

Universidad San Francisco de Quito.

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo.

“THE FLAME MOTEL”

Quito- Parroquia Tababela

Margoth Jara 00073132

Anabel López 00100804

María José Revelo 00071280

Quito, 2012

INDICE

1. Introducción	
1.1. Presentación	4
1.2. Resumen Ejecutivo.....	4
1.3. Análisis Económico.....	5
1.4. Análisis Cultural.....	5
2. Descripción de la empresa	
2.1. Misión	6
2.2. Visión	6
2.3. Objetivos.....	6
2.4. Organigrama.....	8
2.5. Detalle de servicio a ofrecer.....	9
2.6. Ubicación	11
2.7. Planta Física.....	13
2.8. Línea de Producto.....	14
2.9. Detalle de habitación	
2.9.1. Habitaciones Delux.....	15
2.9.2. Habitaciones Superior.....	16
2.9.3. Habitaciones Temáticas.....	17
2.10. Bar Restaurante.....	23
2.11. Precio.....	25
3. Estudio de Mercado	
3.1. Análisis de la competencia.....	26
3.2. Perfil de consumidor.....	26
3.3. Estudio de Mercado Objetivo.....	27

4. Plan Financiero	
4.1.Activos Fijos.....	35
4.2.Activos Intangibles o Diferidos.....	37
4.3.Capital de trabajo.....	38
4.4.Financiamiento del Proyecto.....	39
4.5.Punto de Equilibrio.....	40
5. Publicidad y Promoción	41
6. Matriz FODA.....	42
7. Requerimientos Legales.....	44
8. Conclusiones	50
9. Anexos.....	51

1. INTRODUCCION

1.1 Presentación

El presente trabajo fue desarrollado para medir la factibilidad de la creación de un motel temático de lujo. “The Flame”, ubicado en el sector de Tababela.

“The Flame” motel fue determinado como el proyecto más factible luego de haber realizado un análisis situacional, hemos concluido que ofertar un servicio de alojamiento de lujo para parejas, nos genera un retorno de inversión en un tiempo corto. Además contamos con un terreno que posee una ubicación privilegiada para el desarrollo del mismo, cuenta con una gran actividad comercial debido a la cercanía al nuevo aeropuerto de Quito, lo cual nos permitirá tener una buena rotación.

También se ha logrado determinar que los usuarios no están satisfechos con el servicio de alojamiento del sector, ya que estos no poseen los parámetros de calidad y servicio que exige la demanda, generando una demanda insatisfecha. Este es el motivo por el cual la mayor parte de usuarios del sector prefieren trasladarse a la ciudad de Quito donde encuentran una mayor variedad de establecimientos que cubren sus expectativas.

Los factores previamente analizados serán determinantes para determinar la viabilidad del mismo en Tababela y cubrir la demanda insatisfecha del sector.

1.2. Resumen Ejecutivo

Tumbaco en general no cuentan con moteles temáticos de lujo por lo cual se ha identificado una demanda insatisfecha, con esta nueva propuesta nos enfocaremos hacia un mercado en el cual la competencia no ha captado.

Nuestro proyecto está dirigido hacia un segmento poblacional con ingresos económicos altos que comprenden edades de 25 hasta 50 años.

“The Flame” motel contará con cinco habitaciones de lujo, diez habitaciones de súper lujo y diez habitaciones temáticas, dispone de garaje, área administrativa, servicios de bar y restaurante las 24 horas.

1.3. Análisis económico

Ecuador es uno de los países del mundo que más optimismo tiene en materia económica en el año 2012 según la última encuesta realizada por Cedatos-Gallup, Esto se debe, según los resultados del estudio, a la mejoría de la situación económica de los sectores tradicionalmente marginados. Esto se ha logrado con la aplicación de nuevas políticas sociales, y a una mejor distribución de la riqueza. Esto determinó que Ecuador se ubique entre los países que ven sus perspectivas económicas con “mucha expectativa” y menos pesimismo.

Los cálculos estatales demuestran que el crecimiento del país en el 2012 será del 5,1%. “La exitosa renegociación de los contratos petroleros, las nuevas inversiones que llegarán amparadas en el Código de la Producción, y los efectos de la inversión realizada por el Estado nos hacen prever que terminaremos el año con un gran crecimiento”, afirmó la ministra coordinadora de la Política Económica, Katuska King.

1.4. Análisis cultural

Los ecuatorianos guardaban un tabú ante el concepto de motel, lo cierto es que los moteles ganan aceptación en una cultura donde aparentemente el tema del sexo es un tabú.

La mayoría sabe que existen, donde están, cuánto cuestan y que ofrecen. Es notoria la aceptación de los mismos que los ha convertido en uno de los negocios más crecientes y rentables.

La clave del éxito es la innovación y el servicio de cada uno de estos, lo cual responde a la demanda de las personas que lo utilizan.

2. DESCRIPCION DE LA EMPRESA

2.1 .Misión

Somos una empresa hotelera joven, preocupada por ofrecer a nuestros clientes un servicio diferente de calidad, comodidad, privacidad e innovación.

2.2. Visión

Posicionarnos y expandirnos como una empresa hotelera logrando el reconocimiento de nuestros clientes, convirtiéndonos en el motel de su preferencia.

2.3. Objetivos Estratégicos

Lanzamiento del motel que ofrecerá un servicio de altos estándares con habitaciones de lujo, súper lujo, temáticas, para satisfacer las exigencias de nuestros clientes.

Estrategias

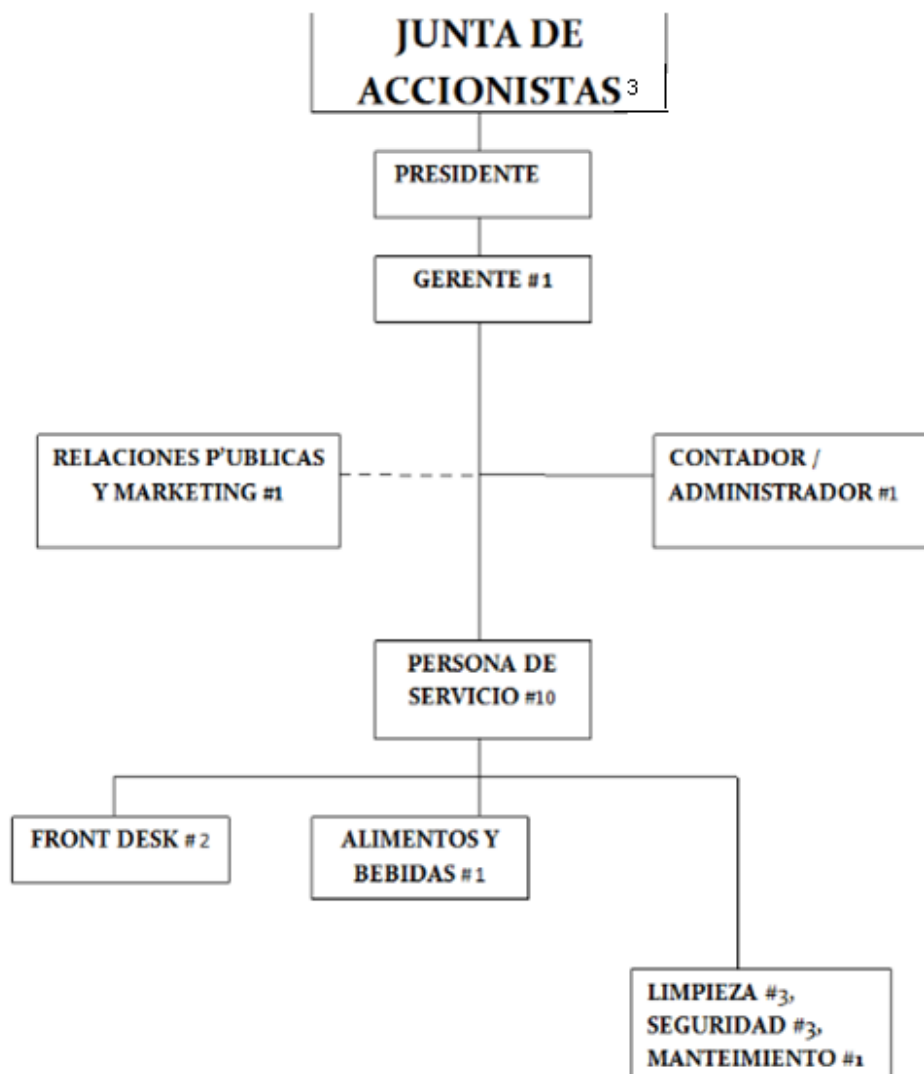
- Ofrecer un servicio de altos estándares de calidad, brindando un excelente servicio al cliente.
- Capacitación constante a nuestros empleados.
- Poseemos una ubicación discreta, garantizando la privacidad de nuestros clientes...
- Escoger diversos medios publicitarios como pagina web, publicaciones en revistas, cuñas radiales.
- Se establecerá lanzamiento de nuevos productos dependiendo de las fechas conmemorativas.

- Desarrollo de plan estratégico anual.

Objetivos Financieros

- Lograr un retorno de inversión en tres años.
- Incrementar la utilidad en un 15% desde el tercer año.
- Control de Costos.

2.4. ORGANIGRAMA



2.5. DETALLE DEL SERVICIO

Dar rienda suelta a la imaginación es maravilloso, intentar encontrarle una lógica es hundirse en la locura. “, ven a vivir una experiencia totalmente diferente. ¿Te consideras fiel..... a lo exclusivo, confort, innovación? **The Flame Motel, hace de lo imaginario algo real**”.

The Flame motel posee suites temáticas elegantes, acogedoras, con elegantes diseños exclusivos innovadores, listos para disfrutar de un servicio de lujo en la cual la calidad es nuestra carta de presentación, haciendo de este un lugar mágico, romántico, ideal para compartir con tu pareja.

Motel temático es un servicio novedoso, esta nueva tendencia de hospitalidad se basa en Europa donde se ofrecen servicios de calidad altamente estandarizados y mecánicos. La gente actualmente busca alojarse en busca de lugares más íntimos, con gustos más sofisticados que den un excelente servicio.

La característica especial es que cada habitación este llena de detalles que den satisfacción al capricho de cada cliente. Es decir decoración, diseño, ambientación y servicio.

The Flame se caracteriza por poseer una línea de productos innovadores, espacios amplios, con diferentes temáticas.

Beneficios Tangibles:

- Contamos con habitaciones elegantes, confortables, acogedoras y servicios complementarios.
- Ofrecemos diferentes amenities, shampoo, jabón, gorro de baño, cremas, secador de cabello, peinilla, burbujas, sales de baño, las mismas que llevaran impreso nuestro logotipo.
- Decoración con altos estándares.
- Tecnología de punta para poder transmitir videos que se ofrecen al cliente.
- Servicio de alimentos y bebidas las 24 horas.
- Servicio de transporte exprés de puerta a puerta
- Venta de productos en el sex shop

Beneficios Intangibles:

- Seguridad.
- Discreción.
- Personal altamente calificado y motivado
- Higiene y salubridad
- Calidad en servicio telefónico

2.6. UBICACIÓN

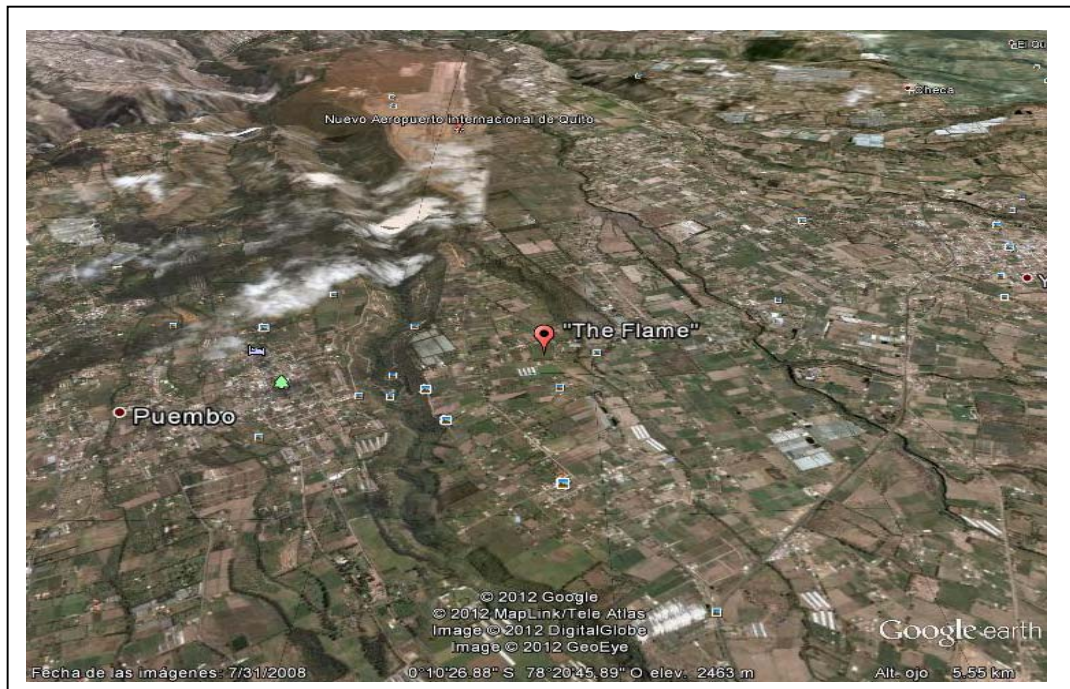


Foto1: Ubicación "The Flame"

“The Flame Motel” estará ubicado en Tababela, en las calles 24 de septiembre y primero de mayo.

Elegimos este lugar basándonos en el reglamento que rige dentro del municipio de Quito, el cual trata sobre:

Comercial y de Servicios:

“Por su importancia en la estructuración territorial el uso Comercial y de Servicios Puede ubicarse de acuerdo a las posibilidades de compatibilidad con el resto de usos Principales, razón por la cual el PUOS (Plan de Uso y Ocupación de Suelo del Distrito Metropolitano de Quito) no ha realizado asignación territorial específica.

La categorización de los establecimientos correspondientes a este uso se señala en la ordenanza municipal.” (Página Web, Municipio de Quito).

Ver Anexo 1.

2.7. PLANTA FISICA

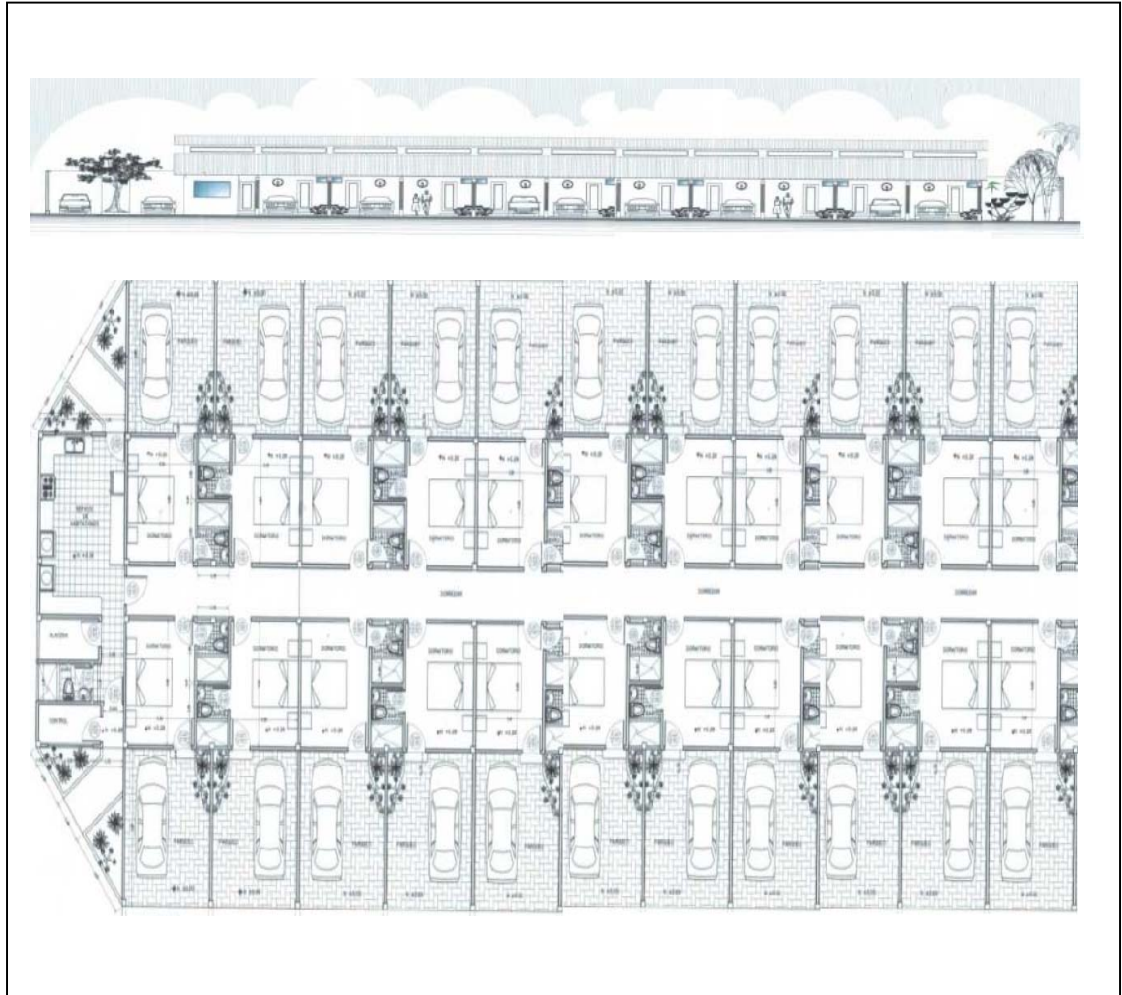
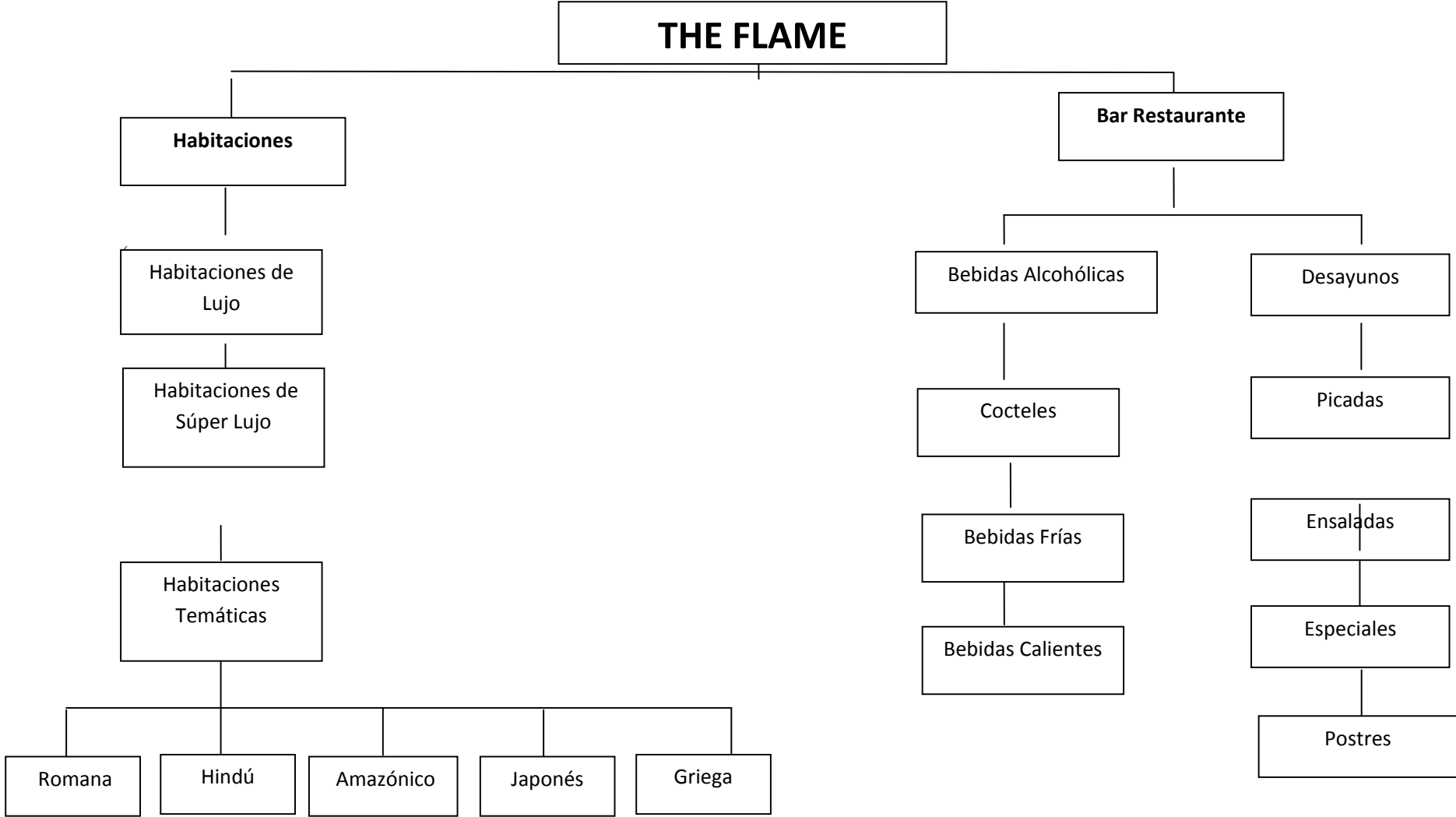


Foto 2: Diseño de planta Física.

2.8. LINEA DE PRODUCTO



2.9. DETALLE DE HABITACIONES

“The Flame Motel” cuenta con cinco habitaciones Delux, diez Superiores y diez Temáticas que serán descritas a continuación.

2.9.1. HABITACIONES DELUX



Foto3: Imagen de Habitación Delux.

Descripción

Delux se caracteriza por sus elegantes habitaciones las cuales brindan confort a los visitantes. Nuestros visitantes tendrán una estancia inolvidable.

2.9.2. HABITACIONES SUPERIOR.



Foto4: Imagen de Habitación Superior

Descripción

Superior cuenta con camas King size, Jacuzzi, una pequeña sala, y amenities. Por un costo extra el visitante puede adquirir el Menú confort el cual incluye sales de baño y esencias aromáticas. Son pequeños detalles que harán de su visita un momento de relax.

Cada detalle de las habitaciones “Superior” ha sido diseñado con el fin de crear un ambiente equilibrado desde los materiales elegidos como el mármol blanco hasta los diferentes tonos de café y blanco de los muebles, incluyendo las mesas de noche, los muebles en color chocolate y los acabados en blanco, transforma a la habitación “Superior” en una experiencia única.

*El Menú confort es un precio extra sobre el valor de la cualquier habitación.

2.9.3. HABITACIONES TEMATICAS

Descripción

Las habitaciones “Temáticas”, se caracterizan por su amplio espacio y una exclusiva decoración y además se encuentran equipadas con lo último en innovaciones tecnológicas. Estas habitaciones se encuentran privilegiadas por su ubicación dentro del motel ya que desde sus terrazas se puede disfrutar del entorno natural.

Las “Temáticas” ofrecen cama King size, sistema aire acondicionado, televisor plasma, control remoto, servicio de cable Tv, mini bar. Además podrá encontrar un reloj despertador, secadora de cabello.

*Existen habitaciones que dependiendo de su temática cuentan con jacuzzi.

Habitación Ecuatoriana.

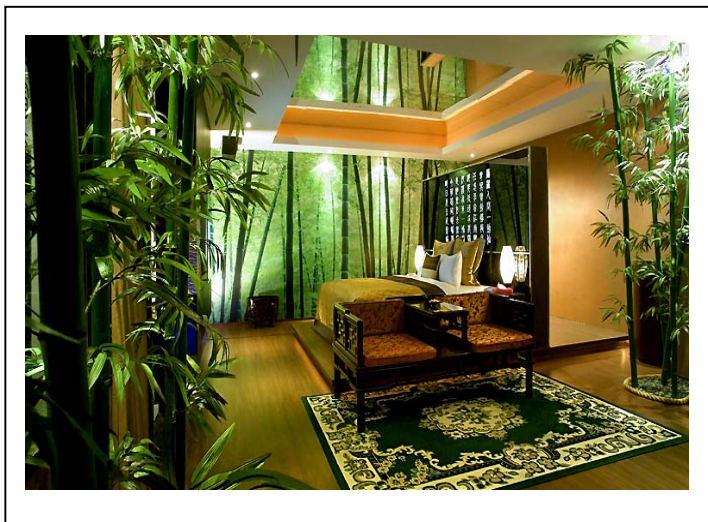


Foto5: Imagen de Habitación Temática Ecuatoriana

- El ambiente de privacidad y confort que proporciona esta habitación transporta al visitante a un entorno natural que contrasta el bullicio de la ciudad con la selva Amazónica.
- Es una habitación de original decoración vanguardista y lujo, donde el juego de luces crea un ambiente cálido y acogedor.
- La habitación cuenta además con pequeñas figurillas representativas de las distintas tribus amazónicas.

Habitación Romana



Foto6: Imagen de Habitación Temática Romana.

- La habitación “Romana” cuenta con un elegante y clásico diseño que recrea la época de la Roma antigua.
- Se caracteriza por su amplio espacio y luminosa decoración.
- Esta habitación se encuentra complementada por un amplio jacuzzi, en el cual podrá disfrutar del Menú de lujo.

Habitación Japonesa



Foto7: Imagen de Habitación Temática Japonesa.

- Esta habitación se caracteriza por su estilo oriental, la ubicación de los muebles fueron ubicados basándonos en el feng shui.
- Esta al igual que las otras habitaciones temáticas fueron diseñadas con el fin de transmitir armonía y tranquilidad. A la habitación japonesa se la puede diferenciar por su diseño, los materiales utilizados.

Habitaciones Hindú



Foto8: Imagen de Habitación Temática Hindú.

- La Habitación hindú está ubicada en la planta alta del motel, obteniendo una vista privilegiada de los alrededores del sector de Tababela.
- Esta habitación además de poseer acabados únicos también posee un baño con ducha en forma de cascada, jacuzzi y sea utilizado materiales de primera como el mármol el fin de todo esto es transportar al visitante hasta esa cultura.

Habitación Griega



Foto9: Imagen de Habitación Temática Griega.

- Esta es una suite de categoría superior, se caracteriza por tener la mejor vista de Tababela y sus alrededores además que desde esta se puede apreciar las montañas que rodean a este sector.
- Posee una terraza privada en la cual se encuentra adaptado un hidromasaje con el fin de crear una propia zona de relax.
- Es una habitación
- Cuenta con equipos de última tecnología, posee una exquisita y elegante decoración en la que podemos contrastar el lujo y la vanguardia.
- La habitación cuenta con juego de luces, posee un salón privado de muebles clásicos y un increíble baño acristalado.

2.10. BAR RESTAURANTE

“The Flame Motel”, cuenta con servicio de Bar y Restaurante, este opera las 24 hora del día ofreciendo: desayunos, ensaladas, picaditas, mariscos, carnes rojas, carnes blancas, snacks, postres, bebidas alcohólicas, cocteles, bebidas frías y calientes.



Foto10: Imagen de Menú del Restaurant. .



Foto11: Imagen de Menú del Restaurant. .

<i>Bebidas Alcoholicas</i>		<i>Bebidas Frias</i>	
Cervezas	\$ 1,50	Agua sin gas	\$ 1,00
Ron bacardi completa	\$ 25,00	Agua con gas	\$ 1,50
Ron bacardi 1/2	\$ 12,50	Agua Saborizada	\$ 1,50
Vino Boones	\$ 9,90	Gaseosas	\$ 1,25
Vino concha y toro tinto	\$ 15,50	Energizantes	
Vino concha y toro blanco	\$ 15,50	Powerade	\$ 1,50
Vino Trapiche tinto Cabernet	\$ 21,50	Gatorade	\$ 2,50
Vino Trapiche blanco Cabernet	\$ 21,50	220V	\$ 2,25
Vino blanco Libe Frau Milk	\$ 14,90	Tesalia Sport	\$ 2,50
Champagne Castell de Vilarnau	\$ 26,00	Nestea	\$ 1,50
Champagne Concha y Toro	\$ 25,00	Jugo de Naranja del Valle.....	\$ 1,50
Champagne Henkell 1/2	\$ 25,00	Jugos Naturales.....	\$ 1,50
Whisky Grants grande	\$ 28,00	<small>Guadalupe - Mora - Fresa - Naranja - Coco - Tomate de Arbol</small>	
Whisky Grants 1/2	\$ 16,90	Batidos.....	\$ 2,00
Whisky Someting Special 1/2	\$ 25,00	<small>Guadalupe - Mora - Fresa - Naranja - Coco - Tomate de Arbol</small>	
Whisky Johnny Rojo 1/2	\$ 25,00	Limonada.....	\$ 1,50
Vodka Completa Finlandia.....	\$ 26,00		
Vodka 1/2 Finlandia.....	\$ 13,00		
Tequila El Charro.....	\$ 12,50		
Agua tónica.....	\$ 2,00		
Jarra de Sangria.....	\$ 15,00		
<i>Cockteles</i>		<i>Bebidas Calientes</i>	
Mojito, Pasión, Daiquiri	\$ 3,99 \$ 3,50	Café	\$ 1,50
Piña Colada	\$ 3,99 \$ 3,50	Té	\$ 1,50
Amarreto	\$ 3,99 \$ 3,50	Aguas Aromaticas	\$ 1,50
Vodka con naranja	\$ 3,99 \$ 3,50	Chocolate Caliente	\$ 2,00
Cuba Libre	\$ 3,99 \$ 3,50		
Martini	\$ 3,99 \$ 3,50		
Margarita	\$ 3,99 \$ 3,50		
Whisky en las Rocas	\$ 3,99 \$ 3,50		

*Precios incluyen impuestos

Foto12: Imagen de Menú del Restaurant. .

2.11. PRECIO

Hemos manejado nuestros precios de acuerdo a nuestra competencia **Ver Anexo 2**, atraeremos a nuestros clientes ofreciendo siempre valor agregado en todo nuestro servicio, para satisfacer hasta los más exigentes clientes.

El costo de las habitaciones será de acuerdo a lo que tenga cada habitación

- Habitaciones Lujo: \$35
- Habitación Súper Lujo: \$ 50
- Habitaciones Temáticas: \$ 60

Formas de Pago

La forma de pago es especialmente en efectivo con la posibilidad de crecer y dar ventaja al pago en tarjeta de crédito y pay pal.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Análisis de la competencia

Nuestra competencia directa es “Lumini Boutique” ya que está entre los más cotizados por mantener altos estándares de servicio, calidad e innovación. Su mejor estrategia de publicidad ha sido de boca a boca. Su excelente servicio ha sido muy cotizado y reconocido.

Se percibe que entre 40 y 200 parejas reciben los moteles por día. (Fuente administradores moteles). Este ofrece 61 habitaciones con un costo variable entre 35 a 80 dólares.

Ver Anexo 2.

3.2. Perfil del Consumidor

Nuestro servicio está dirigido a personas mayores de edad, sexualmente activas, con un nivel de ingresos altos (Grupo A con el 1,9%) como podemos observar en la pirámide socioeconómico del Ecuador. **Ver Anexo 3**

La edad del segmento de mercado que estamos explotando son personas de 25 a 50 años de edad sin importar el género. *Según estudios del INEC la edad media de la población es de 29,50.* (inec.gob.ec). Edad en la que podemos evidenciar que muchos son sexualmente activos y serían el potencial para el negocio.

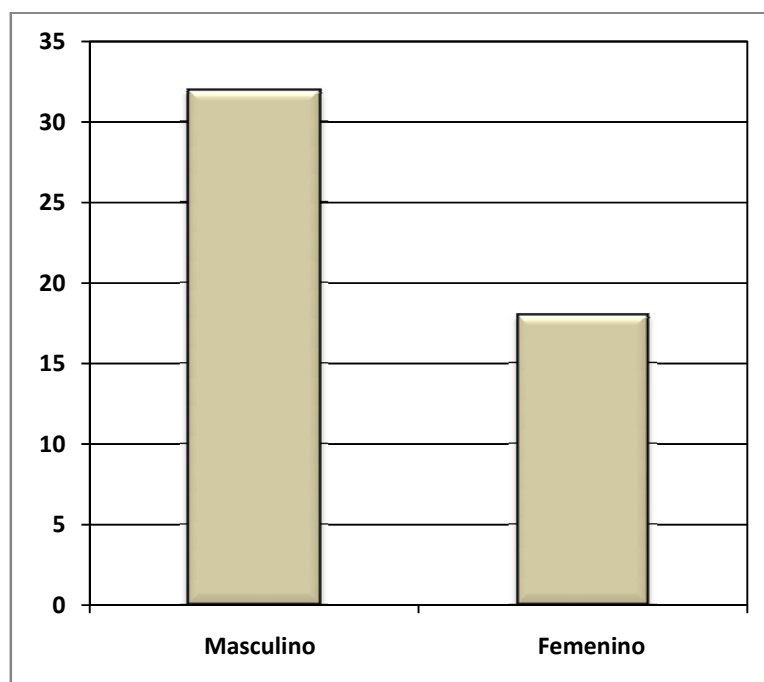
Este segmento de mercado se caracteriza por ser personas realizadas, exitosas, sofisticadas, con alta autoestima posee recursos económicos. Son personas que se interesan por el crecimiento, por explorar y expresarse en una variedad de formas.

3.3. Estudio de segmento de mercado meta

Para el análisis de nuestro mercado meta, realizamos cincuenta encuestas en Tumbaco (Ver Anexo 4), el resultado de nuestras encuestas fueron:

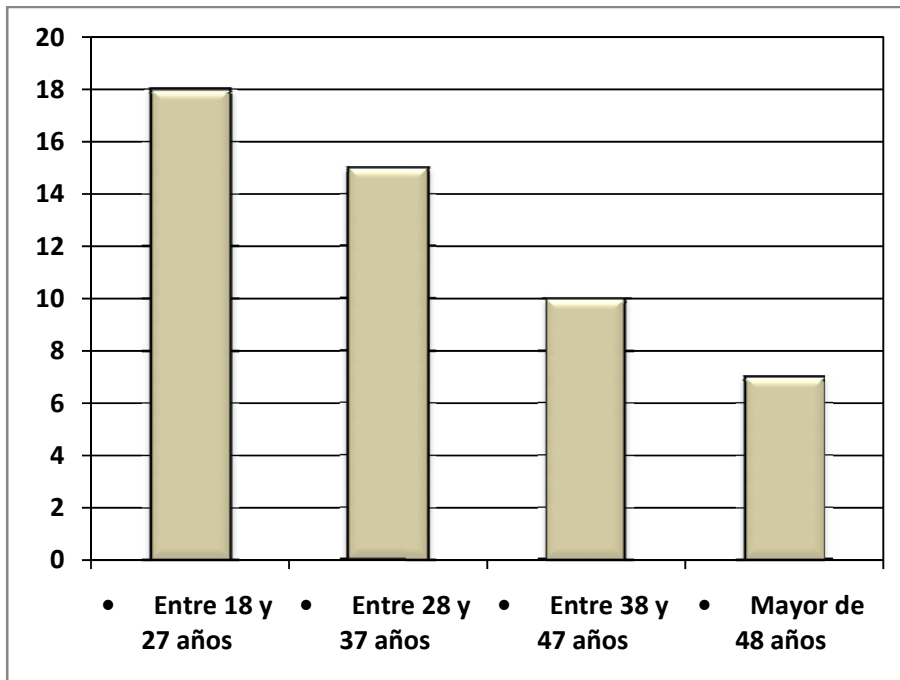
1.- GENERO

Masculino	32
Femenino	18



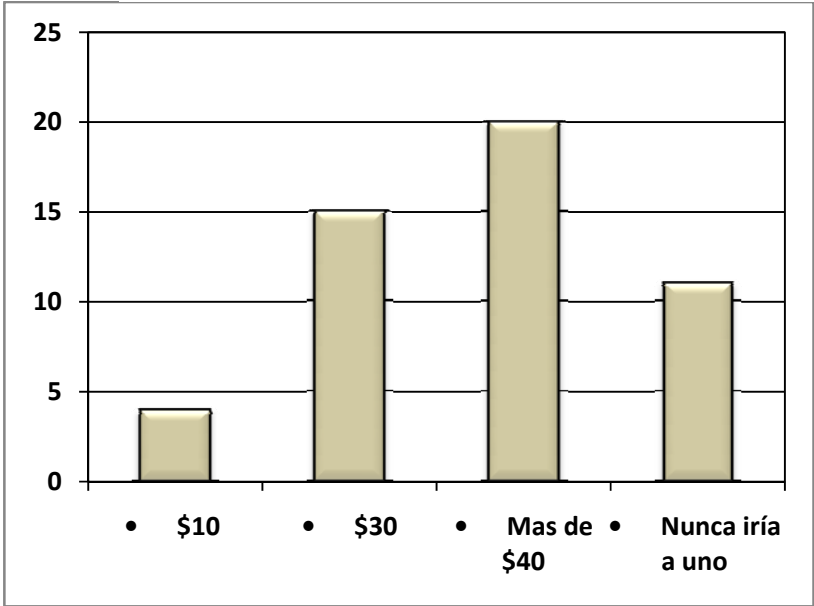
EDAD

2.-¿Edad?	
• Entre 18 y 27 años	18
• Entre 28 y 37 años	15
• Entre 38 y 47 años	10
• Mayor de 48 años	7



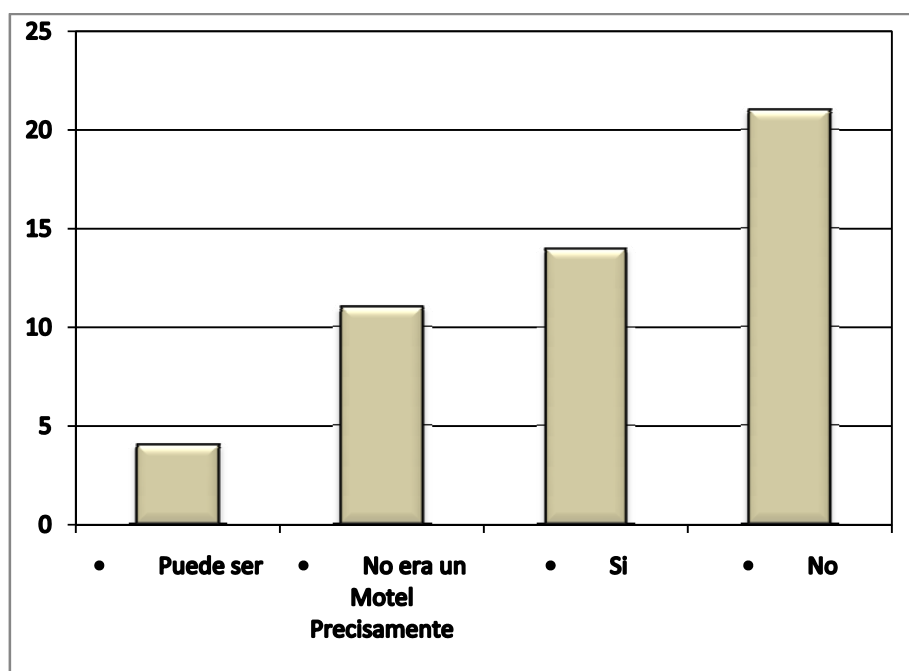
3. ¿Cuánto pagaría usted por los servicios que ofrece un Motel?

• \$10	4
• \$30	15
• Mas de \$40	20
• Nunca iría a uno	11



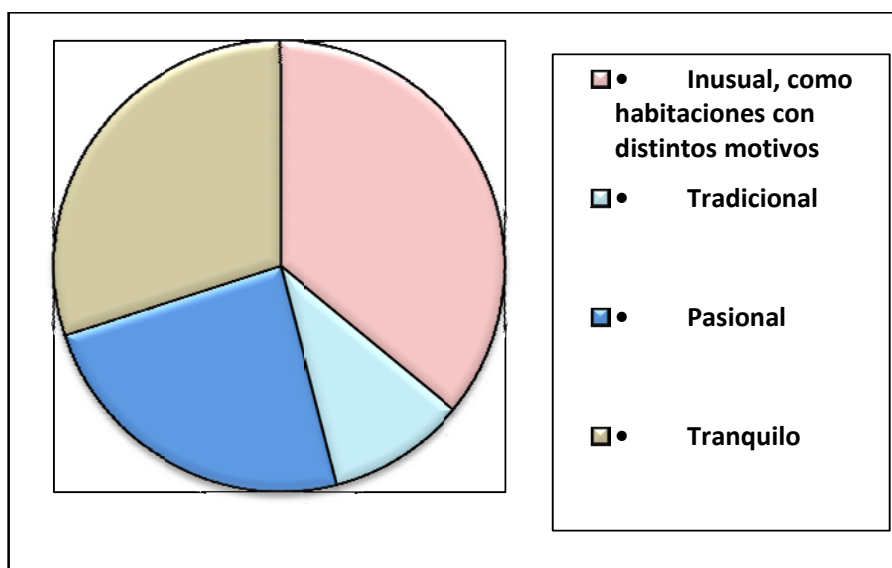
4. ¿Ha asistido a un motel?

• Puede ser	4
• No era un Motel Precisamente	11
• Si	14
• No	21



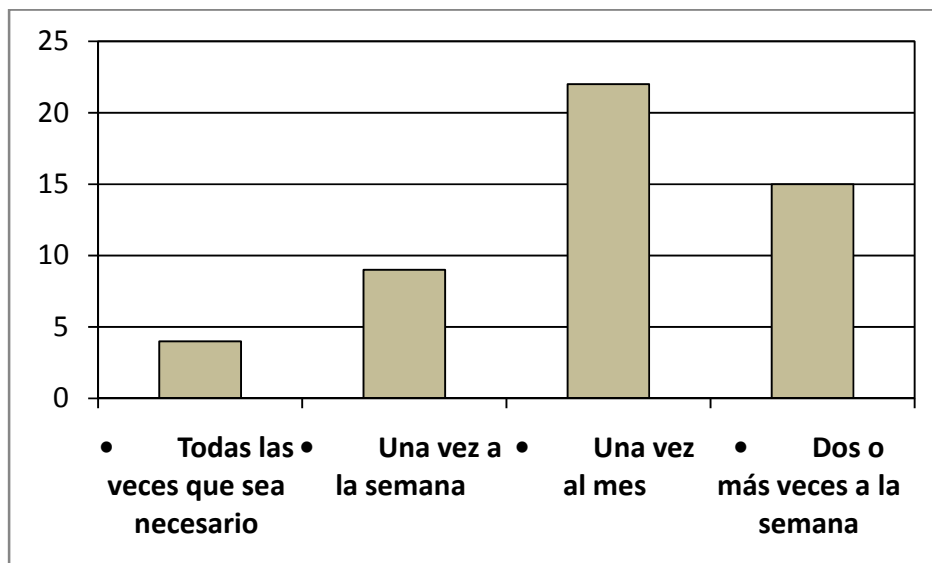
5. ¿Cómo le gustaría el ambiente del Motel?

• Inusual, habitaciones con distintos motivos	18
• Tradicional	5
• Pasiona	12
• Tranquilo	15



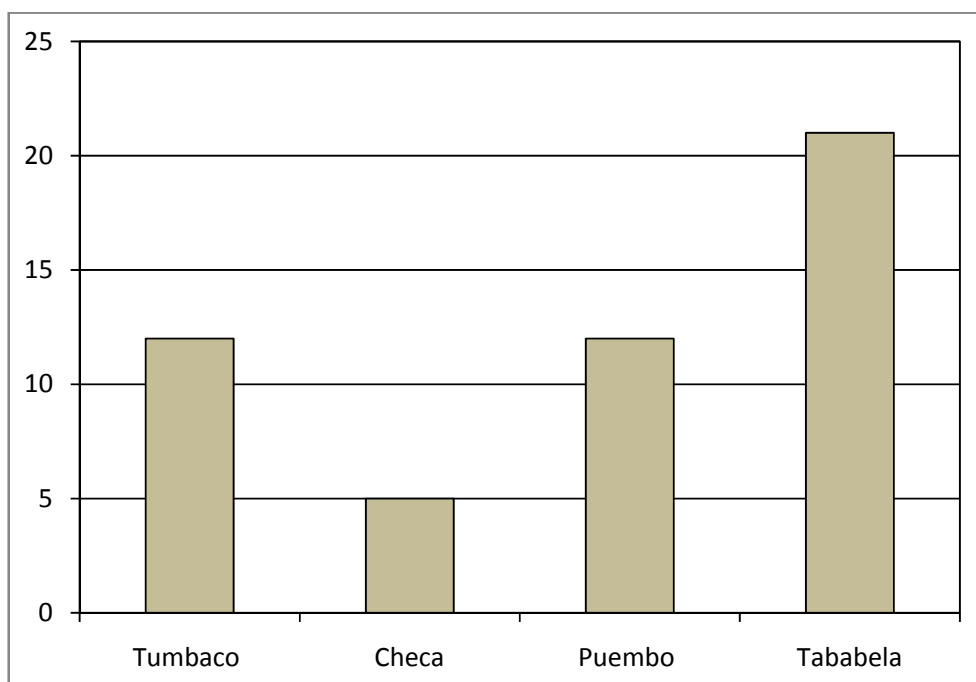
6. ¿Cada cuánto tiempo estima conveniente asistir a un motel?

• Todas las veces que sea necesario	4
• Una vez a la semana	9
• Una vez al mes	22
• Dos o más veces a la semana	15



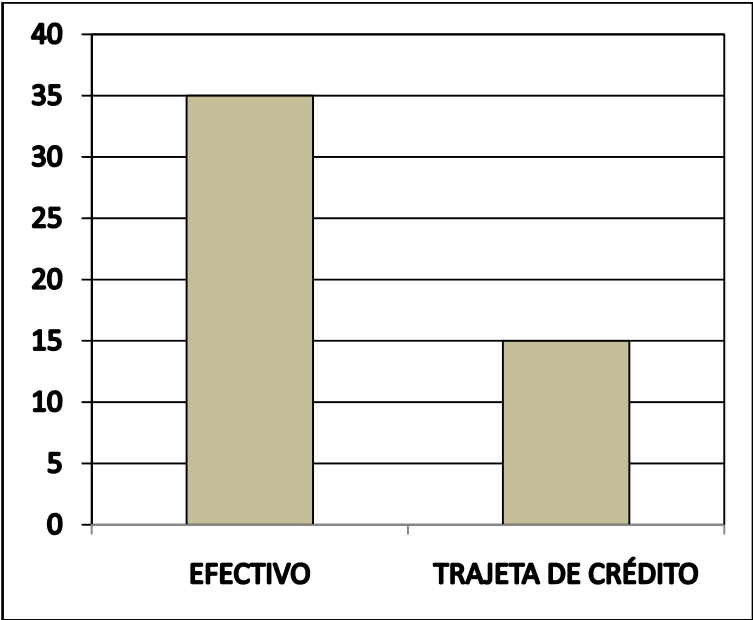
7.- ¿Dónde cree que estaría mejor ubicado el motel?

Tumbaco	12
Checa	5
Puembo	12
Tababela	21



8.- ¿Cómo sería su forma de pago?

EFFECTIVO	35
TRAJETA DE CRÉDITO	15



4-PLAN FINANCIERO

Este plan fue diseñado para verificar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

4.1. ACTIVOS FIJOS

Son las inversiones fijas que constituyen un egreso durante la instalación de la entidad y que se van a utilizar durante la vida útil de la misma.

Construcción.- Para la construcción se tomarán los precios por metro cuadrado, esto incluye todos los acabados.

Equipamiento

Para obtener el valor de los equipos se ha hecho un análisis de diferentes costos y se ha seleccionado el mejor entre algunas cotizaciones. Estos valores incluyen muebles, enseres, equipos y equipo de cómputo que se utilizarán en el motel.

ACTIVO FIJO

	TOTAL
TERRENO	
EDIFICIOS	298.093,75
Habitaciones	281.250,00
Ser Complementarios de habitaciones	16.843,75
	-
MUEBLES	3.614,25
Área Administración	714,25
Habitaciones	2.900,00
	-
EQUIPOS	36.940,14
Área Administración	20.858,89
Habitaciones	16.081,25
	-
EQUIPOS DE COMPUTO	1.672,49
Área Administración	1.672,49
	-
ENSERES	8.340,35
Área Administración	3.907,85
Habitaciones	4.432,50
	-
ACTIVOS DIFERIDOS	-
ACTIVOS DIFERIDOS	5.622,75
Gastos de Constitución	1.575,00
Permisos de Operación	2.100,00
Gastos de Instalación	1.680,00
Imprevistos	267,75
TOTAL	360.354,73

4.2 ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Son los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del Negocio, gastos de constitución, los permisos de operación y gastos de Instalación.

Gastos de Constitución

Son desembolsos originados por gastos legales para la constitución de la empresa, dirección de obras, instalación, diseño de sistemas de información, procedimientos y gestión administrativa. Estos gastos ascienden a \$1500

Permisos de Operación

Son aquellos gastos que se realizan para que la empresa pueda abrir al público sus puertas y preste sus servicios, son permisos, tasas, afiliaciones que permitirán el correcto funcionamiento cumpliendo con los requisitos que exige la ley de turismo. **Ver Anexo 5.**

Gastos de Instalación

Son todos aquellos gastos que deben realizarse antes de iniciar o entrar en funcionamiento las instalaciones. En estos gastos se consideraron los que se pagan al inicio para el medidor de energía eléctrica, alcantarillado, y la instalación de teléfono, tv cable que el costo ascenderá a 1300 dólares.

Además de los gastos que se incurrirán en la decoración de las habitaciones para iniciar el negocio que será de 300 dólares y un 5% de imprevistos de la suma total de estos gastos.

ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS	5.622,75
Gastos de constitución	1.575,00
Permisos de Operación	2.100,00
Gastos de Instalación	1.680,00
Imprevistos	267,75

4.3 CAPITAL DE TRABAJO

Denominado capital corriente, circulante, fondo de rotación o fondo de maniobra, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

CAPITAL DE TRABAJO	-
Materiales	4.466,78
Sueldos Personal Servicio	4.622,34
Sueldos Administrativos	3.534,04
Útiles de Oficina	84,00
Servicios Básicos	1.743,00
Publicidad	581,00
TOTAL	15.031,16

4.4 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El proyecto se financiará con el 100% de capital de las socias.

FINANCIAMIENTO	
	CAPITAL DE INVERSIONISTAS
TOTAL INVERSION	360.354,73
PORCENTAJE	100%

APORTE SOCIOS

		PORCENTAJE
TOTAL INVERSION	375.385,88	100%
Margoth Jara	125.128,63	33,33
Anabel López	125.128,63	33,33
Marie José Revelo	125.128,63	33,33

4.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para realizar el análisis del Punto de Equilibrio utilizaremos la formula $PE = (CF / ((- (CV/VT)))$ para lo cual vamos a tomar en cuenta los costos fijos, los costos variables y los Ingresos proyectados del motel, el punto de equilibrio se considerara cuando los costos totales sean iguales a los ingresos totales, es decir donde la utilidad sea \$0, ese será el nivel mínimo de ventas que se puede generar para que “The Flame” Motel no empiece a generar pérdidas.

AÑO	1	2	3	4	5
Precio Promedio	35	35	35	35	35
Ingresos	193.678,13	271149,38	309.885,00	348.620,63	348620,63
CF/promedio	1.717,43	1.730,95	1.730,95	1.730,95	1730,95
CV/ precio Promedio	1.137,81	1.229,25	1.256,04	1.295,54	1295,54
PE \$	102.304,14	93.860,81	88.380,15	82.126,34	82.126,34

Los resultados del Punto de Equilibrio nos permiten comprobar que durante el primer año el motel no generara perdidas.

En los siguientes años el Punto de Equilibrio irá disminuyendo debido a que la ocupación del motel aumentará con lo que se logrará cubrir de una forma más fácil los costos.

5.-PUBLICIDAD Y PROMOCION

La promoción es un instrumento base en el crecimiento de nuestra empresa por esta razón, se adquirirán bases de datos de correos electrónicos, de clientes y posibles clientes, por medio de promociones como:

PUBLICIDAD

Motivaremos a la publicidad de boca en boca por la excelencia en nuestro servicio.

Repartiremos invitaciones en los estados de cuenta a nuestros clientes Diners de (28 a 40 años)

Página Web, en la cual constarán fotos de las habitaciones, detalle de servicios, información para contacto.

RELACIONES PÚBLICAS

Auspiciaremos eventos de sexualidad tales como, seminarios, terapias de pareja, obras como los monólogos de la vagina y lanzamiento de lencería y sex shop.

PROMOCIONES DE VENTAS

Ven y celebra con nosotros tu aniversario, cumpleaños o fechas especiales y obtén precios especiales.

6. MATRIZ FODA

Fortalezas

- Contamos con el terreno en el cual se construirá el motel a las afueras del perímetro urbano
- El terreno que poseemos cuenta con suficiente espacio para la creación de nuevas habitaciones.
- Ofertamos una variedad de servicio de habitaciones de lujo, súper lujo y temática
- Capacitaciones permanentes a nuestros empleados orientados hacia la atención personalizada de nuestros clientes.
- Contar con el capital para la inversión, evitando intereses y deudas a bancos y otras entidades financieras.

Oportunidades

- Las utilidades que genera un motel se caracterizan por ser altas, lo cual permite recuperar la inversión inicial en un tiempo corto.
- Según la pirámide de necesidades de Maslow “el ser humano tiene una necesidad fisiológica, de afecto, autoestima y necesidad sexual.
- Capacitación constante por parte entidades públicas entre ellos Ministerio de Salud, Ministerio de Turismo.

Debilidades

- No contamos con experiencia en la industria.
- Como un negocio nuevo no contamos con un posicionamiento en el mercado.

Amenazas

- Competencia indirecta en el sector.
- Constante cambio en leyes e impuestos.
- Si bien el termino motel ya no es un tabú en la actualidad, algunas personas han estigmatizado el nombre motel, identificándolo como lugar de encuentros clandestinos y criticando a la gente que suele acudir a este tipo de establecimientos hoteleros.

7. REQUERIMIENTOS LEGALES

Para el inicio y funcionamiento del Motel “The Flame” se considerarán las leyes vigentes de la Superintendencia de Compañías, el Municipio, Ministerio de Turismo, Ministerio de Salud y de la Asociación Hotelera del Ecuador (AHOTEC).

Tipo de empresa

“The Flame” se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, donde las socias se encargarán de la planificación y organización del proyecto; la Superintendencia de Compañías será la encargada de la aprobación de la empresa.

Requisitos principales

Cámara de Turismo de Pichincha las empresas hoteleras necesitan los siguientes requisitos para operar:

- *Registro actividad turística*
- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto
- Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de
- arrendamiento del local, debidamente legalizado.

- Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos
- *Licencia anual de funcionamiento*
- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento firmado por el representante legal.
- Permiso de uso de suelo.
- Copia del RUC (actualizado, si existieren cambios).

Permiso sanitario

- Certificado de uso de suelo.
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de control sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

Patente municipal

- Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia.
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia de la cédula de ciudadanía.

Uso del suelo

- Informe de regulación metropolitana o línea de fábrica (para obtener el correspondiente informe se debe comprar el formulario en ventanilla); y adjuntar la carta del impuesto predial del año, copias de la cédula de identidad, papeleta de votación de la persona que presenta el trámite. Este Informe tiene validez por dos años.
- Copia de cédula de ciudadanía actualizada.
- Copia de papeleta de votación actualizada o exención del propietario.
- Carta de representación (para empresas)
- Pago del impuesto predial.

Permiso rótulos y publicidad exterior

- Solicitud dirigida al Administrador Zonal respectivo, señalando que la publicidad cumple con la normativa.
- Croquis del predio en el que se instalará el medio publicitario y fotografía actual del lugar.
- Autorización escrita del propietario del inmueble, con reconocimiento de firmas efectuado por autoridad competente, en el que se vaya a realizar la instalación; en caso de propiedad horizontal, la autorización notariada de todos los copropietarios del inmueble (100% de las alícuotas).
- Copia de la carta de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud del inmueble en el cual se va a instalar el medio publicitario.
- Patente actualizada del solicitante.
- En el caso de vallas con altura igual o superior a 6 m., informe técnico suscrito por un ingeniero que garantice la estabilidad de la estructura de sustentación.
- Pago de la regalía por instalación de la publicidad exterior fija, compromiso y garantía por cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, una vez fenecido el término de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma, así como el seguro por daños a terceros.
- El compromiso de desmontar la publicidad y la totalidad de los elementos

constitutivos del medio publicitario, al vencimiento del plazo de la licencia en caso de haberse dispuesto revocatoria de la misma y la restitución completa de la acera o parterre, respectivo. No podrá dejarse elemento de naturaleza alguna sobre el piso en el que estuvo instalado el medio.

Permiso anual de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

- Se debe pagar este permiso anualmente.
- *Licencia ambiental*
- Tramitar el Certificado Ambiental en la Dirección Metropolitana de Medio Ambiente del Municipio de Quito y cancelar 0,5 RBUM en la Administración Zonal respectiva y es válido por dos años.

Registro Único de Contribuyentes

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente (extranjeros residentes Visa 10 y No residentes Visa 12).
- Los ecuatorianos, presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Tribunal Supremo Electoral (TSE).
- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción o contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción, legalizado o con el

sello del juzgado de inquilinato, o pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción.

Afiliación a la AHOTEC

- *Número Patronal del IESS*
- *Permiso Intendencia de Policía*

CONSTITUCIÓN

Los pasos para la constitución de la entidad son los siguientes:

Elaboración del Acta de Constitución

Donde se redacta la hora y fecha de reunión, constan los nombres de las personas que están presentes, se recalca en nombre comercial de la empresa y su principal función, así como el lugar donde radica e inicia sus actividades, define las actividades que se requerirán para la respectiva constitución de la entidad, el capital inicial, se determina el/la representante legal, la directiva administrativa, y la periodicidad de las reuniones, así como la entrega de las actas de las mismas a los socios, finalmente para constancia firman el presidente/a y el secretario/a.

Reserva del nombre comercial para la constitución de la entidad

La misma que está dirigida a la Superintendencia de Compañías, para no realizar este trámite repetitivamente, ya que no siempre la Superintendencia reserva el nombre específico enviado, es recomendable enviar entre 4 ó 5 nombres en la redacción de este documento para que uno de ellos sea aceptado, finalmente, como responsable, puede firmar la presidenta o secretaria.

Respuesta de la Superintendencia en cuanto a la reserva de nombre comercial

En este documento la superintendencia responde al documento en el paso anterior con atención a la persona que firmó, notificando el nombre reservado, donde firma el/la delegado/a del secretario general.

Escritura de Constitución

En este documento en forma general se detallan la fecha, hora, y comparecientes para la constitución de la entidad, donde se especifica la designación de representante legal, desglose general del capital, políticas de responsabilidad, utilidades, derecho en la toma de decisiones generalizado, duración de la entidad, objetivo de la entidad, finalmente las firmas de las socias.

Acta de Compañía Limitada

Aquí se redacta las socias, el desglose detallado del capital, grado de responsabilidad, derechos en la toma de decisiones, delegaciones de la directiva administrativa, firmas de las socias.

Acta de nombramiento de el (la) Representante Legal y Gerente General de la Entidad

Donde se redactan los datos generales de constitución y el nombramiento de estos cargos, dirigidos a la persona delegada.

Aceptación

Aquí consta, como su nombre lo indica, la aceptación de la persona delegada a los cargos del punto anterior con su respectiva firma.

8. CONCLUSIONES

- Hemos encontrado una demanda insatisfecha a la cual nos dirigiremos, ofertando un servicio de lujo y calidad.
- Por medio de las encuestas observamos que la mayor parte del sector de Tumbaco y sus alrededores buscan un servicio de calidad distinto a los servicios ofertados por la competencia y están dispuestos en utilizar sus ingresos económicos en nuestro servicio.
- Ofrecemos un servicio de hospedaje diferente a los demás. Como exclusividad, privacidad, habitaciones como habitaciones de lujo, súper lujo.
- Cambiar el concepto tradicional de los moteles.
- “The Flame Motel” es un negocio rentable que en un período de 3 años obtendremos el capital invertido.
- “The Flame Motel” ofrece a sus clientes Hacer de lo imaginario algo real.

ANEXOS

Fotos:



Foto1: Ubicación "The Flame"

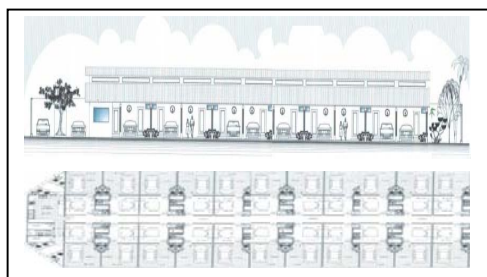


Foto 2: Diseño de planta Física.



Foto3: Imagen de Habitación Delux.



Foto4: Imagen de Habitación Superior



Foto5: Imagen de Habitación Temática Ecuatoriana



Foto6: Imagen de Habitación Temática Romana.



Foto7: Imagen de Habitación Temática Japonesa



Foto8: Imagen de Habitación Temática Hindú.



Foto9: Imagen de Habitación Temática Griega.



Foto10: Imagen de Menú del Restaurant. .



Foto11: Imagen de Menú del Restaurant. .



Foto12: Imagen de Menú del Restaurant. .

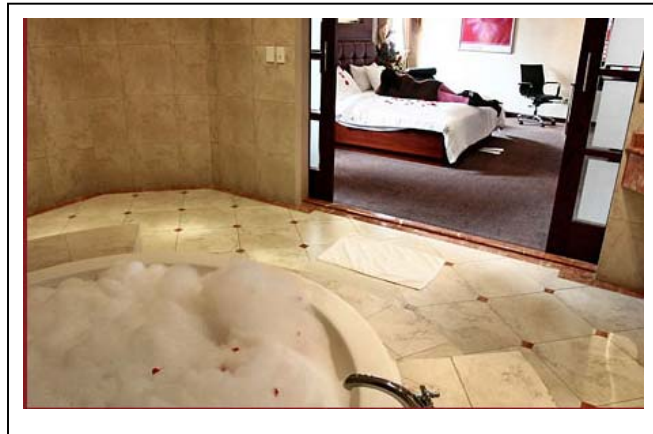
Anexo 1.**ORDENANZA MUNICIPAL**

USO	SIMB.	TIPOLOGIA	SIMB.	ESTABLECIMIENTOS
Comercio de ciudad y Metropolitana C	CM	Alojamiento Restringido (4)	CM 1	Moteles, casas de cita, lenocinios, prostíbulos, Centros nocturnos, cabarets.
		Venta Vehículos y maquinaria pesada	CM 2	Áreas de exposición y ventas maquinaria pesada
		Talleres de servicio y venta especializada	CM 3	Insumos para la industria, centros ferreteros, material De construcción y comercio mayorista.
		Centros comerciales	CM 4	Comercios agrupados en general mayores a 1.000 m2. De área útil.

http://www7.quito.gov.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDZ-011%20-%20PUOS%20-%20SUSTITUYE%20ORMZ-008.pdf

Anexo 2.

“LUMINI BOUTIQUE MOTEL”



UBICACIÓN:

Su ubicación es en la Av. Galo plaza Lasso N72-93 y Enrique Portilla.

POSICIONAMIENTO:

El propósito fundamental del negocio de un motel es satisfacer las necesidades de parejas en cuanto al sexo y a sus fantasías.

OFERTA DEL PRODUCTO

El costo de una suite oscila entre los 35 a 80 dólares. Motel Lumini Boutique tiene 61 habitaciones en las que se destacan:

- Suite presidencial USD 80.00 que supera los 20 metros cuadrados. Tiene jacuzzi con un juego de luces en forma de estrella en el techo.
- 9 Gran Suites USD 45.00 decoradas con columnas al estilo romano, tienen jacuzzi en el mismo cuarto y una sala de estar y otras 51 habitaciones de USD 30.00 porque disponen de turco y sauna a la vez.

- Adicional La suite estilo cabaret cuenta con pista para la realización de bailes exóticos y una silla especial para el espectador

COMO SE PROMOCIONA

Este motel no dispone de página web, su publicidad se la realiza bajo un contrato de marketing con nu house en donde se publicita dentro de revistas de farándula como son caras, cosas, soho.

Existes links de páginas web que dan información sobre este motel. Ejemplo

http://especiales.elcomercio.com/extravagancias_moteles/

Su mejor propaganda es el boca a boca ya que por su excelente servicio ha sido muy cotizado y reconocido

FACTORES A CONSIDERAR:

Su índice de mayor ocupación son los días viernes, seguidos por los sábados y jueves; los de menor actividad, en cambio, son los domingos, seguidos de los lunes y los feriados que son considerados días malos. También se puede tomar en cuenta las horas del día. Las ventas nocturnas alcanzan e incluso sobrepasa las de la tarde.

VENTAJAS DEL PRODUCTO:

Una de las ventajas es que Lumini boutique motel brinda un servicio diferente y novedoso. Esta dirigido a un selecto grupo de clientes, personas sofisticadas y exigentes que buscan salir de la cotidianidad y están dispuestos a pagar más para disfrutar de este servicio.

La característica especial es que cada habitación este llena de detalles que den satisfacción al capricho de cada cliente. Es decir decoración, diseño, ambientación y servicio.

Para el boutique se ofrecerá una gama extensa en sex shop, además de todo lo interesante que encuentre en la habitación y lo quiera adquirir.

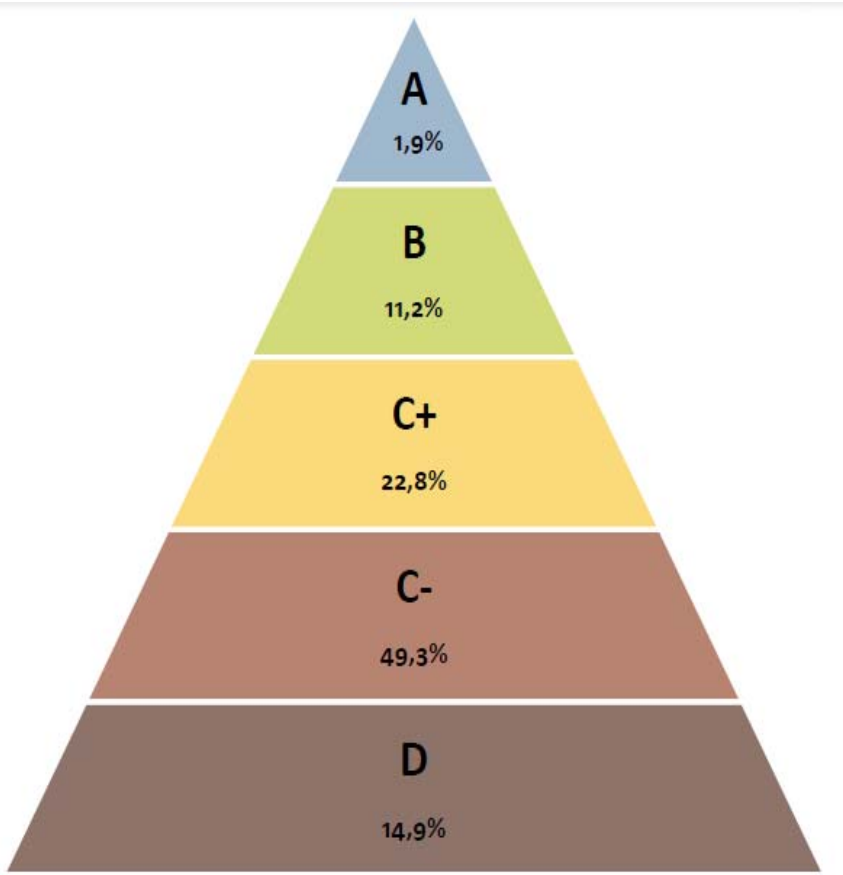
BENEFICIOS ADICIONALES

La tarifa incluye 12 horas de hospedaje. Si se ingresa en la noche y se queda hasta el otro día tiene derecho a un desayuno el desayuno se lo sirve de 7h00 a 10h30

Si se ingresa en la mañana y el alojamiento se prolonga hasta la tarde incluye un almuerzo es servicio es desde las 14h00.

Anexo 3.

Pirámide Socioeconómica de la Población



NIVEL A En el estrato A

<u>Características de las viviendas</u>	<u>Bienes</u>	<u>Tecnología</u>	<u>Hábitos de consumo</u>	<u>Educación</u>	<u>Economía</u>
El material predominante del piso de estas viviendas son de duela, parquet, tablón o piso flotante	Todos los hogares disponen de servicio de teléfono convencional.	El 99% de los hogares de este nivel cuentan con servicio de internet.	Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.	El Jefe de Hogar tiene un nivel de instrucción superior y un número considerable alcanza estudios de post grado.	Los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de empresas.
En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar	Todos los hogares de este estrato cuentan con refrigeradora.	La mayoría de los hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil	Los hogares de este nivel utilizan internet.		El 95% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.

<u>Características de las viviendas</u>	<u>Bienes</u>	<u>Tecnología</u>	<u>Hábitos de consumo</u>	<u>Educación</u>	<u>Economía</u>
	Más del 95% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.	En promedio disponen de cuatro celulares en el hogar.	El 99% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo).		El 79% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.
	En promedio los hogares de este estrato tienen dos televisiones a color		El 92% de los hogares utiliza alguna página social en internet.		
	Más del 80% de los hogares tiene hasta dos vehículos de uso		El 76% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de		

	exclusivo para el hogar.		trabajo en los últimos tres meses.		
--	--------------------------	--	------------------------------------	--	--

www.inec.gob.ec

Anexo 4.

Encuestas

Preguntas

1.- ¿Género?

- Masculino
- Femenino

2.- ¿Edad?

- Entre 18 y 27 años
- Entre 28 y 37 años
- Entre 38 y 47 años
- Mayor de 48 años

3.- ¿Cuanto pagaría usted por los servicios que le ofrece un motel?

- \$10
- \$30
- Más de \$40
- Nunca iría a uno

4.- ¿Ha asistido alguna vez a un motel?

- Puede ser
- No era un Motel Precisamente
- Si
- No

5.- ¿Cómo le gustaría el ambiente del Motel?

- Inusual, habitaciones con distintos motivos
- Tradicional
- Pasional
- Tranquilo

6.- ¿Cada cuanto tiempo estima conveniente asistir a un motel?

- Todas las veces que sea necesario
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Dos o más veces a la semana

7.- ¿Dónde cree que estaría mejor ubicado el motel?

- Tumbaco
- Checa
- Puenbo
- Tababela

8.- ¿Cómo sería su forma de pago?

- Efectivo
- Tarjeta de crédito

Bibliografía:

Internet

- Buscador: google “habitaciones “ <<http://www.nexolocal.com.ve/c1412-hoteles> > acceso: 9 de Marzo 2012
- Buscador: google “habitación estilo romana”
<<http://hotelesconjacuzzi.blogspot.com/2010/02/hotel-5-continentes-barcelona.html> > acceso: 9 de Marzo 2012
- Buscador: google “habitación amazónica”
<<http://dormitorios.org.es/files/2011/04/dormitorio-selva.jpg> > acceso: 9 de Marzo 2012
- Buscador: google “habitación japonesa” <<http://www.decoras.net/habitacion-estilo-japones.html> > acceso: 9 de Marzo 2012
- Buscador: google “habitación estilo hindú”
<<http://www.portalnet.cl/comunidad/cementerio-de-temas.635/291955-50-anos-del-hotel-valdivia.html> > acceso: 9 de Marzo 2012
- Buscador: google “habitación estilo griega” <<http://hotelesydestinos.es/hoteles-en-grecia-hotel-cavo-tagoo/> > acceso: 9 de Marzo 2012
- Buscador: google “habitación motel”
<http://www.google.com.ec/imgres?q=habitaciones+motel&um=1&hl=es&safe=active&sa=N&biw=1366&bih=673&tbm=isch&tbnid=r2azysJ8oGh_uM > acceso: 9 de Marzo 2012
- Buscador: google “motel tantra” <<http://www.tantramotel.com/bar.html> > acceso: 9 de Marzo 2012
- Omeñaca, J. (2008). *Contabilidad General*. Barcelona:Destou.