2.1. Localización	Página 13
4.2.2. Adaptabilidad y Conveniencia Física del Terreno	Página 16
4.2.3. Acceso y Visibilidad	Página 17
4.2.4. Servicios Básicos	Página 18
4.2.5. Situación Legal y Regulaciones Municipales Aplicables	Página 19
4.3. Análisis de Vecindario	Página 19
4.4. Análisis del Área de Mercado	Página 21
4.5. Análisis de la Oferta	Página 23
4.6. Análisis de la Demanda	Página 26
4.7. Pronóstico de Ingresos y Gastos	Página 29
4.8. Análisis de la Rentabilidad del Proyecto	Página 33
5. Diseño y Arquitectura	Página 39
5.1. Programa de Espacio	Página 42
5.2. Diagramas de Relación Espacial	Página 43
5.3. Public Space Design	Página 43
5.4. Back of the House	Página 43
5.4.1. Descripción de la Cocina	Página 44
5.4.2. Área de Bodegas	Página 45
5.4.3. Oficinas	Página 45
5.4.4. Recibidor de Basura	Página 45
5.4.5. Área de Empleados	Página 45
5.4.6. Mantenimiento	Página 46
6. Recursos Humanos	Página 46
7. Plan de Comunicación de Marketing	Página 47
7.1. Segmentos de Mercado	Página 47
7.2. Medios y Estrategias Generales	Página 47
7.3. Presupuesto de Marketing	Página 49
8. Conclusiones	Página 49
9. Anexos	Página 50
10. Referencias	Página 64

### 3. CONCEPTO DEL PROYECTO

Se realizará el Centro de Convenciones y Eventos “Vitrum” enfocado en proveer al cliente un diseño lujoso, innovador, tecnológico y vanguardista inspirado en la belleza de la naturaleza. Será un centro con el espacio y las instalaciones necesarias para llevar a cabo todo tipo de eventos, corporativos y sociales. Se podrá realizar desde conferencias, charlas e integraciones laborales hasta fiestas de quince años, graduaciones, bodas, entre otros. El objetivo es que el cliente encuentre en las instalaciones todos los escenarios y herramientas que necesita para realizar su evento y que no encontrará en otro lugar.

Como centro de convenciones el cliente podrá acceder a todos los recursos que requiere para ejecutar su evento corporativo, mientras que como locación de eventos sociales el invitado disfrutará del ambiente mágico que creará una experiencia inolvidable.

En Vitrum se busca romper con los esquemas de que los eventos que se realizan fuera de la ciudad deben tener un ambiente rústico y de campo. Un evento formal y sofisticado se merece un lugar formal y sofisticado, sin importar dónde se realice. Vitrum busca fusionar la tecnología y tendencias de la industria de los eventos con el encanto de la naturaleza. El diseño arquitectónico de Vitrum consta de dos salones grandes, uno de concreto y el otro de vidrio. Ambos pueden dividirse o juntarse según el evento lo requiera. Incluso se pueden celebrar 2 eventos diferentes al mismo tiempo, uno en cada salón utilizando las separaciones en el interior de la edificación (paredes removibles) y en el exterior también a través del uso de plantas y el sistema de decoración con agua (tanto las plantas como el sistema de decoración con agua se pueden mover a conveniencia según los eventos lo requieran). El salón de concreto también puede ser subdividido para crear espacios más pequeños y separados en caso de necesitar varias salas para un evento. El salón de vidrio tiene mamparas de vidrio como paredes que pueden ser movidas acorde a los requerimientos de cada evento, permitiendo cambiar la configuración física del salón para que cumpla con las expectativas de cada cliente. Este salón también tiene el techo de vidrio, lo que permite que la naturaleza forme parte de la decoración del evento; si es de día, se podrá apreciar al sol, las nubes, los árboles y las aves como parte del entorno del certamen; si es de noche, se contará con las estrellas y el cielo nocturno como el escenario ideal para la velada.

En cuanto a las áreas exteriores, Vitrum cuenta con amplios espacios verdes. Hay varios árboles en los que se sembrarán jazmines que, al ser enredaderas, crecerán sobre los árboles, dándoles un toque decorativo con las flores blancas que tiene el jazmín. Además se colocarán luces led de colores al lado de los árboles que permitirán iluminar las plantas del color que cada cliente prefiera, adecuando aún más la decoración exterior con la del interior de los salones. También se contará con un sistema de decoración con agua, que consiste en una serie de mangueras con luces led de colores. Estas mangueras son flexibles y permiten crear diferentes formas con los chorros de agua y las luces. Por otra parte, la piscina también tendrá luces led que permitirán iluminarla de diferentes colores. Adicionalmente, se planifica tener un cobertor plástico rígido, lo suficientemente grueso y

fuerte para ser utilizado como pista de baile. De esta forma, Vitrum contará con una pista de baile de agua de colores. Es así que como evento podrá tener un escenario único, nunca antes visto e irrepetible.

Estas instalaciones tienen el objetivo de entregar al cliente una experiencia única e irrepetible, por eso se garantiza que ningún evento va a ser igual al anterior. Esto se debe a que el diseño físico y las características de la edificación, permiten adaptarlo para que su disposición se acople a los requerimientos, deseos y necesidades de cada cliente. Vitrum contará con dos salones con un total de 897 m<sup>2</sup> entre ambos; el salón de cristal tendrá 468 m<sup>2</sup> y el salón de concreto tendrá 428 m<sup>2</sup>. Por ejemplo, el cliente tiene la opción de hacer eventos corporativos o sociales en espacio abierto o cubierto, elegante o casual, con la capacidad para 500 asistentes en espacio cubierto y más de 500 si es al aire libre.

## **4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

### **4.1. Entorno macroeconómico**

El Ecuador presenta un Riesgo País de 569, lo cual indica una gran inestabilidad en el ámbito económico, jurídico y político en el país. Además, el país presenta un fuerte rechazo a políticas de liberación económica, tratados de libre comercio, préstamos con instituciones internacionales tales como el Banco Mundial o el FMI. Estas acciones indican que Ecuador pretende impedir la inversión y poder de mercado de los organismos internacionales. El mandatario Rafael Correa tiene el objetivo de mejorar la distribución interna de la riqueza del país y aumentar el consumo nacional. Entonces, se puede afirmar que el país se encuentra en un momento de bonanza y fomento al desarrollo de la industria nacional. El gobierno y entidades gubernamentales incentivan a los emprendedores ecuatorianos a establecer sus negocios. Esto lo realizan mediante préstamos e incentivos económicos: La Corporación Financiera Nacional (CFN) facilita préstamos para la creación de empresas de producción nacional, el Ministerio del Medio Ambiente y la CFN brindan incentivos financieros a entidades que apliquen políticas verdes en sus políticas de producción, entre otros.

Con el fin de impulsar la producción y el consumo nacional, se establecieron altos impuestos y aranceles a los bienes importados. Esto afecta a todas las empresas ya que deben buscar proveedores nacionales para todos los productos y servicios que requieran para su operación. El objetivo es minimizar los costos para que no se necesite una subida de precio en sus productos o servicios, más aun si los consumidores son sensibles al precio o los bienes son elásticos. Esto es un potencial problema ya que la industria ecuatoriana no produce todos los productos de consumo básico y de lujo que el público requiere, o aún no produce con la calidad esperada por el consumidor (las personas buscan productos de la misma calidad que tienen bienes importados). Todas las regulaciones y restricciones para las importaciones exigen de los empresarios soluciones creativas y trabajo en equipo entre

varias industrias para lograr satisfacer a los consumidores mientras aplican soluciones eficaces, viables y rentables.

Por otro lado, se ha mantenido la misma corriente política desde el 2007 que Rafael Correa subió al mandato, lo que puede garantizar a los emprendedores ecuatorianos que la mejor opción es invertir en la creación y desarrollo de empresas nacionales. De igual manera, la inflación se ha mantenido en uno de los niveles más bajos de América Latina, después de Chile, Colombia y Perú, respectivamente. De hecho, la inflación ha bajado desde que el Ecuador tomó el dólar americano como moneda oficial, con la cual no maneja tasa de cambio y mantiene una moneda fuerte internacionalmente. Los datos de la inflación anual en el Ecuador se detallan a continuación.

Año	Inflación Anual
2006	2,87%
2007	3,32%
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%

*Tabla 1: Inflación Anual según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*

Además de esto, el costo de vida en Ecuador está en un 45%, si se toma en cuenta a Venezuela como el país más caro de la región. Esto quiere decir que nuestro país es uno de los más baratos para vivir y desarrollar negocios. A esto se le suma el salario básico a trabajadores de \$354 mensuales (incluyendo los beneficios de ley), que está dentro del nivel salarial promedio en Sudamérica y que no implica un impacto muy alto a las empresas.

En cuanto a los antecedentes de la industria, el Ministerio de Turismo y de Quito Turismo han realizado esfuerzos en los últimos años para lograr que Quito se convierta en un destino atractivo para turistas internos y externos. Datos muestran que el segmento de mercado más importante para los hoteles de Quito es el segmento corporativo. Además el segmento de reuniones o MICE es el que mayor incremento ha mostrado a nivel mundial. Según el Análisis del Mercado Hotelero de Quito realizado por el CHAT-USFQ, este segmento se sustenta en cuatro pilares:

- a. Regula la estacionalidad de la demanda.
- b. Contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes.
- c. Se constituye como factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales.
- d. Ayuda a elevar la estadía promedio en el país.

Por estas y más razones es que miembros de la industria turística están tratando de fomentar el ingreso de turistas MICE mientras impulsan la realización de más eventos en la ciudad.

Según el Plan Estratégico MICE Quito Turismo 2012, una de las regiones que ha tenido mayor incremento en reuniones y convenciones es América Latina con 138%.

## 4.2. Análisis de sitio

### 4.2.1. Localización

- Dirección: Calle José Borja, S7-80. Puembo, Pichincha, Ecuador.
- Coordenadas: -0.188297, -78.359283.
- Tamaño total del terreno: 50.000 m<sup>2</sup>.
- Tamaño de terreno requerido para el proyecto: 8.000 m<sup>2</sup>.

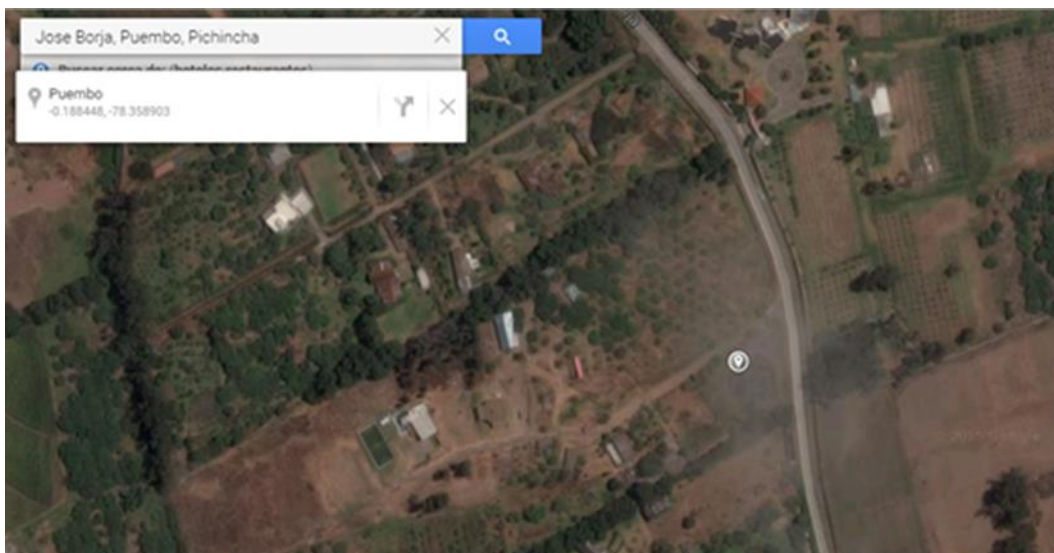


Imagen 1: Ubicación del Terreno en Google Maps

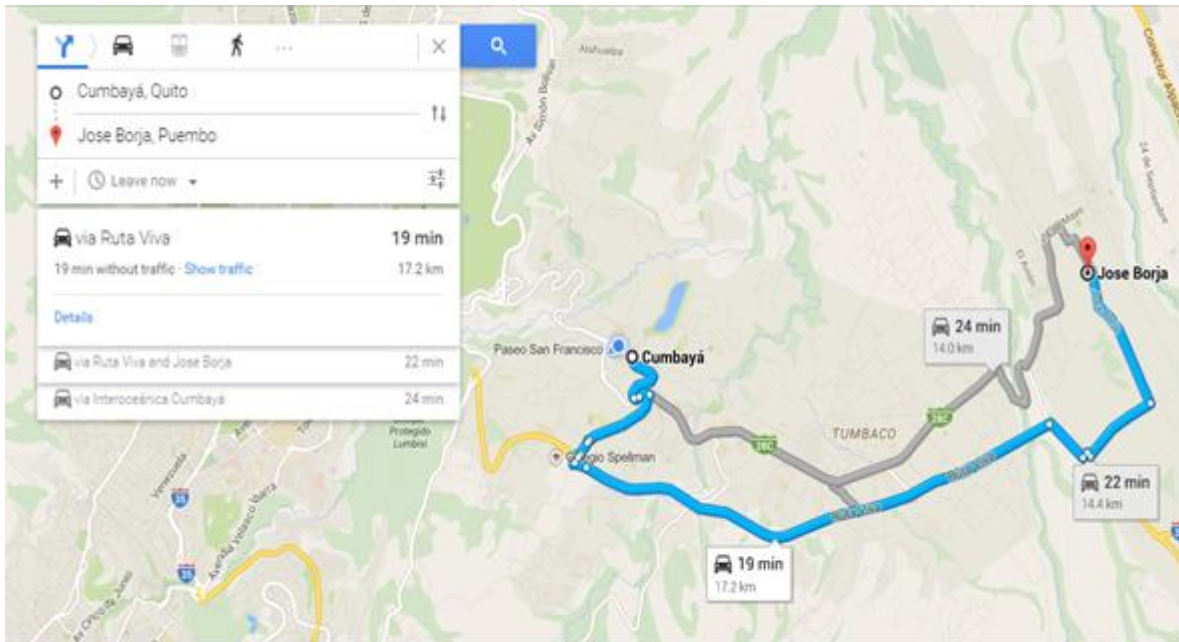


Imagen 2: Trayecto al terreno desde Cumbayá por la Ruta Viva.

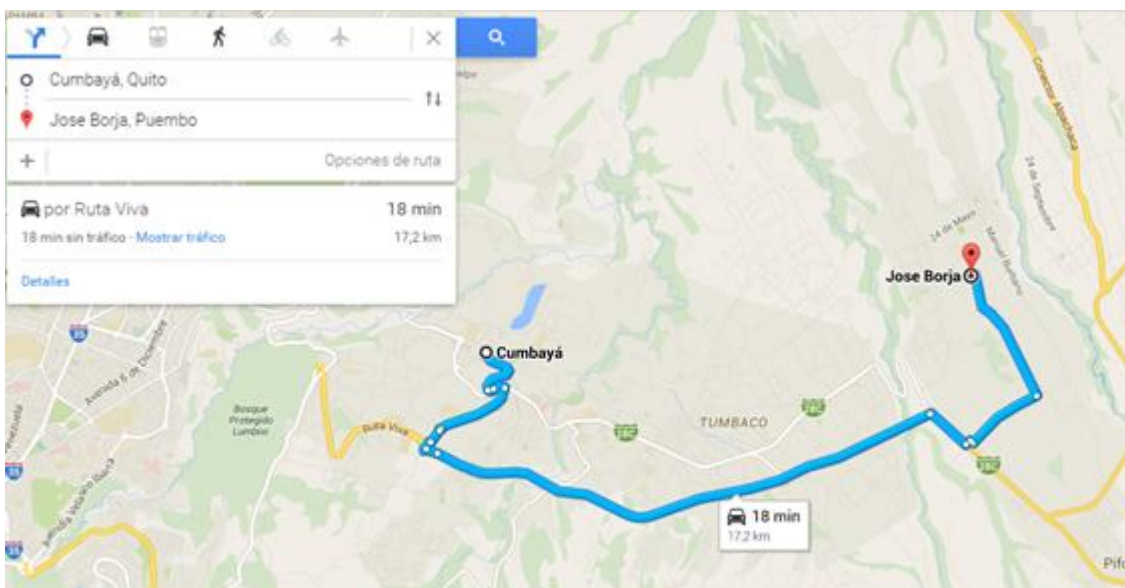


Imagen 3: Trayecto al terreno desde Cumbayá por la Vía Interoceánica

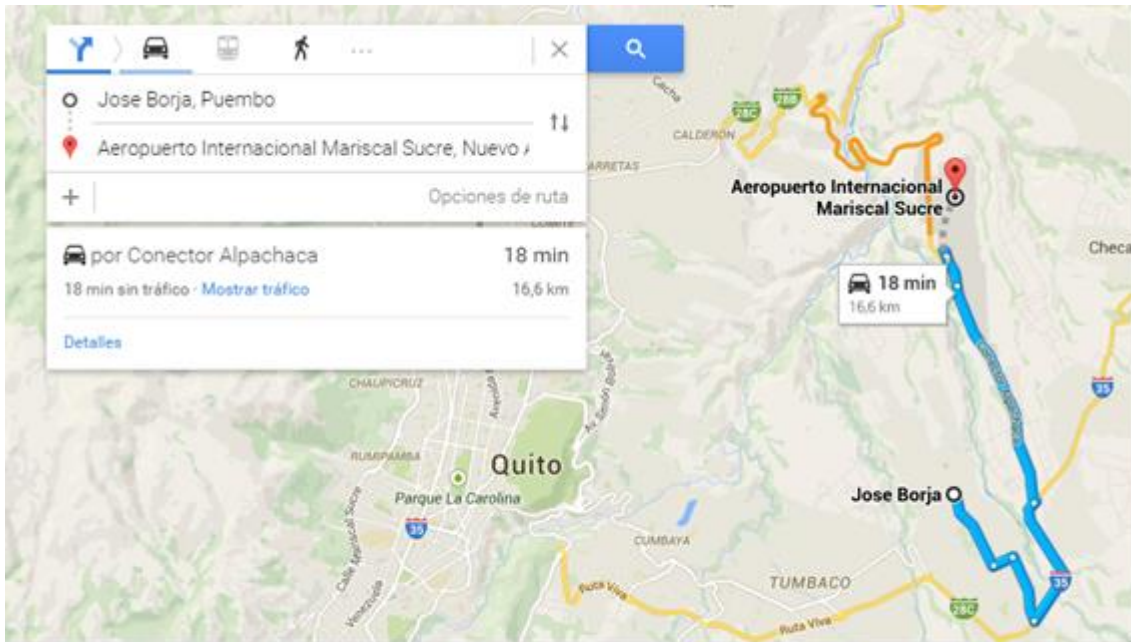


Imagen 4: Trayecto desde el terreno hasta el aeropuerto de Quito, Mariscal Sucre

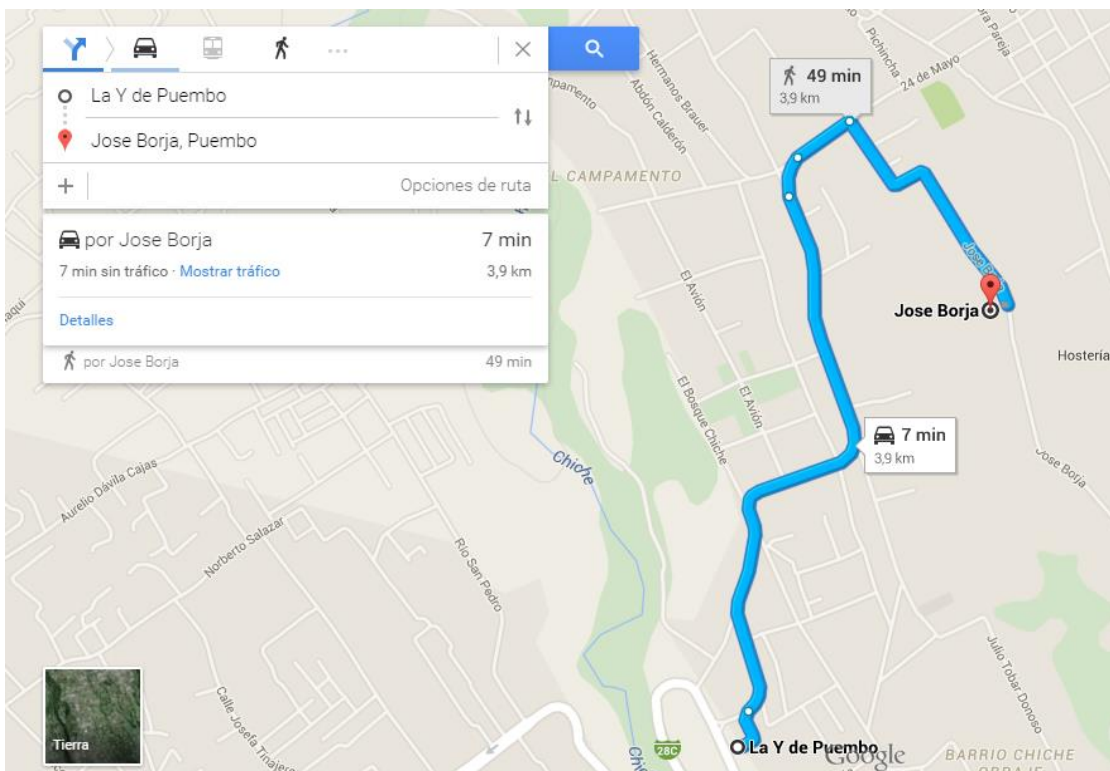


Imagen 5: Trayecto hasta el terreno desde la Y de Puenbo

#### 4.2.2. Adaptabilidad y conveniencia física del terreno

- Topografía: es un terreno plano. Véase el estudio Topográfico Anexo.



Imagen 6: Porción de Interés para el Proyecto

- Linderos

La hacienda tiene hacia el Norte y Sur dos haciendas vecinas con casas residenciales. Al Oeste tiene 3 casas residenciales y una quebrada a aproximadamente 1 kilómetro de distancia. Al lado Este tiene la calle José Borja, por la que se accede al lugar.

- Situación actual del terreno

Por el momento el terreno no tiene ningún tipo de construcción. Solamente tiene un reservorio que no está en uso. Tiene también varios árboles de aguacate. Para la construcción de la edificación y del parqueadero habrá que talar algunos árboles, limpiar el terreno y mover la tierra. Se eliminará el reservorio para en esa área construir el parqueadero. Se planea mantener tantos árboles como sea posible para utilizarlos después como parte del entorno físico natural del centro de eventos.

- Constitución del Suelo: Cancagua.
- Trabajo necesario para desarrollar el proyecto

Adaptar el terreno para la construcción y desarrollo del centro de eventos tiene algunos retos. Primero, se requiere nivelar el terreno y limpiarlo. En este proceso se debe



eliminar el reservorio y talar árboles para dejar espacio libre para la construcción del parqueadero y la edificación. No hay construcciones de ningún tipo en el terreno por lo que no se necesita remover nada de infraestructura.

El terreno es excelente para el desarrollo de un centro de convenciones, ya que, a pesar de no encontrarse en una vía principal, goza de los beneficios de estar un poco más adentrado en el campo sin estar lejos. Además, el lugar está ubicado sobre una calle, que, aunque sea una calle menor, facilita un acceso directo a la locación. La finca tiene una excelente vista del valle de Cumbayá y Tumbaco, parte del Norte de Quito, y las montañas que rodean la ciudad. Es uno de los pocos puntos en la zona desde el cual se puede ver la puesta del sol sin que haya obstáculos que interrumpan el espectáculo natural. Gracias a las regulaciones a la construcción del área, jamás se construirán edificaciones mayores a 2 pisos, por lo que nunca habrá construcciones que quiten la vista privilegiada del sitio.

#### **4.2.3. Acceso y visibilidad**

La propiedad para la locación de eventos está ubicada en el área de Puembo, en la provincia de Pichincha, Ecuador. Se puede acceder a la misma tanto por la Avenida Interoceánica como por la Ruta Viva, partiendo desde la ciudad de Quito. La Ruta Viva es la principal vía de acceso que se conecta con la Av. Simón Bolívar, la cual se conecta directamente con Quito y que llega hasta el Aeropuerto Mariscal Sucre en Tababela; desde allí se conecta con los valles localizados al norte de la ciudad, pasa por la entrada a Guayllabamba y se conecta con la vía Panamericana. La vía Interoceánica es la principal vía de comunicación entre los valles orientales de Quito. Estas dos vías se conectan con las rutas que se dirigen al oriente ecuatoriano desde Papallacta.

La propiedad se encuentra a 4 kilómetros aproximadamente de la ruta principal, si se ingresa desde la Y de Puembo, por lo que toma 7 minutos en llegar desde ese punto al terreno. La hacienda no es visible desde la vía principal ni desde la vía secundaria pero eso no representa un problema sino una ventaja porque da más privacidad a la propiedad. Toma un poco más de un minuto llegar desde la calle 24 de Mayo (vía secundaria de acceso por la que se entra al pueblo) hasta la propiedad. Las rutas de acceso se encuentran en excelente estado ya que se toman autopistas para la gran mayoría del trayecto. Entre la Y de Puembo hasta el inicio de la calle José Borja el camino está asfaltado y adecuadamente señalizado. Desde el comienzo de la calle José Borja hasta la finca, la vía está empedrada y continuamente mantenida por los habitantes de la región.

La Ruta Viva y la Avenida Interoceánica están señalizadas correctamente y es fácil la llegada hasta Puembo. Desde el ingreso a Puembo (la Y de Puembo) será necesaria señalización propia para poder acceder fácilmente a la locación.

Para el desarrollo del proyecto del centro de eventos será necesario colocar señalización para la fácil ubicación de quienes asistan a los certámenes que ahí se realicen. Ventajosamente, pese a que el lugar no está ubicado en la vía principal, está lo

suficientemente cerca como para que encontrar el lugar con facilidad. Gracias a esto, el terreno es accesible sin tener ruidos molestos provenientes de autos o tráfico. Pese a que está cerca del aeropuerto, no se escuchan tampoco los sonidos de los aviones debido a la disposición que toman estos para aterrizar y despegar, además de la localización del aeropuerto en sí. Ciertamente se necesita la señalética pertinente para que la llegada de los invitados sea lo más cómoda y fácil posible. Para esto se puede utilizar los postes existentes a lo largo de todo el camino, empezando desde la Y de Puembo, para lo cual se debe pedir autorización a la administración zonal. Debido a la existencia de estos postes, se cuenta también con adecuada iluminación vial en todo el camino a la finca, lo que facilita aún más la transportación y movilización de las personas, sobre todo para eventos nocturnos.

Es necesario también colocar un letrero vistoso, decorativo y agradable a la vista a la entrada de la propiedad para que las personas puedan saber que han llegado al lugar adecuado.

#### **4.2.4. Servicios básicos**

La localidad cuenta con agua, electricidad, servicio telefónico, internet, telefonía celular, y recolección de basura. De todas formas, debido a que está en una zona suburbana, alejada de la ciudad, y porque pueden ocurrir imprevistos en cualquier momento, se implementarán 2 generadores eléctricos, una cisterna de 25 m<sup>3</sup> de capacidad, 2 repetidoras de servicio celular, acceso a internet (que cubra la capacidad total de la locación y soporte el uso para 500 personas), y línea telefónica. Debido las futuras alzas en el precio del gas propano proyectado para el país, todo el equipo de la cocina usará electricidad como fuente de energía y así ahorrar en gastos de este tipo. De esta forma se evita también el uso de un material que es potencialmente peligroso y al que no siempre hay acceso en pueblos pequeños (sobre todo si se lo necesita en cantidades significativas).

Teniendo en cuenta que la zona puede ser muy calurosa durante el día y fría durante la noche, es necesario contar con ventiladores y calentadores para eventos para regular la temperatura interior de los salones y de las áreas exteriores que se usen durante los eventos. Por otro lado, es importante tener también calentadores y ventiladores móviles que se puedan colocar en las áreas exteriores por si se desea realizar eventos al aire libre. Nuevamente, se busca que estos equipos utilicen electricidad como fuente de energía para evitar posibles accidentes e impactos ambientales. Teniendo en cuenta que la finca está rodeada de bosques, un incendio sería muy difícil de controlar. Es por esta misma razón que se debe aplicar todas las medidas de seguridad del caso, con la instalación de extintores de incendios y aspersores.

Pese a ser un pueblo pequeño, Puembo cuenta con el servicio de recolección de basura dos veces por semana como el resto de sectores de la ciudad de Quito. Los camiones pasan por todas las calles recogiendo la basura depositada en los lugares designados por cada bloque de propiedades. Además, la zona cuenta con alcantarillado y

canales de riego para el drenaje de lluvias. En el área llueve muy poco durante casi todo el año, por lo que no tiene problemas con desbordamientos de agua por lluvia excesiva.

#### **4.2.5. Situación legal y regulaciones municipales aplicables**

- Propietario del Terreno: Luis Homero Antonio Vela Badillo
- Avalúo Comercial: entre \$100 y \$80 por m<sup>2</sup>.
- Tipo de zona: A31.
- Zonificación: A3 (A2502-10)
  - Frente mínimo: 30 metros
  - Altura: 8 metros
  - Número de Pisos: 2
  - Frontal: 5 metros
  - Lateral: 5 metros
  - Posterior: 5 metros
  - Entre bloques: 6 metros
- Restricciones de Construcción en la zona:
  - Se debe dejar 1.5 m desde el borde de canales de riego para hacer construcción.
  - Se debe dejar 5 m sin construcción desde el muro que da a la calle hasta el inicio de la construcción.
  - Se debe solicitar la definición y replanteamiento vial.
  - El terreno está considerado en la Protección de Quebradas y Taludes (según lo que se dictamina en los artículos 116 y 117 de la ordenanza 172, Régimen Administrativo del Suelo en el Distrito Metropolitano)
  - "Para iniciar cualquier proceso de habilitación de la edificación del suelo o actividad, se deberá obtener el IRM respectivo en la administración zonal correspondiente."
  - "Para la habilitación de suelo y edificación los lotes ubicados en área rural solicitará a la EPMAPS factibilidad de servicios de agua potable y alcantarillado."
  - En la zona donde se encuentra el terreno sí es permitido construir centros de convenciones y eventos según las Ordenanzas Municipales.

#### **4.3. Análisis de vecindario:**

El clima en Puenbo es la mayoría del año muy caliente con temperaturas alrededor de los 20 grados centígrados. No es común que llueva, y cuando llueve, la lluvia no es abundante. El clima es muy seco.

El principal generador de demanda de los hoteles, restaurantes, centros de entretenimiento y centros de eventos es Quito. No existen empresas que desarrollen sus funciones en este territorio.

El hospital más cercano es el Hospital de los Valles, en Tumbaco. Puenbo también cuenta con consultorios médicos y un subcentro de salud localizado en la plaza principal.

El estado de las vías es en general es muy bueno. La vía de acceso Interoceánica se encuentra actualmente en un proceso de repavimentación, pero existe muy buena señalización y el tráfico es fluido. La vía de acceso Ruta Viva se encuentra en excelentes condiciones. Las calles y avenidas del vecindario están en buenas condiciones. Estas vías son pavimentadas o adoquinadas y bien señalizadas. La calle principal del terreno es empedrado pero es amplio y se encuentra en buenas condiciones. Es un lugar accesible para cualquier tipo de auto.

En Puenbo no existe actividad industrial significativa. Se compone mayormente de residencias, fincas o haciendas. Las residencias ocupan un terreno pequeño en comparación al terreno que ocupan las fincas y haciendas familiares. Existen conjuntos residenciales con acabados modernos y hay un conjunto residencial en construcción. Fincas y haciendas familiares tienen cerramientos grandes con acabados de tipo campestre o rústico. Las residencias del centro del pueblo son pequeñas y antiguas.

Existe alrededor de un 3% de actividad industrial, 15% de actividad comercial y 82% de residencias.

No existe una gran cantidad de terrenos disponibles. Existen muchos terrenos y espacios vacíos pero existen muy pocos a la venta.

Los principales competidores en la zona son:

- Rincón de Puenbo: Es un lugar que ofrece la realización de eventos, habitaciones y demás instalaciones. Su core competency es su fama y su experiencia en el área de Puenbo y también su experiencia en la Industria de eventos y Hospitalidad.
- Hostería San José: Es también un lugar muy conocido en la zona para vacaciones o paseos familiares. Su core competency es ser un destino para varios segmentos, su tamaño y sus espacios verdes. La hostería tiene todo tipo de entretenimiento familiar, habitaciones y salones para eventos.
- La Lomita: Es un lugar que ofrece espacio para realizar eventos. Su core competency es el diseño del terreno, los espacios verdes y la decoración del mismo pues provee un escenario adecuado para tomar fotografías en un escenario rústico y campestre.
- El Limonar: Es un lugar para eventos. Su core competency también está basado en el escenario que ofrece para dar un ambiente de campo a los eventos que allí se realizan.

En general, el vecindario es muy apropiado para la realización de este proyecto. El hecho de que ya existan más localidades enfocadas en alquilar espacio para llevar a cabo eventos hace de Puembo un lugar reconocido por esto, lo que puede ser beneficioso. El vecindario tiene un ambiente muy tranquilo, sin ruido y sin contaminación. Tiene todos los servicios básicos que se necesitan y todo se encuentra muy cerca y es muy accesible.

#### 4.4. Análisis del área de mercado:

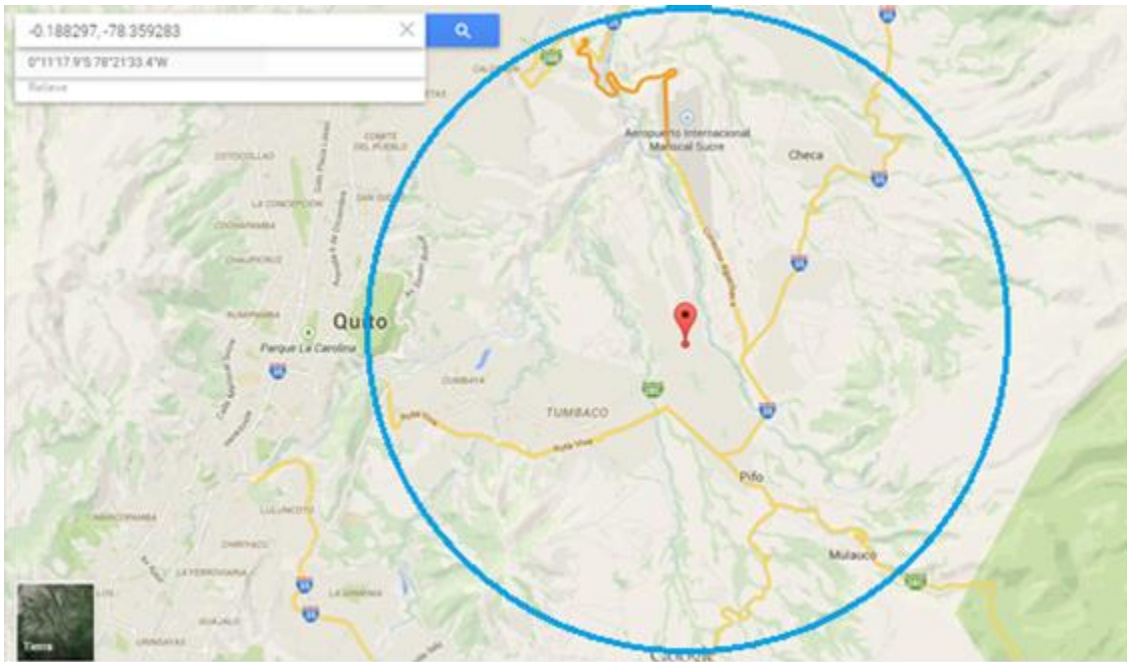


Imagen 7: Delimitaciones del área de mercado de la propiedad.

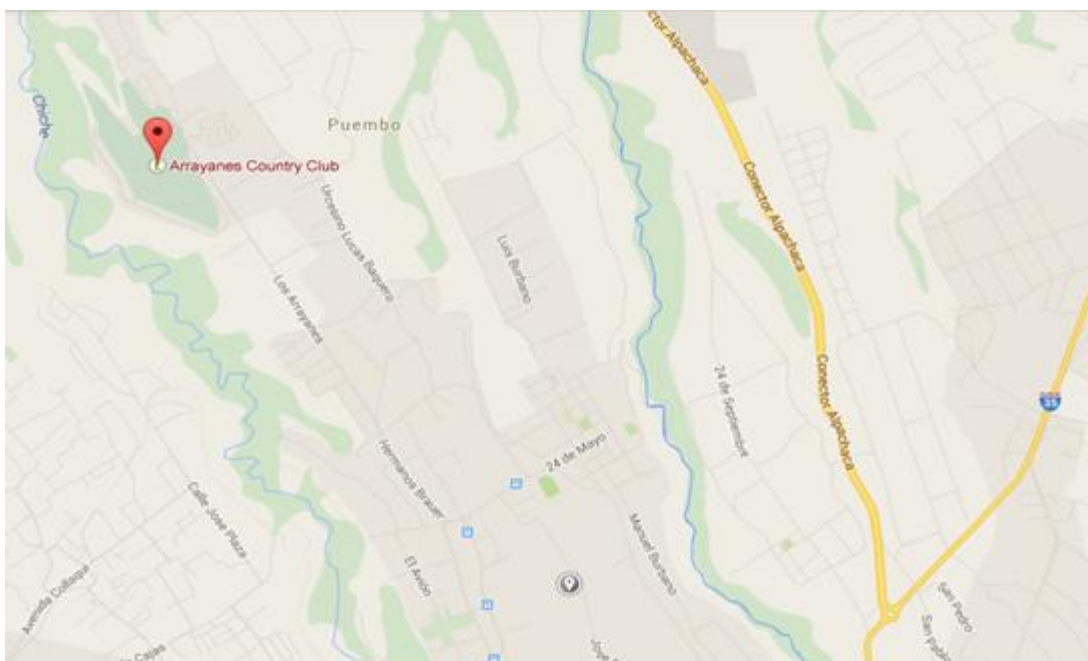


Imagen 8: Competencia: Club "Los Arrayanes"

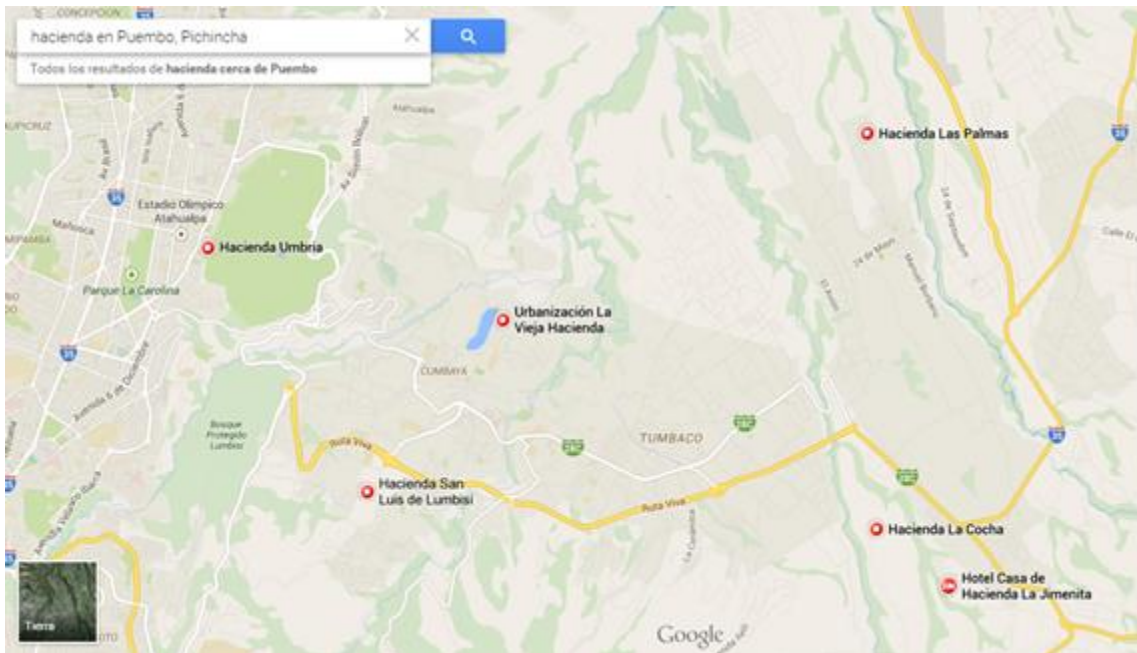


Imagen 9: Competencia de la zona: Haciendas

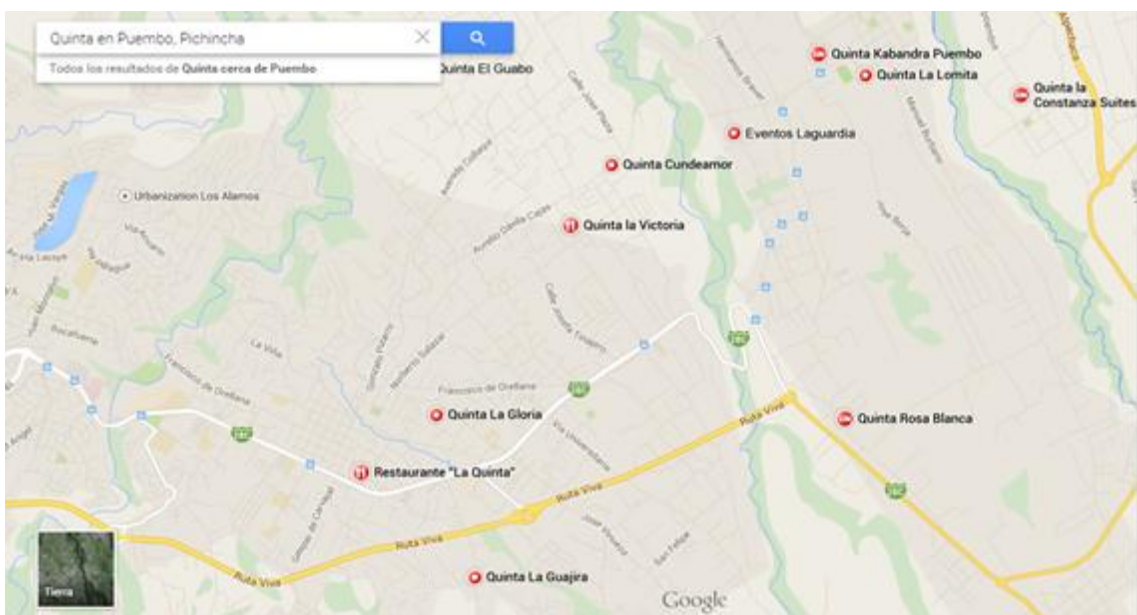


Imagen 9: Competencia de la zona: Quintas

Los límites del terreno, delimitados por una distancia en automóvil de 1 hora o menos sin tráfico (puede llegar hasta 1 hora y media con tráfico), son la ciudad de Quito (área Norte y centro Norte), Cumbayá, Tumbaco, Nayón, Pifo, Pintag, El Quinche,

Yaruquí, Checa, el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, entre otros poblados y puntos de referencia ubicados en las zonas aledañas mencionadas.

- **Información económica y demográfica:**

- Edad promedio de la Provincia de Pichincha: 29 años
- El 64,4% de la población tiene de 0 a 34 años.
- El 36,9% de la población en la Provincia de Pichincha es soltera y el 41,1% es casada.
- Promedio de años de escolaridad en personas de 24 años o más: 11,4 años
- En Pichincha en el año 2012 se celebraron 12.461 bodas y en el 2013 11,182. (INEC,

En Puembo se pueden encontrar dos niveles socioeconómicos diferentes, los cuales se dividen en tres grupos:

a. Nivel socioeconómico medio-bajo, bajo:

Son personas que viven en el pueblo de Puembo, cerca de la plaza central. Se dedican a actividades comerciales, generalmente minoristas y a la agricultura local. Tienen casas pequeñas con servicios básicos de luz, agua, teléfono, gas. Niños asisten a las escuelas y colegios del área.

b. Nivel socioeconómico medio-alto, alto:

- Personas que viven en el área: Son familias que viven en conjuntos residenciales alejados de la plaza central del pueblo. Tienen altos ingresos y generalmente salen de Puembo para desarrollar sus actividades profesionales en Cumbayá o en Quito. Niños asisten a colegios localizados en Quito o Cumbayá.
- Personas que tienen propiedades en el área: Son personas que no viven en Puembo pero que tienen propiedades como fincas y haciendas allí. Generalmente, visitan estas propiedades como recreación los fines de semana.

Es importante mencionar que existe servicio de transporte público hasta el pueblo de Puembo. Buses pasan por la calle 24 de Mayo desde las 6 de la mañana hasta las 10 de la noche. El personal puede acceder a la locación por este medio y tendrían que caminar el kilómetro que hay desde la parada de bus hasta el terreno. Toma 15 minutos caminando recorrer esta distancia. En caso de que haya un evento que se termine tarde y no permita a los empleados acceder al servicio de transporte público, se proveerá de un servicio de transporte contratado que los lleve a sus hogares.

#### **4.5. Análisis de la oferta:**

Para determinar la oferta se realizaron visitas y encuestas. Se recorrió una distancia en auto de 30 minutos desde la propiedad en análisis para conocer sobre la competencia primaria que existe. Para conocer el resto de la oferta se hizo encuestas y búsquedas electrónicas para encontrar a todas las empresas que realizan eventos en las afueras de la ciudad de Quito.

- **Competencia Primaria:**

Se determinó que la competencia primaria son los lugares que ofrecen sus instalaciones para la realización de eventos sociales y corporativos, que se encuentren dentro de 3 kilómetros a la redonda de la propiedad en cuestión y que se dirijan a segmentos similares a los que el proyecto analizado se dirigirá.

<b>Criterio</b>	<b>Hostería San José</b>	<b>Rincón de Puenbo</b>	<b>Club los Arrayanes</b>	<b>El Limonar</b>	<b>La Lomita</b>
<b>Ubicación</b>	Puenbo	Puenbo	Puenbo	Puenbo	Puenbo
<b>Calidad Percibida</b>	3,5	4	5	4	4
<b>Fecha de apertura</b>	1989	-	1996	-	-
<b>Tipo de administración</b>	Dueño	Dueño	Directorio	Dueño	Empresa familiar
<b>Imagen</b>	Regular	Buena	Excelente	Muy buena	Buena
<b>Acceso y visibilidad</b>	Mala	Mala	Buena	Mala	Mala
<b>Condición Física</b>	En renovación	4	5	5	4
<b>Segmento de mercado</b>	Medio, medio-alto	Medio, medio-alto	Medio-alto, alto	Medio-alto, alto	Medio, medio-alto
<b>Generadores de demanda</b>	Quito	Quito	Quito	Quito	Quito
<b>N° Salones convenciones</b>	6	3		0	0
<b>Capacidad total</b>	250	350	300	300	1500
<b>Evento corp. Costo:</b>	\$33 por persona. Incluye: 2 coffee breaks, bocaditos, almuerzo	\$20 por persona. Incluye: Almuerzo	Solo permite realizar eventos a socios del club.	\$35 por persona. Incluye servicio de catering y decoración con flores.	Costo fijo: \$4000, independiente mente de la cantidad de personas. Incluye: solamente el uso del espacio.
<b>Amenidades</b>	Restaurante, habitaciones , gimnasio, spa, piscinas, jardines,	Piscina, turco y sauna, hidromasaje, restaurante, habitaciones, capilla,business	Piscinas, spa, gimnasio, canchas deportivas, restaurantes, peluquería	Pecera, jardines, piscina, cascadas, lagunas, cava	Jardines, laguna, juegos infantiles, sala exterior, asesoramiento en eventos



	sala de juegos	center, sala de juegos			
<b>Servicio de Catering externo</b>	No	No	No	No	Si

Tabla 2: Análisis de la Competencia Primaria

- **Competencia Secundaria:**

Tabla 3: Competencia Secundaria

#	Nombre	Locación	#	Nombre	Locación
1	Hostería La Carriona	Amaguaña	12	Villa Santorini	Puembo
2	Recepciones Pozo	Calderon	13	Hacienda La Merced	Quito
3	Quorum	Cumbayá	14	Quinta Funhouse	Quito
4	Hostería Chula Vista	Guayllabamba	15	Granja Ecológica Flor de Octubre	Sangolquí
5	Quinta El Ángel de Piedra	Los Chillos	16	Quinta Jevaira	Tababela
6	Rincón de la Armenia	Los Chillos	17	Quinta La Constanza	Tababela
7	Hacienda San Isidro	Los Chillos	18	Club Rancho San Francisco	Tanda
8	Avalon Eventos y Fiestas	Norte de Quito	19	Quinta Carolina	Tumbaco
9	Villarústica	Pifo	20	Quinta La Guajira	Tumbaco
10	Eventos El Romance	Puembo	21	Quinta Victoria	Tumbaco
11	Quinta El Alcazar	Puembo	22	Dmassistant	Tumbaco

Al realizar el análisis de la oferta encontramos 5 actores considerados como competencia primaria. Sin embargo, tres de estos no solamente se dedican a realizar eventos. El Rincón de Puembo y la Hostería San José se las clasifica dentro de la industria del alojamiento que tiene las facilidades para llevar a cabo un evento. El Club Los Arrayanes está clasificado como un club social recreativo que tiene las facilidades para realizar eventos, sin embargo para realizar eventos en este local se da preferencia a socios y es más barato para ellos. Las principales fuentes de ingreso para estas locaciones no son los eventos que realizan.

Por otro lado, están las locaciones "El Limonar" y "La Lomita", las cuales tienen como fuentes principales de ingresos es el alquiler de sus locaciones y la organización de eventos y se especializan en ello. Esta es la actividad que el proyecto en análisis también realizará por lo tanto, se toma las actividades de "El Limonar" y "La Lomita" como referencia. Estas dos locaciones trabajan con empresas de catering externas únicamente. No cuentan con salones para la realización de eventos corporativos y si se desea hacer un

evento corporativo se lo debe realizar mediante el alquiler de mesas y toldos, lo cual le quita formalidad al evento.

Estas dos locaciones tienen diseños muy similares. Ambas son adaptaciones de haciendas o fincas, lo que les da un ambiente rústico a los eventos que allí se realizan y solo se pueden hacer eventos al aire libre. De la misma manera, ninguna de estas dos locaciones cuenta con buena accesibilidad y visibilidad.

Todas las características mencionadas anteriormente implican que el proyecto en cuestión tendría ventajas en cuanto al concepto, diseño y acceso. En este proyecto se dan las opciones de realizar eventos corporativos con todas las comodidades que el cliente pueda requerir (con todas las herramientas como proyectores, parlantes, micrófonos, internet inalámbrico, etc.). Los eventos corporativos y convenciones, generan una ventaja competitiva para Vitrum porque se puede impulsar un mejor flujo al realizarlos entre semana donde la mayoría de la competencia tiene espacio y tiempo ocioso. También se da la opción de realizar eventos sociales que se adaptan a los gustos y necesidades de cada cliente (no solamente un ambiente de campo). Además la llegada a la propiedad es mucho más fácil que a las otras locaciones y tiene visibilidad hacia el valle y hacia Quito. No existe una empresa en la zona que le permita tener al cliente la libertad de elegir exactamente las características que desea para su evento.

Se conoce sobre tres proyectos hoteleros que se están construyendo en el área del aeropuerto. Las cadenas que están desarrollando estos hoteles son Eurobuilding, Holliday Inn y Wyndham. Por lo pronto se conoce que únicamente el proyecto de Eurobuilding tendrá salones para eventos, para aproximadamente 400 personas.

#### **4.6. Análisis de demanda:**

Para conocer la demanda existente de lugares para la celebración de eventos sociales y empresariales fuera de la ciudad se realizó una entrevista vía correo electrónico con los representantes de varios de estos centros de eventos. Se enviaron aproximadamente 50 correos electrónicos, de los cuáles fueron contestados 10. Las preguntas que realizamos fueron sobre la capacidad máxima de personas, cuántos eventos realizan al año, qué tipo de eventos realizan al año, qué servicios adicionales ofrecen, y cuánto cobran por sus servicios. Los datos recuperados nos permitieron hacer una estimación de la situación de la demanda actual en el mercado local.

Con estas encuestas electrónicas se determinó que las locaciones de eventos fuera de la ciudad realizan entre 20 y 30 eventos anualmente, con un promedio general de 2 eventos al mes cada uno y con un promedio de 150 asistentes por evento. Adicionalmente, se investigó sobre la cantidad de eventos llevados a cabo a lo largo del año en haciendas y locaciones que no se dedican a la celebración de eventos pero que prestan sus instalaciones para la elaboración de los mismos. Esto se logró a partir de consultar con varias personas que han realizado sus eventos sociales y empresariales a lo largo de los años, consultándoles cuántos eventos organizaron en locaciones formales que se dediquen a la elaboración de eventos y cuántos fueron celebrados en lugares que no se dedican a este

negocio. Los resultados de todas las consultas realizadas se presentan en la Tabla 4, a continuación.

Locaciones de Eventos Fuera de la Ciudad	Cantidad Aprox.	Número de Eventos Mensuales Por		Número de Eventos Anuales por Locación		Número Total de Eventos Anuales por tipo de Locación	
		Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
Formales	27	2	3	24	36	648	972
Informales	10	0.33	0.5	3.96	6	39.6	60
<b>Cantidad Mínima de Eventos Anuales Totales</b>						687.6	
						≈ 688	
<b>Cantidad Máxima de Eventos Anuales Totales</b>							1032
							≈ 1032 para arriba

Tabla 4: Determinación de la demanda anual actual de eventos fuera de la ciudad de Quito

Todos los datos presentados componen la demanda actual de eventos sociales fuera de la ciudad. Esta información no contiene datos de la demanda de eventos empresariales fuera de la ciudad debido a que las encuestas realizadas indicaron que se elaboran muy pocos eventos empresariales en las locaciones encuestadas. Esto se debe a que la gran mayoría de estos lugares son antiguas haciendas que no cuentan con las facilidades para realizar eventos empresariales. Sin embargo, la construcción de un centro de convenciones adecuado para la elaboración de certámenes empresariales sumada con los esfuerzos del Buró de Convenciones de Quito, la Asociación de Hoteles de Quito Metropolitano, Quito Turismo y el Ministerio de Turismo aseguran que la demanda de locaciones para eventos empresariales crecerá en los próximos años. Es importante aclarar que son datos aproximados y que no representan un número del todo exacto, debido a que pueden existir más centros de convenciones formales e informales en el perímetro suburbano de Quito. La información recopilada de las locaciones formales se basa en aquellos lugares que cuentan con anuncios en Internet o páginas web propias. Puede haber más centros de convenciones y eventos formales en el área pero no fueron tomados en cuenta debido a la falta de información sobre los mismos. Es también el caso de las localidades de eventos informales. Como su negocio no es precisamente el de la elaboración de eventos no tienen anuncios, publicidad, o páginas web que informen que sus facilidades pueden ser usadas para ese fin. Es por esto que establecimos un número fortuito basado en los comentarios de las personas consultadas.

Para tener una perspectiva realista de la demanda de eventos que Vitrum tendrá potencialmente se desarrolló la Tabla 5, que contiene de la cantidad de eventos mensuales proyectados, con sus correspondientes promedios de asistentes por evento. Esta tabla toma en cuenta la temporalidad aplicada a la industria de la planificación de eventos en la ciudad de Quito, además de contemplar la demanda para eventos tanto sociales como empresariales.

Proyección de Cantidad de Eventos Mensuales					
Mes	Eventos por Mes	Tipo de Evento	Promedio Asistentes por Evento	Justificación	Total Asistentes por Mes
Enero	1	Sociales	80	Pocos eventos por los gastos previos de diciembre	80
Febrero	3	Sociales	100	Bodas por San Valetin	300
Marzo	4	Sociales/Em-presariales	100	Bodas, convenciones empresariales, día de la mujer, etc.	400
Abril	4	Sociales/Em-presariales	120	Bodas y convenciones empresariales	480
Mayo	6	Sociales/Em-presariales	150	Bodas por el mes de Maria y convenciones empresariales	900
Junio	7	Sociales/Em-presariales	200	Bodas, graduaciones, convenciones empresariales, etc.	1400
Julio	5	Sociales/Em-presariales	180	Bodas, graduaciones, convenciones empresariales, etc.	900
Agosto	2	Empresariales	90	Pocas convenciones empresariales	180
Septiembre	2	Sociales/Em-presariales	100	Bodas y convenciones empresariales	200
Octubre	3	Sociales/Em-presariales	120	Bodas y convenciones empresariales	360
Noviembre	6	Sociales/Em-presariales	150	Bodas y eventos empresariales de Navidad	900
Diciembre	7	Sociales/Em-presariales	200	Bodas, eventos empresariales de Navidad y Año Nuevo	1400
<b>Tota Eventos Anuales</b>	<b>50</b>	<b>Promedio Ponderado (asistentes por evento)</b>	<b>150</b>	<b>Total Asistentes Anual al total de Eventos</b>	<b>7500</b>

\* El promedio de asistentes por eventos, fuera de la ciudad, es de 150 personas. Esta información fue recopilada a partir de investigación personal.

Tabla 5: Proyección de la demanda mensual de eventos para Vitrum.

De esta forma se determinó que la cantidad de eventos que se puede esperar anualmente en Vitrum es de 50 entre certámenes sociales y empresariales. Tomando en cuenta el promedio de asistentes por evento de la industria de 150 personas, se determinó que la cantidad total de asistentes anualmente que Vitrum será de 7500. Esta información permitió desarrollar proyecciones de ingresos, presentadas en la siguiente sección.

#### 4.7. Pronóstico de ingresos y gastos

- **Gastos: Costos Fijos y Variables**

En la Tabla 6 se detallan las proyecciones de gastos de Vitrum. La tabla incluye los costos fijos y variables mensuales y anuales, contemplando 3 escenarios posibles; uno máximo, uno mínimo y uno promedio de los dos primeros. Este análisis de 3 perspectivas diferentes permitió realizar posteriores análisis de factibilidad en diferentes situaciones. Se da el detalle también de cada rubro que compone tanto los costos fijos como los variables,

Gastos					Costo Mensual			Costo Anual			
Costos Fijos	Canti- dad	Unid	Presupuesto		Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo	
Alquiler del Terreno	8000	m2	costo por m2 entre	\$ 0.50	\$ 0.40	\$ 4,000.00	\$ 3,600.00	\$ 3,200.00	\$ 48,000.00	\$ 43,200.00	\$ 38,400.00
Jardinero	1	N/A	mantenimiento mensual de jardines		\$ 500.00	\$ 450.00	\$ 400.00	\$ 6,000.00	\$ 5,400.00	\$ 4,800.00	
<b>Utilities</b>											
Agua	N/A	N/A	costo mensual del servicio		\$ 450.00	\$ 300.00	\$ 150.00	\$ 5,400.00	\$ 3,600.00	\$ 1,800.00	
Electricidad	N/A	N/A	costo mensual del servicio		\$ 300.00	\$ 225.00	\$ 150.00	\$ 3,600.00	\$ 2,700.00	\$ 1,800.00	
Teléfono	N/A	N/A	costo mensual del servicio		\$ 40.00	\$ 30.00	\$ 20.00	\$ 480.00	\$ 360.00	\$ 240.00	
Internet	N/A	N/A	costo mensual del servicio		\$ 250.00	\$ 225.00	\$ 200.00	\$ 3,000.00	\$ 2,700.00	\$ 2,400.00	
Nómina	2	pax	Salario Administrador-Encargado de Ventas		\$ 800.00	\$ 700.00	\$ 600.00	\$ 9,600.00	\$ 8,400.00	\$ 7,200.00	
	2	pax	Salario Personal de Limpieza		\$ 400.00	\$ 377.00	\$ 354.00	\$ 4,800.00	\$ 4,524.00	\$ 4,248.00	
Servicio de Seguridad Privada	1	unid	Turno de Guardiania 24/7		\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,500.00	\$ 30,000.00	\$ 24,000.00	\$ 18,000.00	
Gastos administrativos y legales	N/A	N/A	Marketing y Publicidad		\$ 300.00	\$ 250.00	\$ 200.00	\$ 3,600.00	\$ 3,000.00	\$ 2,400.00	
<b>Costos Fijos Anuales Totales</b>								\$ 114,480.00	\$ 97,884.00	\$ 81,288.00	
<b>Gastos Variables</b>											
Costos Variables	Canti- dad	Unid	Presupuesto		Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo	
Transporte del Personal	\$15 / viaje	# viajes	Transporte del Personal		\$ 60.00	\$ 37.50	\$ 15.00	\$ 720.00	\$ 450.00	\$ 180.00	
Insumos de Limpieza	varios	unid	Cloro, jabón, papel higiénico, etc.		\$ 100.00	\$ 90.00	\$ 80.00	\$ 1,200.00	\$ 1,080.00	\$ 960.00	
<b>Costos Variables Anuales Totales</b>								\$ 1,920.00	\$ 1,530.00	\$ 1,140.00	
								<b>Costo Anual</b>			
<b>Gastos Totales</b>								Máximo	Promedio	Mínimo	
Costos Fijos Totales								\$ 114,480.00	\$ 97,884.00	\$ 81,288.00	
Costos Variables Totales								\$ 1,920.00	\$ 1,530.00	\$ 1,140.00	
<b>Gastos Anuales Totales</b>								\$ 116,400.00	\$ 99,414.00	\$ 82,428.00	

con sus respectivas cantidades, unidades y presupuestos.

Tabla 6: Proyecciones de Gastos: Costos Fijos y Variables.

- **Ingresos**

Para determinar los ingresos por el alquiler de los salones de eventos en Vitrum, se tomaron en cuenta los gastos totales anuales y sobre eso se calculó un 15% y 20% adicional como porcentaje de utilidad. Se determinaron los ingresos necesarios por la operación de esta forma para asegurar que se cubran todos los costos generados por la misma. Ambos porcentajes se tomaron en cuenta por el yield management que se aplica a la industria de la hospitalidad para tratar de maximizar los ingresos al cobrar diferentes tarifas a diferentes clientes. Para los ingresos también se contemplaron 3 situaciones diferentes (máximo, mínimo y promedio) ya que se utilizarán más adelante para los análisis de factibilidad en varios escenarios. La Tabla 7 detalla a continuación los ingresos anuales proyectados a partir de los gastos.

Proyección de Ingresos Anuales por el Total de Eventos	Ingresos Máximos			Ingresos Mínimos		
	Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo
Gastos anuales totales	\$ 116,700.00	\$ 99,684.00	\$ 82,668.00	\$ 116,700.00	\$ 99,684.00	\$ 82,668.00
Porcentaje de Utilidad sobre los Gastos	20%			15%		
Utilidad Anual sobre los Gastos	\$ 23,340.00	\$ 19,936.80	\$ 16,533.60	\$ 17,505.00	\$ 14,952.60	\$ 12,400.20
<b>Ingresos Anuales Totales (Gastos + Utilidad)</b>	<b>\$ 140,040.00</b>	<b>\$ 119,620.80</b>	<b>\$ 99,201.60</b>	<b>\$ 134,205.00</b>	<b>\$ 114,636.60</b>	<b>\$ 95,068.20</b>
* Ingresos Totales es el valor mínimo que se debe cobrar anualmente entre todos los eventos (suma de los ingresos de todos los eventos que se realicen) para cubrir los gastos totales y obtener un mínimo de utilidad del 15% sobre esos gastos.						

Tabla 7: Determinación de los ingresos requeridos por Vitrum.

A partir de la proyección de los ingresos como porcentaje de los gastos, se tomaron 3 escenarios de la cantidad de eventos anuales, asumiendo que el mínimo es de 25 eventos al año (corresponde a la demanda actual de eventos sociales al año que presenta la industria), 50 es el promedio y 75 es el máximo. Esto permitió determinar cuánto es el valor mínimo que se debe cobrar por evento y por persona en cada una de las situaciones. Los cálculos para determinar los precios se encuentran en la Tabla 8. Es importante aclarar que se realizó un ajuste a los precios obtenidos para cobrar valores redondeados.

Tabla 8: Determinación de los precios por evento y por persona según la cantidad de eventos demandados anualmente.

Ingresos por Alquiler de Salón de Eventos		Precio Exacto		Precio Ajustado	
# de Eventos Anuales		Máximo (20% Utilidad)	Mínimo (15% Utilidad)	Máximo (20% Utilidad)	Mínimo (15% Utilidad)
75	Ingresos por Eventos Anuales Totales	\$ 139,680.00	\$ 133,860.00	\$ 142,500.00	\$ 135,000.00
	Ingreso por Evento Individual	\$ 1,862.40	\$ 1,784.80	\$ 1,900.00	\$ 1,800.00
	Ingreso por Persona	\$ 12.42	\$ 11.90	\$ 12.67	\$ 12.00
50	Ingresos por Eventos Anuales Totales	\$ 119,296.80	\$ 114,326.10	\$ 120,000.00	\$ 115,000.00
	Ingreso por Evento Individual	\$ 2,385.94	\$ 2,286.52	\$ 2,400.00	\$ 2,300.00
	Ingreso por Persona	\$ 15.91	\$ 15.24	\$ 16.00	\$ 15.33
25	Ingresos por Eventos Anuales Totales	\$ 98,913.60	\$ 94,792.20	\$ 100,000.00	\$ 95,000.00
	Ingreso por Evento Individual	\$ 3,956.54	\$ 3,791.69	\$ 4,000.00	\$ 3,800.00
	Ingreso por Persona	\$ 26.38	\$ 25.28	\$ 26.67	\$ 25.33
* Para calcular el precio por persona se utilizó el promedio de la industria de 150 asistentes por evento. El precio por persona aumentará si son menos los asistentes y disminuirá si son mas.					
** Se utilizó 50 como el número medio de eventos a partir de la proyección de la cantidad de eventos anuales a realizarse.					
***Se utilizó 25 como el número mínimo de eventos asumiendo que el total de eventos anuales sera la mitad de los eventos proyectados al año de 50. Esto va de acuerdo a los datos obtenidos de la industria de 2 eventos al mes.					
**** Se utilizó 75 como el número máximo de eventos asumiendo que el total de eventos anuales será superior en un 150% de la cantidad de eventos proyectados al año de 50.					

Por otro lado, se proyectaron ingresos provenientes por comisiones a proveedores que son contratados para eventos a través de Vitrum. El detalle de estas proyecciones se encuentra en la Tabla 9. En estos ingresos adicionales se tomaron los valores que cobran varios proveedores de distintos rubros para eventos, donde se les aplicó un 5% de descuento requerido para los clientes cuando se contratan sus servicios mediante el centro de convenciones. También se detalla el 10% sobre el valor cobrado a los clientes que corresponde a la comisión a Vitrum. Los valores totales obtenidos son las ganancias generadas por un solo evento. Se tomaron 3 posibles tamaños de eventos, tomando en cuenta un coffee break para 50 personas como el evento que generará los ingresos mínimos y un evento con servicio completo para 500 personas como el evento máximo.

		Comisiones por 1 evento					
Proyección de Ingresos por Comisiones Proveedores por Eventos Individuales		Ganancias de los Proveedores			10% Valor Efectivo de Comisión		
		Máximas	Promedio	Mínimas	Máximas	Promedio	Mínimas
*Se requiere un descuento del 15% a los proveedores, comisionando 10% y el restante 5%	Catering (incluido menaje, carpas, mesas, meseros, bebidas soft, etc.)	\$ 49,875.00	\$ 25,293.75	\$ 712.50	\$ 4,987.50	\$ 2,529.38	\$ 71.25
	Licorerías y Distribuidoras de Licor	\$ 14,250.00	\$ 7,291.25	\$ 332.50	\$ 1,425.00	\$ 729.13	\$ 33.25
	Decoración y Florerías	\$ 4,750.00	\$ 2,593.50	\$ 437.00	\$ 475.00	\$ 259.35	\$ 43.70
	DJ	\$ 1,140.00	\$ 807.50	\$ 475.00	\$ 114.00	\$ 80.75	\$ 47.50
	Bandas	\$ 1,710.00	\$ 1,140.00	\$ 570.00	\$ 171.00	\$ 114.00	\$ 57.00
	Entretenimiento	\$ 1,900.00	\$ 1,187.50	\$ 475.00	\$ 190.00	\$ 118.75	\$ 47.50
<b>Total</b>					\$ 7,362.50	\$ 3,831.35	\$ 300.20
* Los datos presentados fueron obtenidos a partir de investigación personal que recopiló los valores que cobran los distintos proveedores en un rango de 50 (mínimo) a 500 (máximo) personas, con valores también mínimos y máximos de cobro por persona, por hora o por cantidad de productos.							
** El 10% de Valor Efectivo de Comisión es el ingreso que tendría el centro de convenciones por concepto de comisión a cada uno de los proveedores por la contratación de sus servicios a través de la locación.							
*** Los valores de las ganancias de proveedores contemplan eventos pequeños en los que solo habrá un coffee-break para 50 personas, hasta eventos grandes de servicio completo para 500 personas. Las ganancias mínimas provienen de eventos pequeños, las máximas de eventos grandes y las ganancias promedio se calcularon como eventos de tamaño medio.							
**** Los precios reflejados al cliente ya incluyen el 5% de descuento por la contratación de proveedores a través de Vitrum.							

Tabla 9: Cálculos de los ingresos por comisión a proveedores.

Para conocer cuánto serán los ingresos anuales por concepto de comisiones se determinaron porcentajes de la cantidad de cada tipo de evento que se llevarán a cabo. Estos cálculos se detallan a continuación en la Tabla 10.

Ganancia por comisiones						
# de Eventos Anuales	Tipo de Evento	% de tipo de evento sobre el total de eventos	# de Eventos Anuales por Tipo de Evento	10% Valor Efectivo de Comisión por Evento Individual	Total Comisión Anual por Tipo de Evento	Total Comisión Anual del Total de Eventos Anuales
75	Grande (ganancias máximas para proveedores)	7.00%	5.25	\$ 7,362.50	\$ 38,653.13	\$ 173,338.07
	Medio (ganancias promedio para proveedores)	45.50%	34.125	\$ 3,831.35	\$ 130,744.82	
	Pequeño (ganancias mínimas para proveedores)	17.50%	13.125	\$ 300.20	\$ 3,940.13	
	Contratan proveedores por sus propios medios	30.00%	22.5	\$ -	\$ -	
50	Grande (ganancias máximas para proveedores)	7.00%	3.5	\$ 7,362.50	\$ 25,768.75	\$ 115,558.71
	Medio (ganancias promedio para proveedores)	45.50%	22.75	\$ 3,831.35	\$ 87,163.21	
	Pequeño (ganancias mínimas para proveedores)	17.50%	8.75	\$ 300.20	\$ 2,626.75	
	Contratan proveedores por sus propios medios	30.00%	15	\$ -	\$ -	
25	Grande (ganancias máximas para proveedores)	7.00%	1.75	\$ 7,362.50	\$ 12,884.38	\$ 57,779.36
	Medio (ganancias promedio para proveedores)	45.50%	11.375	\$ 3,831.35	\$ 43,581.61	
	Pequeño (ganancias mínimas para proveedores)	17.50%	4.375	\$ 300.20	\$ 1,313.38	
	Contratan proveedores por sus propios medios	30.00%	7.5	\$ -	\$ -	
* Los porcentajes de cada uno de los tipos de eventos sobre el total de eventos fueron obtenidos a partir de investigación personal en la industria.						
** La cantidad de eventos anuales por tipo de evento fue determinada utilizando el porcentaje de cada tipo de eventos sobre el total anual de eventos, asumiendo que ese total sea 75, 50 o 25.						
*** El valor total de los ingresos al centro de convenciones por concepto de comisiones de los proveedores proviene de multiplicar la cantidad de cada uno de los tipos de eventos que se proyecta anualmente por el valor unitario del ingreso por comisión de cada uno de los tipos de eventos.						
**** Se asume que un 30% del total de los eventos no contrataran a proveedores a partir del centro de convenciones. Del 70% de los eventos que si contrataran a proveedores a través del centro de convenciones, un 10% (7% del total) serán eventos grandes (muchas personas y con rubros elevados por proveedor), el 65% (45.5% del total) serán eventos medios (una cantidad media de asistentes y con rubros medios por proveedor) y el restante 25% (17.5% del total) serán eventos pequeños (pocas personas y con rubros bajos por proveedor).						

Tabla 9: Cálculo de las ganancias por porcentajes de tipos de eventos sobre el total de eventos celebrados durante el año.

#### 4.8. Análisis de la rentabilidad del proyecto

- **Inversión Inicial**

Dentro de la inversión inicial, se analizaron rangos de precios de los distintos rubros. Los detalles de cada elemento, su cantidad, unidad, descripción, costo unitario y costo total se detallan en la Tabla 11.



Inversión Inicial	Cantidad	Unid	Presupuesto	Costo Unit	Costo Final
<b>Terreno</b>					
Alquiler del Terreno (por 1 año de construcción)	8000	m2	costo por m2	\$ 5.40	\$ 43,200.00
Adaptación de Suelo	8000	m2	costo por m2	\$ 3.50	\$ 28,000.00
<b>Construcción</b>					
Infraestructura (incluye cuarto de máquinas, de basura y baños)	929	m2	costo por m2	\$ 550.00	\$ 510,950.00
Parqueadero (200 parqueaderos de 20m2 aprox. c/u)	3913	m2	costo por m2	\$ 25.00	\$ 97,825.00
Parqueadero Proveedores	80	m2; c/u	costo por m2	\$ 25.00	\$ 2,000.00
Piscina (180m2) y Camerinos (50m2)	230	m2	costo por m2	\$ 225.00	\$ 51,750.00
Cobertor de Plástico	50	m2	costo por m2	\$ 225.00	\$ 11,250.00
Bodegas (de insumos de 36m2 y de utilería de 47m2)	66	m2	costo por m2	\$ 175.00	\$ 11,550.00
Oficina y baño del personal	83	m2	costo por m2	\$ 350.00	\$ 29,050.00
Cocina	80	m2	costo por m2	\$ 350.00	\$ 28,000.00
Kiosko / Gruta	18	m2	costo por m2	\$ 175.00	\$ 3,150.00
Cisterna	25	m3	costo por m3	\$ 135.00	\$ 3,375.00
Sistema de Riego y Decoración con Agua	varios	N/A	costo en conjunto en distribuidoras	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Jardinería y arreglos áreas verdes	2601	m2	costo por m2	\$ 10.00	\$ 26,010.00
Plantas para separacion de espacios exteriores	20	unidad	costo por unidad	\$ 13.50	\$ 270.00
Sistema de Alcantarillado y Agua potable	1	N/A	valor total instalación	\$ 17,500.00	\$ 17,500.00
Señalamiento	varios	N/A	costo en conjunto en distribuidoras	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Gastos administrativos y legales	1	Abogado y Procesos Legales de Funcionamiento		\$ 1,350.00	\$ 1,350.00
Marketing y Publicidad	varios	Página web, comunicación inicial el producto, etc.		\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
<b>FF&amp;E</b>					
Micrófono profesional	2	unid	costo unitario	\$ 70.00	\$ 140.00
Parlantes profesionales	2	unid	costo unitario	\$ 475.00	\$ 950.00
Proyector HD	1	unid	costo unitario	\$ 800.00	\$ 800.00
Impresora	1	unid	costo unitario	\$ 250.00	\$ 250.00
Computadora	1	unid	costo unitario	\$ 425.00	\$ 425.00
Línea Telefónica	1	unid	costo unitario	\$ 60.00	\$ 60.00
Ventiladores portátiles	4	unid	costo unitario	\$ 150.00	\$ 600.00
Calefactores portátiles	4	unid	costo unitario	\$ 500.00	\$ 2,000.00
Generadores Eléctricos	2	unid	costo unitario	\$ 5,000.00	\$ 10,000.00
Repetidoras Telefonía Celular	1	unid	costo unitario	\$ 250.00	\$ 250.00
<b>Equipamiento Cocina</b>					
Refrigerador Industrial	1	unid	costo unitario	\$ 600.00	\$ 600.00
Congelador	1	unid	costo unitario	\$ 600.00	\$ 600.00
Microondas	1	unid	costo unitario	\$ 140.00	\$ 140.00
Juego de Hornillas Eléctricas	4	unid	costo unitario	\$ 135.00	\$ 540.00
Campana de Extracción de Olores	1	unid	costo unitario	\$ 900.00	\$ 900.00
Horno / Lámpara Caliente	1	unid	costo unitario	\$ 205.00	\$ 205.00
Mesón Metálicos	1	unid	costo unitario	\$ 700.00	\$ 700.00

<b>Insumos de Limpieza</b>					
Escobas, Trapeadores, Limpiones	varios	unid	costo en conjunto en distribuidoras	\$ 150.00	\$ 150.00
Aspiradora	1	unid	costo unitario en distribuidoras	\$ 400.00	\$ 400.00
Insumos para Limpieza Vidrio	varios	unid	costo en conjunto en distribuidoras	\$ 175.00	\$ 175.00
<b>Soft Costs</b>					
Arquitecto	2%		porcentaje de la construccion (infraestructura, piscina, oficina, cocina, kiosko y sistema de decoracion con agua)	\$ 12,758.00	\$ 12,758.00
Desarrollador	1%		porcentaje de la construccion (infraestructura, parqueadero proveedores, bodega y cocina)	\$ 5,525.00	\$ 5,525.00
<b>Pre-Opening Costs</b>					
Coctel (bocaditos por persona y bebidas soft)	4000	8 x pax	variedad de 8 tipos de bocaditos	\$ 0.50	\$ 2,000.00
Licores (vinos y cocteles)	1000	2 x pax	2 tipos de cocteles y 2 tipos de vinos	\$ 6.00	\$ 6,000.00
Dj	1	5 horas	musica y equipo audiovisual	\$ 500.00	\$ 500.00
Entretenimiento	1	2 horas	banda musical	\$ 500.00	\$ 500.00
Decoración	varios	2 salones	decoracion con tela, luces y lluvia de globos	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
<b>Inauguración</b>	500	pax	valor total del evento (suma de todos los rubros)	\$ 20.40	\$ 10,200.00
<b>Presupuesto Inicial Total</b>					<b>\$ 927,773.00</b>

* Se asume que los costos del Arquitecto son el 2% (información recopilada a partir de investigación personal) de los costos de construcción arquitectónica (parte artística y funcional de la infraestructura): construcción de la infraestructura, piscina, oficina, cocina, kiosko, y sistema de riego y decoración con agua.
** Se asume que los costos del Desarrollador son el 1% (información recopilada a partir de investigación personal) de los costos de construcción en áreas operativas (parte indispensable para el adecuado funcionamiento del centro de convenciones en estándares de hospitalidad): construcción de la infraestructura, cocina, bodega y parqueadero de proveedores).
*** Los costos de construcción ya incluyen los honorarios del ingeniero civil y los costos de la mano de obra. Información obtenida a partir de investigación personal.
**** El evento de inauguración tendrá 500 asistentes. Se asume un costo de \$25 por persona para el coctel, incluyendo 8 bocaditos por persona y bebidas soft ilimitadas. Un costo de \$12 por persona para las bebidas alcohólicas, incluyendo 2 bebidas por persona.

Tabla 10: Inversión Inicial con detalle de rubros.

- **Análisis de Factibilidad**

Para elaborar este análisis se estudiaron dos posibles escenarios, uno pesimista y uno realista. A continuación los flujos de efectivo con los respectivos indicadores financieros de cada uno, en las Tablas 12 y 13.

Escenario Pesimista											
	Año										
Estado de Flujo de Efectivo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Alquiler de Salones		\$ 95,000.00	\$ 99,750.00	\$ 104,737.50	\$ 109,974.38	\$ 115,473.09	\$ 121,246.75	\$ 127,309.09	\$ 133,674.54	\$ 140,358.27	\$ 147,376.18
Ingresos por Comisiones Proveedores		\$ 57,779.36	\$ 60,668.32	\$ 63,701.74	\$ 66,886.83	\$ 70,231.17	\$ 73,742.73	\$ 77,429.86	\$ 81,301.36	\$ 85,366.42	\$ 89,634.75
(-)Costos Variables		\$ (1,140.00)	\$ (1,174.20)	\$ (1,209.43)	\$ (1,245.71)	\$ (1,283.08)	\$ (1,321.57)	\$ (1,361.22)	\$ (1,402.06)	\$ (1,444.12)	\$ (1,487.44)
(-) Costos Fijos		\$ (81,288.00)	\$ (83,726.64)	\$ (86,238.44)	\$ (88,825.59)	\$ (91,490.36)	\$ (94,235.07)	\$ (97,062.12)	\$ (99,973.99)	\$ (102,973.21)	\$ (106,062.40)
(-) Depreciación		\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)	\$ (1,635.00)
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 68,716.36</b>	<b>\$ 73,882.48</b>	<b>\$ 79,356.38</b>	<b>\$ 85,154.90</b>	<b>\$ 91,295.82</b>	<b>\$ 97,797.83</b>	<b>\$ 104,680.61</b>	<b>\$ 111,964.85</b>	<b>\$ 119,672.37</b>	<b>\$ 127,826.08</b>
(-) Reparticion Ut. Empleados (15%)		\$ (10,307.45)	\$ (11,082.37)	\$ (11,903.46)	\$ (12,773.24)	\$ (13,694.37)	\$ (14,669.67)	\$ (15,702.09)	\$ (16,794.73)	\$ (17,950.86)	\$ (19,173.91)
(-) Impuestos (24%)		\$ (16,491.93)	\$ (17,731.80)	\$ (19,045.53)	\$ (20,437.18)	\$ (21,911.00)	\$ (23,471.48)	\$ (25,123.35)	\$ (26,871.56)	\$ (28,721.37)	\$ (30,678.26)
(+) Depreciación		\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00	\$ 1,635.00
<b>Flujo de Efectivo Operativo</b>		<b>\$ 43,551.98</b>	<b>\$ 46,703.32</b>	<b>\$ 50,042.39</b>	<b>\$ 53,579.49</b>	<b>\$ 57,325.45</b>	<b>\$ 61,291.68</b>	<b>\$ 65,490.17</b>	<b>\$ 69,933.56</b>	<b>\$ 74,635.14</b>	<b>\$ 79,608.91</b>
(+/-) Inversiones	\$ (790,458.00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+/-) Capital de Trabajo	\$ (6,774.00)	\$ (203.22)	\$ (209.32)	\$ (215.60)	\$ (222.06)	\$ (228.73)	\$ (235.59)	\$ (242.66)	\$ (249.93)	\$ (257.43)	\$ 8,838.53
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ (797,232.00)</b>	<b>\$ 43,348.76</b>	<b>\$ 46,494.00</b>	<b>\$ 49,826.79</b>	<b>\$ 53,357.43</b>	<b>\$ 57,096.73</b>	<b>\$ 61,056.09</b>	<b>\$ 65,247.51</b>	<b>\$ 69,683.63</b>	<b>\$ 74,377.71</b>	<b>\$ 88,447.44</b>
Costos Fijos Mensuales		\$ 6,774.00	\$ 6,977.22	\$ 7,186.54	\$ 7,402.13	\$ 7,624.20	\$ 7,852.92	\$ 8,088.51	\$ 8,331.17	\$ 8,581.10	\$ 8,838.53
Capital de Trabajo nominal	\$ (6,774.00)	\$ (203.22)	\$ (209.32)	\$ (215.60)	\$ (222.06)	\$ (228.73)	\$ (235.59)	\$ (242.66)	\$ (249.93)	\$ (257.43)	\$ 8,838.53
Flujos Anuales Acumulados	\$ (797,232.00)	\$ (753,883.24)	\$ (707,389.24)	\$ (657,562.45)	\$ (604,205.03)	\$ (547,108.30)	\$ (486,052.21)	\$ (420,804.70)	\$ (351,121.07)	\$ (276,743.36)	\$ (188,295.91)
Valor Presente Utilidades		\$ 39,971.19	\$ 39,531.00	\$ 39,063.78	\$ 38,572.40	\$ 38,059.53	\$ 37,527.67	\$ 36,979.16	\$ 36,416.17	\$ 35,840.73	\$ 39,299.74
Valor Presente Utilidades Acumulado	\$ (797,232.00)	\$ (757,260.81)	\$ (717,729.81)	\$ (678,666.03)	\$ (640,093.63)	\$ (602,034.10)	\$ (564,506.43)	\$ (527,527.26)	\$ (491,111.09)	\$ (455,270.37)	\$ (415,970.62)
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 68,716.36	\$ 73,882.48	\$ 79,356.38	\$ 85,154.90	\$ 91,295.82	\$ 97,797.83	\$ 104,680.61	\$ 111,964.85	\$ 119,672.37	\$ 127,826.08
(-) Impuestos		\$ (16,491.93)	\$ (17,731.80)	\$ (19,045.53)	\$ (20,437.18)	\$ (21,911.00)	\$ (23,471.48)	\$ (25,123.35)	\$ (26,871.56)	\$ (28,721.37)	\$ (30,678.26)
Utilidad Contable		\$ 52,224.43	\$ 56,150.69	\$ 60,310.85	\$ 64,717.72	\$ 69,384.82	\$ 74,326.35	\$ 79,557.26	\$ 85,093.29	\$ 90,951.00	\$ 97,147.82
Inversión Contable	\$ 16,350.00	\$ 14,715.00	\$ 13,080.00	\$ 11,445.00	\$ 9,810.00	\$ 8,175.00	\$ 6,540.00	\$ 4,905.00	\$ 3,270.00	\$ 1,635.00	\$ -
<b>Tasa de Rendimiento Bancaria =</b>	8.45%										
<b>VAN =</b>	<b>(\$ 383,559.82)</b>										
<b>TIR =</b>	-4%										
		<b>PAYBACK =</b> no se recupera en 10 años									
		<b>PAYBACK DESCONTADO =</b> no se recupera en 10 años									
* Se asume un crecimiento anual del 5% para las proyecciones de los ingresos, un crecimiento anual del 3% para los costos											
** Para el escenario pesimista se tomo la ganancia minima generada por alquiler de salones, que asume un 15% de utilidad sobre los costos y que habra 25 eventos en todo el anio.											
*** Para el escenario pesimista se tomo la ganancia minima generada por comisiones de proveedores, que asume que habra 25 eventos en todo el anio.											
**** Se asume que el Capital de Trabajo sera el el triple de los costos fijos mensuales de la operacion.											

Tabla 11: Escenario Pesimista

Escenario Realista											
Estado de Flujo de Efectivo	Año										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Alquiler de Salones		\$ 117,500.00	\$ 141,000.00	\$ 169,200.00	\$ 203,040.00	\$ 243,648.00	\$ 292,377.60	\$ 350,853.12	\$ 421,023.74	\$ 505,228.49	\$ 606,274.19
Ingresos por Comisiones Proveedores		\$ 115,558.71	\$ 138,670.46	\$ 166,404.55	\$ 199,685.46	\$ 239,622.55	\$ 287,547.06	\$ 345,056.47	\$ 414,067.76	\$ 496,881.31	\$ 596,257.57
(-)Costos Variables		\$ (1,530.00)	\$ (1,591.20)	\$ (1,654.85)	\$ (1,721.04)	\$ (1,789.88)	\$ (1,861.48)	\$ (1,935.94)	\$ (2,013.38)	\$ (2,093.91)	\$ (2,177.67)
(-) Costos Fijos		\$ (78,989.40)	\$ (82,148.98)	\$ (85,434.94)	\$ (88,852.33)	\$ (92,406.43)	\$ (96,102.68)	\$ (99,946.79)	\$ (103,944.66)	\$ (108,102.45)	\$ (112,426.55)
(-) Depreciación		\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)	\$ (1,988.50)
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 150,550.81</b>	<b>\$ 193,941.78</b>	<b>\$ 246,526.26</b>	<b>\$ 310,163.58</b>	<b>\$ 387,085.74</b>	<b>\$ 479,971.99</b>	<b>\$ 592,038.36</b>	<b>\$ 727,144.97</b>	<b>\$ 889,924.95</b>	<b>\$ 1,085,939.05</b>
(-) Reparticion Ut. Empleados (15%)		\$ (22,582.62)	\$ (29,091.27)	\$ (36,978.94)	\$ (46,524.54)	\$ (58,062.86)	\$ (71,995.80)	\$ (88,805.75)	\$ (109,071.74)	\$ (133,488.74)	\$ (162,890.86)
(-) Impuestos (34%)		\$ (51,187.28)	\$ (65,940.20)	\$ (83,818.93)	\$ (105,455.62)	\$ (131,609.15)	\$ (163,190.48)	\$ (201,293.04)	\$ (247,229.29)	\$ (302,574.48)	\$ (369,219.28)
(+) Depreciación		\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50	\$ 1,988.50
<b>Flujo de Efectivo Operativo</b>		<b>\$ 78,769.41</b>	<b>\$ 100,898.81</b>	<b>\$ 127,716.89</b>	<b>\$ 160,171.93</b>	<b>\$ 199,402.23</b>	<b>\$ 246,774.22</b>	<b>\$ 303,928.06</b>	<b>\$ 372,832.43</b>	<b>\$ 455,850.22</b>	<b>\$ 555,817.42</b>
(+/-) Inversiones	\$ (928,718.00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+/-) Capital de Trabajo	\$ (19,747.35)	\$ (789.89)	\$ (821.49)	\$ (854.35)	\$ (888.52)	\$ (924.06)	\$ (961.03)	\$ (999.47)	\$ (1,039.45)	\$ (1,081.02)	\$ 28,106.64
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ (948,465.35)</b>	<b>\$ 77,979.52</b>	<b>\$ 100,077.32</b>	<b>\$ 126,862.54</b>	<b>\$ 159,283.40</b>	<b>\$ 198,478.16</b>	<b>\$ 245,813.19</b>	<b>\$ 302,928.59</b>	<b>\$ 371,792.99</b>	<b>\$ 454,769.20</b>	<b>\$ 583,924.05</b>
Costos Fijos Mensuales		\$ (6,582.45)	\$ (6,845.75)	\$ (7,119.58)	\$ (7,404.36)	\$ (7,700.54)	\$ (8,008.56)	\$ (8,328.90)	\$ (8,662.06)	\$ (9,008.54)	\$ (9,368.88)
Capital de Trabajo nominal		\$ (19,747.35)	\$ (20,537.24)	\$ (21,358.73)	\$ (22,213.08)	\$ (23,101.61)	\$ (24,025.67)	\$ (24,986.70)	\$ (25,986.17)	\$ (27,025.61)	\$ (28,106.64)
Flujos Anuales Acumulados	\$ (948,465.35)	\$ (870,485.83)	\$ (770,408.51)	\$ (643,545.97)	\$ (484,262.56)	\$ (285,784.40)	\$ (39,971.21)	\$ 262,957.38	\$ 634,750.37	\$ 1,089,519.57	\$ 1,673,443.62
Valor Presente Utilidades		\$ 71,903.66	\$ 85,089.61	\$ 99,459.15	\$ 115,146.91	\$ 132,301.55	\$ 151,087.26	\$ 171,685.40	\$ 194,296.39	\$ 219,141.70	\$ 259,454.26
Valor Presente Utilidades Acumulado	\$ (948,465.35)	\$ (876,561.69)	\$ (791,472.08)	\$ (692,012.93)	\$ (576,866.01)	\$ (444,564.46)	\$ (293,477.20)	\$ (121,791.79)	\$ 72,504.60	\$ 291,646.31	\$ 551,100.56
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 150,550.81	\$ 193,941.78	\$ 246,526.26	\$ 310,163.58	\$ 387,085.74	\$ 479,971.99	\$ 592,038.36	\$ 727,144.97	\$ 889,924.95	\$ 1,085,939.05
(-) Impuestos		\$ (51,187.28)	\$ (65,940.20)	\$ (83,818.93)	\$ (105,455.62)	\$ (131,609.15)	\$ (163,190.48)	\$ (201,293.04)	\$ (247,229.29)	\$ (302,574.48)	\$ (369,219.28)
Utilidad Contable		\$ 99,363.54	\$ 128,001.57	\$ 162,707.33	\$ 204,707.96	\$ 255,476.59	\$ 316,781.52	\$ 390,745.32	\$ 479,915.68	\$ 587,350.46	\$ 716,719.77
Inversión Contable	\$ 19,885.00	\$ 17,896.50	\$ 15,908.00	\$ 13,919.50	\$ 11,931.00	\$ 9,942.50	\$ 7,954.00	\$ 5,965.50	\$ 3,977.00	\$ 1,988.50	\$ -
<b>Tasa de Rendimiento Bancaria =</b>	8.45%										
<b>PAYBACK =</b>	7 años										
<b>VAN =</b>	\$ 570,847.91										
<b>PAYBACK DESCONTADO =</b>	8 años										
<b>TIR =</b>	17%										
* Se asume un crecimiento anual del 15% para las proyecciones de los ingresos y un crecimiento anual del 4% para los costos.											
** Para el escenario realista se obtuvo el ingreso por alquiler de salones haciendo un promedio entre los ingresos que se generaran con un 20% y un 15% de utilidad al realizar 50 eventos anuales, tomando en cuenta que parte de los acuerdos con empresas implica descuentos especiales por volumen de eventos realizados. Es el yield management aplicado a salones de eventos.											
*** Para el escenario realista se tomo la ganancia promedio generada por comisiones de proveedores, que asume que habra 50 eventos en todo el anio.											
**** Se asume que el Capital de Trabajo sera el el triple de los costos fijos mensuales de la operacion.											

Tabla 12: Escenario Realista

### ○ Estado de Resultados Escenario Realista

Se elaboró el estado de resultados de este escenario ya que es el que se tomó en cuenta para los análisis financieros. La Tabla 14 detalla los cálculos realizados.

<b>Estado de Resultados Realista</b>	
Ingresos por Alquiler de Salones	\$ 117,500.00
Ingresos por Comisiones Proveedores	\$ 115,558.71
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$ 233,058.71</b>
(-)Costos Variables	\$ (1,530.00)
(-) Costos Fijos	\$ (97,884.00)
(-) Depreciación	\$ (1,988.50)
<b>Total costos</b>	<b>\$ (101,402.50)</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 131,656.21</b>
(-) Repartición Ut. Empleados (15%)	\$ (19,748.43)
(-) Impuestos (24%)	\$ (31,597.49)
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 80,310.29</b>

Table 14: Estado de Resultados de Ingresos y Gastos del Escenario Realista

## 5. DISEÑO Y ARQUITECTURA

La propiedad tendrá un diseño vanguardista, moderno y elegante con áreas destinadas para eventos sociales y corporativos con capacidad para 500 personas. Estas áreas pueden ser divididas de manera que se adapten a eventos con menor número de asistentes y según las necesidades de cada cliente. Tiene una estructura de vidrio que permite la apreciación el entorno y las áreas verdes que lo rodean. Esta estructura de vidrio consiste en una serie de mamparas que permiten “mover las paredes” de la construcción de vidrio para que el salón varíe su diseño según los deseos y requerimientos para cada certamen. Esto permitirá que el diseño sea un factor más flexible y que se adapte a lo que cada cliente quiere para su evento. Se podrá cambiar la configuración del salón tanto como se desee para tener una infraestructura específica y especializada para cada ocasión celebrada.

- **Áreas generadoras de ingresos:**

- Construcción de concreto y construcción de vidrio: espacio para eventos
- Piscina
- Kiosko
- Cancha
- Áreas verdes

- **Áreas no generadoras de ingresos:**

- Parquedero clientes y proveedores
- Bodega
- Oficina
- Cocina
- Cuarto Eléctrico
- Cuarto de Basura

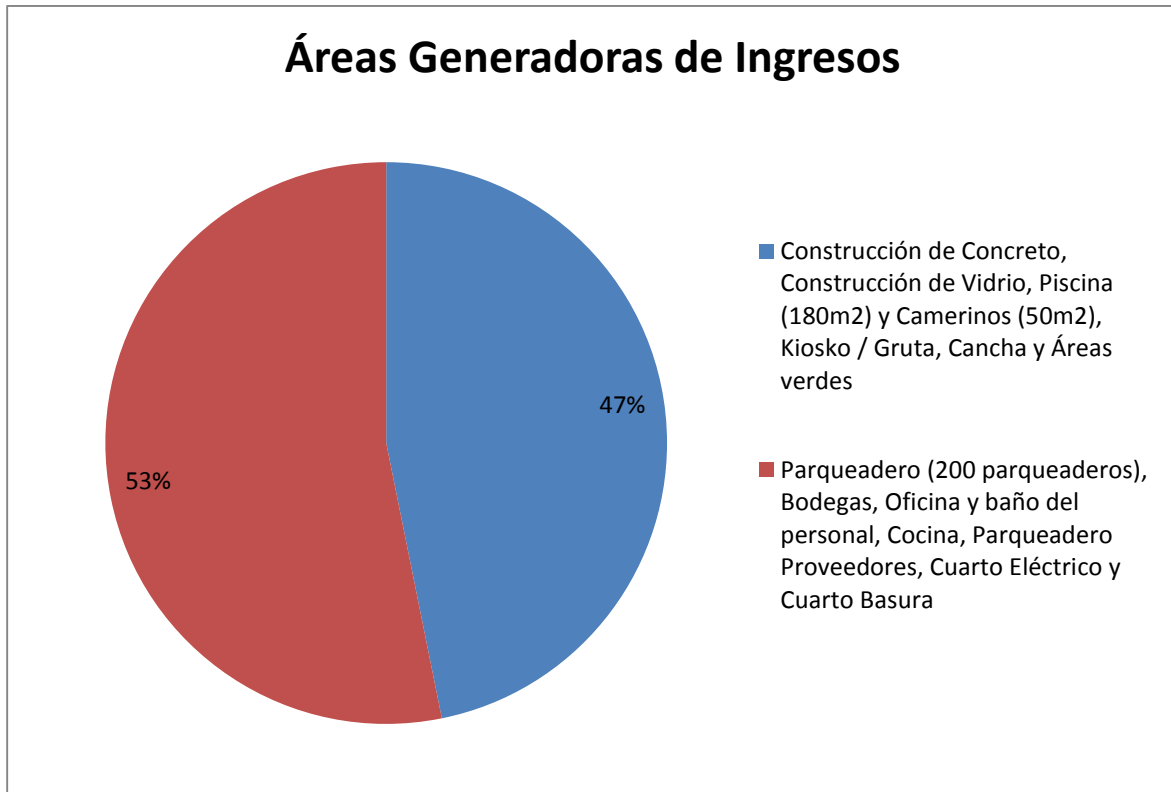


Figura 1: Porcentajes de Áreas generadoras de Ingresos y Áreas no generadoras de Ingresos

#### Criterios para la asignación de espacios:

- Área de salones para eventos: 897 m<sup>2</sup>  
Evento para 500 personas sentadas en mesa redonda  
Espacio por persona: 1.45m<sup>2</sup>  
Espacio para pista de baile: 1, m<sup>2</sup> por 1/3 del número de invitados.
- Piscina: 180 m<sup>2</sup>  
Cumple la función de recreación en caso de eventos corporativos y de pista de baile en caso de utilizarlo con el cobertor de acrílico. Cuenta también con camerinos equipados con baños y todas las facilidades. El área de esta zona es de 50 m<sup>2</sup>.
- Parqueaderos: 200 plazas; 3913 m<sup>2</sup>  
Espacio por parqueadero: 19,57m<sup>2</sup>  
En caso de un evento de 500 personas el promedio de personas por auto es de 2,7.
- Bodegas de Insumos 36 m<sup>2</sup> y de Utilería 47 m<sup>2</sup>  
Mínimo metraje requerido para salones de las dimensiones planificadas según estándares arquitectónicos. Da espacio adicional por equipamiento adicional que requiera guardarse en eventos específicos o en caso de una ampliación futura.

- Oficina y baño del personal: 66 m<sup>2</sup>  
Mínimo metraje requerido para salones de las dimensiones planificadas según estándares arquitectónicos.
- Cocina: 80 m<sup>2</sup>  
Mínimo metraje requerido para salones de las dimensiones planificadas según estándares arquitectónicos.
- Kiosko/Gruta: 18 m<sup>2</sup>  
Mínimo metraje requerido para realización de ceremonias dando un adecuado campo de visión, según estándares arquitectónicos.
- Cisterna: 25 m<sup>3</sup>  
Mínimo volumen requerido de agua para suplir la necesidad de la misma para 550 personas (asistentes a eventos y personal de servicio) durante un día en caso de que por algún motivo se corte el agua, según estándares de construcción civil.
- Cancha: 784.8 m<sup>2</sup>  
Metraje mínimo requerido para una cancha de fútbol recreacional, según estándares arquitectónicos.
- Parqueadero Proveedores: 80 m<sup>2</sup>  
Mínimo metraje requerido para proveedores de servicios para eventos de hasta 500 personas según estándares arquitectónicos.
- Cuarto Eléctrico: 30 m<sup>2</sup>  
Mínimo metraje requerido para salones de dimensiones planificadas según estándares arquitectónicos.
- Cuarto de Basura: 2 m<sup>2</sup>  
Mínimo metraje requerido para salones de dimensiones planificadas según estándares arquitectónicos.
- Áreas verdes: 1866.2 m<sup>2</sup>  
Metraje requerido para completar los 8000 m<sup>2</sup> que se planea tener como área total.



## 5.1.PROGRAMA DE ESPACIO

<b>Construcción</b>		
<b>Salones (Construcciones de Concreto y Vidrio juntas)</b>	897	m2
<b>Construcción de Concreto</b>	428	m2
<b>Construcción de Vidrio</b>	469	m2
<b>Parqueadero (200 parqueaderos)</b>	3913	m2
<b>Piscina(180 m2) y Camerinos (50 m2)</b>	230	m2
<b>Cobertor de Acrílico para la Piscina</b>	50	m2
<b>Bodegas de Utileria (47 m2) y de Insumos (36 m2)</b>	83	m2
<b>Oficina y baño del personal</b>	66	m2
<b>Cocina</b>	80	m2
<b>Kiosko / Gruta</b>	18	m2
<b>Cisterna (subterránea)</b>	25	m3
<b>Cancha</b>	784,8	m2
<b>Parqueadero Proveedores</b>	80	m2
<b>Cuarto Eléctrico</b>	30	m2
<b>Cuarto Basura</b>	2	m2
<b>Áreas verdes</b>	1816,2	m2
<b>Área Total</b>	8000	m2

*Tabla 15: Asignación de Espacios en el terreno de construcción.*

No se tomaron en cuenta las áreas de Cisterna, por ser subterránea (se la contaría 2 veces ya que en la superficie es parte de las áreas verdes, además de que su unidad de medida son 3); el Cobertor Acrílico de la piscina, ya que se lo pone sobre la piscina; ni el área total de los salones ya que se sumaron los valores individuales de los salones.

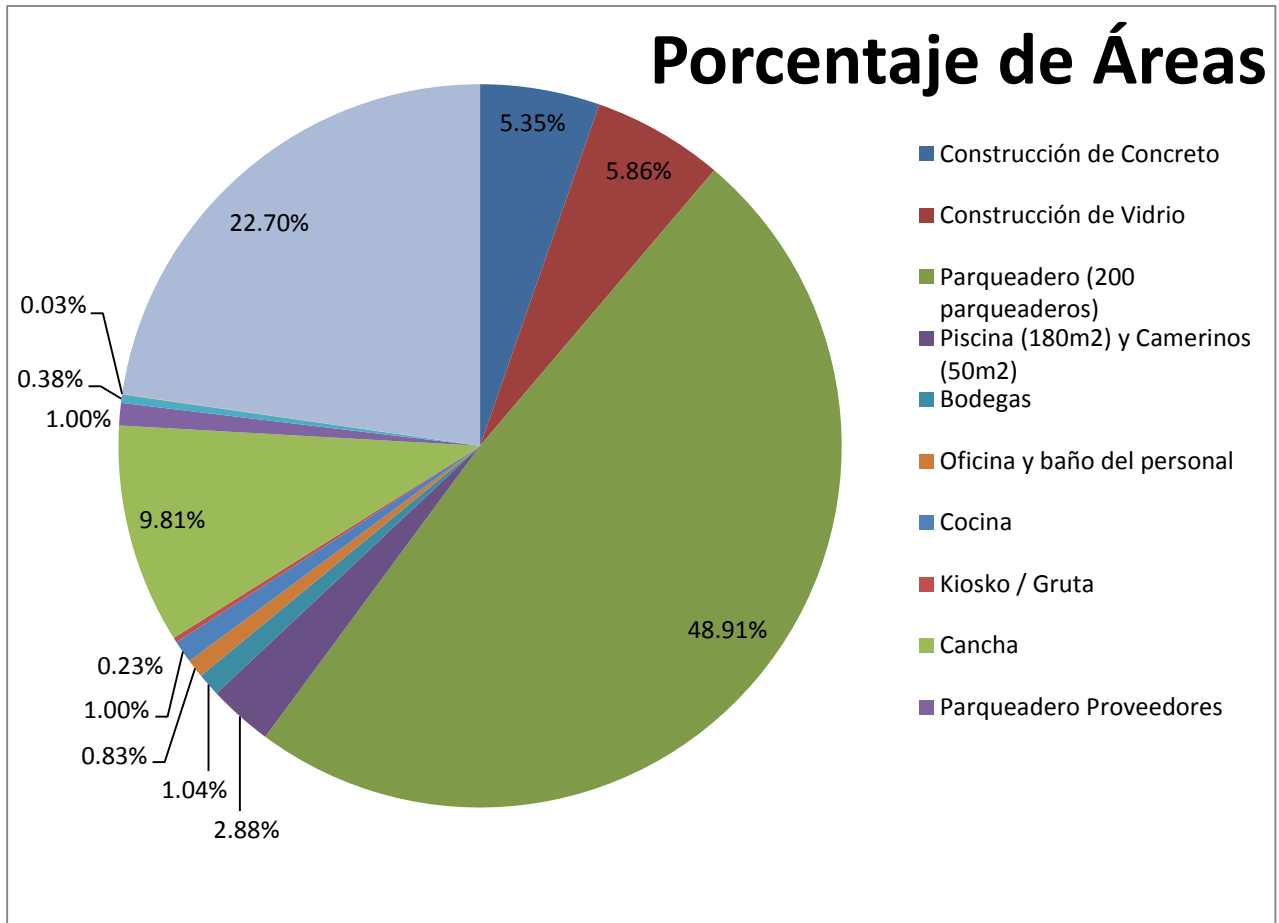


Figura 2: Porcentaje de todas las Áreas

## 5.2. DIAGRAMAS DE RELACIÓN ESPACIAL

Ver anexos adjuntos en PDF con los planos de la locación.

## 5.3. PUBLIC SPACE DESIGN

Ver anexos adjuntos en PDF de fachadas.

## 5.4. BACK OF THE HOUSE

Las áreas y corredores del Back of the House están hechos para que el tráfico de gente fluya desde los parqueaderos, pasando por las oficinas, cocina, bodega y baños, hasta la entrada de los salones como tal. Hay varias puertas de acceso tanto para la construcción de concreto como para la de vidrio. Esto facilita el ingreso y salida del personal de servicio para evitar cuellos de botella. El diseño de la locación permite un tránsito circular de las personas que proveen los servicios durante los eventos.

La vigilancia y seguridad prevista para la locación se mantendrá desde la oficina. El servicio de guardianía contratado consta de un guardia las 24 horas del día. Este individuo deberá realizar rondas alrededor de la propiedad en horarios determinados, pero su ubicación permanente estará dentro del edificio, en la oficina. De esta manera estará cerca de la bodega y cocina para mantener constante monitoreo de esas dos áreas, que son las que tienen los equipos del centro de convenciones. La bodega se mantendrá cerrada en todo momento y sólo se abrirá para limpiezas rutinarias y para tomar equipo específico para los montajes de eventos.

El mantenimiento de los equipos que tendrá el centro de convenciones será realizado por los profesionales competentes a cada uno de los insumos. Estos serán programados según se requiera y se llevarán a cabo en las mismas instalaciones del centro de convenciones, a menos que el tamaño y características de los equipos permitan llevarlos a dar mantenimiento en otro lugar. Por otro lado, habrá un cuarto eléctrico de 30 m<sup>2</sup> para las instalaciones eléctricas pertinentes para el centro de convenciones.

La iluminación de los salones y del Back of the House está incluida en los costos y planificación de la construcción. Adicionalmente habrá luces led ubicadas al lado de los árboles en las áreas verdes (para iluminar los árboles con distintos colores según la decoración de cada evento) y en la piscina (permitirá tener decoración adicional con el agua de la piscina, lo que creará una pista de baile de agua de colores en caso de que se requiera para los eventos). El diseño del salón de vidrio permite que durante el día el sol ilumine el interior y en las noches las estrellas formen parte de la iluminación y decoración para los eventos.

Por la ubicación del terreno, no se necesitan hacer adaptaciones para evitar el ruido (incluso con el aeropuerto cerca, no se escucha el sonido de los aviones). Ya que no está sobre una vía principal tampoco se perciben ruidos de autos o tráfico. Además se contará con parlantes profesionales para mejorar la acústica de los eventos. Si se requieren más parlantes de los que el centro de convenciones tendrá, se los subcontratará mediante un DJ.

#### **5.4.1. DESCRIPCIÓN DE LA COCINA**

El centro de convenciones tendrá una cocina de 80m<sup>2</sup>. Esta no será una cocina completa (como la de un restaurante) ya que la locación no proveerá del servicio de catering en sí, pero contará con instalaciones adecuadas y suficientes para que las empresas de catering contratadas para los eventos realicen su operación apropiadamente. La cocina tendrá una campana de extracción de olores, un refrigerador y un congelador industrial, 4 juegos de hornillas eléctricas, un horno-lámpara caliente, un mesón metálico grande, un microondas y un área de despensa para que los catering puedan ubicar la comida y materia prima. Además contará con el sistema de agua potable y grifería correspondientes.

#### **5.4.2. ÁREA DE BODEGAS**

El centro de convenciones contará con dos bodegas, una utilitaria de 47 m<sup>2</sup> y una de insumos de 36 m<sup>2</sup>. La primera servirá para almacenar la materia prima y equipos del catering. La segunda permitirá almacenar los equipos para eventos como los micrófonos profesionales, parlantes, proyector HD, calefactores y ventiladores portátiles, generadores eléctricos, insumos de limpieza (escobas, trapeadores, limpiones, aspiradora industrial, insumos para la limpieza del vidrio, etc.), entre otros. Se planificaron bodegas que tendrán espacio de sobra para almacenar instrumentos adicionales en caso de que existan eventos lo que requieran (por si se necesita guardar equipamiento específico para esos certámenes) o incluso para contar con espacio de almacenamiento suficiente si en el futuro se desarrolla una ampliación del centro de convenciones.

#### **5.4.3. OFICINAS**

La oficina del Centro de Convenciones medirá 66 m<sup>2</sup>, incluyendo los baños. Esta área servirá como oficina para el administrador y el promotor de ventas. Adicionalmente, servirá como recepción para aquellos clientes que vayan de visita para conocer el lugar antes de escoger la locación de sus eventos. En esta área se encuentran los baños para el personal.

#### **5.4.4. RECIBIDOR Y BASURA**

El área de ingreso a proveedores del centro de convenciones cuenta con parqueaderos propios para los mismos, además de una entrada específica en uno de los laterales de la construcción. Esta entrada tiene acceso directo a la cocina, oficina y bodegas. De esta manera los proveedores pueden llegar a la locación, descargar sus equipos, acceder a sus áreas específicas e iniciar su ubicación ya sea en el Front o Back of the House del centro de convenciones, según el evento lo requiera.

Se tendrá también un cuarto de basura de 2 m<sup>2</sup> para almacenarla durante los eventos y posteriormente sacarla al basurero designado para el terreno (para la recolección municipal con los camiones de basura).

#### **5.4.5. ÁREA DE EMPLEADOS**

El área de empleados es la oficina en sí, ya que ahí se ubican los baños para el personal y allí estarán los gabinetes donde podrán guardar sus pertenencias. La oficina es un cuarto es parte del Back of the House durante los eventos, por lo que podrán consumir sus almuerzos ahí mientras haya certámenes. En caso de no haber eventos durante el día, deberán consumir sus alimentos en la cocina debido a la posible llegada de potenciales

clientes a la oficina con el objetivo de conocer la locación. Los empleados del centro de convenciones pueden utilizar el microondas de la cocina para calentar sus alimentos.

#### 5.4.6. MANTENIMIENTO

En el centro de convenciones habrá un cuarto eléctrico de 30 m<sup>2</sup> para tener instalaciones aptas para proveer de energía a toda la locación. En la bodega se ubicarán los generadores eléctricos de emergencia (en caso de que no haya electricidad), los ventiladores, calefactores y equipos multimedia para los eventos. Los arreglos a estos equipos portátiles se realizarán en la misma bodega por los técnicos pertinentes a cada uno de estos instrumentos.

### 6. RECURSOS HUMANOS

Tomando estos datos en cuenta se determinaron las características de la fuerza laboral requeridas para los distintos roles que el centro de convenciones necesitará en su personal:

Puesto	#	Nivel de Educación Mínimo	Edad	Género	Experiencia Previa	Requerimientos Adicionales
<b>Administrador y Encargado de Ventas</b>	2	Superior	25 - 30 años	Indiferente	Preferible	Familiarizado con tendencias actuales, conocimientos sobre requerimientos de segmentos de mercado diversos, bilingüe, muy organizado y carismático.
<b>Personal de Limpieza</b>	2	Primario	20 - 50 años	Indiferente	Preferible	Amable, que sepa leer y escribir.
<b>Seguridad (será contratado a través de la empresa de seguridad)</b>	5	Secundario	20 - 35 años	Masculino	Preferible	Amable, serio, prudente, cauto, alerta, que sepa leer y escribir.

Tabla 16: Detalles y características del personal requerido

## **Cultura Organizacional:**

- **Misión de la empresa:**

Dar al cliente el espacio y comodidades exclusivas, innovadoras y lujosas, permitiéndole modificar las instalaciones de manera que se ajusten a sus preferencias y necesidades mientras se crea el lugar donde se forjan las experiencias más memorables, a través de un servicio integral encargado de escuchar y asesorar adecuadamente al cliente.

- **Visión de la empresa:**

Llegar a ser en el año 2018 el centro de convenciones y eventos referencial en la industria que marca modas y tendencias de la talla de eventos internacionales con el compromiso de ajustarse a las necesidades del cliente, con flexibilidad y con los estándares más altos de profesionalismo.

- **Valores:** Honestidad, Puntualidad, Compromiso y Profesionalismo.

## **7. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING**

### **7.1. Segmentos de Mercado**

- Empresas con ingresos medios a altos en la ciudad de Quito que realicen eventos con sus empleados, como capacitaciones, convenciones, premiaciones, integraciones, etc.
- Personas con ingresos medios a altos en la ciudad de Quito que planeen eventos sociales como matrimonios, cumpleaños, fiestas de 15 años, bautizos, reuniones familiares, fiestas de graduación, etc.
- Instituciones públicas y privadas con ingresos medios a altos en la ciudad de Quito que elaboren eventos como convenciones, seminarios, capacitaciones, etc.

### **7.2. Medios y Estrategias generales**

#### **a. Alianzas**

Marketing B2B: Administradores durante horas de trabajo se dedicarán a hacer visitas a diferentes empresas ofreciéndoles beneficios y descuentos si toman en cuenta a Vitrum para realizar sus eventos. Se ofrecerán descuentos según el volumen de eventos contratados. En estas visitas, se harán presentaciones detallando las características y servicios que ofrece el Centro de Convenciones y Eventos.

Se realizarán visitas también a los proveedores de servicio de catering para realizar alianzas donde se establece comisiones y descuentos.

Es de mucha importancia para Vitrum realizar alianzas y afiliarse al Buró de Convenciones de Quito para acceder a sus beneficios y ser promocionados como parte del destino MICE que están tratando de atraer.

Se debe realizar alianzas con hoteles de la zona o que estén en fase de construcción que no tienen salones o centros de convenciones para llevar a cabo sus eventos.

#### **b. Redes sociales**

- Facebook: El objetivo es atraer clientes mediante la publicación de datos curiosos, artículos, imágenes y videos sobre la industria de los eventos. También se creará dinamismo entre la empresa y el cliente por medio del manejo de críticas y sugerencias.
- Youtube e Instagram: Servirá para dar una visión más tangible de los eventos desarrollados en el Centro de Convenciones y Eventos Vitrum. Permite demostrar la diferenciación que dan las características físicas del lugar para acoplar la decoración y hacerla única para cada evento.

En todas las redes sociales estará la dirección de la página web de Vitrum.

#### **c. Boca a boca**

Se procurará trabajar con proveedores que tengan mucha experiencia, profesionalismo y seriedad en la industria para asegurar consecución de los deseos del cliente. Además se garantizará un servicio de excelencia personalizado no solo para los proveedores de catering, sino también para los clientes. Se tiene que asegurar el cumplimiento de contratos para mantener relaciones positivas con los stakeholders.

#### **d. Relaciones Públicas**

Se debe comunicar por medio de redes sociales y presentaciones a empresas que Vitrum tiene campañas de responsabilidad social enfocadas a devolver al medio ambiente lo que toma de él. Es decir, el agua utilizada para la decoración es reutilizada por medio de sistemas de ingeniería y las luces usadas para la decoración son LED las cuales utilizan menos energía.

### 7.3. Presupuesto de Marketing

El presupuesto inicial para marketing y publicidad es de \$1300, formando parte de la inversión inicial planificada. En los costos fijos mensuales de la operación de Vitrum se presupuestaron \$250 para marketing y publicidad, por lo que se contará con ese monto cada mes para los esfuerzos de comunicación de los servicios del centro de convenciones.

<b>Presupuesto de Marketing</b>	
Página Web	\$ 1,000.00
Publicidad de Lanzamiento (fotos, video empresarial y presentación de promoción de Vitrum)	\$ 300.00
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$ 1,300.00</b>
Redes Sociales y mantenimiento de Página Web	\$ 150.00
Videos/Fotos publicitarias	\$ 100.00
<b>Presupuesto Mensual</b>	<b>\$ 250.00</b>

Tabla 17: Presupuesto para Marketing

## 8. CONCLUSIONES

- Vitrum es un proyecto rentable ya que tiene un Valor Actual Neto de \$ 571.792,91; una Tasa Interna de Retorno del 17% (superior a la tasa de interés bancaria del 8,45%); y se recupera la inversión en 8 años.
- Los objetivos de los esfuerzos de marketing hacen que sea posible la consecución del escenario realista propuesto de 50 eventos anuales.
- El enfoque en el segmento de mercado empresarial será un elemento diferenciador para Vitrum y compensará la falta de eventos que se realizan entre semana.
- La ventaja competitiva de Vitrum es la adaptabilidad de sus características arquitectónicas para adecuarse a las necesidades y gustos de cada cliente.



## 9. ANEXOS

### Anexo 1: Job Description

#### **Job Description Administrador y Encargado de ventas**

##### **1. Nombre del Cargo:**

Administrador y encargado de ventas

##### **2. Horario de Trabajo:**

Existen dos turnos rotativos diferentes para el cargo que será desarrollado por dos personas.

Turno 1: Trabaja los días lunes, miércoles y viernes 8 horas diarias, completando 24 horas semanales.

Turno 2: Trabaja los días martes, jueves y sábado, completando 24 horas semanales.

El resto de horas se completarán en los días que haya evento. Dependiendo del evento, se requerirá que se trabaje desde las 8 de la mañana hasta dos horas después de finalizado el evento. Las horas trabajadas cada semana pueden variar dependiendo del evento a realizarse pero el objetivo es que se cumplan y que no se sobrepasen las 40 horas a la semana.

##### **3. Salario:**

De acuerdo al contrato de trabajo. Se pagará \$700 dólares más horas extra al mes.

##### **4. Reporta a quién:**

No tiene jefe directo, pero debe reportar los avances en la planificación de eventos pendientes y pasados al otro Administrador y Encargado de Ventas. Además debe reportar los avances a los clientes con quienes se desarrolle los eventos.

##### **5. Número de personas a su cargo:**

Todos los empleados y miembros del staff de los proveedores (meseros, bartenders, chefs, cocineros, dj, maestro de ceremonias, banda, fotógrafo, camarógrafo, decoradores, guardias, encargado del ropero, encargados del entretenimiento, encargados de valet parking, etc; todas las personas contratadas para trabajar en cualquier aspecto del evento).

##### **6. Cualidades:**

Puntualidad, responsabilidad, honestidad, rapidez, seriedad, iniciativa, facilidad para la resolución de conflictos e imprevistos, organización, claridad en el manejo de papeleo, excelente comunicación con clientes y proveedores, liderazgo, amabilidad, conocimientos sobre temas variados, mantiene la calma en momentos de estrés, coordinación, excelentes relaciones interpersonales, manejo a la perfección del protocolo y etiqueta, recursivo, carisma, buen vendedor, buen negociador, buen mediador, creatividad, cortesía, dinámico, coordinación, percepción sensorial, excelente presentación personal, etc.

##### **7. Experiencia:**

Experiencia relacionada con la organización de eventos sociales, empresariales, masivos, etc. (hoteles, caterings, productoras de conciertos, etc.). Familiarizado con tendencias actuales, conocimientos sobre requerimientos de segmentos de mercado diversos, bilingüe.

### **8. Educación:**

Título universitario relacionado con las actividades del cargo, como Hospitalidad, Relaciones Públicas, entre otras.

### **9. Responsabilidades:**

- Realizar visitas durante horas de trabajo a empresas, hoteles, aerolíneas, instituciones públicas, etc., con el objetivo de crear y fomentar relaciones B2B. En estas visitas se realizarán presentaciones para dar a conocer las características y servicios del centro de convenciones y eventos Vitrum.
- Manejo de las redes sociales y página web del centro de convenciones.
- Excelente presentación y manejo de la imagen personal.
- Puntualidad y excelente manejo de tiempos y horarios.
- Ubicación y asesoramiento para escoger proveedores.
- Organización y comunicación entre clientes y proveedores (ser mediador y nexo entre ambas partes).
- Manejo de pruebas de productos y proveedores.
- Manejo de cronogramas antes y durante el evento.
- Conocer la mayor cantidad de proveedores posibles, y procurar tener alianzas con ellos.
- Manejo de contratos entre clientes y proveedores.
- Asegurar que todas las cláusulas de los contratos se cumplan.
- Estar a total disposición de los clientes y sus necesidades.
- Hacer todo lo posible por cumplir todos los deseos de los clientes, manteniéndose dentro del presupuesto asignado para el evento.
- Manejo de presupuesto y porcentajes asignados a cada rubro.
- Asegurar que tanto clientes como proveedores estén contentos.
- Hacer todo por lograr que los invitados disfruten del evento y salgan con una sonrisa.
- Mantener la calma todo el tiempo, sin hacer notar que pueda haber algún problema.
- Resolver rápida y eficazmente cualquier problema que surja antes, durante o después del evento.
- Asegurarse de brindar la mejor de las experiencias a los clientes en el proceso de planear el evento y durante el mismo. Ahorrarles estrés.
- Supervisar la correcta instalación de equipos, decoraciones, etc.
- Conseguir proveedores que puedan dar alternativas y soluciones en caso de imprevistos.
- Conseguir siempre un costo menor (en cuanto a proveedores) de lo que el cliente podría conseguir por sí mismo.
- Coordinar al personal de cada proveedor para que cumpla sus labores, sin interrumpir ni incomodarlos. Asegurarse de que cada quien esté donde debe estar, en el momento en el que debe, haciendo lo que debe.
- Dominar a la perfección la etiqueta y protocolo, para asesorar y dirigir a los clientes según sus deseos y especificaciones.
- Tener conocimientos profundos de maridaje.

- Tener conocimientos sobre vinos y cocteles.
- Tener conocimientos sobre decoración interior y combinación de colores, texturas, etc.
- Ser creativo y tener iniciativa para aportar con ideas nuevas para desarrollar el tema del evento.
- Estar a la vanguardia y conocer todas las tendencias actuales, todo el tiempo.
- Tener conocimientos de asesoría de imagen, moda, vestidos, peinado, maquillaje, joyería, ajuar para el novio y la novia, etc.
- Estar constantemente actualizado en cuanto a temas musicales.
- Tener conocimientos en cuanto a los distintos tipos de ceremonias matrimoniales, sus cortes, costumbres, supersticiones, etc.
- Conocer a variedad de ministros, curas, rabinos, entre otros; y tener excelentes relaciones con todos ellos.
- No creer que lo sabe todo. Estar siempre abierto a aprender cosas nuevas. Entender que cualquier persona es un potencial maestro, y que cada proveedor es experto en su área por sus años de experiencia y posición en la industria.
- Velar por los intereses de los clientes y también de los proveedores.
- Saber de todo un poco. Ser culto.
- Estar muy pendientes del tema de pagos a proveedores y facturación de los mismos.
- Hacerse cargo de dinero o pagos provenientes del proveedor o cliente.
- Manejo de un “maletín de eventos”, que contendrá cualquier elemento que pueda ser necesitado en caso de una eventualidad o emergencia (toallas higiénicas, tampones, medias nylon, medias negras para hombre, kit de primeros auxilios, pastillas para el dolor, hilo, aguja, teléfonos y contactos de emergencia, etc.).
- Dar a saber al hospital y puesto de policía más cercano a la locación del evento, la fecha, hora y duración de la boda para que estén alertados con anticipación en caso de una emergencia.
- Pensar y analizar cuáles son todos los posibles escenarios de sucesos inesperados antes y durante el evento, para así poder adelantarse a los mismos y tener planeadas soluciones o alternativas útiles.
- Realizar cualquier otra tarea necesaria para la operación normal de los sucesos programados para los eventos.

### **10. Objetivos:**

Brindar la mejor experiencia a los clientes dándoles la oportunidad de disfrutar del proceso de planificar el día de su boda sin preocupaciones. Asegurarse de que todo el mundo la pase bien durante el evento.

### **11. Equipo de trabajo:**

Elegante vestimenta y presentación. Walkie-talkies, celular, maletín de eventos.

### **12. Condiciones de Trabajo:**

Existirá alimentación en los días que haya eventos cuyo montaje y duración sea de más de cinco horas, así como bebidas no alcohólicas a su disposición todo el tiempo durante el evento. Debe haber disponibilidad para trabajar fuera de horas de trabajo si es que las reuniones con proveedores y cliente lo requieren; y también disposición para trabajar toda la noche durante el día del evento. Siempre manteniendo una imagen pulcra y elegante con la mejor disposición.

**13. Riesgos:**

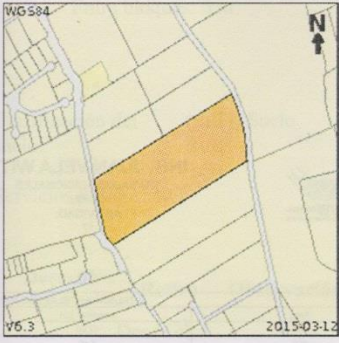
Puede haber caídas por correr, excesivo cansancio por las exigencias del trabajo, o dificultades con los asistentes al evento o proveedores.



## Anexo 2: Información Catastral del Lote

INFORMACIÓN CATASTRAL DEL LOTE EN UNIPROPIEDAD \*

PROPIETARIO  
C.C./R.U.C: 08\*\*\*\*\*84  
Nombre: VELA BADILLO LUIS  
ANTONIO HOMERO

DATOS TÉCNICOS DEL LOTE  
Número de predio: 5151356  
Clave catastral anterior: 10828 01 003 000  
000 000  
En derechos y acciones: NO  
Área de lote (escritura): 50045,63 m<sup>2</sup>  
Área de lote (levantamiento): 0,00 m<sup>2</sup>  
ETAM (SRU) - Según Ord.#269: 3,07 % (-+1575,67 m<sup>2</sup>)  
Área bruta de construcción total: 1011,00 m<sup>2</sup>  
Frente del lote: 143,60 m  
Administración zonal: AEROPUERTO  
Parroquia: Puembo  
Barrio / Sector: S.PEDRO DE CHICH



Zoom  

CALLES

# Fuente	* Nombre	Ancho (m)	Referencia	Radio curva de retorno	* Nomenclatura
1 IRM	CALLE S/N	14	5 m A 7M DEL EJE		
2 IRM	CALLE SIN NOMBRE	0	5 m AL EJE DE LA VÍA		
3 SIREC-Q	39647	0			0

Para modificar o eliminar la información de las vías cuya fuente es el sistema SIREC-Q marcadas con (\*), debe acercarse a la jefatura zonal de catastro de la Administración Zonal respectiva

REGULACIONES

A31 (PQ)  
(PQ) Quebradas no se permiten habilitaciones de suelo ni edificaciones

Clasificación del suelo: (SRU) Suelo Rural      Uso principal:      (PE) Protección ecológica/Áreas naturales

ZONA      PISOS      RETIROS

Zonificación: A3 (A2502-10)    Altura: 8 m    Frontal: 5 m  
 Lote mínimo: 2500 m<sup>2</sup>    Número de pisos: 2    Lateral: 5 m  
 Frente mínimo: 30 m    Posterior: 5 m  
 COS total: 20 %    Entre bloques: 6 m  
 COS en planta baja: 10 %

Forma de ocupación del suelo: (A) Aislada    Clasificación del suelo: (SRU) Suelo Rural  
 Uso principal: (RNR) Recurso natural renovable    Servicios básicos: NO

#### AFECTACIONES

#	Descripción	Tipo de vía	Derecho de vía	Retiro	Observación
1	Canal de riego	Especial		Desde el borde 1.5 m	
2	Afectación por el cono de aproximación del Aeropuerto Mariscal Sucre	Especial			

#### OBSERVACIONES

- # **Observación**
- 1 SOLICITAR DEFINICION Y REPLANTEO VIAL. PROTECCION A 1.50M DEL CANAL DE RIEGO. SECTOR CHICHE TOBAR SAN JOSE PARROQUIA PUEMBO.
- 2 PROTECCION DE QUEBRADAS Y TALUDES: SE CONSIDERARA EL AREA DE PROTECCION DE QUEBRADAS Y/O TALUDES DE ACUERDO A LO DETERMINADO EN LOS ARTICULOS 116 Y 117 DE LA ORDENANZA 172 QUE ESTABLECE EL REGIMEN ADMINISTRATIVO DEL SUELO EN EL DISTRITO METROPOLITANO
- 3 El predio está asignado con protección de quebrada (PQ), para precisar el área correspondiente a la zona PQ solicitará la definición del borde superior de quebrada a la DMC.
- 4 (PQ) Quebradas no se permiten habilitaciones de suelo ni edificaciones

#### NOTAS

- Los datos aquí representados están referidos al Plan de Uso y Ocupación del Suelo e instrumentos de planificación complementarios, vigentes en el DMQ.
- \* Esta información consta en los archivos catastrales del MDMDQ. Si existe algún error acercarse a las unidades desconcentradas de Catastro de la Administración Zonal correspondiente para la actualización y corrección respectiva.
- Este informe no representa título legal alguno que perjudique a terceros.
- Este informe no autoriza ningún trabajo de construcción o división de lotes, tampoco autoriza el funcionamiento de actividad alguna.

El ETAM es el "Error Técnico Aceptable de Medición", expresado en porcentaje y m<sup>2</sup>, que se acepta entre el área establecida en el título de propiedad (escritura) y el - área del levantamiento del terreno, dentro del proceso de regularización de excedentes y diferencias de áreas de acuerdo a los artículos 481 y 481.1 del COOTAD y a la Ordenanza Metropolitana 269.

- Para iniciar cualquier proceso de habilitación de la edificación del suelo o actividad, se deberá obtener el IRM respectivo en la administración zonal correspondiente.

- Este informe tendrá validez durante el tiempo de vigencia del PUOS.

- Para la habilitación de suelo y edificación los lotes ubicados en área rural solicitará a la EPMAPS factibilidad de servicios de agua potable y alcantarillado.

Formulario de cálculo de ETAM y costos de servicios. Incluye secciones para: TOTAL MATERIALES, REGIMEN DE PERSONAL DESDE 19 DE MARZO - 30 DE ABRIL 2012, ANGA, GSE, TANQUES, y MONTO TOTAL. Contiene una tabla de ítems con columnas para descripción, cantidad y precio unitario. Incluye una firma manuscrita y un sello.

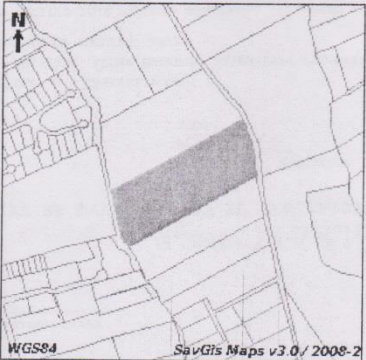
## Anexo 3: Informe de Regulación Metropolitana (IRM)

FORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA http://sgu.quito.gov.ec:8080/SuimIRM-war/irm/informe.jspx

**QUITO**  
DISTRITO METROPOLITANO

**INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA**  
Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Fecha: 2014-01-13 10:13 No. 468535

<p><b>1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO *</b></p> <p>C.C./R.U.C.: 0800026684 Nombre del propietario: VELA BADILLO LUIS ANTONIO HOMERO</p> <p><b>2.- IDENTIFICACIÓN DEL PREDIO *</b></p> <p>Número de predio: 5151356 Clave catastral: 10828 01 003 000 000 000 En propiedad horizontal: NO En derechos y acciones: NO Administración zonal: AEROPUERTO Parroquia: Puembo Barrio / Sector: S. PEDRO DE CHICHE</p> <p><b>Datos del terreno</b></p> <p>Área de terreno: 50045,63 m<sup>2</sup> Área de construcción: 1011,00 m<sup>2</sup> Frente: 143,60 m</p>	<p><b>3.- UBICACIÓN DEL PREDIO *</b></p> 
---	---

**4.- CALLES**

Calle	Ancho (m)	Referencia	Retiro	Radio curva de retorno
CALLE S/N	14	A 7M DEL EJE	5	
CALLE SIN NOMBRE	0	AL EJE DE LA VÍA	5	

**5.- REGULACIONES**

<p><b>ZONA</b></p> <p>Zonificación: A3 (A2502-10) Lote mínimo: 2500 m<sup>2</sup> Frente mínimo: 30 m COS total: 20 % COS en planta baja: 10 %</p>	<p><b>PISOS</b></p> <p>Altura: 8 m Número de pisos: 2</p>	<p><b>RETIROS</b></p> <p>Frontal: 5 m Lateral: 5 m Posterior: 5 m Entre bloques: 6 m</p>
<p>Forma de ocupación del suelo: (A) Aislada Uso principal: (RNR) Recurso natural renovable</p>	<p>Clasificación del suelo: (SRU) Suelo Rural Servicios básicos: NO</p>	
<p>A31 (PQ) (PQ) Quebradas no se permiten habilitaciones de suelo ni edificaciones</p>		
<p>Clasificación del suelo: (SRU) Suelo Rural</p>		<p>Uso principal: (PE) Protección ecológica / Áreas naturales</p>

**6.- AFECTACIONES**

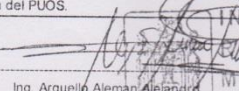
Descripción	Tipo de vía	Derecho de vía	Retiro	Observación
Canal de riego	Especial		Desde el borde 1.5 m	
Afectación por el cono de aproximación del Aeropuerto Mariscal Sucre	Especial			

**7.- OBSERVACIONES**

- SOLICITAR DEFINICIÓN Y REPLANTEO VIAL. PROTECCION A 1.50M DEL CANAL DE RIEGO. SECTOR CHICHE TOBAR SAN JOSE PARROQUIA PUEMBO.
- PROTECCION DE QUEBRADAS Y TALUDES: SE CONSIDERARA EL AREA DE PROTECCION DE QUEBRADAS Y/O TALUDES DE ACUERDO A LO DETERMINADO EN LOS ARTICULOS 116 Y 117 DE LA ORDENANZA 172 QUE ESTABLECE EL REGIMEN ADMINISTRATIVO DEL SUELO EN EL DISTRITO METROPOLITANO

**8.- NOTAS**

- Los datos aquí representados están referidos al Plan de Uso y Ocupación del Suelo e instrumentos de planificación complementarios, vigentes en el DMQ.
- \* Estas áreas de información son responsabilidad de la Dirección Metropolitana de Catastros. Si existe algún error acercarse a la ventanilla de Avalúos y Catastros de la Administración Zonal correspondientes para la actualización.
- Este informe no representa título legal alguno que perjudique a terceros.
- Este informe no autoriza ningún trabajo de construcción o división de lotes, tampoco autoriza el funcionamiento de actividad alguna.
- Para iniciar cualquier proceso de habilitación de la edificación del suelo o actividad, se deberá obtener el IRM respectivo en la administración zonal correspondiente.
- Este informe tendrá validez durante el tiempo de vigencia del PUOS.

  
 Ing. Arguello Aleman Alejandro  
 INFORME DE REGULACION METROPOLITANA (I.R.M.)

le 2 13/01/2014 10:25





MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
RUC.: 1760003410001



RUC: 1760003410001  
**REGISTRO DE LA PROPIEDAD**  
COMPROBANTE DE INGRESO

**CERTIFICADO**

EL DOCUMENTO  
SE ENTREGA A  
PARTIR DE  
LAS 14:00

TRAMITE: 43114  
IDENTIFICACION: 0800026684  
CLIENTE: VELA BADILLO LUIS ANTONIO ROMERO

CERTIFICADOS COMPROBANTE DE INGRESO: 43114  
FECHA TRANSACCION 19-MAY-2014 - FECHA ENTREGA: 27/05/2014 12:00:00 AM  
CAJA :10 NRO.DERECHOS: 0 CERTIFICADOS : 1  
C TELF. 0999035242

CERTIFICADO	\$	7.00	
SERVICIO DE COURIER	\$	0.00	
TOTAL:	\$	7.00	MAUQUILLA



PASADOS 90 DÍAS SE DARÁ DE BAJA EL CERTIFICADO

Nº.002- 1129795



TESORERIA METROPOLITANA

CONTINUENTE

		<b>MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO</b>			
<b>COMPROBANTE DE PAGO</b>					
RUC: 1760003410001					
<b>BANCO PICHINCHA</b>					
<b>PREDIAL RUSTICO</b>					
Título de Crédito : 20131513560		Fecha Emisión : 2012/12/31			
Año Tributación : 2013		Fecha Pago : 2013/07/26			
Identificación : 00000800026684					
Contribuyente : VELA BADILLO LUIS ANTONIO HOMERO					
<b>UBICACIÓN</b>					
Clave Catastral : 10828 01 003		Predio : 5151356			
Calle :		Letra-Casa :			
Placa : 17130					
<b>INFORMACIÓN</b>					
AREA DE TERRENO	50.045,63m2	AVALUO	TASA SEGURIDAD CIUDADANA	1,74	CONTRIBUYENTE
	300.273,78				
AREA CONSTRUCCI	231,00m2	AVALUO	RECALCULO DE OBLIGACIONES	368,42	
	92.026,03		ART.146 COD TRIBUTARIO		
PATRIMONIO	606.883,34	AVALUO TOTAL	A LOS PREDIOS RUSTICOS	467,78	
	392.299,81				
F.BASICA 0,001300		00	BOMBEROS RUSTICOS	46,26	
CONSIDERADA LA EXONERACION LEY DEL ANCIANO			INTERES X MORA TRIBUTARIA	27,27	
				Subtotal :	911,47
				Descuento	0,00
				Total Cancelado :	911,47
					*****
<b>GRACIAS. CON EL PAGO DE SUS IMPUESTOS AYUDA A CONSTRUIR EL QUITO QUE QUEREMOS</b>					
Transacción : 5914689					
Cajero : bpichincha					
Fecha de impresión : martes 11 de febrero del 2014					

INFORME DE REGULACION METROPOLITANA  
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL ZONA TUMBACO

Tumbaco, 25 de Abril de 2014

**TICKET No 2014-043917**

Oficio N° 1610 - DGT - GU - 2014

Ingeniero  
LUIS VELA  
Presente.-

**INFORME TECNICO DE REPLANTEO VIAL**

	Vela Badillo Luis Antonio		
<b>PROPIETARIO</b>	Homero	<b>ESCRITURAS</b> Not 5 1970	8   25
<b>UBICACIÓN</b>	Sector : S. Pedro de Chiche	<b>PARROQUIA</b> Puenbo	
<b>CLAVE CATASTRAL</b>	10828 01 003	<b>No. PREDIO</b> 5151356	
<b>I.R.M.</b>	468535	13/01/2014 No. CEDULA: 080002668-4	

DATOS SEGÚN INFORME DE REGULACION METROPOLITANA (IRM ) Y DOCUMENTACION PROPORCIONADOS POR EL ADMINISTRADO

**INFORME:**

**AL ESTE :** Calle sin nombre, ancho 14.00 m. Línea de fábrica a 7.00 m. del eje vial. **AFECTACION VARIABLE** en dirección sur - norte, de 0.60 m. á 0.40 m. de profundidad en todo el frente del predio.

**AL OESTE :** Calle sin nombre, ancho 16.00 m. Línea de fábrica a 8.00 m. del eje vial. **AFECTACION** de 4.00 m. de profundidad en todo el frente del predio. (Considerar como eje vial el fondo de la quebrada que colinda con el predio)

Referencia: Trazado vial Mapa PUOS V1, Ordenanza 171 del 30 de diciembre de 2011. Definición vial : Memorando N° 0777 DGT-TV-2014.

Atentamente,

Top, Ramiro Gualoto J.

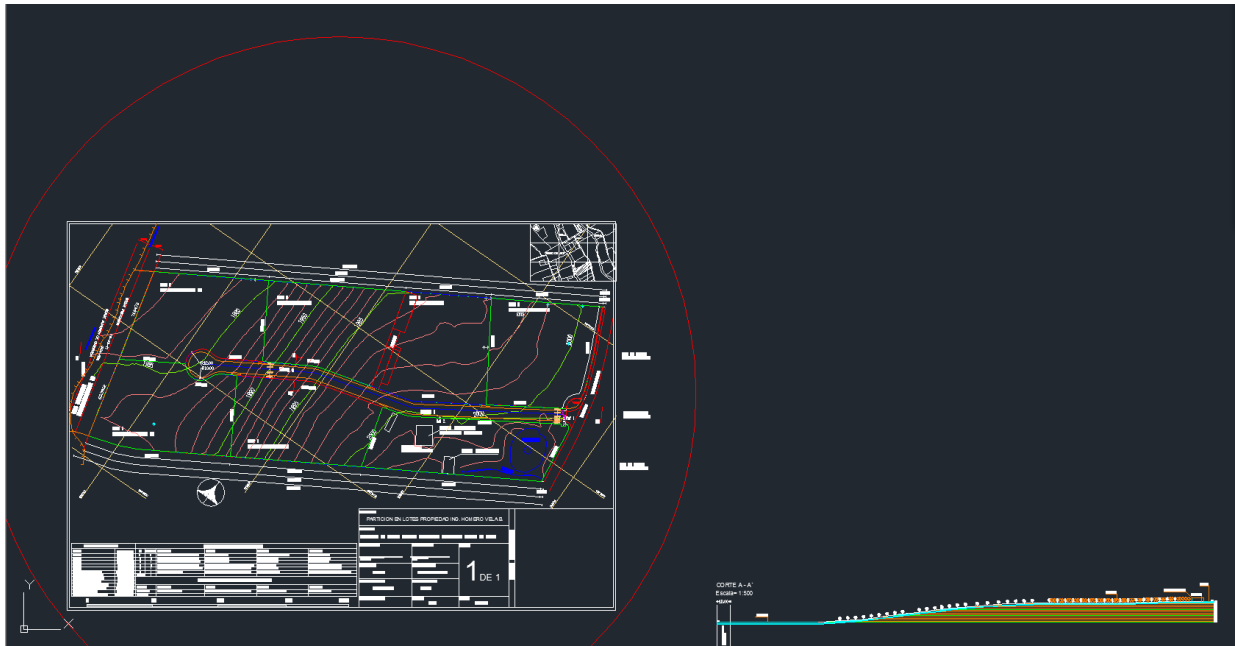
**RESPONSABLE TÉCNICO**

	NOMBRE		FECHA	FIRMA / SUMILLA
Revisado por	Arq. Alexandra Arauz	Unidad Administrativa - Gestión Urbana		
Aprobado por	Arq. Elvis Montaña	Director de Gestión del Territorio		

El informe de replanteo vial contiene datos técnicos de orientación geográfica, ancho y afectaciones viales en base a las condiciones físicas actuales del predio.

Los datos consignados en el presente informe se emiten de conformidad con lo previsto en el Mapa PUOS V1, que forma parte del Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial. Ordenanza 171 de 30 de diciembre de 2011. Plan Parcial y trazados viales aprobados por el Concejo Metropolitano de Quito. Cualquier alteración lo anulará

## Anexo 4: Estudio Topográfico



## Anexo 5: Imágenes de Renders

## Anexo 6: Planos de Planta

## Referencias

- Cepeda, M. (Enero - Mayo de 2015). Master en Administración de Empresas de Hospitalidad. (C. Vela, Entrevistador)
- Cepeda, M., Ramia, D., Endara, P., & Villota, R. (2015). *Análisis del Mercado Hotelero de Quito*. Quito: Universidad San Francisco de Quito .
- Correa, C. (9 de Enero de 2015). Economista. (C. Vela, Entrevistador)
- Google Maps. (s.f.). *Puembo*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/search/>
- Guerrón, R. (1 de Abril de 2015). Arquitecto. (C. Vela, Entrevistador)
- INEC. (s.f.). *Datos poblacionales*. Obtenido de INEC: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/Agenda-Regional-de-Poblaci%C3%B3n-y-Desarrollo-despu%C3%A9s-del-2014-en-Ecuador.pdf>
- Moncayo, R. (4 de Mayo de 2015). (C. Vela, Entrevistador)
- Publibodas. (s.f.). *Locales para eventos en Quito*. Obtenido de Publibodas: <http://ecuador.publiboda.com/empresas/directorio/salones-eventos/pichincha/60>
- Ramia, D. (Febrero - Abril de 2015). Master en Administración de Empresas de Hospitalidad. (C. Vela, Entrevistador)
- Vela, J. (8 de Marzo de 2015). Ingeniero Civil. (C. Vela, Entrevistador)