



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CAMPAMENTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA TONSUPA,
PROVINCIA DE ESMERALDAS”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: PINTO MORÁN PATRICIA CRISTINA

DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS

Ibarra, julio, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad para la creación de un campamento turístico en la parroquia de Tonsupa, provincia de Esmeraldas es una propuesta que entre sus objetivos encierra satisfacer las necesidades de los turistas que gustan de actividades al aire libre con total seguridad, así como ofrecer una forma de hospedaje no tradicional que incluye una experiencia que crearán efectos positivos en la formación del carácter tales como la responsabilidad, cuidado del medio ambiente, entusiasmo, compañerismo, trabajo en equipo e imaginación.

El diagnóstico situacional demuestra que la zona cuenta con las condiciones óptimas para su implementación, así como la existencia de grandes aliados y oportunidades, acompañados de oponentes y riesgos que pueden ser fácilmente mitigados.

El estudio de mercado demuestra que existe una demanda considerable que está muy interesada en disfrutar de los servicios del campamento con tranquilidad y comodidad.

En el desarrollo del estudio técnico se estableció la localización óptima del proyecto, mismo que se encuentra en lugar de fácil acceso y con los servicios básicos necesarios para el desarrollo de la actividad campista.

Con la realización del estudio financiero se determinó el monto de inversión óptima misma que debe ser financiada tanto con capital propio como con capital financiado recuperable en corto tiempo. Se realizó la estructuración de estados financieros mismo que demuestran la rentabilidad de proyecto. Adicionalmente, se determinó las estructuras tanto administrativas como legales de la empresa con el fin de garantizar el éxito del emprendimiento.

Finalmente se evaluaron los impactos que generara el proyecto en el ámbito social, económico, ambiental, turístico y empresarial mismos que arrojan un resultado favorable para su implementación.

EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility study for the creation of a tourist camp in the parish of Tonsupa, province of Esmeraldas is a proposal that contains, among its objectives, meeting the needs of tourists who enjoy the outdoors activities safely and provide nontraditional form of hosting that includes an experience that will create a positive impact on the formation of character such as responsibility, environmental stewardship, enthusiasm, camaraderie, teamwork and imagination.

The situation analysis shows that the area has the best conditions for its implementation, as well as the existence of strong allies and opportunities, accompanied by opponents and risks that can be easily mitigated.

The market research shows that there is considerable demand ready to enjoy the services of the camp with security and comfort.

In the technical study was established the optimal location of the project, which is in a place of easy access and has basic services necessary for the development of the camper activity.

With the completion of the financial study, it was determined that the amount of optimal investment must be financed with equity and capital funded, which will be recoverable in a short time. Financial statements were elaborated, and they demonstrate that the project is profitable. Additionally, it was determined the administrative and legal structures of the company in order to ensure the success of the venture.

Finally, were evaluated the impacts that the project will generate in social, economic, environmental, tourism and business fields, and they show a favorable outcome.

AUTORÍA

Yo, PATRICIA CRISTINA PINTO MORÁN, portadora de la cédula de ciudadanía No. 171382626-9, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Grado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPAMENTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA TONSUPA, PROVINCIA DE ESMERALDAS", es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi exclusiva responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Patricia Cristina Pinto Morán
C.C.: 171382626-9

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, **Patricia Cristina Pinto Morán**, para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPAMENTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA TONSUPA, PROVINCIA DE ESMERALDAS”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, julio del 2014.

ING. MARCELO VALLEJOS
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, PATRICIA CRISTINA PINTO MORÁN, con cédula de ciudadanía N° 171382626-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPAMENTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA TONSUPA, PROVINCIA DE ESMERALDAS"**, que ha sido desarrollado para obtener el título de Ingeniera Comercial; en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Patricia Cristina Pinto Morán
C.C: 171382626-9

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

Dirección:	De las Hortensias E9-63 y Av. 6 de Diciembre, Quito.		
Email:	otnip2005@yahoo.com		
Teléfono Fijo:	2416436	Teléfono Móvil:	996369584

DATOS DE LA OBRA	
Título	“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Campamento Turístico en la Parroquia Tonsupa, Provincia de Esmeraldas”
Autora:	Patricia Cristina Pinto Morán
Fecha:	2014 -07
Sólo para trabajos de grado	
Programa:	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Postgrado
Título por el que Opta:	Ingeniera Comercial
Asesor / Director:	Ing. Marcelo Vallejos

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Pinto Morán Patricia Cristina, con cédula de ciudadanía No. 171382626-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de terceros, por tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de tercero.

Ibarra, julio del 2014.

LA AUTORA



Patricia Cristina Pinto Morán
C.C: 1713826269

ACEPTACIÓN



Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Faculto por resolución del Consejo Universitario: _____

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado se lo dedico primeramente a Dios Todopoderoso por haberme otorgado todos los recursos para culminarlo.

A María Santísima por haber bendecido mi esfuerzo.

A mi esposo Diego por haberme motivado a mejorar mi formación profesional.

A mi familia por haberme animado en todo momento para culminar mi carrera.

Cristina Pinto M.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme bendecido con mis estudios y por haberme dado todos los recursos para culminar mi carrera profesional.

A mi esposo y mi familia por estar siempre a mi lado ayudándome con sus consejos y dándome ánimos para alcanzar mis metas.

A la Universidad Técnica del Norte, por haberme acogido para poder graduarme como profesional.

A mis compañeros con quienes compartimos momentos gratos.

A todos ellos un agradecimiento infinito.

Cristina Pinto M.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un campamento turístico en la parroquia Tonsupa, provincia de Esmeraldas, con el fin de ofrecer a los turistas una alternativa económica y novedosa de descanso en la playa.

Objetivos Específicos

- Realizar un Diagnóstico Situacional del área turístico - hotelera de la parroquia Tonsupa con el fin de determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de este estudio.
- Estructurar las bases teóricas – científicas mediante investigación bibliográfica e investigación lincográfica.
- Elaborar el Estudio de Mercado a través de la investigación de campo con el fin de identificar las características del servicio, consumidores, estructura del mercado, analizar la oferta, la demanda y establecer conclusiones.
- Realizar el Estudio Técnico para definir el tamaño del proyecto, mercado, localización, procesos de prestación del servicio, infraestructura física así como los sistemas de control.

- Efectuar la evaluación Económico - Financiera para determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto.
- Desarrollar la Propuesta Estratégica del proyecto con el fin de establecer la razón social, tipo de empresa, base filosófica, organigrama, marco legal y estrategias empresariales.
- Analizar los principales impactos que genere el proyecto en el orden económico, ambiental, cultural y empresarial.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto pretende determinar la factibilidad de la creación de un campamento turístico en la parroquia Tonsupa, provincia de Esmeraldas.

Capítulo uno: En primer lugar, se desarrolló un diagnóstico situacional tanto externo como interno con el fin de conocer las condiciones actuales tanto en el ámbito político, económico, social y tecnológico en las que se desarrollará el proyecto. Para obtener esta información se utilizó la técnica documental basada en búsquedas de contenido verídico y actualizado en Internet así como en medios de comunicación impresos.

Capítulo dos: Para la determinación de las bases teóricas-científicas, primeramente se detalló todas aquellas expresiones o definiciones que puedan ser de ayuda al lector para entender de mejor manera el desarrollo del presente proyecto. Una vez obtenida la lista en mención, se procedió a categorizarlas para enseguida proporcionar una explicación breve pero satisfactoria basada tanto en investigación bibliográfica como lincográfica.

Capítulo tres: No se puede establecer un negocio sin antes obtener y analizar información acerca de los potenciales clientes, productos o servicios, precios, competidores, proveedores, entre otros. Por esta razón, se elaboró un estudio de mercado a través de encuestas, entrevistas e investigación bibliográfica con el fin de cubrir los aspectos en mención y establecer conclusiones que permitan tener un panorama claro del mercado en cual se desarrollará este proyecto.

Capítulo cuatro: En relación al Estudio Técnico, se estableció la macro y micro localización del proyecto, la ubicación física del campamento turístico, el diseño arquitectónico de las instalaciones, procesos y sus respectivos diagramas de flujos, capacidad con la que el campamento

turístico contará para atender a los turistas, servicios que se ofertarán, así como el personal, los equipos e insumos que se utilizará en la puesta en marcha del proyecto. Este estudio se lo consiguió mediante investigación bibliográfica, lincográfica y entrevistas con profesionales en áreas como diseño, arquitectura y marketing.

Capítulo cinco: Estudios de factibilidad como el presente, necesitan apoyarse en una base económica financiera con el fin de conocer el presupuesto de inversión y operación, proyecciones de ingresos y gastos, entre otros, mismos que ayudarán a determinar la viabilidad del proyecto. Para alcanzar este punto se realizó investigación de campo para conocer los costos actuales que se manejan en el mercado. Además, se elaboraron cuadros y estados basados en investigación bibliográfica de fuentes relacionadas con el tema.

Capítulo seis: Toda empresa sin importar su tamaño o naturaleza, debe basar su estudio de factibilidad también en una Propuesta Estratégica. En la propuesta de este proyecto se detalló su estructura organizacional, su base filosófica así como sus estrategias. Para plasmar esta propuesta fue necesario el uso de herramientas tecnológicas actualizadas como el Internet e información bibliográfica al respecto.

Capítulo siete: En este último capítulo se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo de los impactos que generará este proyecto tanto en el ámbito económico, ambiental, cultural y empresarial.

Por su sencillez y eficacia, primeramente se determinó los indicadores a ser medidos. A continuación se estableció los rangos en los cuales se medirá los impactos sea positiva o negativamente. Una vez determinado los niveles de impacto se construyó una matriz en la cual horizontalmente se ubicaron los niveles de impacto y verticalmente se establecieron aquellos indicadores que permitan tener una idea clara sobre el ámbito

que se analiza. Cada indicador tiene un nivel de impacto positivo o negativo, para luego obtener una sumatoria, misma que fue dividida para el número de indicadores establecido en esa área, obteniéndose matemáticamente el nivel de impacto que en ese ámbito tendrá el proyecto. Una vez obtenidos los resultados, se realizó un breve análisis y se indicó cuáles fueron los argumentos que se utilizaron para asignar dichos niveles.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	i
EXECUTIVE SUMMARY	ii
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vi
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	vii
3. CONSTANCIA.....	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
OBJETIVOS	x
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxviii
INTRODUCCIÓN.....	xxx
JUSTIFICACIÓN.....	xxxi
METODOLOGÍA UTILIZADA.....	xxxii
CAPÍTULO I.....	36
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	36
1.1. Antecedentes	36
1.2. Descripción del Negocio.....	38
1.3. Objetivos diagnósticos.....	39
1.3.1. Objetivo General	39
1.3.2. Objetivos Específicos	39
1.4. Variables Diagnósticas	39
1.5. Indicadores	39
1.6. Matriz de Relación Diagnóstica.....	41

1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas.....	42
1.7.1. Estructura Geográfica.....	42
a) Ubicación	42
b) Extensión territorial.....	42
c) Clima	42
1.7.2. Atractivos Turísticos.....	42
a) Playas cercanas.....	42
b) Gastronomía.....	43
c) Actividades recreativas	43
1.7.3. Servicios	44
a) Salud.....	44
b) Alimentación	44
1.7.4. Segmentación Geográfica	44
a) Ciudad objetivo	44
1.7.5. Segmentación Demográfica	45
a) Género.....	45
b) Edad.....	46
c) Población Económicamente Activa, Población Económicamente Inactiva y Población en Edad de Trabajar.....	47
1.7.6. Demanda	48
a) Preferencia por actividades al aire libre	48
1.7.7. Oferta	49
a) Establecimientos existentes.....	49
1.8. Análisis Externo	50
1.8.1. Macroambiente.....	50
a) Variables Políticas	50
Aprobación de la Gestión del Presidente	50
Inseguridad.....	51
Turismo	52
El Turismo en Esmeraldas.....	52
Plan de Gobierno Municipal de Atacames	53
b) Variables Económicas	54
Inflación Anual	54

Riesgo País	55
Tasas de Interés	56
Crédito para Pequeñas y Medianas Empresas, PYMES	56
c) Variables Sociales	57
Estructura de la población	57
Características generales de la población	58
Actividades económicas de la población	58
d) Variables Tecnológicas.....	59
1.8.2. Microambiente (5 FUERZAS DE PORTER)	60
a) Poder de negociación de los clientes	61
b) Poder de negociación de los proveedores	62
c) Amenaza de nuevos entrantes	63
d) Amenaza de servicios sustitutos	63
e) Rivalidad entre los competidores	64
1.9. Análisis Interno	65
1.10. Matriz AOOR.....	66
1.11. Cruces Estratégicos.....	67
1.11.1. Aliados	68
1.11.2. Oponentes.....	69
1.11.3. Oportunidades	70
1.11.4. Riesgos.....	71
1.12. Identificación de la Oportunidad de Inversión.....	72
CAPÍTULO II.....	76
2. MARCO TEÓRICO.....	76
2.1. Campamento de turismo.....	76
2.1.1. Definición	76
2.1.2. Carpa.....	76
2.1.3. Menaje	76
2.1.4. Bolsa o Saco de dormir (sleeping bag).....	77
2.1.5. Complementos.....	77
2.2. Turismo	78
2.2.1. Definición.....	78
2.2.2. Turista	78

2.3.	Empresa.....	79
2.3.1.	Definición	79
2.3.2.	PYMES.....	79
2.3.3.	Misión	80
2.3.4.	Visión.....	80
2.3.5.	Estrategia.....	81
2.3.6.	Objetivos	82
2.3.7.	Principios	82
2.3.8.	Valores	83
2.3.9.	Diagrama de Flujo	83
2.4.	Político	84
2.4.1.	Gobierno	84
2.4.2.	Políticas	84
2.5.	Económico.....	85
2.5.1.	Inflación.....	85
2.5.2.	Riesgo País	85
2.5.3.	Tasas de interés	86
2.5.4.	Macroambiente	87
2.5.5.	Microambiente	88
2.6.	Social.....	88
2.6.1.	Población	88
2.6.2.	Empleo	88
2.7.	Mercado	89
2.7.1.	Definición	89
2.7.2.	Oferta	90
2.7.3.	Demanda	90
2.7.4.	Demanda Insatisfecha.....	91
2.7.5.	Demanda potencial	91
2.7.6.	Producto.....	91
2.7.7.	Servicio	92
2.7.8.	Competencia	92
2.7.9.	Competencia Perfecta	92
2.7.10.	Macrolocalización.....	93

2.7.11.	Microlocalización	93
2.7.12.	Capacidad instalada	93
2.7.13.	Capacidad utilizada.....	94
2.7.14.	Producto sustituto.....	94
2.8.	Marketing.....	94
2.8.1.	Definición	94
2.8.2.	Comercialización	95
2.8.3.	Publicidad	95
2.9.	Financiero.....	96
2.9.1.	Presupuesto	96
2.9.2.	Inversión	96
2.9.3.	Punto de Equilibrio	97
2.9.4.	Flujo Neto de Fondos	98
2.9.5.	VAN	98
2.9.6.	TIR	98
2.9.7.	Análisis de Sensibilidad.....	99
2.9.8.	Capital de Trabajo	99
2.9.9.	Balance General.....	99
2.9.10.	Estado de Resultados.....	100
2.9.11.	Tasa de descuento.....	100
2.9.12.	Tamaño del Proyecto.....	100
2.9.13.	Activos.....	100
2.9.14.	Activos Fijos	101
2.9.15.	Activos Fijos Tangibles.....	101
2.9.16.	Activos Fijos Intangibles.....	101
2.9.17.	Pasivos.....	102
2.9.18.	Pasivo Circulante.....	102
2.9.19.	Pasivo a Largo Plazo	102
2.9.20.	Capital	102
2.9.21.	Ingresos	103
2.9.22.	Egresos	103
2.9.23.	Gasto.....	103
2.9.24.	Costo	104

2.9.25.	Costos Fijos.....	104
2.9.26.	Costos Variables	104
2.9.27.	Depreciación	104
2.9.28.	Amortización.....	105
2.9.29.	Valor Residual.....	105
2.10.	Investigación	105
2.10.1.	Matriz de relación diagnóstica.....	105
2.10.2.	Muestra	106
2.10.3.	Entrevista.....	106
2.10.4.	Encuesta.....	107
2.10.5.	Observación Directa	108
2.10.6.	Segmentación de mercado.....	108
CAPÍTULO III.....		110
3.	ESTUDIO DE MERCADO	110
3.1.	Planteamiento del problema de investigación	110
3.2.	Identificación del producto o servicio	110
a)	Características	110
b)	Productos sustitutos.....	112
c)	Consumidor del producto.....	114
3.3.	Estructura del mercado.....	114
3.4.	Población o universo.....	115
3.5.	Segmentación	115
	Segmentación Geográfica	115
	Segmentación Demográfica	117
3.6.	Tamaño de la muestra.....	118
3.7.	Investigación de campo.....	119
a)	Diseño del instrumento de investigación	119
b)	Prueba piloto	120
c)	Levantamiento de la investigación	121
d)	Tabulación y procesamiento de la información.....	122
3.8.	Análisis de la demanda.....	134
a)	Factores que la afectan	134
b)	Comportamiento histórico	135

c) Demanda actual	136
d) Proyección de la demanda.....	137
3.9. Análisis de la oferta.....	140
a) Factores que la afectan	140
b) Comportamiento histórico	141
c) Oferta actual	142
d) Proyección de la oferta.....	148
3.10. Proyección de la Demanda Insatisfecha	150
3.11. Conclusiones.....	150
CAPÍTULO IV	152
4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	152
4.1. Descripción del Producto	152
a) Características	152
b) Tecnología Requerida.....	158
c) Insumos Requeridos	159
4.2. Descripción del Proceso.....	162
a) Diagrama de Flujo	162
b) Descripción de Actividades.....	166
4.3. Tamaño del Proyecto.....	168
a) En función de la demanda.....	168
b) En función de los insumos y suministros.....	169
c) En función de la maquinaria, equipos, tecnología	169
d) En función del financiamiento.....	170
4.4. Localización del Proyecto.....	170
4.4.1. Macrolocalización.....	170
a) Variables de la macrolocalización del proyecto.....	170
b) Indicadores o sub-aspectos que definen a las variables.....	170
c) Mapa de macrolocalización.....	173
4.4.2. Microlocalización	174
a) Variables de la microlocalización del proyecto	174
b) Croquis de microlocalización	175
4.5. Análisis de la Inversión.....	177
4.5.1 Inversión Fija.....	177

4.5.2.	Inversión Diferida.....	181
4.5.3.	Costos y Gastos	181
4.5.4.	Capital de Trabajo	184
CAPÍTULO V	186
5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	186
5.1. Presupuestos	186
a) De inversión.....	186	
- Activos Fijos.....	186	
- Activos Intangibles.....	189	
- Capital de Trabajo	190	
- Total Inversiones.....	190	
b) Proyección de Ingresos	191	
c) Proyección de Egresos	192	
d) Estructura de financiamiento	196	
5.2. Estados Financieros.....	198	
a) Estado de Resultados.....	198	
b) Balance General	199	
c) Flujo Neto de Fondos.....	199	
d) Punto de Equilibrio	200	
5.3. Evaluación Financiera	203	
a) Determinación de la Tasa de Descuento.....	203	
b) Criterios de Evaluación.....	204	
- Valor Actual Neto	204	
- Tasa Interna de Retorno.....	205	
- Período de Recuperación de la Inversión.....	206	
- Relación Beneficio / Costo	206	
- Análisis de Sensibilidad	207	
5.4. Valoración del Riesgo – Rentabilidad	208	
CAPÍTULO VI	210
6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA.....	210	
6.1. La Empresa	210	
a) Nombre o Razón Social.....	210	
b) Titularidad de Propiedad de la Empresa.....	211	

c) Tipo de Empresa.....	213
6.2. Base Filosófica.....	213
a) Misión	213
b) Visión.....	213
c) Principios y Valores	214
6.3. Estructura Legal.....	214
a) Conformación de capital.....	214
b) Marco Legal.....	215
c) Aspectos Fiscales.....	221
6.4. Organización y Recursos Humanos.....	223
a) Organigrama Estructural	223
b) Descripción de funciones	224
c) Aspectos Laborales.....	228
i. Reglamento Interno	228
ii. Contratos Laborales.....	229
iii. Seguridad Social	230
d) Seguridad y Salud Industrial.....	231
6.5. Plan Estratégico y de Marketing	232
a) Estrategia General de Marketing	232
i. Fijación de Precios.....	232
ii. Establecimiento del Mercado Objetivo.....	233
iii. Valores Agregados del Servicio	233
iv. Estrategias de Promoción y Publicidad	234
b) Políticas de Ventas.....	235
c) Políticas de Servicio	236
d) Propuesta u Oferta de Valor	238
CAPÍTULO VII	240
7. IMPACTOS	240
7.1. Impacto Social.....	241
7.2. Impacto Económico.....	242
7.3. Impacto Ambiental.....	243
7.4. Impacto Turístico	244
7.5. Impacto Empresarial	246

7.6. Impactos Generales	247
CONCLUSIONES	250
BIBLIOGRAFÍA.....	254
FUENTES LEGALES.....	255
LINKOGRAFÍA	256
ANEXOS	258

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1 - MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	41
CUADRO No. 2 - PLAYAS CERCANAS	43
CUADRO No. 3 - AFLUENCIA DE TURISTAS POR CIUDADES HACIA TONSUPA	45
CUADRO No. 4 - POBLACIÓN POR EDADES	46
CUADRO No. 5 - POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, INACTIVA Y EN EDAD DE TRABAJAR.....	48
CUADRO No. 6 - PREFERENCIA POR ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE	48
CUADRO No. 7 - CAMPAMENTOS TURÍSTICOS REGISTRADOS	49
CUADRO No. 8 - TASA DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA.....	56
CUADRO No. 9 - POBLACIÓN POR OCUPACIÓN.....	59
CUADRO No. 10 - MATRIZ AOR.....	66
CUADRO No. 11 - CRUCES ESTRATÉGICOS.....	67
CUADRO No. 12 - HOTELES, CABAÑAS Y REFUGIOS QUE OFRECEN SERVICIO DE CAMPING EN EL ECUADOR	113
CUADRO No. 13 - POBLACIÓN O UNIVERSO	115
CUADRO No. 14 - TURISTAS POR CIUDADES QUE VISITAN LAS PLAYAS DE TONSUPA.....	116
CUADRO No. 15 - SEGMENTACIÓN	117
CUADRO No. 16 - NIVELES DE CONFIANZA	119
CUADRO No. 17 - CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	119
CUADRO No. 18 - GÉNERO	122
CUADRO No. 19 - EDADES	123
CUADRO No. 20 - RANGO DE INGRESOS	124
CUADRO No. 21 - PREFERENCIA DE PLAYAS	125
CUADRO No. 22 - FRECUENCIA DE VIAJES A LA PLAYA.....	126
CUADRO No. 23 - No. NOCHES DE ALOJAMIENTO	127
CUADRO No. 24 - TEMPORADAS DE VIAJA A LA PLAYA	128
CUADRO No. 25 - No. PERSONAS CON LAS QUE VIAJA.....	129
CUADRO No. 26 - ACEPTACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPING	130
CUADRO No. 27 - SERVICIOS ADICIONALES SOLICITADOS	131
CUADRO No. 28 - PRECIO POR PERSONA / POR NOCHE.....	132
CUADRO No. 29 - FRECUENCIA DE HOSPEDAJE EN EL CAMPAMENTO POR AÑO	133
CUADRO No. 30 - COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA	136
CUADRO No. 31 - DEMANDA ACTUAL DE TURISTAS EN LA PARROQUIA DE TONSUPA	136
CUADRO No. 32 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	137
CUADRO No. 33 - DEMANDA POTENCIAL	139
CUADRO No. 34 - REGISTRO DE CAMPAMENTOS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS	141

CUADRO No. 35 - COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA.....	142
CUADRO No. 36 - OFERTA ACTUAL EN LA PARROQUIA DE TONSUPA	142
CUADRO No. 37 - PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN LA PARROQUIA DE TONSUPA	148
CUADRO No. 38 - DEMANDA INSATISFECHA.....	150
CUADRO No. 39 - ÁREAS DEL CAMPAMENTO.....	156
CUADRO No. 40 - DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS O LAYOUT DEL CAMPAMENTO.....	157
CUADRO No. 41 - INSUMOS PARA LIMPIEZA.....	160
CUADRO No. 42 - INSUMOS PARA RECEPCIÓN Y OFICINAS.....	160
CUADRO No. 43 - CONTENIDO BOTIQUÍN PRIMEROS AUXILIOS.....	161
CUADRO No. 44 - INVERSIÓN FIJA – CONSTRUCCIONES	178
CUADRO No. 45 - INVERSIÓN FIJA – MUEBLES Y ENSERES	179
CUADRO No. 46 - INVERSIÓN FIJA – EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICOS.....	179
CUADRO No. 47 - INVERSIÓN FIJA – MAQUINARIA Y EQUIPO	180
CUADRO No. 48 - INVERSIÓN FIJA – RESUMEN	180
CUADRO No. 49 - INVERSIÓN DIFERIDA.....	181
CUADRO No. 50 - COSTOS INDIRECTOS	182
CUADRO No. 51 - GASTOS ADMINISTRATIVOS	183
CUADRO No. 52 - GASTOS DE VENTA.....	183
CUADRO No. 53 - CAPITAL DE TRABAJO.....	184
CUADRO No. 54 - INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS MAQUINARIA Y EQUIPOS	187
CUADRO No. 55 -INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS MUEBLES Y ENSERES ..	188
CUADRO No. 56 - INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICOS.....	188
CUADRO No. 57 - INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS CONSTRUCCIONES	189
CUADRO No. 58 - INVERSIÓN – ACTIVOS INTANGIBLES	189
CUADRO No. 59 - INVERSIÓN – CAPITAL DE TRABAJO.....	190
CUADRO No. 60 -INVERSIONES – RESUMEN	190
CUADRO No. 61 -CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA.....	191
CUADRO No. 62 - PORCENTAJES DE UTILIZACIÓN DEL CAMPAMENTO .	191
CUADRO No. 63 - PROYECCIÓN DE INGRESOS	192
CUADRO No. 64 - PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS.....	194
CUADRO No. 65 - PROYECCIÓN DE MATERIALES DIRECTOS	195
CUADRO No. 66 - ROL DE PAGOS.....	195
CUADRO No. 67 - PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	196
CUADRO No. 68 - FINANCIAMIENTO.....	196
CUADRO No. 69 - PRÉSTAMOS.....	197
CUADRO No. 70 -GASTOS DE VENTA	197
CUADRO No. 71 -RESUMEN COSTOS TOTALES.....	198
CUADRO No. 72 - ESTADO DE RESULTADOS.....	198

CUADRO No. 73 - BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	199
CUADRO No. 74 - FLUJO NETO DE FONDOS	200
CUADRO No. 75 - PUNTO DE EQUILIBRIO	201
CUADRO No. 76 - CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	204
CUADRO No. 77 - VALOR ACTUAL NETO – VAN.....	204
CUADRO No. 78 - TASA INTERNA DE RETORNO – TIR	205
CUADRO No. 79 -PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	206
CUADRO No. 80 - RELACIÓN COSTO BENEFICIO	206
CUADRO No. 81 - ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	207
CUADRO No. 82 - VALORACIÓN DEL RIESGO – RENTABILIDAD.....	208
CUADRO No. 83 - CONFORMACIÓN DEL CAPITAL.....	215
CUADRO No. 84 - TABLA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS.....	240
CUADRO No. 85 - MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL	241
CUADRO No. 86 - MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	242
CUADRO No. 87 - MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL	243
CUADRO No. 88 - MATRIZ DE IMPACTO TURÍSTICO	245
CUADRO No. 89 - MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL	246
CUADRO No. 90 - MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES.....	247

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1 -POBLACIÓN POR EDADES.....	47
GRÁFICO No. 2 – APROBACIÓN DE LA GESTIÓN DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA.....	50
GRÁFICO No. 3 – PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS.....	52
GRÁFICO No. 4 - INFLACIÓN ANUAL – ÚLTIMOS DOS AÑOS (2012-2014) ..	54
GRÁFICO No. 5 - RIESGO PAÍS	55
GRÁFICO No. 6 - POBLACIÓN TOTAL DEL ECUADOR.....	57
GRÁFICO No. 7 - POBLACIÓN TOTAL DEL ECUADOR HOMBRES Y MUJERES EN EDAD DE TRABAJAR.....	58
GRÁFICO No. 8 - SITIOS VISITADOS, CIUDADANOS CAPACITADOS Y AULAS MÓVILES.....	60
GRÁFICO No. 9 - FUERZAS DE PORTER.....	61
GRÁFICO No. 10 – PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LAS PLAYAS DE TONSUPA	116
GRÁFICO No. 11 - GÉNERO	122
GRÁFICO No. 12 - EDADES	123
GRÁFICO No. 13 - RANGO DE INGRESOS	124
GRÁFICO No. 14 - PREFERENCIA DE PLAYAS	125
GRÁFICO No. 15 - FRECUENCIA DE VIAJES A LA PLAYA.....	126
GRÁFICO No. 16 - No. NOCHES DE ALOJAMIENTO.....	127
GRÁFICO No. 17 - TEMPORADAS DE VIAJE A LA PLAYA	128
GRÁFICO No. 18 - No. PERSONAS CON LAS QUE VIAJA.....	129
GRÁFICO No. 19 - ACEPTACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPING	130
GRÁFICO No. 20 - SERVICIOS ADICIONALES SOLICITADOS	131
GRÁFICO No. 21 - PRECIO POR PERSONA / POR NOCHE.....	132
GRÁFICO No. 22 - FRECUENCIA DE HOSPEDAJE EN EL CAMPAMENTO POR AÑO	133
GRÁFICO No. 23 - DIAGRAMA DE FLUJO GENERAL DEL SERVICIO A OFERTARSE	162
GRÁFICO No. 24 - MAPA DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS Y SUS CANTONES	173
GRÁFICO No. 25 - MAPA DEL CANTÓN ATACAMES Y SUS PARROQUIAS.....	174
GRÁFICO No. 26 - CROQUIS DE LA PARROQUIA TONSUPA	176
GRÁFICO No. 27 – PUNTO DE EQUILIBRIO	202
GRÁFICO No. 28 - LOGO	210
GRÁFICO No. 29 - PERMISOS, TASAS, CONTRIBUCIONES Y OTRAS OBLIGACIONES QUE DEBEN CUMPLIR LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	218
GRÁFICO No. 30 - OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	222
GRÁFICO No. 31 - OBLIGACIONES PATRONALES.....	222
GRÁFICO No. 32 - ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	223

SIGLAS

SIGLA	SIGNIFICADO
U.P.C.	Unidad de Policía Comunitaria
P.Y.M.E.S.	Pequeñas y Medianas Empresas
C.F.N.	Corporación Financiera Nacional
B.N.F.	Banco Nacional de Fomento
I.N.E.C.	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
M.I.N.T.E.L.	Ministerio de Telecomunicaciones de y de la sociedad de información
V.A.N.	Valor Actual Neto
T.I.R.	Tasa Interna de Retorno
B.B.Q.	Barbeque o barbacoa
C.I.F.	Costos Indirectos de Fabricación
S.R.I.	Servicio de Rentas Internas
R.U.C.	Registro Único de Contribuyentes
I.V.A.	Impuesto al Valor Agregado
I.E.S.S.	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

INTRODUCCIÓN

Cada día las personas deben dedicar más tiempo a sus obligaciones laborales, familiares y personales. Los ciudadanos se encuentran cada día más comprimidos entre edificios, el trabajo excesivo, la sobre comunicación que aporta la tecnología y las enfermedades de tipo psicósomáticas. Es por esta razón que tanto hombres como mujeres intentan cada vez reencontrarse con el ámbito natural del que provienen, buscando ante todo la manera de romper la rutina diaria y disfrutar de un entorno saludable al aire libre, mediante caminatas, montando en bicicletas, nadando en afluentes naturales, entre otros.

Se tiende a disfrutar los feriados, fines de semana y las salidas que ayuden a despejar la mente y a olvidarse de la rutina.

Esta realidad obliga a una correspondiente adaptación de la oferta turística con el fin de satisfacer las nuevas tendencias. Se trata de acoplarse a la creciente segmentación del mercado.

Gracias a las características geográficas de nuestro país, es posible en pocas horas llegar a lugares de descanso de clima cálido como lo son las playas, mismas que gracias a los programas de incentivo turístico apoyadas por el Gobierno Nacional están cada vez mejor atendidas tanto en aspecto vial como en servicios básicos.

El acampar o 'camping', como más comunmente se conoce, es una actividad que se realiza al aire libre, donde se logra tener un contacto más cercano con la naturaleza; y, que mejor vivir esta experiencia en un clima cálido y cerca del mar.

JUSTIFICACIÓN

Es conveniente llevar a cabo la realización del estudio para la creación de un campamento turístico en la parroquia Tonsupa, provincia de Esmeraldas con el fin de conocer si su establecimiento será factible y rentable.

En nuestro país aún no se han explotado todas formas de hacer turismo. El camping es una de esas modalidades, que a más de ser económica, permite disfrutar el medio ambiente de manera directa.

Los beneficios de la implementación de este proyecto están enfocados en poner al servicio de los turistas el terreno y las instalaciones creadas para mencionado fin, brindar un hospedaje de bajo costo y ofrecer una alternativa novedosa de descanso alejada de la rutina diaria.

Dentro de los beneficiarios directos de este proyecto están sus propietarios y los turistas; y, los beneficiarios indirectos están conformados por la población que se dedica al comercio formal e informal. Se estima que la aplicación de este proyecto necesitará de una mediana inversión económica debido a la naturaleza del mismo. La inversión tendrá mayor énfasis en adecuar el lugar para que sea atractivo y cubrir la instalación de servicios básicos obligatorios.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Para la realización de este estudio de factibilidad, se han considerado los métodos detallados a continuación.

Métodos Generales

Inductivo

Un ejemplo claro para definir lo que es método Inductivo, lo mencionan Eduardo Abalde Paz y Jesús Miguel Muñoz Cantero en su publicación titulada “Metodología Cuantitativa Vs. Cualitativa” (ruc.udc.es/dspace/bitstream/2183/8536/1/CC-02art7ocr.pdf), al mencionar: “Algunos científicos comienzan su método por los "datos" para terminar en la teoría, son los que emplean el método inductivo.”

“El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.”

Este método fue utilizado para obtener conclusiones generales sobre los procedimientos actuales para la administración de información de procesos, políticas y disposiciones y poder así determinar alternativas que mejoren este tipo de procesos.

Deductivo

Eduardo Abalde Paz y Jesús Miguel Muñoz Cantero en su publicación titulada “Metodología Cuantitativa Vs. Cualitativa” definen al método deductivo como: “Otros comienzan su trabajo en una teoría, y a partir de

ella, aplicando a su trabajo razonamientos lógico-deductivos, llegan a ampliar, precisar, o a elaborar más correctamente esa teoría de la que parten, emplean el método deductivo.”

“El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera.”

Este método fue utilizado para la obtención de información con el fin de realizar el diagnóstico-situacional.

Analítico

Según lo citado por Mari Paz García Sanz y Pilar Martínez Clares en su publicación “Guía práctica para la realización de trabajos de fin de grado y trabajos fin de Máster”, este método se lo emplea “para estudiar conceptos y sucesos históricos a través del análisis de una selección de documentos, de testimonios orales o de restos materiales. En esta modalidad de investigación, el investigador/a identifica, estudia y sintetiza la información para aportar un conocimiento del concepto o del suceso pasado tras interpretar críticamente los acontecimientos en el contexto en el que ocurren.”

Este método fue utilizado para para estructurar las bases teóricas-científicas.

Sintético

César Augusto Bernal Torres en su publicación titulada “Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias

sociales”, indica que “El método consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad.”

Este método fue aplicado en el transcurso de toda la investigación de este proyecto con el fin de unificar sistemáticamente la información que se vaya recopilando.

Todos los estudios y análisis de investigación son presentados en forma ordenada y sistematizada de manera que se permita tener una comprensión más completa de este trabajo.

Métodos Específicos

Histórico

Según Gilbert J. Garraghan, en su libro titulado “A Guide to Historical Method”, “El método histórico o la metodología de la historia es la forma de método científico específico de la historia como ciencia social. Comprende las metodologías, técnicas y las directrices mediante las que los historiadores usan fuentes primarias y otras pruebas históricas en su investigación y luego escriben la historia; es decir, elaboran la historiografía (la producción historiográfica). La cuestión de la naturaleza del método histórico, e incluso, de la propia posibilidad de su existencia como método científico, se discute por la epistemología (filosofía de la ciencia, metodología de las ciencias sociales) y la filosofía de la historia; y en cierto sentido por la historiología (o teoría de la historia).”

Este método fue de suma utilidad para conocer como se ha venido desarrollando este tipo de servicios en nuestro país y cuál ha sido su nivel de aceptación.

Didáctico

Según lo citado por Alfonso Serna R. en su publicación titulada “El Método Didáctico” en <http://aprendeenlinea.udea.edu.co>, identifica a este método como “la organización racional y práctica de los recursos y procedimientos con el propósito de dirigir el aprendizaje hacia los resultados previstos y deseados.”

El desarrollo de este proyecto se lo realizó con una metodología didáctica; es decir, de una manera clara y comprensible para el lector.

Descriptivo

Según Eduardo Abalde Paz y Jesús Miguel Muñoz Cantero de la Universidad de La Coruña, la investigación Descriptiva es “es uno de los métodos más utilizados en la investigación, para estudiar cualquier tipo de fenómeno desconocido, observarlo en su ambiente natural y, a continuación, describirlo lo más detalladamente posible. Según Underwood y Saughnessy, los métodos descriptivos pueden desempeñar cuatro funciones:

- 1.- Ayudar a identificar fenómenos importantes.
- 2.- Utilizarse como instrumento de estudio cuando no pueden ser utilizados los métodos correlacionales o experimental.”

Durante el desarrollo de este proyecto se utilizó este método. La descripción de cada uno de los procesos y procedimientos del presente proyecto ayudarán para que tanto el lector como la persona que lo implementará, tenga un panorama totalmente claro de los pasos a seguir para su implementación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Ecuador es un territorio de variada riqueza natural debido a su privilegiada ubicación geográfica. Está situado sobre la línea ecuatorial en el noroeste de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico.

Nuestro país está dividido en cuatro regiones naturales: sierra o andina, oriente, insular y costa. En esta última región, en la zona noroccidental a 318 km de la ciudad de Quito, se encuentra la provincia de Esmeraldas; y, a 26 kilómetros al suroeste de su capital Esmeraldas se encuentra la parroquia Tonsupa.

La Playa de Tonsupa tiene aproximadamente 4 kilómetros de extensión y su temperatura varía entre los 21 y 32 grados centígrados. A orillas del mar se encuentran pintorescos restaurantes con una variada oferta gastronómica típica esmeraldeña, bares donde es posible encontrar deliciosos cócteles, música de moda y ambiente festivo. Tonsupa es una de las playas preferidas por las familias, por su tranquilidad, hermosos paisajes y la agradable brisa marina.

En nuestro medio, los habitantes acostumbran a salir de sus lugares habituales de trabajo y residencia con fines recreativos especialmente los días declarados como feriados por el gobierno nacional o en la temporada vacacional escolar comprendida entre los meses de julio y agosto para la sierra y oriente; y, entre los meses de marzo y abril para la costa e insular (según Art. 146 del Reglamento a la Ley Orgánica de Educación Intercultural).

Las propuestas turísticas son variadas y las personas o familias, ya sean estas nacionales o extranjeras, pueden acceder a tales alternativas de acuerdo a su capacidad de gasto. Las formas de turismo van desde lo tradicional con alojamiento en un hotel y paseos, hasta las de tipo comunitario que ofrece el compartir experiencias dentro del quehacer de las comunidades.

El “camping” es una modalidad de hacer turismo, mediante la cual se puede gozar de una manera diferente los días de descanso y recreo. El término “camping” proviene del idioma inglés y significa campamento o acampada (vivir en el campo) y hace referencia a las actividades que se originan en las funciones propias de las expediciones o viajes a lugares que no ofrecen alojamiento y que obligan a proveerse de vivienda temporal generalmente de bajo costo, móvil o portátil a más de proveerse de su propia alimentación.

En relación a los campamentos con fines turísticos o de recreación, en el Ecuador hay pocos lugares que brindan el servicio de acampar sean estos privados o estatales. Aproximadamente existen 13 centros a nivel nacional, de los cuales sólo dos están ubicados en la zona costera: uno en la provincia de Manabí (Samvara) y otro en la provincia del Guayas (Cerro Blanco).

El camping ofrece una forma diferente de vacacionar con costos bajos y experiencias nuevas, abriendo al mismo tiempo una actividad de desarrollo económico para los emprendedores que quieren incursionar en la satisfacción de los requerimientos de este grupo objetivo dentro de la gestión turística interna.

1.2. Descripción del Negocio

El camping turístico o vacacional es un estilo de alojamiento temporal alternativo al aire libre. El servicio comprende de la asignación de una parcela debidamente delimitada para armar una carpa o tienda de campaña. Adicionalmente, cuenta con servicios e instalaciones cuyo objetivo es brindar comodidad y bienestar a los campistas.

El camping turístico no es solamente una opción para mochileros y Scouts, que demanda esfuerzo y poco dinero como generalmente se cree. Tampoco es una opción para unos pocos. Cualquier persona, independientemente de su nivel socio económico, puede disfrutar de las alternativas del campamentismo.

Gracias a los avances de la industria especializada en actividades al aire libre, se ha superado ampliamente las incomodidades que esta actividad pudiera generar. Para comprobarlo basta observar los innumerables artículos que se expenden en tiendas especializadas sin contar con la expresión en los rostros y testimonios de quienes lo practican.

La calidad del servicio de camping estará enmarcada primeramente por la cordialidad de su personal, instalaciones en buen estado y seguridad para los turistas.

Su clasificación, según el Reglamento General de Actividades Turísticas, pertenece al Grupo 2 Alojamientos Extrahoteleros, Subgrupo 2.2. Campamentos.

1.3. Objetivos diagnósticos

1.3.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Tonsupa con el fin de conocer de mejor manera el entorno en el que se desarrollará el presente proyecto; así como, conocer el perfil de los potenciales clientes y competidores.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar la estructura geográfica de la parroquia Tonsupa.
- Determinar los principales atractivos turísticos y servicios de la zona.
- Identificar el cliente objetivo y sus principales características.
- Investigar el grado de interés en el proyecto turístico.
- Identificar la oferta existente en el mercado.

1.4. Variables Diagnósticas

- Estructura geográfica.
- Atractivos turísticos.
- Servicios.
- Segmentación geográfica.
- Segmentación demográfica.
- Demanda.
- Oferta.

1.5. Indicadores

- a) Estructura Geográfica
 - * Ubicación.
 - * Extensión territorial.
 - * Clima.

- b) Atractivos turísticos
 - * Playas cercanas.
 - * Gastronomía.
 - * Actividades recreativas.
- c) Servicios
 - * De salud.
 - * De alimentación.
- d) Segmentación geográfica
 - * Ciudad objetivo.
- e) Segmentación demográfica
 - * Género.
 - * Edad.
 - * PEA, PEI y PET.
- f) Demanda
 - * Preferencia por actividades al aire libre.
- h) Oferta
 - * Establecimientos existentes.

1.6. Matriz de Relación Diagnóstica

CUADRO No. 1 - MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
Identificar la estructura geográfica de la parroquia Tonsupa	Estructura Geográfica	Ubicación	Secundaria	Bibliográfica
		Extensión territorial		
		Clima		
Establecer los principales atractivos turísticos y servicios de la zona	Atractivos turísticos	Playas cercanas	Secundaria	Bibliográfica
		Gastronomía	Primaria	Observación
		Actividades recreativas		
	Servicios	De salud	Secundaria	Bibliográfica
De alimentación				
Determinar la ciudad de procedencia del mercado objetivo	Segmentación geográfica	Ciudad objetivo	Secundaria	Bibliográfica
Identificar la demografía de la ciudad a la cual se pretende enfocar el presente estudio	Segmentación demográfica	Género	Secundaria	Bibliográfica
		Edad		
		PEA, PEI, PET		
Investigar el grado de interés en el proyecto turístico	Demanda	Preferencia por actividades al aire libre	Secundaria	Bibliográfica
Analizar la oferta existente en el mercado	Oferta	Establecimientos existentes	Secundaria	Bibliográfica

FUENTE Y ELABORADO POR: Autora

AÑO: 2014

1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas

1.7.1. Estructura Geográfica

a) Ubicación

La parroquia Tonsupa se encuentra ubicada en el cantón Atacames de la provincia de Esmeraldas, misma que se encuentra situada al norte de la costa ecuatoriana.

b) Extensión territorial

Su extensión territorial es de 83.96 Km².

c) Clima

Existen dos estaciones definidos "tropical monzón", con un porcentaje de humedad seca del 40% que va de los meses de junio a noviembre con una temperatura promedio de 21 °C.; y, "tropical húmedo", con un porcentaje de humedad del casi del 100% que va de noviembre a mayo en las cuencas centrales y costa externa septentrional, cuya temperatura promedio es de 28 °C.

1.7.2. Atractivos Turísticos

a) Playas cercanas

La mayoría de playas cercanas se encuentran hacia el sur de Tonsupa siendo estas:

CUADRO No. 2 - PLAYAS CERCANAS

Playa	Distancia en Km.
Atacames	6 Km.
Súa	11 Km.
Same	23 Km.

ELABORADO POR: Autora
FUENTE: Instituto Geográfico Militar
AÑO: 2014

b) Gastronomía

Tonsupa cuenta con una variada y exquisita gastronomía basada principalmente en los frutos que el mar ofrece tales como el encocado de pescado, ceviches, pescado frío o a la plancha, bolones de verde, encebollados, menestras, entre otros.

Además cuenta con su dulce tradicional llamado Cocada que viene en dos presentaciones: cocada blanca y cocada negra; sin contar, que en sus bares y chozones se preparan una diversidad de cocteles que en su mayoría contienen frutas tropicales.

c) Actividades recreativas

Los turistas que visitan la playa de Tonsupa cuentan con varias actividades recreativas tales como:

- Parapente
- Paseos en bote tipo banana
- Paseos en lancha
- Alquiler de motos acuáticas
- Observación de ballenas jorobadas (entre los meses de julio y septiembre)
- Bares y discotecas
- Compra de artesanías en el malecón

1.7.3. Servicios

a) Salud

En lo referente a salud Tonsupa cuenta con un subcentro de Salud ubicado en la entrada al Gran Torino.

Aunque se puede encontrar farmacias pequeñas, si el turista necesita una farmacia mejor provista como las pertenecientes a las cadenas SanaSana, Economicas o Cruz Azul, puede llegar fácilmente a ellas en el sector de Atacames máximo en nueve minutos.

b) Alimentación

En lo referente a alimentación, Tonsupa dispone de restaurantes ubicados a lo largo de todo el malecón donde los turistas pueden degustar de la rica gastronomía esmeraldeña.

Si el turista prefiere comprar personalmente los ingredientes, puede acceder a ellos en los diversos micromercados que se encuentran localizados a lo largo de las calles principales que conectan la carretera con la playa.

1.7.4. Segmentación Geográfica

a) Ciudad objetivo

De acuerdo a la información proporcionada por el Ministerio de Turismo, esta indica que el 25.10% de turistas que recibe la parroquia de Tonsupa provienen de la ciudad de Quito, por lo que este proyecto enfocará a esta ciudad como su mercado objetivo.

CUADRO No. 3 - AFLUENCIA DE TURISTAS POR CIUDADES HACIA TONSUPA

CIUDADES	2011	2012	2013
CUENCA	5,90	6,10	6,15
GUAYAQUIL	13,01	12,80	11,83
IBARRA	9,30	9,20	9,10
MACHALA	8,20	8,28	8,52
MANTA	7,50	8,10	8,20
QUITO	24,60	24,80	25,10
SANTO DOMINGO	9,50	9,30	9,20
LATACUNGA	4,99	5,10	5,00
TULCAN	4,50	5,10	5,00
AMBATO	3,30	2,90	3,20
OTRAS	9,20	8,32	8,70
TOTAL	100,00	100,00	100,00

FUENTE:
AÑO:

COORDINACIÓN DE ESTADÍSTICAS - MINISTERIO DE TURISMO
2014

1.7.5. Segmentación Demográfica

a) Género

Según el último censo de población del año 2010, la población del cantón Quito es de 2.239.191 habitantes de los cuales 1.088.811 son hombres, representando al 48.62% y 1.150.380 son mujeres las mismas que representan al 51.38%.

b) Edad

Las edades de la población de Quito se encuentran en:

CUADRO No. 4 - POBLACIÓN POR EDADES

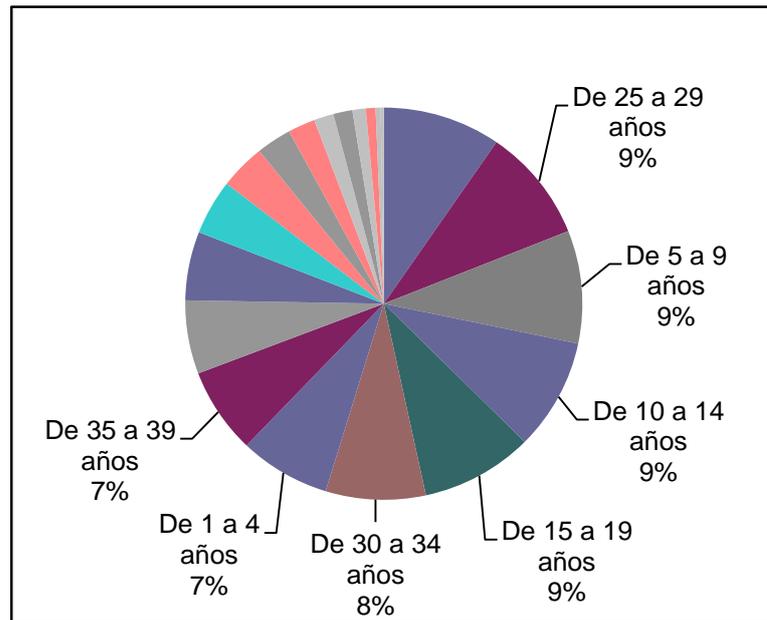
RANGO	POBLACIÓN	%
Menor de 1 año	35.858	1,60%
De 1 a 4 años	165.879	7,41%
De 5 a 9 años	208.227	9,30%
De 10 a 14 años	205.583	9,18%
De 15 a 19 años	204.836	9,15%
De 20 a 24 años	215.025	9,60%
De 25 a 29 años	209.664	9,36%
De 30 a 34 años	182.348	8,14%
De 35 a 39 años	158.315	7,07%
De 40 a 44 años	135.712	6,06%
De 45 a 49 años	126.708	5,66%
De 50 a 54 años	101.678	4,54%
De 55 a 59 años	83.719	3,74%
De 60 a 64 años	64.123	2,86%
De 65 a 69 años	49.913	2,23%
De 70 a 74 años	34.803	1,55%
De 75 a 79 años	24.335	1,09%
De 80 a 84 años	17.622	0,79%
De 85 a 89 años	9.330	0,42%
De 90 a 94 años	4.088	0,18%
De 95 a 99 años	1.163	0,05%
De 100 años y más	262	0,01%
	2.239.191	100,00%

ELABORADO POR: Autora

FUENTE: Censo 2010

AÑO: 2010

GRÁFICO No. 1 -POBLACIÓN POR EDADES



ELABORADO POR: Autora

FUENTE: Censo 2010

AÑO: 2010

Se destacan que la mayor concentración población se encuentra entre las edades de 25 a 29 años lo que representa el 9.36% del total de la población.

c) Población Económicamente Activa, Población Económicamente Inactiva y Población en Edad de Trabajar

El cantón Quito cuenta con una población económicamente activa muy importante según lo demuestran las cifras detalladas a continuación:

**CUADRO No. 5 - POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA,
INACTIVA Y EN EDAD DE TRABAJAR**

	P.T.	P.E.T.	P.E.A.	P.E.I.
HOMBRES	1.088.811	858.510	584.084,92	274.425,10
MUJERES	1.150.380	918.773	353.146,27	565.626,46
TOTAL	2.239.191	1.777.070	942.022,24	835.047,85

FUENTE: ENENMDU 2014

ELABORADO POR: Autora

AÑO: 2014

En base al cuadro se puede apreciar que la ciudad de Quito posee una Población Económicamente Activa (PEA) de 942.022.24, por lo que representa el 53% de la Población en Edad de Trabajar, dando como resultado que más de la mitad de quiteños están empleados ya sea en el sector público o privado.

1.7.6. Demanda

a) Preferencia por actividades al aire libre

En la última edición de la publicación Barómetro Turístico del Ministerio de Turismo, existe un estudio sobre las Características del visitante Nacional en el cual se indican las preferencias de actividades.

CUADRO No. 6 - PREFERENCIA POR ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE

ACTIVIDAD	%
SOL Y PLAYA	51,00%
TURISMO CULTURAL	26,00%
ECOTURISMO	10,00%
TURISMO DE SALUD	9,40%
TURISMO COMUNITARIO	2,50%
TURISMO DE DEPORTE Y AVENTURA	0,60%
AGROTURISMO	0,30%
PARQUE TEMÁTICOS	0,20%
TOTAL	100,00%

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: BARÓMETRO TURISTICO - MINISTERIO DE TURISMO

AÑO: 2012

En términos generales, el 51.0% de visitantes internos manifiesta que en su desplazamiento dentro del territorio nacional realizó actividades relacionadas con Sol y Playa. Cabe mencionar, que aunque el turismo de deporte y aventura participa con porcentaje menor, cada vez es considerado como una opción de actividad turística.

1.7.7. Oferta

a) Establecimientos existentes

De acuerdo a cifras publicadas en el último Catastro Nacional 2013, emitido por el Ministerio de Turismo en su página <http://www.turismo.gob.ec>, en la clasificación turística Alojamiento, sub-categoría Campamentos Turísticos, no existe registro alguno de Campamentos Turísticos en la provincia de Esmeraldas y menos aún en la parroquia Tonsupa del cantón Atacames.

CUADRO No. 7 - CAMPAMENTOS TURÍSTICOS REGISTRADOS

NOMBRE	DIRECCION	ACTIVIDAD TURISTICA	SUBACTIVIDAD TURISTICA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
LA CASA DEL ARBOL	KM. 14 VIA BUCAY-PALLATANGA	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	CHIMBORAZO	ALAUSI	MULTITUD
GALAPAGOS SAFARI CAMP	SECTOR SALASACA	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	GALAPAGOS	SANTA CRUZ	SANTA ROSA
TAMBOPAXI	PARQUE NACIONAL COTOPAXI	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	PICHINCHA	MEJIA	MACHACHI
LA HOJARASCA	KM. 43,5 DE LA CARRETERA GUAYAQUIL - MACHALA	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	GUAYAS	NARANJAL	NARANJAL
CAMPING CANOA	MALECON DE MACHALILLA	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	MANABI	LOPEZ	MACHALILLA
CAMPING IGUANA	MARCO QUINTO	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	MANABI	SAN VICENTE	CANOA

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
AÑO: 2013

1.8. Análisis Externo

1.8.1. Macroambiente

a) Variables Políticas

Aprobación de la Gestión del Presidente

Según últimos estudios del Centro de Estudios y Datos, CEDATOS; a febrero del 2014 en relación a la aprobación a la gestión del Presidente indica el 62% de los encuestados aprueba su gestión versus un 36% que desaprueba y un 2% que no se pronuncia.

GRÁFICO No. 2 – APROBACIÓN DE LA GESTIÓN DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA



FUENTE: CEDATOS, Marzo 2014 http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?id=136

AÑO: 2014

Según Santiago Zeas, Coordinador del diario El Comercio, indica que en términos generales, la mayoría de personas entrevistadas considera que el país está por un 'buen camino' y que la situación del país 'ha mejorado' con relación al período anterior (http://www.elcomercio.com.ec/politica/Ecuador-optimista-2014-estadisticas_0_1055894503.html).

Este ambiente es favorable para el desarrollo del presente proyecto debido a que se tiene relativa tranquilidad para emprender su funcionamiento porque mientras más aceptación tenga un gobierno, más estabilidad habrá en precios, tasas y políticas, lo que se traduce en proyecciones más asertivas.

Inseguridad

La inseguridad en el país es aún uno de los temas de mayor conflicto y preocupación después del empleo; y, Esmeraldas no es la excepción. El cantón Atacames sufre de un crecimiento demográfico en temporadas turísticas mismo que incrementa las actividades delictivas que sobrepasa la capacidad de cobertura policial.

En las últimas elecciones de febrero de 2014, ganó la Alcaldía el señor Byron Aparicio Chiriboga candidato de las Lista 35, partido del Gobierno que además cuenta con la mayoría de escaños de las concejalías municipales del cantón Atacames. El flamante Alcalde considera a la seguridad ciudadana como una de los temas principales a atacar en su Plan de Gobierno Municipal.

Adicionalmente, según información proporcionada en la página del Ministerio del Interior (<http://www.ministeriointerior.gob.ec/upc-refuerza-seguridad-en-zona-turistica-de-esmeraldas-y-atacames/>) en abril del 2013 se instaló una Unidad de Policía Comunitaria, UPC, en la zona productiva y turística con el fin reforzar la seguridad tanto de Esmeraldas como de Atacames.

Para el presente proyecto, el panorama de seguridad es alentador. Adicionalmente, a esto se suma que el campamento estará situado dentro de una urbanización privada que posee dos puertas de acceso; sin embargo, no se debe descuidar de la seguridad que se pueda dar a los clientes al interior del mismo.

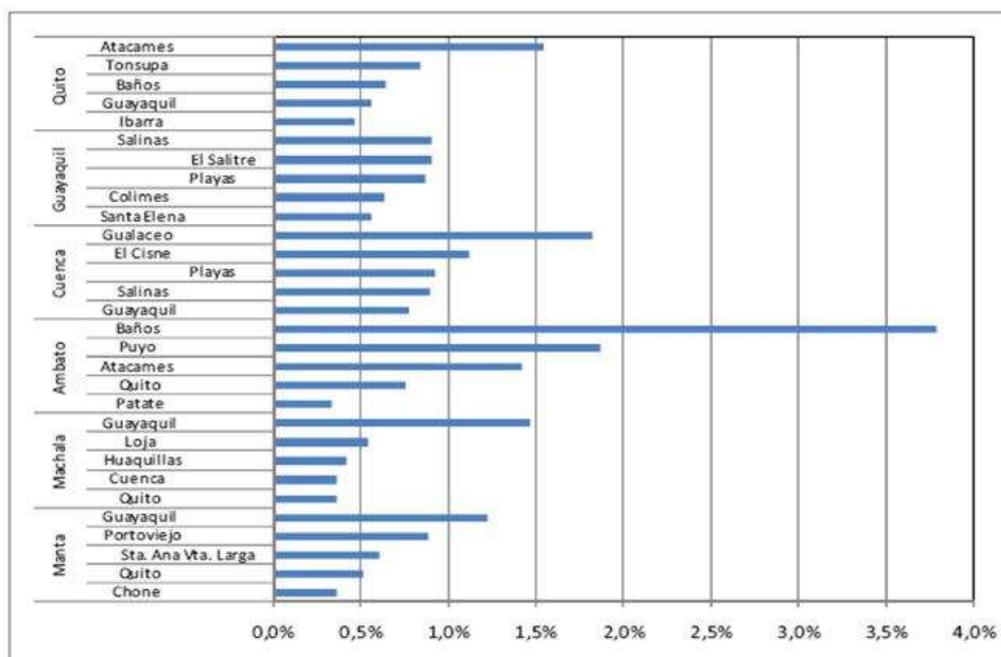
Turismo

En relación a la política de turismo, según publicación de la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica Andes de fecha 30/01/2014 (<http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-busca-impulsar-turismo-interno.html>), el Ecuador busca impulsar el turismo interno. Para este fin, el gobierno está trabajando en la campaña “Viaja Primero Ecuador” con el fin de motivar a los ecuatorianos para que conozcan y disfruten los diversos destinos que existen en todo el país.

El Turismo en Esmeraldas

Según información proporcionada por Ministerio de Turismo, en su publicación Barómetro Turístico de Ecuador Vol. 1, dentro de los principales destinos visitados entre junio y agosto está la provincia de Esmeraldas, siendo Tonsupa el segundo lugar preferido por el mercado emisor Quito.

GRÁFICO No. 3 – PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS



FUENTE: MINTUR 2012. Encuesta turismo interno
AÑO: 2014

Diario El Comercio, en su publicación de 22/08/13 titulada “El quiteño prefiere Atacames y Tonsupa” indica que “Carlos Acosta, de la Dirección de Turismo, asegura que entre la última semana de julio y lo que va de agosto se ha recibido a 80.000 turistas en esmeraldas. De ese total, al menos el 70% fue quiteño, entre estudiantes y familias.”

Adicionalmente, Tonsupa cuenta con una variedad de atractivos turísticos mismos que se encuentran detallados en el Anexo No. 4.

Plan de Gobierno Municipal de Atacames

Entre las principales actividades del Plan del Plan de Gobierno del actual Municipio de Atacames, constan:

- Incorporación del cantón Atacames a la política pública de desarrollo turístico del país, del ministerio de turismo, liderada por el Lcdo. Vinicio Alvarado, la misma que se basará en cinco pilares que son: seguridad, calidad, destinos y productos, conectividad y promoción.
- Diseño y construcción de los malecones de Atacames, Tonsupa, Sua, Same y Tonchigue.
- Desarrollar un portal WEB que cumpla con las tareas de información global, turística, y de rendición de cuentas.
- Desarrollar una propuesta para desarrollar el turismo alternativo.
- Diversificar las actividades turísticas, propugnar un turismo alternativo para lograr una mayor incorporación de actores al desarrollo económico del cantón.

Para el presente proyecto, todas estas actividades son positivas para su desarrollo, ya que el cantón Atacames y sus parroquias se verán beneficiadas con la afluencia de turistas lo que se traduce en crecimiento para el sector turístico del cual formará parte el presente estudio.

b) Variables Económicas

Inflación Anual

Para 2014 el FMI proyecta una tasa de inflación de 2,4%, en tanto que la cifra oficial que se maneja en el presupuesto es de 3,2%. Hay que considerar que los factores que incidirán en la inflación serán el incremento de salarios que se decretó en 2013 y las restricciones a importaciones. En el primer caso el impacto no será muy elevado, por lo que la proyección de una inflación inferior a 3% es más probable que la proyección oficial.

GRÁFICO No. 4 - INFLACIÓN ANUAL – ÚLTIMOS DOS AÑOS (2012-2014)



FUENTE: Banco Central del Ecuador a Marzo 2014. www.bce.fin.ec
AÑO: 2014

Para el presente proyecto es de gran beneficio que los porcentajes de inflación se mantengan bajos ya que esto motiva a invertir en el mismo. Por otra parte, el poder adquisitivo de las personas se mantiene estable lo que les permite tomar fácilmente decisiones de gasto relacionadas con tiempos de descanso y recreación. Niveles bajos de inflación también

mantienen estables los precios de materiales y servicios que serán necesarios para implementar el campamento.

Riesgo País

En el caso de este estudio, el que las cifras de Riesgo País tengan una tendencia a baja es alentador ya que eso significa que existe estabilidad económica y política lo que se traduce en confianza para emprender en el presente proyecto. Además, mientras los valores de este indicador se mantengan bajos significará que al Gobierno no le cuesta endeudarse más, por lo que al sistema bancario tampoco y las tasas de interés serán accesibles lo que significa luz verde para los inversionistas privados.

GRÁFICO No. 5 - RIESGO PAÍS



FUENTE: Banco Central del Ecuador a Marzo 2014. www.bce.fin.ec
AÑO: 2014

Tasas de Interés

Para el presente estudio se ha tomado como referencia las tasas activa y pasiva con corte abril del 2014, fecha en la cual se realizó el estudio económico y financiero.

En los cuadros detallados a continuación se puede observar una estabilidad en las tasas de interés lo que es un beneficio para la implementación del campamento debido a que los cálculos financieros serán confiables.

CUADRO No. 8 - TASA DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA

TASA DE INTERÉS ACTIVA

FECHA	VALOR
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %

TASA DE INTERÉS PASIVA

FECHA	VALOR
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %

FUENTE: Banco Central del Ecuador a Abril 2014. www.bce.fin.ec

AÑO: 2014

Crédito para Pequeñas y Medianas Empresas, PYMES

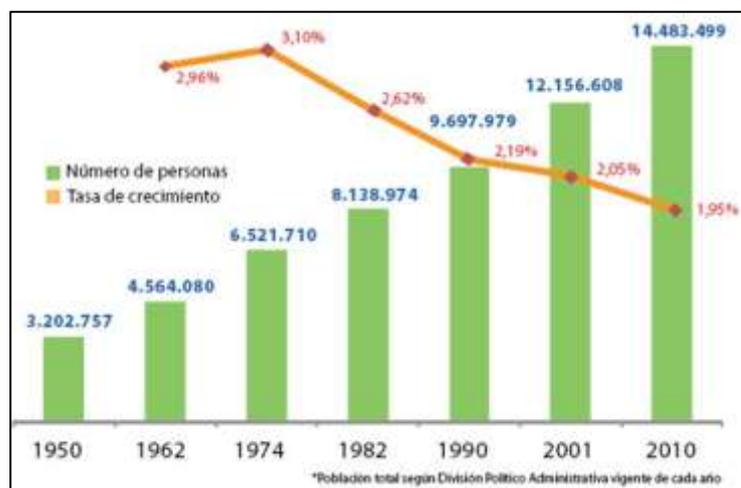
Según información proporcionada por el Banco Nacional de Fomento en su dirección <https://www.bnf.fin.ec/>, la tasa de interés es del 10%. En el caso de los préstamos otorgados por la Corporación Financiera Nacional, CFN (ver Anexo No. 6), para montos hasta USD 200.000 las tasas fluctúan entre el 9.75% hasta el 11.15%. Cabe mencionar que si el préstamo es para un proyecto nuevo, el financiamiento será hasta el 70%. Para el presente proyecto, estas cifras serán de mucha ayuda para la preparación del Capítulo V – Estudio económico y financiero ya que se estimará trabajar con préstamos otorgado por alguna de las entidades en mención.

c) Variables Sociales

Estructura de la población

Según el último Censo de Población y Vivienda (2010), la población estimada del Ecuador fue de 14'483.499, de los cuales 49.6% son hombres y 50.4% son mujeres. La tasa de crecimiento tiene tendencia a la baja.

GRÁFICO No. 6 - POBLACIÓN TOTAL DEL ECUADOR



FUENTE: INEC – Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador.
Fascículo Nacional.
AÑO: 2014

La edad promedio es de 28 años; y, el mayor porcentaje de la población están en el rango de 10 a 14 años.

Las tres provincias más pobladas son: Guayas (3.645.483 hab.), Pichincha (2.576.287 hab.) y Manabí (1.369.780 hab.).

El Distrito Metropolitano de Quito en su área urbana, está compuesta de 1.607.734 habitantes.

Características generales de la población

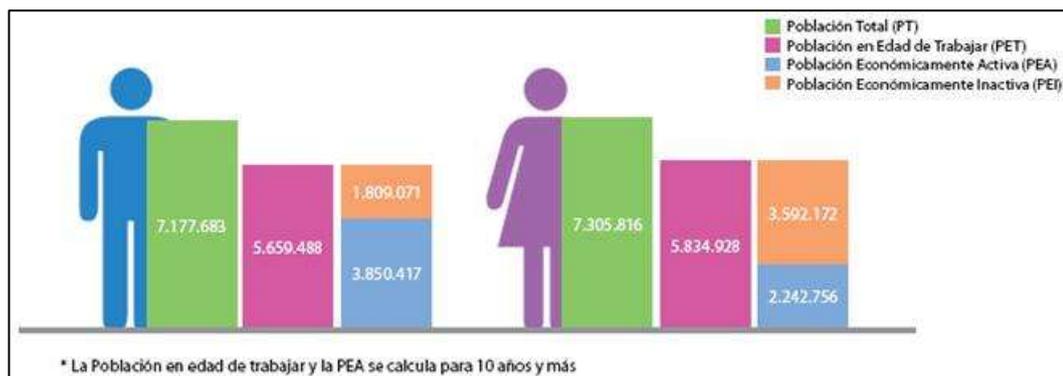
Según el último Censo de Población y Vivienda (2010), en personas mayores a 12 años, el 33,4% son solteros, el 32,3% son casados, el 20,2% son unidos, el 6,0% son separados, el 5,7% son viudos y el 2,4% están divorciados.

El 71.9% de la población se considera mestiza, el 7.4% montubia, el 7.2% afrodescendiente, el 7.0% indígena, el 6.1% blanco y 0.4% otros.

Actividades económicas de la población

Según el último Censo de Población y Vivienda (2010), el 79.4% de la población están en edad de trabajar (Población en Edad de Trabajar - PET). Dentro del PET, el 53.0% es Población Económicamente Activa (PEA) y el 47.0% es Población Económicamente Inactiva (PEI).

GRÁFICO No. 7 - POBLACIÓN TOTAL DEL ECUADOR HOMBRES Y MUJERES EN EDAD DE TRABAJAR



FUENTE: INEC – Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador. Fascículo Nacional.

AÑO: 2014

Dentro de la población de 10 años y más ocupada, trabajan en:

CUADRO No. 9 - POBLACIÓN POR OCUPACIÓN

Empleados u obrero privado	33.0%
Cuenta propia	28.5%
Jornalero o peón	13.0%
Empleado del Estado, Municipio o Consejo provincial	11.2%
Empleado doméstico	3.9%
Patrono	3.1%
Trabajador no remunerado	1.5%
Socio	1.1%
No declarado	4.7%

FUENTE: INEC – Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador. Fascículo Nacional.
AÑO: 2014

d) Variables Tecnológicas

Según el último Censo de Población y Vivienda (2010), el 87.8% de los hogares ecuatorianos tiene teléfono celular, el 64.6% tiene servicio de Internet, el 80.7% tiene una computadora y el 53.3% tiene televisión por cable.

En el caso específico de la provincia de Pichincha, el 26.2% de los hogares posee conexión a Internet (190.920 hogares).

Según Jeeyla Benítez, redactora de el diario El Comercio, en su publicación titulada 'Ecuador ocupa el puesto 96 en innovación tecnológica' del 19/09/2013, indica que "Actualmente en el país el número de usuarios conectados a Internet alcanza los 10 millones, según datos de la Supertel. Además, según datos del Ministerio de Telecomunicaciones en el Ecuador hay 5 040 centros educativos cuentan con conexión a la Internet, además de 473 Infocentros desplegados en a escala nacional."

El gobierno ecuatoriano en su afán de sensibilizar digitalmente a los ciudadanos de poblaciones rurales y urbano marginales, ha implementado el programa de Aulas Móviles mismo que está a cargo del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL). (<http://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-crece-en-tecnologia-aulas-moviles-se-posicionan-a-nivel-nacional-e-internacional/>)

GRÁFICO No. 8 - SITIOS VISITADOS, CIUDADANOS CAPACITADOS Y AULAS MÓVILES



FUENTE: Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.
www.telecomunicaciones.gob.ec
AÑO: 2014

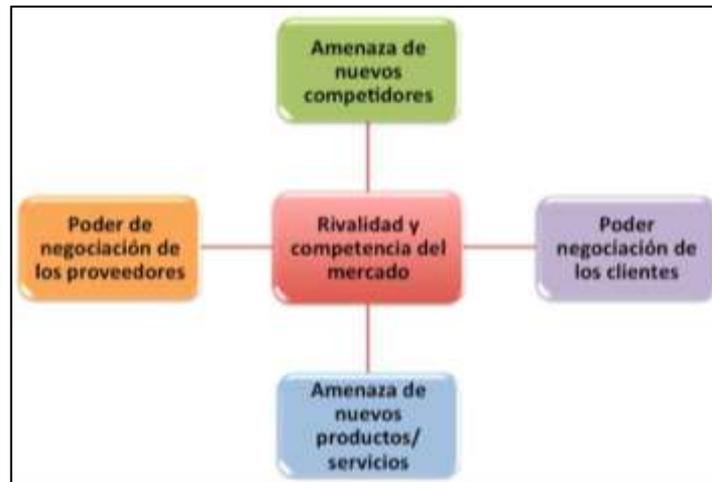
Para el presente proyecto es de suma importancia conocer que en nuestro país el desarrollo de la tecnología tiene un buen futuro, ya que una de las herramientas para su promoción será el Internet a través de una página web y herramientas como Facebook y Twitter.

1.8.2. Microambiente (5 FUERZAS DE PORTER)

Según Pascual Parada Torralba, <http://www.pascualparada.edu/>, indica que “Las 5 fuerzas de Porter” es una herramienta o técnica que nos ayudará a comprender qué determina la rentabilidad y el nivel de competencia de cualquier industria de una forma global. Esta técnica es

especialmente útil para analizar el mercado de un proyecto empresarial y así establecer la mejor estrategia.”

GRÁFICO No. 9 - FUERZAS DE PORTER



FUENTE: <http://proyectos-innovacion.com/5-fuerzas-de-porter-innovacion/>
AÑO: 2014

a) Poder de negociación de los clientes

Se podría creer que los clientes pueden ejercer presión para negociar un mejor precio en el servicio debido a que tienen la ventaja de la gran oferta hotelera del sector; sin embargo, un campista no puede hacer mucho con un precio bajo en un hotel sino no tiene el espacio y los servicios necesarios para instalar su carpa. Adicionalmente, por ser un servicio único, por el momento, su poder de negociación no es muy fuerte.

Aunque se pretende mantener un nivel accesible los precios, no se debe perder de vista la influencia de los costos de los insumos en los costos totales ya que estos afectarán los precios del servicio y los clientes son muy susceptibles a este tipo de cambios.

Como es un servicio poco explotado en el sector turístico, este posee cierto atractivo para los turistas que buscan nueva alternativas de alojamiento.

La amenaza de integración hacia atrás por parte de los clientes es escasa e inclusive nula.

El cliente de este sector determina muchas de las características del servicio que desea obtener por lo que la empresa deberá acoplarse a estas necesidades para no perder las ventas.

La concentración de turistas en Tonsupa es bastante alta en los feriados y temporadas vacacionales y muchos han llegado a quedarse sin un lugar para hospedarse. Este estilo de alojamiento al aire libre podría ofrecer una alternativa a sus necesidades.

Es importante mantener informados a los clientes sobre tarifas y servicios que se ofrecen en el campamento para que pueda fácilmente tomar una decisión para escoger este tipo de hospedaje.

Es necesario estar al tanto de las tendencias para mantenerse en constante actualización y así lograr que el cliente siga eligiendo este servicio y no otro de similares características.

b) Poder de negociación de los proveedores

La ventaja del campismo es que no necesita de un gran número de proveedores para ofrecer su servicio, ya que el campista satisface por sí mismo la mayor parte de sus necesidades.

Independientemente de las empresas proveedoras de servicios básicos, los principales proveedores de este proyecto son los de insumos de higiene personal y de mantenimiento de las instalaciones.

Se tendrá un cierto poder de negociación pues en este mercado van a existir una cantidad de oferentes, por lo que puede resultar fácil obtener mejores precios.

Según vaya creciendo en número de clientes, las compras al por mayor de insumos de higiene personal reducirán costos.

Entre empresarios y proveedores debe establecerse una negociación seria en la determinación de los precios para que beneficie a ambas partes. Es fundamental superar inconvenientes y disponer de proveedores fijos que cumplan sus entregas con responsabilidad y en un tiempo establecido.

c) Amenaza de nuevos entrantes

La complejidad de iniciar un negocio de este estilo no es muy alta lo que facilitaría la entrada de nuevos competidores.

En Tonsupa, el sector hotelero y turístico está en auge lo que podría representar una amenaza relevante aunque el mercado objetivo difiera ligeramente del de este proyecto.

Sin embargo, una estrategia para evitar este riesgo, es la prestación de servicios de calidad y con precios cómodos que beneficien a los huéspedes y permitan la permanencia de la empresa.

d) Amenaza de servicios sustitutos

Dentro de esta categoría se ubican todos los establecimientos hoteleros, que sin ser exactamente iguales a un campamento, podrían llegar a satisfacer las mismas necesidades. Bastaría con que uno de estos asigne

un par de metros cuadrados para que el campista pueda armar su tienda, o que los clientes utilicen su vehículo para suplir la necesidad de un techo.

Sin embargo, los campistas prefieren espacios amplios donde poder desarrollar actividades inherentes a su segmento con comodidad y seguridad.

Cuando se habla de servicios sustitutos, es alta la relación servicio/calidad. Los sustitutos pueden tener igual o menor precio pero su calidad es baja.

En la actividad hotelera o turística cuando existen o aparecen servicios de similares características es recomendable ofrecer calidad en ellos y tratar de mantener la estabilidad en los precios para no perder la fidelidad de los huéspedes.

e) Rivalidad entre los competidores

Entre las variables a tener en cuenta se destacan el número de competidores directos e indirectos, su posición dentro del mercado, los precios de cada uno de ellos, entre otros.

Como se estableció anteriormente, la competencia general del campamento estaría constituida por todos los hoteles, hostales y hosterías que constituyan la oferta de alojamiento dentro de Tonsupa.

Al atender específicamente a un público que guste de actividades campistas, la misma se resume solamente a los establecimientos que ofrezcan un servicio igual o similar, lo cual al momento no existe ni en el sector ni la provincia.

Los servicios ofrecidos en un camping son diferentes a los ofrecidos en el sector hotelero tradicional, razón por la cual resulta atractivo establecer una estrategia de diferenciación basada en el tipo de hospedaje, en las formas de preparación de alimentos y en tipos de esparcimiento basadas en el compartir del grupo familiar o de amigos.

En el sector turístico, no es muy marcada la preferencia de un mismo lugar de hospedaje todos los feriados, todas las vacaciones. El campista por lo general busca nuevos espacios así como nuevas actividades que le permitan enriquecer su experiencia, por lo que se podría predecir que los turistas estarán rotando por diferentes campamentos a lo largo de su vida.

1.9. Análisis Interno

Debido a que el presente proyecto se refiere a la creación de una pequeña empresa, el análisis interno del mismo posee cierto grado de dificultad por no existir un organismo en marcha sobre el cual efectuar un análisis basado en aspectos reales; sin embargo, una de las particularidades que tiene a favor este proyecto es que no existe la necesidad de adquirir un terreno porque este ya fue adquirido varios años atrás el cual ha motivado la realización de este estudio para conocer cómo usufructuar de mismo. Adicionalmente, su puesta en marcha tendría impactos mínimos negativos para el entorno natural versus el impacto que causa el sector hotelero tradicional.

Al concluir el análisis de este proyecto se podrá conocer las características esenciales de una Pyme con estas características, así como entender cuáles serán los principales factores que afectarán su rentabilidad mismos que definirán su éxito o fracaso.

1.10. Matriz AOOR

CUADRO No. 10 - MATRIZ AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ol style="list-style-type: none">1) Entidades de turismo (Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Esmeraldas y Operadoras de Turismo).2) Instituciones que financian proyectos turísticos (CFN, Banco Nacional de Fomento).3) Turistas interesados en realizar turismo alternativo.	<ol style="list-style-type: none">1) Amplio sector hotelero.2) Burocracia.3) Corrupción.4) Delincuencia.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none">1) Atractivos climáticos, geográficos y turísticos (clima, playas, paseos en lancha, banana, parapentismo).2) Servicios cercanos (restaurantes, bares, farmacias, micromercados, locales comerciales).3) Modalidad de alojamiento no explotada en su máximo potencial.4) Calendario de Feriados.	<ol style="list-style-type: none">1) Aparecimiento de competidores directos.2) Baja afluencia de turistas en temporadas bajas.3) Falta de recurso financiero propio.4) Normativa turística.

FUENTE Y REALIZADO POR: AUTORA
AÑO: 2014

1.11. Cruces Estratégicos

CUADRO No. 11 - CRUCES ESTRATÉGICOS

		ALIADOS			OPONENTES			
		Entidades de turismo (Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Esmeraldas y Operadoras de Turismo).			Amplio sector hotelero.			
		Instituciones que financian proyectos turísticos (CFN, Banco Nacional de Fomento).			Burocracia.			
		Turistas interesados en realizar turismo alternativo.			Corrupción. Delincuencia.			
OPORTUNIDADES	AO	PESO	CALIF.	POND.	OO	PESO	CALIF.	POND.
Atractivos climáticos, geográficos y turísticos (clima, playas, paseos en lancha, banana, parapentismo).	* Solicitar financiamiento a la CFN o BNF.	0,45	4	1,80	* Promocionar el campamento como alternativa de hospedaje innovadora así como todos sus beneficios para atraer a los turistas.	0,50	4	2,00
Servicios cercanos (restaurantes, bares, farmacias, micromercados, locales comerciales).	* Promocionar el campamento en grupos sociales, religiosos, educativos y empresariales especialmente en feriados y época de vacaciones.	0,40	4	1,60	* Instalar sistemas de seguridad dentro del campamento.	0,30	3	0,90
Modalidad de alojamiento no explotada en su máximo potencial.	* Tomar los cursos de capacitación dictados por Ministerio de Turismo.	0,10	3	0,30	* Inscribir al campamento en la Unidad de Vigilancia Policial más cercana.	0,20	2	0,40
Calendario de Feriados.	* Solicitar la inclusión del nombre del campamento en las páginas web y revistas de las entidades de turismo.	0,05	2	0,10				
		1,00		3,80		1,00		3,30
RIESGOS	AR	PESO	CALIF.	POND.	OR	PESO	CALIF.	POND.
Aparecimiento de competidores directos.	* Crear paquetes atractivos en temporadas bajas.	0,30	4	1,20	* Incrementar nuevos servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes para afrontar cambios en el mercado.	0,25	4	1,00
Baja afluencia de turistas en temporadas bajas.	* Establecer un sistema de control de calidad para la mejora continua del servicio al cliente.	0,25	4	1,00	* Realizar un minucioso estudio económico y financiero.	0,25	4	1,00
	* Ofrecer el servicio de camping a extranjeros.	0,30	3	0,90	* Realizar campañas publicitarias en Facebook y Twitter, así como en la página web del campamento.	0,20	4	0,80
Falta de recurso financiero propio.	* Estar actualizado en noticias del sector turístico para poder responder a tiempo ante cualquier cambio en las normativas.	0,15	3	0,45	* Monitorear constantemente a la competencia.	0,15	3	0,45
Normativa turística.					* Instalar rótulos y señalética adecuada al grupo objetivo.	0,15	3	0,45
		1,00		3,55		1,00		3,70

PESO: 0,0 = no importante 1,0 = muy importante
 CALIFICACIÓN: 1 = irrelevante 4 = muy relevante

FUENTE Y REALIZADO POR: AUTORA

1.11.1. Aliados

Entidades de turismo (Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Atacames y Operadoras de Turismo)

La Cámara de Turismo de Atacames es uno de los aliados de este proyecto debido a esta representa a todas las empresas turísticas del cantón Atacames tanto a nivel de promoción como de defensa de sus derechos. Además, porque prestan servicios de asistencia jurídica para los afiliados y de guía para los turistas.

El Ministerio de Turismo, como ente rector, se lo considera una aliado ya que ayuda con procesos de gestión, promoción, difusión y capacitación.

Las operadoras de turismo son consideradas aliadas debido a que se puede firmar convenios con ellas para la difusión del campamento. Los turistas suelen contactarse con estas empresas para conseguir información y planear sus viajes.

Instituciones que financian proyectos turísticos (CFN, Banco Nacional de Fomento)

Tanto la Corporación Financiera Nacional, CFN, como el Banco de Nacional de Fomento están a favor de la inversión en el sector Turístico mediante la financiación de proyectos productivos innovadores que sean económicamente rentables, socialmente incluyentes y ambientalmente responsables.

Turistas interesados en realizar turismo alternativo

Todas las personas interesadas en realizar turismo de deporte y aventura se convierten en nuestros aliados ya que son los principales interesados

en la existencia de este tipo de servicios para ejercer sus actividades de campismo. Dentro de este grupo se encuentran los Scouts, grupos juveniles, colegios, grupos de amigos y familias.

1.11.2. Oponentes

Amplio sector hotelero

Actualmente existe un elevado número de hoteles, hostales y complejos turísticos en la zona misma que va en crecimiento. Aunque en el campamento no signifique para ellos una competencia, para el mismo si lo representa debido a que los turistas han preferido por años hospedarse en estos lugares.

Burocracia

Debido a que la burocracia es la organización o estructura organizativa caracterizada por procedimientos explícitos, regularizados, división de responsabilidades, especialización del trabajo y jerarquías, representa un oponente debido que este tipo de negocio debe obtener algunos permisos de funcionamiento. Adquirirlos representa una inversión de tiempo considerable. Primeramente, porque los permisos se los debe obtener de diversas entidades. Segundo, porque el ingreso de cada solicitud implica adjuntar otros requisitos; y, tercero, porque una sólo persona no puede expedir los permisos ya que debe obtener la aprobación o visto bueno de superiores que no siempre se encuentran en su lugar de trabajo en el momento indicado.

Corrupción

Aunque el Gobierno Nacional aún esfuerzos para combatir la corrupción, existen personas en las entidades de control que se aprovechan de sus

cargos para exigir sumas monetarias a cambio de la agilización de un trámite. Otros, impedirán que se realicen los trámite con el fin de beneficio propio o de terceros aliados con ellos.

Delincuencia

La delincuencia ha sido y será un oponente en todo ámbito; sin embargo, lo es aún más en el sector turístico ya que ataca directamente a los clientes quienes al sufrir un acto delincencial pues no volverán a visitar el lugar que visitaron y peor aún darán malas referencias del mismo lo que provocaría pérdidas al negocio.

1.11.3. Oportunidades

Atractivos climáticos, geográficos y turísticos (clima, playas, paseos en lancha, banana, parapentismo)

Gracias a los atractivos naturales y comerciales de la zona, cada vez más los turistas prefieren esta zona. Son considerados una oportunidad porque los clientes disponen de una amplia gama de actividades para su distracción no sólo dentro del campamento sino fuera de mismo también.

Servicios cercanos (restaurantes, bares, farmacias, micromercados, locales comerciales)

Siempre es necesario disponer de servicios de restaurantes, bares y locales comerciales cercanos al lugar de hospedaje, sobre todo de una farmacia o un micromercado por si llega a ocurrir un imprevisto. Se considera una oportunidad que la zona disponga de los establecimientos en mención ya que estos proporcionan mayor comodidad y tranquilidad a los campistas.

Modalidad de alojamiento no explotada en su máximo potencial

El aparecimiento de una nueva modalidad de alojamiento se la considera una oportunidad debido a que los turistas se verán atraídos por la misma no sólo para experimentar nuevas vivencias sino por sus costos también.

Calendario de Feriados

Para el sector turístico es de gran ayuda el que el Gobierno Nacional fije un calendario de feriados para todo el año, ya que esto ayuda a que los turistas planifiquen sus viajes que por lo general son planificados con destinos costeros como lo es Tonsupa.

1.11.4. Riesgos

Aparecimiento de competidores directos

La instalación de un campamento turístico no implica mayor complejidad por que la entrada de competidores directos es muy probable. Es un riesgo que el proyecto correo, aunque se lo puede minimizar con la creación apropiada de estrategias.

Baja afluencia de turistas en temporadas bajas

La subsistencia del sector turístico depende de la llegada de turistas a sus zonas. Si esta es baja, pues la rentabilidad de los negocios corre un gran riesgo. Esta situación la viven en especial los establecimientos que acogen turistas en zonas más alejadas de las principales ciudades. Para diversificar el riesgo, es necesario la implementación de un plan que permita obtener ingresos o atraer turistas en temporadas bajas.

Falta de recurso financiero propio

Los emprendedores de Pymes suelen pasar por situaciones de falta de recursos financieros propios. Si los cálculos financieros no son los adecuados, pues se corre el riesgo del fracaso del proyecto. Sin embargo, se puede solicitar apoyo a instituciones financieras para evitar estos inconvenientes.

Normativa turística

Toda ley es susceptible de cambio. Dependen de la estabilidad del país para mantenerse intactas. Es un riesgo que cualquier cambio de gobierno nacional o local afecte las normativas mismas que afectarían al proyecto en caso de ser adversas o muy rígidas.

1.12. Identificación de la Oportunidad de Inversión

La problemática detectada para realizar el presente proyecto de grado se basa en la escasez de establecimientos turísticos tipo campamento en la parroquia Tonsupa del cantón Atacames, con costos accesibles e instalaciones idóneas para la realización de esta actividad orientado a personas que gustan de las actividades al aire libre y/o nuevas experiencias ya sea en grupo, pareja, solos, con o sin hijos.

El planteamiento del este problema surge por la existencia de ventajas y oportunidades que ofrece el sector, gracias a su ubicación, atractivos naturales y desarrollo comercial del sector.

Tonsupa se ubica a tan sólo 333 Km (aproximadamente 6 horas) desde la capital del Ecuador, donde residen la mayoría de personas que conforman su mercado objetivo. Además, cuenta con un clima privilegiado durante todo el año que fluctúa entre los 28° y 36° grados centígrados lo

que hace de esta zona el lugar ideal para pasar momentos de descanso y diversión.

Tonsupa no sólo posee amplias y pintorescas playas sino que también se encuentra cerca de otras playas como Atacames, Súa, Same, entre otras que se puede llegar fácilmente y en corto tiempo ya sea en transporte propio o público.

Otro de sus atractivos es la gran oferta gastronómica, conformada por principalmente por mariscos, pescados, verde, yuca, frutas entre otros, con precios accesibles ofrecidos en restaurantes ubicados a lo largo de todo el malecón.

Para los turistas que gustan de actividades recreativas, Tonsupa ofrece los servicios de parapente, paseos en botes tipo banana, paseos en lancha, alquiler de motos acuáticas y avistamiento de ballenas en los meses de julio y septiembre.

A la zona han ingresado importantes cadenas de farmacias tales como SanaSana, Económicas y Cruz Azul, en las cuales los turistas pueden adquirir medicamentos y artículos de cuidado personal.

Para el año 2015 está previsto la apertura de Tonsupa Mall con locales comerciales donde tanto residentes como visitantes podrán realizar sus compras.

Adicionalmente, el gobierno de turno está muy interesado en promover el turismo así como el desarrollo de la PYMES, por lo que está dando prioridad al sector terciario de la economía con la otorgación de préstamos para la implementación de nuevos proyectos.

El mayor porcentaje de visitante de esta playa está conformada por quiteños quienes representan el 25.10 % lo cual indica que éste sería su principal mercado objetivo.

Adicionalmente, estudios del Ministerio de Turismo indican que 51.0% de los visitantes internos realiza actividades de Sol y Playa; y, aunque en un porcentaje menor (0.60%), existen ya turistas que prefieren realizar turismo de deporte y aventura.

Finalmente, el último Catastro del año 2013 indica que en la parroquia de Tonsupa no existe ningún establecimiento de la categoría Campamento.

Con lo anteriormente expuesto se concluye que en la parroquia Tonsupa existen las condiciones óptimas para la formulación de este proyecto de inversión.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Campamento de turismo

2.1.1. Definición

Según la Ley de Turismo son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.

Un campamento es una actividad recreativa al aire libre, es un contacto con la naturaleza, en un clima caracterizado por la cooperación y que provee experiencias satisfactorias a nivel físico, social y psicológico.

2.1.2. Carpa

La Real Academia de Lengua lo define como “Del quechua karpa. Gran toldo que cubre un circo o cualquier otro recinto amplio.” Se asocia el concepto de carpa a la tienda de campaña o tienda de playa. (Diccionario de la Lengua Española, DRAE, 2014).

Es el sistema más generalizado para pasar la noche en el medio natural. Su utilización ofrece protección contra el frío, la lluvia, insectos y ofrece un espacio de privacidad.

2.1.3. Menaje

El menaje comprende todo el conjunto de muebles y utensilios que serán de gran ayuda para los campistas en determinados momentos como por

ejemplo al momento de preparar los alimentos. (Diccionario Océano Práctico. 2011).

Dentro del campismo, los más utilizados son ollas, sartenes, platos, cubiertos, vasos, saleros, cuchillos, cucharones, pinzas, manteles y servilletas.

2.1.4. Bolsa o Saco de dormir (sleeping bag)

“El que forrado o almohadillado se usa para dormir dentro de él” (Diccionario de la Lengua Española, DRAE, 2014).

El más apreciado por sus cualidades térmicas es el de plumón pero existen otros muchos que resultan muy útiles cuando las condiciones no son extremadamente invernales. Este implemento esencial de los campamentos por la general va acompañado de una aislante o colchoneta que se coloca en primer lugar con el fin de evitar la humedad, el frío del suelo y posibles rasgaduras del equipo.

2.1.5. Complementos

Actualmente existen en el mercado un sinfín de complementos para facilitar la actividad de los campistas. Entre los principales se encuentran:

- Coolers o cajas térmicas para preservar alimentos y bebidas.
- Mesas y sillas plegables.
- Navajas.
- Cantimploras.
- Estufas portátiles.
- Linternas.

2.2. Turismo

2.2.1. Definición

Según la Ley Orgánica de Turismo, el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, con fines de descanso, ocio, esparcimiento, negocios u otros motivos.

El turismo es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador.

La variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo.

2.2.2. Turista

Según la Organización Mundial del Turismo, OMT, un turista es “un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.”

Con el pasar de los años y gracias al apoyo de los gobiernos, el turista ha ido cambiando sus ideas y motivaciones a la hora de vacacionar. No sólo existe el grupo de turistas que buscan más confort y mejores servicios a la hora de vacacionar, sino que también existen aquellos turistas orientados a lo natural, a visitar el lugar en el que deciden vacacionar pero sin afectarlo, preservándolo y adaptándose a lo que allí pudieran hallar.

Este nuevo grupo de turistas tienen como objetivo de sus vacaciones entrar en contacto con la naturaleza. Este tipo de turistas disfruta visitar

un sitio y gozar de su belleza intacta, sin realizar ningún tipo de alteración sobre el mismo, teniendo en cuenta y valorando lo rico e importante que tiene el lugar visitado, sin provocar impactos negativos o contaminantes; además este tipo de turistas buscan realizar actividades al aire libre ya sea solos o acompañados.

2.3. Empresa

2.3.1. Definición

Jacob Wandt, y Bjørnsbo, Anders en su página www.e-economic.es, la definen como una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. Sin embargo, una empresa no sólo es esto, sino también es una unidad conformada por una o más personas que tienen una cultura, aspiraciones y sentimientos.

Durante siglos se han fundado empresas con políticas y procesos rígidos que han olvidado que su principal recurso es el humano. Las empresas humanas, todavía mantienen una estructura organizacional pero son administradas de manera diferente. Se basan en principios y valores que generan confianza y logran que sus miembros den más de sí.

2.3.2. PYMES

Según la normativa comunitaria de la Comunidad Andina, CAN, las PYMES vienen a ser unidades empresariales formales en lo legal y con niveles de empleo entre 10 a 199 empleados, con ventas en el rango de 100 mil dólares a menos de 5 millones de dólares, y activos en el rango de 100 mil dólares a menos de 4 millones de dólares.

Diferencia entre PYMES y Microempresas

Existen muchas microempresas que se consideran pequeñas empresas y por lo tanto una Pymes. Sin embargo, se puede categorizar como microempresa a los negocios cuyas ventas no superan los \$15.000 anuales.

Una Pyme puede ser una empresa con ventas entre \$15.000 y \$20.000 anuales.

2.3.3. Misión

“La Misión define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización.

La misión de la empresa es la respuesta a las preguntas: ¿Para que existe la organización? ¿Qué estás haciendo hoy? o ¿A qué te dedicas hoy?” (Chemes, Santiago. www.pnlpalermo.ar)

Toda organización tiene una misión que define su propósito. El definir la misión obliga a su o sus propietarios así como a todo el equipo administrativo a definir el espacio de su producto o servicio.

Es una herramienta necesaria para determinar objetivos y estrategias. Existen empresas que la conocen como “Credo”.

2.3.4. Visión

“Es una imagen a futuro sobre como deseamos que sea la empresa o como queremos ser el futuro como individuos.

El propósito de la Visión es guiar, controlar y alentar a la organización o al individuo para alcanzar el estado deseable.

La Visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Qué queremos que sea la organización o quienes queremos ser en los próximos años?” (Chemes, Santiago. www.pnlpalermo.ar)

La visión explica de manera amplia lo que se espera a futuro de la empresa. Define cuál será su alcance dentro de su sector y cómo será su crecimiento.

La visión es un conjunto de ideas que proveen un marco de referencia de lo que una empresa espera ser en el futuro. Señala el camino para lograr el desarrollo de la organización en el futuro.

2.3.5. Estrategia

La Estrategia se refiere a un plan de acción que me va a asistir en el logro del Objetivo y por ende de la Visión. La estrategia es el “Como logro esto”. (Chemes, Santiago. www.pnlpalermo.ar)

Una estrategia describe el cómo se van a hacer las cosas. Una buena estrategia toma en cuenta las barreras y recursos existentes. Las estrategias ayudan a determinar cómo va a realizar la visión y objetivos.

Las estrategias dan una dirección en general y se adaptan a los recursos locales. Algunas intentan cambiar las situaciones existentes. Las estrategias intentan disminuir algunos factores de riesgo probables y al mismo tiempo intentan incrementar algunos factores protectores probables

2.3.6. Objetivos

“Es un logro que nos proponemos en un plazo determinado.

El objetivo es cuantificable, necesita ser medido. Tiene que ser enunciado específicamente y de forma positiva. Además tiene un plazo de tiempo para su concreción.” ”. (Chemes, Santiago. www.pnlpalermo.ar)

Los objetivos establecen las metas específicas que se pretenden lograr. Son un paso en la determinación del rumbo o dirección para la empresa. Sólo cuando la Misión se traduce en elementos concretos y medibles, es posible la asignación de los recursos, prioridades y responsabilidades.

La historia ha demostrado que aquellos que establecen objetivos tienen una mayor probabilidad de tener éxito. Además, administrar por objetivos es más fácil y seguro debido a que evita que la empresa camine sin dirección, concentrando la atención de todos los empleados en hacer que las cosas ocurran.

2.3.7. Principios

Para Jhon Efraín Rodríguez (<https://rztcol38ypmh/principios-y-valores/>)
“Los principios son reglas o normas de conducta de carácter intrínseco desarrolladas por una persona ateniéndose a sus instintos morales básicos aprendidos en la familia o en la sociedad en que interactúa.”

Es un sello personal que distingue a una persona o empresa y por el cual es reconocida su manera de actuar en concordancia con lo aceptado por la sociedad.

Cuando una persona o empresa tiene principios, en ocasiones se puede conocer con anticipación cómo será su comportamiento o conducta ante una situación. Se los reconoce por sus fuertes creencias y férreas

convicciones que a veces es erróneamente confundida con rigidez o intolerancia.

2.3.8. Valores

Jhon Efrain Rodriguez (<https://rztcol38ypmh/principios-y-valores/>) en su página indica que “Los valores se sitúan como códigos morales que aplican universalmente las Sociedades, y donde casi siempre está presente la dualidad entre el BIEN y el MAL.” Ejemplo: honestidad, responsabilidad, tolerancia, constancia, integridad,

Los Valores se establecen para armonizar las relaciones y para defender a los mismos de factores que puedan perjudicarlos.

Valores como Amor, Justicia, Honradez, Humildad, Honestidad, Amistad, Solidaridad, Fidelidad, Igualdad, Respeto, Tolerancia están siendo amenazados y desaparecen en algunas sociedades por culpa del "Relativismo" de aquellos que siempre tienen una justificación o explicación para todo.

2.3.9. Diagrama de Flujo

Según Talavera Pleguezuelos, C. en su publicación titulada Calidad Total en la Administración Pública, “un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso.

El diagrama de flujo ofrece una descripción visual de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial ente ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las

demás, el flujo de la información y los materiales, las ramas en el proceso, la existencia de bucles repetitivos, el número de pasos del proceso, las operaciones de interdepartamentales. “

2.4. Político

2.4.1. Gobierno

“El Gobierno es el conjunto de órganos ejecutores del Poder Público del Estado que realizan la voluntad de éste, ordenando y manteniendo un régimen con arreglo a la Constitución.” (Machicado, Jorge (2009).

El gobierno ecuatoriano, actualmente este Presidido por el Econ. Rafael Correa y por el Jorge Glas como su Vicepresidente. El gobernó actual apoya su gestión en veintiún ministerios, seis ministerios coordinadores; y, entre cuatro secretarías y cuatro secretarías nacionales.

Uno de los entes rectores de los cuales se obtendrá información para el desarrollo del presente proyecto es el Ministerio de Turismo mismo que lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

2.4.2. Políticas

Según el Instituto de Investigaciones Jurídicas dela UNAM, México, políticas es el “Conjunto de criterios generales que establecen el marco de referencia para el desempeño de las actividades en materia de obra y servicios relacionados con la misma.” (<http://info4.juridicas.unam.mx>)

2.5. Económico

2.5.1. Inflación

Entendemos por inflación el crecimiento continuado y sostenido del nivel precios de una economía. (Santacruz Javier (2013)).

Otra forma de definirlo es como la disminución del valor del dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden adquirir con el mismo.

La inflación es un aspecto muy importante de la economía, ya que algunos de los desastres económicos más importantes a nivel mundial se debieron a una descontrolada inflación. Sin embargo, una disminución de precios tampoco es buena para la economía porque como los bienes y servicios bajan de precio, se retrasan las compras y las inversiones ya que mañana será más barato, las empresas no ganan dinero por lo tanto quiebran y generan despidos de personal; es decir, desempleo.

Para poder controlar la inflación hay que medirla, y la forma más común de hacerlo es creando una canasta de bienes y servicios ponderada.

La inflación puede estar provocada por múltiples factores, pero los más destacables son la inflación de demanda y la inflación de costos.

La inflación consiste en el aumento generalizado y sostenido de los precios de una economía. Conforme aumenta la inflación, el dinero va perdiendo sus funciones. La mejor forma de analizarla es midiendo cómo afecta ésta en el ahorro de las familias.

2.5.2. Riesgo País

El riesgo país, en general, se define como la probabilidad de que un país falle en generar suficiente moneda extranjera para pagar sus obligaciones a acreedores externos (Zopounidis y Pardalos, J. 2008).

Los inversionistas buscan maximizar sus ganancias pero además buscan reducir el riesgo; es decir, la probabilidad de que las ganancias sean menores de lo esperado o que existan pérdidas.

El riesgo país, en general, se define como la probabilidad de que un país falle en generar suficiente moneda extranjera para pagar sus obligaciones a acreedores externos (Zopounidis y Pardalos, J. 2008). El riesgo país también se haya definido como el grado de estabilidad económica y política de una nación.

Dick Schefer en su publicación “El Cuento del Riesgo País” (Junio, 2001) indica que “El índice de riesgo país es un indicador simplificado de la situación de un país, que utilizan los inversores internacionales como un elemento más cuando toman sus decisiones. El índice de riesgo país es en realidad un índice que es calculado por distintas entidades financieras, generalmente calificadoras internacionales de riesgo. Las más conocidas son Moody’s, Standad & Poor’s, y J.P. Morgan. También existen empresas que calculan el riesgo país, como Euromoney o Institucional Investor. Cada una de ellas tiene su propio método, pero usualmente llegan a similares resultados.”

2.5.3. Tasas de interés

Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. (http://www.economia.mx/tasas_de_interes.htm)

Las tasas de interés bajas ayudan al crecimiento de la economía porque estimulan el consumo y por tanto provocan la demanda de productos.

Mientras más productos se consuman, mayor crecimiento económico existirá. Su lado negativo son las tendencias inflacionarias.

Las tasas de interés altas incentivan el ahorro y frenan la inflación debido a que el consumo disminuye al incrementarse el costo de las deudas. Pero al disminuir el consumo también se frena el crecimiento económico.

Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio.

Las Tasas de interés bajas ayudan al crecimiento de la economía, ya que facilitan el consumo y por tanto la demanda de productos. Mientras más productos se consuman, más crecimiento económico. El lado negativo es que este consumo tiene tendencias inflacionarias.

Tasas de interés altas favorecen el ahorro y frenan la inflación, ya que el consumo disminuye al incrementarse el costo de las deudas. Pero al disminuir el consumo también se frena el crecimiento económico.

Los bancos centrales de cada país utilizan las tasas de interés principalmente para frenar la inflación, aumentando la tasa para frenar el consumo o disminuyéndola ante una posible recesión.

2.5.4. Macroambiente

El macroambiente “son fuerzas que rodean a la empresa, sobre las cuales la misma no puede ejercer ningún control [...], fuerzas que de una u otra forma pueden afectar significativamente y de las cuales la empresa puede aprovechar las oportunidades que ellas presentan y a la vez tratar de controlar las amenazas.” (Ma. Augusta Reyes, “Introducción al Marketing Social”)

2.5.5. Microambiente

El microambiente “Son todas las fuerzas que una empresa puede controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores, la empresa en sí, según Philip Kotler también los competidores, intermediarios, clientes y públicos.” (Ma. Augusta Reyes, “Introducción al Marketing Social”)

2.6. Social

2.6.1. Población

“Se denomina población a la suma de personas que conviven dentro de un pueblo, provincia, país, u otra área geográfica, y poseen comúnmente, características en común.” (<http://sobreconceptos.com.ar>)

Es importante tener conocimiento de la población de determinado territorio ya son fuente para realizar planificaciones y decisiones que se puedan tomar para un lugar específico ya sean en temas de política, economía, salud, educación, vivienda, medio ambiente, entre otros.

No es fácil lograr conocer cifras demográficas; sin embargo, las existentes provienen en su mayoría de los censos o documentos oficiales en los no sólo se incluye la cantidad de personas que vive en un determinado lugar, sino que además aporta datos referentes al género, situación social, ocupación, ingresos, entre otros, de las personas que la componen.

2.6.2. Empleo

Según Leider C.A. (2011) en su página <http://yotamience.com.co>, el empleo es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario.

Los empleos son un pilar importante en el desarrollo de un país, porque reducen la pobreza, permiten que las ciudades funcionen y entrega a los jóvenes opciones frente a la violencia. Las sociedades crecen a medida que los empleos promueven la diversidad y ofrecen alternativas.

Estos son un punto central para eliminar la pobreza y fomentar el crecimiento. El gobierno impulsa programas para impulsar tanto al sector público como privado, para desarrollar las capacidades de los trabajadores, ampliar la cobertura de los sistemas de protección social y facilitar la transición de la educación formal hacia el mercado laboral o de la inactividad al mundo productivo.

2.7. Mercado

2.7.1. Definición

Desde la perspectiva del economista Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta."

El mercado puede desenvolverse en un ámbito físico o virtual en el cual se generan las condiciones necesarias para intercambiar bienes y/o servicios.

Dentro de la economía se contempla la existencia de diversas clases de mercados: al por menor o minoristas, al por mayor o mayoristas, de materias primas, de servicios y otros que se conocen como mercados de acciones (las bolsas de valores).

El mercado ideal de competencia perfecta se logra cuando ni los compradores ni los vendedores tienen la capacidad de interferir en el precio final del bien o del servicio intercambiado. Este sistema se ve afectado al momento de la aparición de monopolios u oligopolios que fijan los precios por propia voluntad.

2.7.2. Oferta

“Es la cantidad de un producto que será ofrecida al mercado por un proveedor o proveedores a diversos precios durante un periodo determinado de tiempo.” (Lamb, Charles y Hair, Joseph, 2008).

Puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos.

La denominada Ley de la Oferta señala que cuanto mayor es el precio del producto, mayor es la cantidad de empresas dispuestas a fabricarlo y colocarlo en el mercado.

2.7.3. Demanda

“La cantidad de un producto que se venderá en el mercado a varios precios durante un periodo determinado de tiempo.” (Lamb, Charles y Hair, Joseph, 2008).

Puede hablarse de demanda individual cuando involucra a un consumidor o demanda total con la participación de todos los consumidores de un mercado.

En el mercado la cantidad del producto que se demanda puede variar dependiendo de su precio, disponibilidad, riqueza y necesidad de quien desea adquirirlo.

El precio es uno de los factores determinantes de un producto y es de tipo variable; esto significa que, el mismo puede modificarse a lo largo del tiempo, generalmente lo hace en casos en los que sea necesario desde los ojos del oferente.

2.7.4. Demanda Insatisfecha

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en la cuales se hizo el cálculo.” (Salas, Marcelo 2012)

2.7.5. Demanda potencial

“La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado, el objetivo principal es pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas del negocio.

El término potencial se refiere a un nivel máximo de ventas y supone dos cosas:

1. Todos los planes de marketing son eficaces y se llevan a cabo debidamente.
2. Todos los prospectos con la habilidad y el deseo de comprar el producto lo adquieren realmente.” (Rentería, Paula 2014)

2.7.6. Producto

“Cosa producida. Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reeditúa.” (<http://lema.rae.es/drae/>)

Un producto es un beneficio, una ganancia económica o un fruto que se obtiene del comercio, de una cosa que se vende.

2.7.7. Servicio

Para Richard L. Sandhusen, "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo."

Un servicio también es un producto pero es un producto no material. Por ejemplo, la conexión a Internet, el acceso a los canales de TV o el servicio de un hotel o de la seguridad social.

2.7.8. Competencia

“La competencia se define como una situación tal en la que los agentes económicos (productores y consumidores) son libres de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir dónde y a quién comprarlos.” (Rombiola, Nicolas – 2013).

2.7.9. Competencia Perfecta

Un mercado perfectamente competitivo, aparte de contar con muchos oferentes y demandantes, debe cumplir con 4 condiciones:

1. Los productos que venden las diferentes empresas son sustitutos perfectos.
2. Las empresas consideran el precio de mercado como dado, no pudiendo influir sobre él.
3. Libertad de entrada y salida del mercado.
4. Las empresas y consumidores tienen información perfecta. Se conocen las oportunidades, las calidades de los productos de forma perfecta y

completa. (Victor Beker – Francisco Mochón. Economía. Elementos de micro y macroeconomía, 2010)

2.7.10. Macrolocalización

”Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. [...] La región a seleccionar puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema, sólo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.” (Vargas, Alberto. Gestión de Proyectos, 2009)

2.7.11. Microlocalización

De acuerdo a lo indicado por la Asesora Deisy Rosset Marín Monteagudo de la Universidad Pedagógica Nacional de la ciudad de Mexico, 2012, la “Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.”

2.7.12. Capacidad instalada

Mejía, Carlos, Gerente de la empresa Planning, Consultores Gerenciales de la ciudad de Medellín, Colombia (Julio, 2013), define a la capacidad instalada como “la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse.”

2.7.13. Capacidad utilizada

“Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje.” Mejía, Carlos, Planning, Consultores Gerenciales (Julio, 2013).

2.7.14. Producto sustituto

Según el Lic. Juan Carlos Fernández en su publicación Productos Sustitutos y Complementarios, indica que “son Bienes o servicios que satisfacen necesidades similares. Cuando el aumento en el precio de un bien causa un desplazamiento hacia la derecha en la curva de demanda del otro se dice que los bienes son sustitutos entre sí.”

2.8. Marketing

2.8.1. Definición

Para la American Marketing Association (A.M.A.), "el marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización..."

En la actualidad el marketing es una herramienta que todo empresario o emprendedor debe conocer. Toda empresa o negocio de una u otra forma utilizan técnicas de marketing. Marketing no es otra cosa que la realización de intercambios entre un mínimo de 2 partes de forma que se produzca un beneficio mutuo.

El marketing estimula intercambios. Para que esto ocurra se requiere la participación de un mínimo de dos personas, que cada parte ponga algo de valor, que cada parte esté dispuesta a ceder su cosa de valor y que las partes tengan la posibilidad de comunicarse entre sí.

El marketing es mucho más que un conjunto de técnicas, es una forma de trabajo que se debe impregnar en todas las actividades de la empresa.

2.8.2. Comercialización

“La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.”
(Rivadeneira, Diego. Marzo 2012)

El mercado actual es muy competitivo gracias a que la tecnología apoya la difusión de la venta de nuevos productos o servicios por lo que no es raro que un buen producto pase desapercibido por sus potenciales compradores.

Se podría decir que los consumidores se dividen en dos grupos: los que siguen de cerca a sus empresas de confianza esperando próximos lanzamientos; y, aquellos que esperan pasivamente a que una publicidad les indique qué comprar, dónde y cuándo.

Uno de los errores más comunes es dar por hecho que el público conoce sus productos o servicios y que llegado el momento de elegir lo harán por los suyos. Es de suma importancia trabajar con los medios de comunicación. No se puede contar sólo con el buen criterio de los consumidores ya que muchos de ellos no tienen los objetivos muy claros o no son muy exigentes.

2.8.3. Publicidad

O’Guinn, Allen y Semenik, autores del libro "Publicidad", definen a la publicidad de la siguiente manera: "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir."

El fin mismo de la publicidad es convencer, por medio de la comunicación de ideas, palabras e imágenes, al consumidor de comprar un bien productivo y no la competencia directa del mismo o uno sustituto.

Es una herramienta de marketing que para ser exitosa debe saber muy bien a qué público se debe dirigir, en que segmento o nicho se quiere que el producto o servicio penetre. Esto depende de variados factores como el económico, el sociocultural, el educacional, la edad, el género, entre otros.

2.9. Financiero

2.9.1. Presupuesto

Según Burbano y Ortíz (2008) un presupuesto es un es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

El presupuesto es una guía de acción que ayuda a darse cuenta de las prioridades y objetivos de la empresa y minimiza el riesgo al ser un plan de acción con actividades marcadas para su consecución.

2.9.2. Inversión

“Las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil, u horizonte temporal del proyecto.” (Garrido, Luis. (2011).

Las empresas suelen realizar inversiones en varios momentos. Algunas inversiones son necesarias para su operación diaria como lo que sucede con la compra de equipo informático. Otras inversiones se realizan con

una visión de futuro como por ejemplo la compra de maquinaria para aumentar la producción.

En un principio, la inversión será un gasto, pero el objetivo es recuperar ese dinero con el aumento de la producción y posteriormente de las ventas y por ende de las ganancias.

Es bueno que las empresas creen su plan de inversiones para tener claro el panorama sobre el destino de los recursos financieros. De igual manera, es de gran ayuda manejar un fondo de inversiones donde se unan capitales provenientes de varias personas para realizar inversiones de distinto tipo.

2.9.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades. (Ing. Ortiz Varga, Gilberto. 2008).

Ya que el punto de equilibrio determina el momento en el que las ventas se igualan a los costos, entonces un aumento en el nivel de ventas por encima del nivel del punto de equilibrio significa que dará como resultado algún tipo de beneficio positivo.

Esta herramienta es muy útil, sobre todo al comienzo de una empresa, para conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y recuperar la inversión.

Si el nivel de ventas no alcanza a cubrir los costos entonces se deberá realizar cualquier modificación que sea conveniente.

2.9.4. Flujo Neto de Fondos

“Indicador financiero, que representa la diferencia entre ingresos y gastos que podrán obtenerse por la ejecución de un proyecto durante su vida útil.” (Ruiz, Erick Javier y Díaz, Gloria Argentina (2010).

2.9.5. VAN

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Salas, Marcelo 2012)

En un proyecto empresarial es muy importante analizar si este será rentable o no. Cuando se invierte un capital, se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años. Esta rentabilidad debe ser mayor al menos que una inversión con poco riesgo.

Si se hace un cálculo de los posible ingresos de una empresa durante cinco años, para que el proyecto sea rentable el VAN tendrá que ser superior a cero, lo que significará que recuperaremos la inversión inicial y tendremos más capital.

2.9.6. TIR

“Es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo netos de un proyecto, con el valor presente de la inversión neta.” (Moyer, Cahrles y McGuigan, James (2008).

La tasa interna de retorno es una tasa que hace que el valor presente neto de la inversión se iguale a cero. Esto significa que la TIR podría ser positiva o negativa. Una TIR negativa indica que una inversión podría generar pérdidas y debe ser descartada. Una TIR positiva indica la posibilidad de rendimientos futuros y debe ser maximizada.

2.9.7. Análisis de Sensibilidad

“Se denomina análisis de sensibilidad (AS) el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto.” (Salas, Marcelo. 2012)

2.9.8. Capital de Trabajo

El Capital de Operación o Trabajo está constituido por los recursos disponibles en el negocio para su operación desde el inicio de su funcionamiento. Se le conoce también como la diferencia entre el Activo corriente y el Pasivo corriente. .” (Salas, Marcelo. 2012)

Es la capacidad de la que dispone una empresa para llevar a cabo sus operaciones en el corto plazo. Este es necesario para establecer el equilibrio patrimonial de un negocio. Cuando el activo corriente supera al pasivo corriente, se está frente a un capital de trabajo positivo. Esto quiere decir que la empresa posee más activos líquidos que deudas con vencimiento en el tiempo inmediato. Cuando el capital de trabajo es negativo refleja un desequilibrio patrimonial, lo que no representa necesariamente que la empresa esté en quiebra o que haya suspendido sus pagos. El capital de trabajo negativo implica una necesidad de aumentar el activo corriente. Esto puede realizarse a través de la venta de parte del activo inmovilizado o no corriente. Otras posibilidades son realizar ampliaciones de capital o contraer deuda a largo plazo.

2.9.9. Balance General

“El balance general, balance de situación o estado de situación patrimonial es un informe financiero contable que refleja la situación

económica y financiera de una empresa en un momento determinado.”
(Amat, Oriol 2008)

2.9.10. Estado de Resultados

El Estado de Resultados permite determinar la utilidad neta de la operación, la misma que se deriva de los ingresos provenientes de las ventas, reducidos los gastos y costos incurridos en el proceso de producción. (Salas, Marcelo. 2012)

2.9.11. Tasa de descuento

“La tasa de descuento representa el costo del dinero a través del tiempo y es utilizada para hallar la equivalencia entre sumas presentes y sumas futuras.” Cruz, Sergio, Finanzas Corporativas, 2008.

2.9.12. Tamaño del Proyecto

Según el Ing. Marcelo Salas, docente de la carrera de Administración de empresas del American Junior College de la ciudad de Quito, el tamaño del proyecto se refiere a “la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como Capacidad de Producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.”

2.9.13. Activos

“Representa todos los bienes y derechos que posee un individual o una empresa, y se clasifican en: Activo Circulante, Activo Fijo (o Propiedad,

Planta y Equipos), Cargos Diferidos, Otros Activos, y Valuación de Activos.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.14. Activos Fijos

“Son todos los bienes tanto muebles como inmuebles, tangibles o intangibles que forman parte de la empresa, y que no están destinados para la venta u obtención de lucro por medio de estos, aun cuando en casos poco particulares, se puede llegar a vender alguno de estos Activos, por razones justificadas; sin embargo la presencia de estos en la empresa son necesarios para el normal y buen funcionamiento de esta, lo que ayuda de manera indirecta a que la empresa opere. Se clasifican en dos subgrupos que son Activos Tangibles e Intangibles” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.15. Activos Fijos Tangibles

“Está representado por todos los bienes muebles o inmuebles de la empresa, que son tangibles. Las principales Activos que entran en este grupo son: Terreno, Vehículos, Maquinaria, Equipos de Oficina, Artículos de Oficina, Mobiliario, entre otros.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.16. Activos Fijos Intangibles

“Está representado por los activos que tiene la empresa que no son tangibles o palpables como tal, y poseen un valor intrínseco, el cual otorga normalmente el(los) dueño(s) de dichos activos. Las principales Activos que entran en este grupo son: Marca de Fábrica, Derecho de Autor, Plusvalía.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.17. Pasivos

“Representa todas las obligaciones contraídas por un individual, o una empresa, a favor de un tercero. Los pasivos se Clasifican en: Pasivo Circulante, Pasivo a largo Plazo, Créditos Diferidos, y Otros Pasivos.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.18. Pasivo Circulante

“Representa todas las deudas a corto plazo, es decir que su pago total será realizado en un plazo no mayor a un año, o lo que sería igual a 365 días, a excepción del año bisiesto, para el cual se toman los 366 días. Las principales cuentas que forman parte de este grupo son: Cuentas por Pagar, Efectos por Pagar, Sueldos por Pagar, Intereses por Pagar, entre otras.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.19. Pasivo a Largo Plazo

“Representa todas las deudas a Largo Plazo, es decir, que van a ser pagadas en un periodo mayor a un año. Las Cuentas más comunes son: Crédito Bancario por Pagar, Hipoteca por Pagar, entre otros.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.20. Capital

“Agrupa el conjunto de Cuentas que representan el valor residual de comparar el Activo Total, menos el Total del Pasivo, producto de los recursos netos del ente económico que han sido suministrados por el propietario de los mismos, ya sea directamente o como consecuencia del giro ordinario de sus negocios. Las principales cuentas del Capital o Patrimonio son: Cuenta Capital, Cuenta Personal, entre otras.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.21. Ingresos

“Representa todas las entradas de dinero producto de las operaciones Normales o extraordinarias de un individual o de una empresa. Estos se clasifican en: Ingresos Ordinarios e Ingresos Extraordinarios.

Los ingresos ordinarios u operaciones son los originarios la Venta de bienes y o Prestación de Servicios, casos estos que deben corresponder a la Actividad Principal de la empresa. Las Cuentas que forman parte de este Subgrupo son solamente: Ventas, y Prestación de Servicios.

Los ingresos extraordinarios o no operaciones son las entradas de dinero provenientes de actividades y transacciones que no corresponden a la principal de la empresa. Las Cuentas más comunes son: Intereses Ganados (Ingresos por Intereses), Ingresos por Comisiones, Ganancia en Venta de Activo, entre otras.” (Casanova, Juan Miguel, 2010)

2.9.22. Egresos

Los egresos son todas aquellas erogaciones que se realizarán para brindar un servicio con percepción de calidad a los turistas.

Los Costos Totales están conformados por la sumatoria que arrojan los Costos de Producción y los Gastos Operacionales. (Salas, Marcelo. 2012)

2.9.23. Gasto

“Es el conjunto de erogaciones destinadas a la distribución o venta del producto, y a la administración. El gasto es la erogación en que se incurre para distribuirlo y para administrar los procesos relacionados con la gestión, comercialización y venta de los productos, para operar la

empresa o negocio. El gasto es la erogación de la que no esperamos obtener un ingreso futuro.” (Hargadon, Bernard, 2011)

2.9.24. Costo

“El costo hace referencia al conjunto de erogaciones en que se incurre para producir un bien o servicio, como es la materia prima, insumos y mano de obra. El costo es la erogación en que se incurre para fabricar un producto. El costo es una erogación de la que se espera un ingreso futuro.” (Hargadon, Bernard, 2011)

2.9.25. Costos Fijos

Según Tomás Mulleady, en su libro titulado Determinación de Costos e Ingresos, “se llaman costos fijos a aquellos costos que tiene la empresa independientemente de que haya actividades productivas o no.”

2.9.26. Costos Variables

Según Tomás Mulleady, en su libro titulado Determinación de Costos e Ingresos, “se llaman costos variables a aquellos costos que dependen de la producción. Estos costos aumentan o disminuyen con la producción. Sobre estos costos el administrador de la empresa tiene control.”

2.9.27. Depreciación

“Depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil. Importe depreciable es el costo de un activo, o el importe que lo haya sustituido, menos su valor residual. Se depreciará de forma separada cada parte de un elemento de propiedades,

planta y equipo que tenga un costo significativo con relación al costo total del elemento.” (NIC 16 Propiedades, Planta y Equipo)

2.9.28. Amortización

“Amortización es la distribución sistemática del importe amortizable de un activo intangible durante los años de su vida útil.

La amortización es el mismo proceso que la depreciación, con la única diferencia que utilizada sólo para los activos intangibles y los activos diferidos (los Activos que tienen valor, pero que no se puede tocar), Por ejemplo, una patente o marca y los gastos pagados por anticipados.” (NIC 38 Activos Intangibles)

2.9.29. Valor Residual

Según los autores Sotero Amador Fernández, Javier Romano Aparicio y Mercedes Cervera Oliver, “El valor residual de un activo es el importe que la empresa estima que podría obtener en el momento actual por su venta u otra forma de disposición, una vez deducidos los costes de venta, tomando en consideración que el activo hubiese alcanzado la antigüedad y demás condiciones que se espera que tenga al final de su vida útil.”

2.10. Investigación

2.10.1. Matriz de relación diagnóstica

“La matriz de relación diagnóstica es una estructura de datos cuyo objetivo es obtener información acerca de una institución o empresa con respecto a sí misma (en lo que a sus proceso, estructura organizacional y

manejo de información se refiera), y con respecto al contexto en el que se desenvuelve.” (Martínez Christian, Nov 22 2010 <http://doc/43645000/MATRICES-DE-DIAGNÓSTICO>)

2.10.2. Muestra

Una muestra es un conjunto de unidades, una porción del total, que nos representa la conducta del universo en su conjunto. (Salas, Marcelo. 2012)

Una buena muestra es aquélla que refleja las características esenciales de la población de la cual se obtuvo.

Para seleccionar una muestra lo primero que hay que hacer es definir la unidad de análisis; es decir, quienes van a ser medidos. Una vez definida la unidad de análisis, hay que delimitar la población que va a ser estudiada. Un estudio no será mejor por tener una población más grande, sino que la calidad del trabajo.

2.10.3. Entrevista

Según Bingham y Moore, “la entrevista es una conversación seria, que se propone un fin determinado, distinto del simple placer de la conversación. Tiene como funciones principales: recoger datos, informar y motivar”.

La entrevista puede grabada para ser reproducirse posteriormente como archivo de audio o ser filmada para captarla en vídeo o transcribirse en un texto.

Las entrevistas pueden ser estructuradas o no estructuradas. Es estructurada cuando se compone de preguntas rígidas. La ventaja de este tipo de entrevista es que se recopila información uniforme.

Las entrevistas no estructuradas permiten acercarse más al interlocutor, son más flexibles y, si bien también hay un línea de preguntas que las guía, estas no son rígidas y permiten que el entrevistador repregunte aquello que considere importante o profundice en ciertos temas que son de su interés o que crea que pueden interesar a sus interlocutores.

En una entrevista interfieren dos sujetos: el entrevistador que es el que realiza las preguntas y guía la conversación y entrevistado que es el que responde y que es el protagonista de dicha conversación.

A la hora de hacer una entrevista es muy importante tener en cuenta ciertas pautas tales como comenzar el diálogo de forma cordial, no abandonar al entrevistado a su suerte, sino ayudarlo a proporcionar la respuesta a la pregunta que se ha formulado, crear preguntas que no sean embarazosas para el interlocutor, sino que estén relacionadas con el tema que interesa y ser espontáneo.

2.10.4. Encuesta

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.” (Thompson, Ivan. (Sep. 2010))

Existen varios tipos de encuestas según el medio que se utiliza para la realización de la encuesta: encuestas cara a cara, telefónicas, por correo y encuestas por Internet.

Las encuestas online tiene algunas ventajas como rapidez en el envío, amplia cobertura, reducción de costos de envío, anonimato en las respuestas, menor tiempo de respuesta y resultado rápidos.

Cada día se está extendiendo más la realización de encuestas online, debido a que es una forma de realizar encuestas mucho más rápida y barata y evita tener que diseñarlas en papel y tener que repartirlas después entre todos los encuestados.

2.10.5. Observación Directa

Según Wilson Fuente, en su portal de Relaciones Públicas (2001-2014), indica que “Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

2.10.6. Segmentación de mercado

Para Patricio Bonta y Mario Farber, la segmentación del mercado se define como "el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento.”

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Planteamiento del problema de investigación

Hoy en día no existen estudios actualizados que permitan conocer a fondo las preferencias, necesidades y capacidades de los turistas, sobre todo cuando se trata de un servicio que no ha sido explotado en su máxima capacidad.

El problema de investigación del presente proyecto radica en la necesidad de tener información que ayude a identificar al mercado con el que se va a trabajar.

Es preciso conocer de cerca cuál es la demanda, oferta y precios con fin de tener una visión más exacta del futuro, para generar estrategias que le permitan sobrevivir en su medio y para ofrecer al turista lo que gusta y necesita acorde a su capacidad económica y otras características esenciales

3.2. Identificación del producto o servicio

a) Características

El campamento objeto de este estudio, será un lugar acondicionado para la realización de actividades turísticas con enfoque alternativo; es decir, actividades que se realizan al aire libre con la característica principal de pernoctar bajo una tienda de campaña, más conocida como carpa.

Estará ubicado en la provincia de Esmeraldas, cantón Atacames, en la parroquia Tonsupa.

Entre los servicios que prestará, exigidos por la Ley de Turismo (ver Anexo No.7), se encontrarán:

- a) De recepción;
- b) Botiquín de primeros auxilios;
- c) Teléfono;
- d) Vigilancia diurna y nocturna;
- e) Recolección de basura, dos veces al día;
- f) Custodia de valores en caja fuerte;
- g) Recepción y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

El campamento contará con parcelas definidas para que los campistas instalen sus carpas y demás implementos. Contará con áreas de:

- Fogatas
- BBQ
- Hamacas
- Hidromasaje
- Servicios higiénicos
- Duchas
- Vestidores
- Parqueaderos

El campamento tendrá un diseño rústico costeño, rodeado de naturaleza, utilizando materiales que se puedan encontrar en zonas aledañas como lo son la caña y la palma.

b) Productos sustitutos

Dentro del grupo de productos o servicios sustitutos de este proyecto se encuentran todos los hoteles, hostales, hosterías y cabañas que ofrecen servicios de hospedaje al mismo tipo de cliente; y, que se encuentran ubicadas en el mismo sector y sus alrededores.

Características básicas

Hoteles

- Ofrecen alojamiento.
- Alimentación y bebidas.
- Ocupan la totalidad de un edificio o parte del mismo.
- Disponen de un mínimo de 30 habitaciones.
- Se categorizan dentro de 1 a 5 estrellas doradas.

Hostales

- Ofrecen alojamiento.
- Alimentación.
- Disponen de un mínimo de 12 y un máximo de 29 habitaciones.
- Se categorizan dentro de 1 a 3 estrellas plateadas.

Hosterías

- Ofrecen alojamiento.
- Alimentación.
- Disponen de un mínimo de 6 habitaciones.
- Poseen jardines y zonas de recreación y deportes.
- Se categorizan dentro de 1 a 3 estrellas plateadas.

Cabañas

- Ofrecen alojamiento.
- Alimentación.
- Son edificaciones individuales.
- Disponen de un mínimo de 6 cabañas.
- Se categorizan dentro de 1 a 3 estrellas plateadas.

Campamentos fuera de la zona

Se ha podido detectar que existen fuera de la provincia de Esmeraldas hoteles, cabañas y refugios ecológicos que ofrecen adicionalmente el servicio de camping. Estos intervienen de forma lateral en el mercado buscando satisfacer de manera similar las necesidades y gustos de los campistas.

CUADRO No. 12 - HOTELES, CABAÑAS Y REFUGIOS QUE OFRECEN SERVICIO DE CAMPING EN EL ECUADOR

Nombre	Tipo de hospedaje	Ubicación	Localidad
Camping Iguana	Cabañas y servicio de camping	Manabí	Canoa
Punta Piedredro	Refugio ecológico y camping	Manabí	Puerto López
Barbasquillo	Hotel con servicio de camping	Manabí	Manta
Bella Aurora	Finca Hostería con servicio de camping	Santa Elena	Olón
Playa Escondida	Refugio ecológico y Lodge	Esmeraldas	Punta Galera
Samvara	Refugio ecológico y servicio de camping	Manabí	Jama

FUENTE: Internet

REALIZADO POR: AUTORA

c) Consumidor del producto

El tipo de consumidor al cual se dirige este proyecto, son todas aquellas personas que acostumbran a realizar turismo en fines de semana, feriados y vacaciones. Quienes tienen gusto por la naturaleza, gustan de la playa y de realizar actividades al aire libre sin encontrar en ellas una sucesión de hechos fatigosos y molestos.

Los consumidores pueden ser infantes, niños, adolescentes y adultos hasta la edad que su ánimo y habilidades físicas les permita realizar actividades innatas del campismo; tales como, preparar una mochila, armar una carpa, preparar alimentos al aire libre, entre otros.

Los consumidores pueden ser personas solas o acompañadas en grupos familiares, de amigos o compañeros de alguna entidad social o económica.

Se estima que los clientes potenciales de este proyecto se encontrarán dentro de la clase socio-económica media-media y media-alta.

3.3. Estructura del mercado

Los mercados, en función de la cantidad de oferentes y demandantes, adoptan diversos formatos a los cuales los denominamos Estructuras de Mercado.

Competencia Perfecta

El presente proyecto pertenece a la estructura de Competencia Perfecta. Aunque maneja un modelo de hospedaje no tradicional, sus servicios pueden ser ofertados por sus similares; es decir, por el sector hotelero en toda la parroquia quienes se convierten en sustitutos perfectos.

3.4. Población o universo

Los clientes del presente estudio se agrupan dentro de la clase media-media y media-alta. Esto responde a que las personas que gustan del campismo deben estar dispuestas a realizar un desembolso económico inicial que cubra los implementos mínimos necesarios para la realización de estas actividades tales como la compra de una carpa, un sleeping y demás accesorios que faciliten la actividad, mismos que son independientes de los costos de movilización y alimentación.

La población total de la que partirá este estudio es la siguiente:

CUADRO No. 13 - POBLACIÓN O UNIVERSO

Pais	Ecuador	14.483.499
Provincia	Pichincha	2.576.287
Ciudad	Quito	2.239.191
	D.M. Quito	1.619.146
Parroquia Urbana representativa	Mariscal Sucre	15.841

FUENTE: INEC - Resultados Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador

ELABORADO POR: Autora

AÑO: 2014

3.5. Segmentación

Para este proyecto se ha considerado segmentar el mercado de acuerdo a las dimensiones Demográficas y Geográficas.

Segmentación Geográfica

Según cifras otorgadas por el Ministerio de Turismo, se puede observar que la mayoría de turistas de la ciudad de Quito.

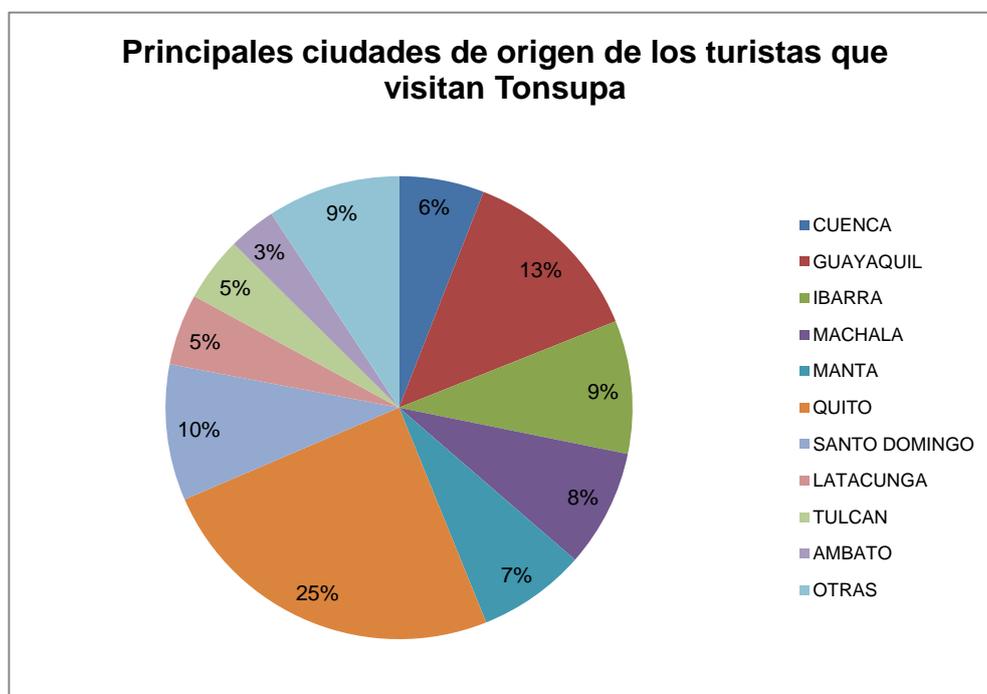
CUADRO No. 14 - TURISTAS POR CIUDADES QUE VISITAN LAS PLAYAS DE TONSUPA

CIUDADES	2011	2012	2013
CUENCA	5,90	6,10	6,15
GUAYAQUIL	13,01	12,80	11,83
IBARRA	9,30	9,20	9,10
MACHALA	8,20	8,28	8,52
MANTA	7,50	8,10	8,20
QUITO	24,60	24,80	25,10
SANTO DOMINGO	9,50	9,30	9,20
LATACUNGA	4,99	5,10	5,00
TULCAN	4,50	5,10	5,00
AMBATO	3,30	2,90	3,20
OTRAS	9,20	8,32	8,70
TOTAL	100,00	100,00	100,00

FUENTE:
AÑO:

COORDINACIÓN DE ESTADÍSTICAS - MINISTERIO DE TURISMO
2014

GRÁFICO No. 10 – PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LAS PLAYAS DE TONSUPA



Con este antecedente, dentro de la segmentación geográfica será escogido el Distrito Metropolitano de Quito. Adicionalmente, se escogió una parroquia céntrica representativa dentro del Distrito Metropolitano, la cual encierre puntos de aglomeración de personas tales como empresas públicas, empresas privadas, universidades, centros comerciales, museos, iglesias y viviendas.

Segmentación Demográfica

Dentro de esta segmentación se ha seleccionado los siguientes:

- Género: Masculino y Femenino
- Edad: entre 20 y 44 años
- Población Económicamente Activa (PEA) subdivisión Ocupados.

CUADRO No. 15 - SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN				POBLACIÓN	
Geográfica	Pais	Ecuador			14.483.499
	Provincia	Pichincha			2.576.287
	Ciudad	Quito			2.239.191
		D.M. Quito			1.619.146
	Parroquia Urbana representativa	Mariscal Sucre			15.841
Demográfica	Género	Masculino	48,6%		7.703
		Femenino	51,4%		8.138
		Total			15.841
	Edades	De 20 a 24 años	9,6%	1.521	6.375
		De 25 a 29 años	9,4%	1.483	
		De 30 a 34 años	8,1%	1.290	
		De 35 a 39 años	7,1%	1.120	
		De 40 a 44 años	6,1%	960	
	Población	PEA	38,5%		2.454
		Ocupados plenos	67,7%		1.660
POBLACIÓN				1.660	

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: INEC - Resultados Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador

AÑO: 2014

3.6. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

Para el presente estudio, el universo a considerarse será el total de la población que se encuentra Ocupada, segmento de la Población Económicamente Activa – PEA, entre las edades del 20 a 44 años del Distrito Metropolitano de Quito, parroquia Mariscal Sucre; es decir, el universo o población será de 1.660 personas.

Para el cálculo de la muestra se ha empleado la siguiente fórmula del modelo Probabilístico de manera Aleatoria Simple:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Donde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno

(P=éxitos Q=fracasos).

Z = nivel de confianza elegido.

E = Margen de error permitido

P/Q.- Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza

equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

CUADRO No. 16 - NIVELES DE CONFIANZA

Nivel confianza =	70%	75%	80%	85%	90%	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
Zc =	1,04	1,15	1,28	1,44	1,65	1,70	1,75	1,81	1,88	1,96	2,05	2,16	2,33	2,58

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Cálculo de la Muestra

Aplicando la fórmula en mención, se obtiene que el número de encuestas es de 312.

CUADRO No. 17 - CÁLCULO DE LA MUESTRA

Items	DATOS:	Valores
Población	N =	1.660
Nivel de confianza	Z =	95%
Z crítico	Zc =	1,96
Nivel de error	e =	5%
porcion exitos	p =	0,50
Frecuencia de Estratos	n/N=	0,060241

Tamaño de la muestra: **312** unidades muestrales

ELABORADOR POR: AUTORA
AÑO: 2014

3.7. Investigación de campo

a) Diseño del instrumento de investigación

El diseño del instrumento de investigación; es decir, de la encuesta, fue elaborado tomando en cuenta la necesidad de conocer los gustos, tendencias y necesidades de los potenciales clientes.

Su estructura consta de:

- Instrucciones generales.
- Información de carácter general como género, edad y rango de ingresos.
- Preguntas para conocer gustos y costumbres tales como: playas de su preferencia, frecuencia de viajes, número de noches de alojamiento, temporadas de viaje y número de personas con las que viajes.
- Preguntas para conocer la aceptación del servicio de camping, servicios adicionales solicitados, aceptación de precio por persona / por noche y frecuencia con la que visitaría el campamento.
- Agradecimiento.

La encuesta empieza con una pregunta introductoria con el fin de atraer la atención del interrogado, disponiéndolo favorablemente hacia la misma.

Las preguntas siguientes son del tipo abiertas y cerradas. Dentro de las cerradas existen preguntas del tipo dicotómicas (si / no) y del tipo múltiples.

El total de preguntas fue de 9 más 3 iniciales para obtener información general del encuestado.

La encuesta se encuentra detallada en al Anexo No. 1.

b) Prueba piloto

Antes de efectuar el levantamiento de la investigación, se realizó una prueba piloto misma que consistió en la aplicación de la encuesta a un pequeño grupo de personas similares a las que serían encuestadas en la investigación.

Esto aseguró que las preguntas sean claras, estén en un orden lógico y conocer el tiempo promedio de llenado del cuestionario.

La prueba piloto fue aplicada a un total de 10 personas dentro de la ciudad de Quito, en el rango de edades definida en la segmentación, de manera personal y por Facebook.

c) Levantamiento de la investigación

Una vez realizado la prueba piloto y depurado el contenido de la encuesta, está fue aplicada al total arrojado en el cálculo de la muestra; es decir, a 312 personas.

La encuesta fue aplicada a un grupo homogéneo de personas comprendidas entre las edad objetivo de este estudio; es decir, entre 20 y 44 años, que viven en diferentes zonas de la ciudad de Quito y que se encuentran ocupados adecuadamente.

d) Tabulación y procesamiento de la información

Datos Informativo de los encuestados

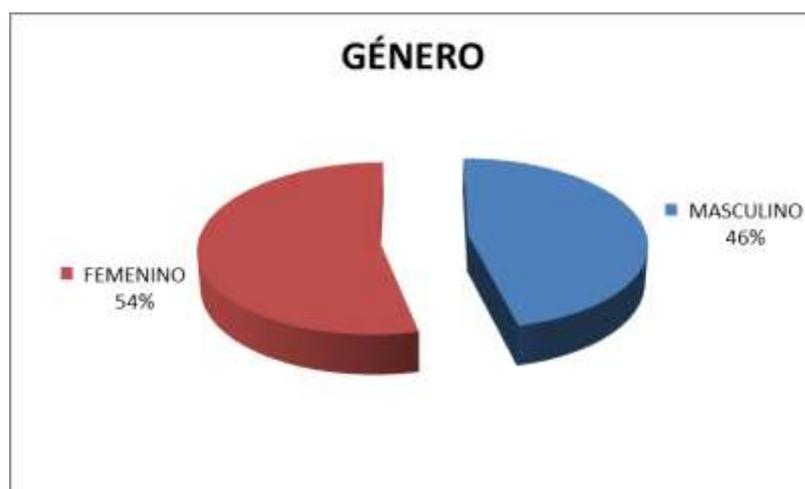
Género

CUADRO No. 18 - GÉNERO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	146	46%
FEMENINO	169	54%
	315	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 11 - GÉNERO



Análisis

Según los datos del tamaño de la muestra, fueron encuestados un total de 315 persona, 169 mujeres y 146 hombres. Como se puede apreciar, en cuestión de género, las encuestas están bastante equilibradas.

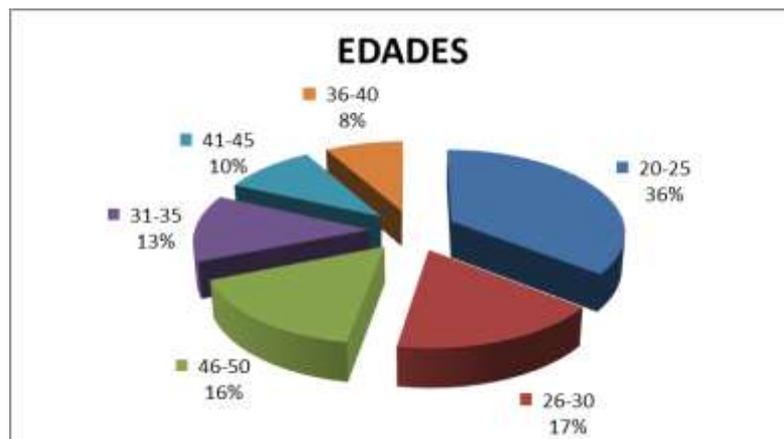
Edades

CUADRO No. 19 - EDADES

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-25	112	36%
26-30	54	17%
31-35	41	13%
36-40	26	8%
41-45	31	10%
46-50	51	16%
	315	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 12 - EDADES



Análisis

Debido al tipo de turismo y a las atracciones propias de Tonsupa, las encuestas se las ha realizado en su mayoría a personas entre los 20 y 30 años de edad. Aunque el porcentaje de personas entre 46 y 50 años es muy cercano, se consideró también este segmento para conocer sus gustos y tendencias, que de ser acordes con el perfil del turista de este proyecto, entonces también serían consideradas en procesos futuros.

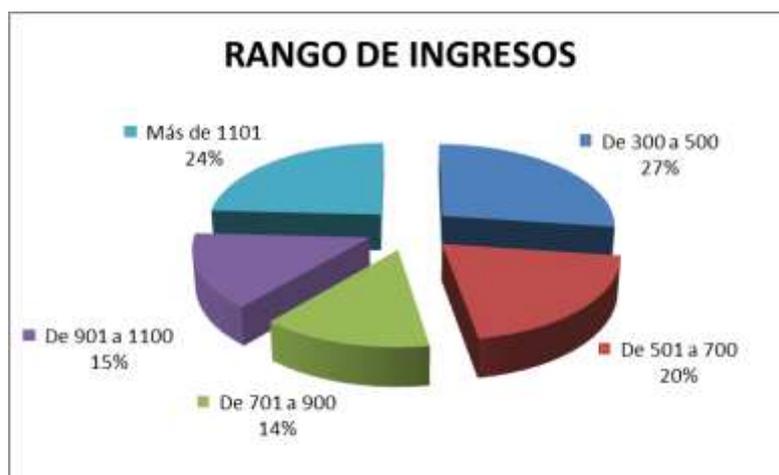
Rango de Ingresos

CUADRO No. 20 - RANGO DE INGRESOS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 300 a 500	82	27%
De 501 a 700	61	20%
De 701 a 900	42	14%
De 901 a 1100	44	15%
Más de 1101	73	24%
	302	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 13 - RANGO DE INGRESOS



Análisis

El rango de ingresos de los encuestados fluctúa principalmente entre los \$ 300 y \$ 700, aunque los rangos entre \$ 901 y superiores están muy cerca también. Esto se traduce en que las encuestas fueron aplicadas a un segmento medio-medio y medio alto.

Preguntas

1. Elija las playas del Ecuador de su preferencia

CUADRO No. 21 - PREFERENCIA DE PLAYAS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tonsupa	136	23%
Atacames	74	13%
Pedernales	42	7%
Bahia de Caráquez	56	10%
Manta	102	18%
Salinas	96	16%
Otras	76	13%
	582	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 14 - PREFERENCIA DE PLAYAS



Análisis

La mayoría de los turistas tiene preferencia por visitar la playa de Tonsupa. Este es un resultado favorable debido a que la propiedad en la cual se emprendería el proyecto está ubicada en la playa en mención.

2. ¿Cuántas veces al año viaja a la playa?

CUADRO No. 22 - FRECUENCIA DE VIAJES A LA PLAYA

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al año	111	35%
2 veces al año	98	31%
3 o más veces al año	46	15%
1 vez cada dos años	60	19%
	315	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 15 - FRECUENCIA DE VIAJES A LA PLAYA



Análisis

Estas cifras nos indican que los clientes tienen gusto por visitar la zona costera de nuestro país con frecuencia anual y semestral, lo que representa un buen indicador para el presente proyecto ya que muestra que hay turistas en las playas durante todo el año.

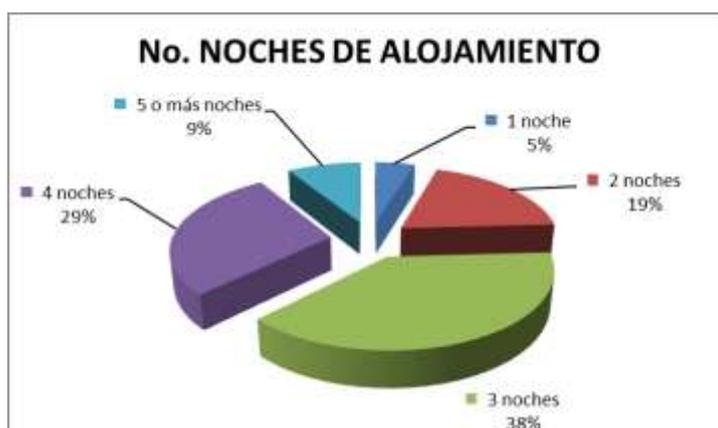
3. ¿Cuánto tiempo permanece alojado en la playa?

CUADRO No. 23 - No. NOCHES DE ALOJAMIENTO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 noche	15	5%
2 noches	61	19%
3 noches	121	38%
4 noches	90	29%
5 o más noches	28	9%
	315	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 16 - No. NOCHES DE ALOJAMIENTO



Análisis

Los potenciales clientes prefieren alojarse entre 3 y 4 noches. Sin embargo, hay que considerar que este tiempo de alojamiento es realizado en lugares tradicionales de hospedaje como los son hoteles, hostales y cabañas que ofrecen las comodidades del caso. Para el caso del presente estudio, esta cifra ayuda a determinar el número máximo de días que deberían incluir los paquetes promocionales.

4. ¿En qué temporada o temporadas prefiere viajar?

CUADRO No. 24 - TEMPORADAS DE VIAJA A LA PLAYA

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vacaciones	172	36%
Finados	15	3%
Navidad	22	5%
Fin de Año	56	12%
Carnaval	42	9%
Semana Santa	20	4%
Fuera de Temporada	150	31%
	477	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 17 - TEMPORADAS DE VIAJE A LA PLAYA



Análisis

Estas cifras confirman que la temporada de vacaciones es la favorita de los turistas para viajar a la playa. Sin embargo, llama la atención que los días fuera de temporada (fines de semana, días de vacación específicos, incluso en fiestas de Quito) también son escogidos por los turistas. Esto podría indicar que el campamento no sólo podría ser visitado en los meses de julio y agosto, sino también en otras fechas.

5. ¿Con cuántas personas (incluida usted) sale generalmente de vacaciones a la playa?

CUADRO No. 25 - No. PERSONAS CON LAS QUE VIAJA

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 persona	3	1%
2 - 3 personas	86	27%
4 - 5 personas	152	48%
6 ó más personas	74	23%
	315	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
 FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
 AÑO: 2014

GRÁFICO No. 18 - No. PERSONAS CON LAS QUE VIAJA



Análisis

Casi la mitad de los encuestados prefiere viajar con 4 ó 5 personas más, mientras que el siguiente grupo prefiere viajar con 2 ó 3 personas más. Esto nos indica que posiblemente el campamento recibiría grupos entre 3 y 5 personas, por lo que la capacidad de las carpas debería ser igual a estas. Sin embargo, no se debe perder de vista que existe un grupo que también viaja en grupos de 6 o más personas, por lo que se debería tener en stock carpas para atender a este segmento de turistas.

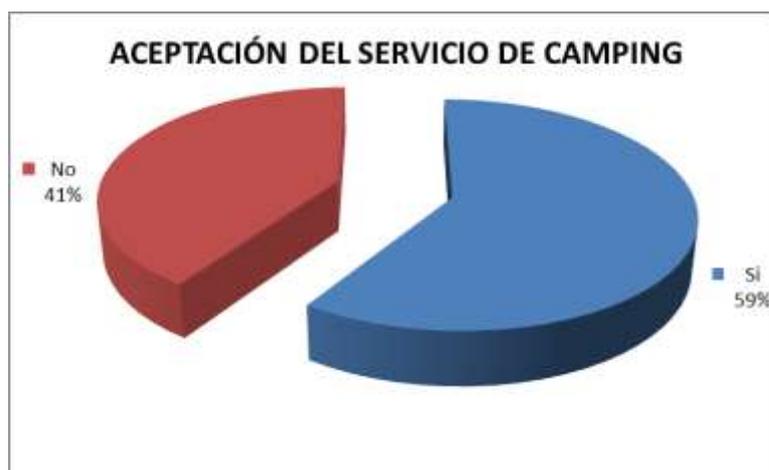
6. ¿Le gustaría acceder a un alojamiento tipo camping en la playa?
(pernoctar en una carpa, realizar fogatas y actividades al aire libre)

CUADRO No. 26 - ACEPTACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPING

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	187	59%
No	128	41%
	315	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 19 - ACEPTACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPING



Análisis

Más de la mitad de los encuestados estarían dispuestos a hospedarse a este tipo de establecimiento. Estas cifras indican que la mayoría de turistas buscan lugares para disfrutar de la naturaleza con servicios adicionales.

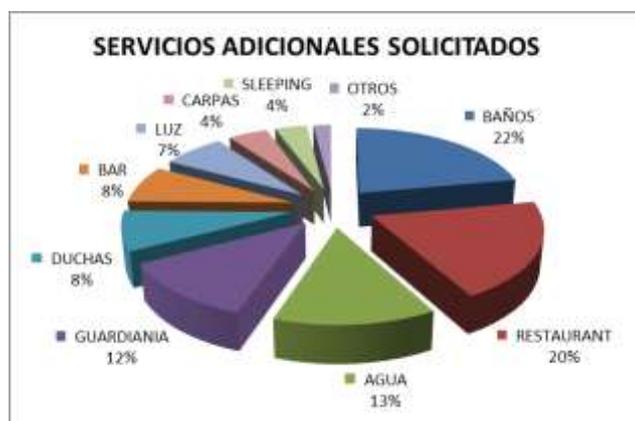
7. A su criterio, ¿con qué servicios debería contar el alojamiento tipo camping?

CUADRO No. 27 - SERVICIOS ADICIONALES SOLICITADOS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BAÑOS	110	22,09%
RESTAURANT	99	19,88%
AGUA	66	13,25%
GUARDIANA	60	12,05%
DUCHAS	40	8,03%
BAR	38	7,63%
LUZ	35	7,03%
CARPAS	22	4,42%
SLEEPING	18	3,61%
OTROS	10	2,01%
	498	100,00%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 20 - SERVICIOS ADICIONALES SOLICITADOS



Análisis

Los servicios más solicitados son aquellos que satisfacen las necesidades primarias o para la supervivencia. Sin embargo, debido a la fragilidad de protección que representa una carpa, los clientes solicitan seguridad como un servicio primordial para disfrutar de sus días de asueto sin preocupación.

8. ¿Cuánto pagaría por un servicio de este tipo? El precio es por persona y por noche

CUADRO No. 28 - PRECIO POR PERSONA / POR NOCHE

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$5 - \$ 10	55	21%
\$11 - \$15	102	38%
\$16 - \$20	76	28%
\$21 - \$30	35	13%
	268	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
 FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
 AÑO: 2014

GRÁFICO No. 21 - PRECIO POR PERSONA / POR NOCHE



Análisis

De acuerdo el tipo de alojamiento y los diferentes tipos de servicios que los clientes desean recibir, un gran porcentaje de los encuestados opina que pagarían entre \$ 11 y \$15 por persona y por noche, mientras que el siguiente grupo estaría dispuesto a pagar entre \$16 y \$20.

El porcentaje de aceptación a la segunda opción (\$11 - \$15) se considerará como cifra inicial para al cálculo de los ingresos del proyecto.

9. ¿Cuántas veces al año se hospedaría en el campamento?

CUADRO No. 29 - FRECUENCIA DE HOSPEDAJE EN EL CAMPAMENTO POR AÑO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al año	109	43%
2 veces al año	82	32%
3 o más veces al año	25	10%
1 vez cada dos años	39	15%
	255	100%

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 22 - FRECUENCIA DE HOSPEDAJE EN EL CAMPAMENTO POR AÑO



Análisis

Del total de encuestados, un porcentaje considerable asistiría al camping 1 vez al año y otro acudiría 2 veces al año. Esto refleja la tendencia que por lo general tienen los turistas de visitar distintos lugares en cada viaje. Al parecer el alojamiento tipo camping tiene un cierto atractivo por lo que se hospedarían en el mismo cada semestre.

3.8. Análisis de la demanda

a) Factores que la afectan

Precio

Una de las variables más importantes que afecta a la demanda es el precio, debido a que esta se comporta de manera decreciente respecto al incremento; primero, porque disminuye la capacidad de pago del turista; y, segundo, porque un incremento hará que los turistas busquen servicios sustitutos.

Tiempo

Es un elemento necesario para la ejecución de actividades turísticas, debido a que exige un desplazamiento a un lugar de destino y donde se tiene una estancia temporal variable.

Predisposición

Es la necesidad o deseo de viajar que se plantean las personas cuando en general tienen cubiertas las necesidades primarias. Puede estar también condicionada por la dependencia familiar, el ámbito social y está muy relacionado con el nivel cultural de las personas.

Edad

Debido a las actividades que se deben ejecutar antes, durante y al término de un campamento, pues la edad de quien las ejecute si es un factor que afecta directamente a este tipo de negocios. Se estima que el rango de edad apropiado para la realización de estas actividades se sitúa entre los 5 y los 35 años de edad.

Servicios

Los servicios con los que cuente el campamento son muy importantes para el turista ya que depende de estos que su estadía sea una experiencia agradable y que le permita regresar en una próxima ocasión.

Personalidad

Uno de los factores que con seguridad afectan a este tipo de negocios es la personalidad, debido que se verán atraídas las personas que gustan de actividades al aire libre con sabor a aventura y todo lo que ello conlleva; es decir, autodominio, responsabilidad, sensatez, entusiasmo, compañerismo, amor por la naturaleza, entre otros.

b) Comportamiento histórico

A pesar que es de conocimiento general que el turismo es una de las fuentes principales de ingreso del país y en especial de la zona costera, actualmente no existe una fuente de información fidedigna que guíe a los emprendedores para la preparación de sus proyectos.

Para conocer el comportamiento histórico, se ha recurrido a diversas fuentes de información tales como la Dirección Provincial de Turismo de Esmeraldas, Cámara de Turismo de Atacames y principales diarios del país. Se conoce además que del porcentaje total de turistas que llega a la provincia, el 16.5% prefiere las playas de Tonsupa. El número de días efectivos de feriados y vacaciones de verano se lo puede apreciar en el Anexo No. 8.

CUADRO No. 30 - COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

AÑO	PROMEDIO DE TURISTAS POR TEMPORADA	No. DÍAS EFECTIVOS DE FERIADOS Y VERANO	TOTAL TURISTAS	TOTAL TURISTAS (SÓLO TONSUPA)
2009	34.600	79	2.733.400	451.011
2010	35.500	79	2.804.500	462.743
2011	36.700	78	2.862.600	472.329
2012	37.500	79	2.962.500	488.813
2013	38.500	77	2.964.500	489.143

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TURISMO

CÁMARA DE TURISMO DE ATACAMES

AÑO: 2014

c) Demanda actual

Para los 5 primeros meses del presente año, estaban planificados 5 feriados; sin embargo, sólo se han hecho efectivos 3: Año nuevo, Carnaval y Semana Santa. Los feriados del Día del Trabajo (1 de mayo) y de la Batalla de Pichincha (24 de mayo) no fueron factibles debido a que esos días cayeron en jueves y sábado respectivamente. El Anexo No. 9 presenta un detalle de noticias varias sobre la afluencia de turistas a la parroquia de Tonsupa.

CUADRO No. 31 - DEMANDA ACTUAL DE TURISTAS EN LA PARROQUIA DE TONSUPA

PERIODO	PROMEDIO DE TURISTAS POR TEMPORADA	No. DÍAS EFECTIVOS DE FERIADOS Y VERANO	TOTAL TURISTAS	TOTAL TURISTAS POR AÑO (SÓLO TONSUPA)
2014	40.000	81	3.240.000	534.600

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TURISMO, CÁMARA DE TURISMO DE ATACAMES

AÑO: 2014

d) Proyección de la demanda

Para obtener la proyección de la demanda turística del lugar de estudio, se ha tomado en cuenta datos históricos de la concurrencia de turistas hacia la parroquia Tonsupa.

Para su cálculo se ha considerado el método de mínimos cuadrados.

CUADRO No. 32 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	TOTAL TURISTAS (ESMERALDAS)	TOTAL TURISTAS (TONSUPA)				
		Y	X	XY	X ²	Y ²
2009	2.733.400	451.011	1	451.011	1	203.410.922.121
2010	2.804.500	462.743	2	925.485	4	214.130.621.306
2011	2.862.600	472.329	3	1.416.987	9	223.094.684.241
2012	2.962.500	488.813	4	1.955.250	16	238.937.660.156
2013	2.964.500	489.143	5	2.445.713	25	239.260.385.306
Σ		2.364.038	15	7.194.446	55	1.118.834.273.131

$$y = a + bx$$

2014		503.507	6			
2015		513.741	7			
2016		523.974	8			
2017		534.207	9			
2018		544.441	10			

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TURISMO - CÁMARA DE TURISMO DE ATACAMES

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

n= 5

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

a = $\frac{22.105.380,00}{50}$

b = $\frac{511665}{50}$

a =

b =

COEFICIENTE DE RELACIÓN

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r = $\frac{511.665,00}{274.903.212.375,00}$

r =

COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN

r² = probabilidad de cumplimiento de Y

Demanda Potencial

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado. Tiene como objetivo principal ayudar a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio.

Para el presente estudio la demanda potencial sería de 3'316.869 turistas.

CUADRO No. 33 - DEMANDA POTENCIAL

PREGUNTA	OPCIONES	FR	%
9. ¿Cuántas veces al año se hospedaría en el campamento?	1 vez al año	109	43%
	2 veces al año	82	32%
	3 o más veces al año	25	10%
	1 vez cada dos años	39	15%
		255	100%

No. VECES HOSPEDAJE AL AÑO	%	POBLACIÓN	TOTAL
1	43%	169.663	72.523
2	32%	169.663	109.117
3	10%	169.663	49.901
0,5	15%	169.663	12.974
TOTAL VISITAS AL AÑO			244.514

PREGUNTA	OPCIONES	FR	%
3. ¿Cuánto tiempo permanece alojado en la playa?	1 noche	15	5%
	2 noches	61	19%
	3 noches	121	38%
	4 noches	90	29%
	5 o más noches	28	9%
		315	100%

No. NOCHES DE ALOJAMIENTO	%	TOTAL VISITAS AL AÑO	TOTAL
1	5%	244.514	11.644
2	19%	244.514	94.701
3	38%	244.514	281.774
4	29%	244.514	279.445
5	9%	244.514	108.673
TOTAL DE NOCHES AL AÑO			776.236

PREGUNTA	OPCIONES	FR	%
5. ¿Con cuántas personas sale generalmente de vacaciones a la playa?	1 persona	3	1%
	2 - 3 personas	86	27%
	4 - 5 personas	152	48%
	6 ó más personas	74	23%
		315	100%

No. PERSONAS	%	TOTAL DE NOCHES AL AÑO	TOTAL
1	1%	776.236	7.393
2,5	27%	776.236	529.812
4,5	48%	776.236	1.685.541
6	23%	776.236	1.094.123
TOTAL PERSONAS AL AÑO			3.316.869

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS

AÑO: 2014

3.9. Análisis de la oferta

a) Factores que la afectan

Clima

Todo empresario necesita de un clima favorable para que este factor no estropee sus actividades turísticas. En el caso de este proyecto, la provincia de Esmeraldas y en especial sus playas gozan de un clima privilegiado durante todo el año que fluctúa entre los 28° y 36° grados centígrados.

Distancia cultural

Al hablar de la separación que existe entre la cultura de la zona de origen del turista y a del turista de destino, pues para el caso de este proyecto la rica cultura del pueblo esmeraldeño es un gran atractivo para los turistas.

Una de las manifestaciones culturales más vistosas y apreciadas es la interpretación de la Marimba Esmeraldeña ya que constituye un magnífico espectáculo de ritmo, música, seducción y colorido.

Precio Insumos

Si los insumos que se van utilizar en el campamento tanto para mantenimiento como para ofrecérselos a los turistas mantienen un nivel adecuado en sus precios, pues no afectará su permanencia en el mercado.

Servicios alternativos

Para el presente estudio, servicios adicionales como tours, transporte, actividades recreativas, entre otros pueden asegurar la permanencia de este tipo de negocios.

Número de empresas

Al haber un mayor número de oferentes la oferta de un bien aumentará; sin embargo, la situación actual en relación al número de campamentos existentes en la zona es nulo. Este sería el primer campamento en ser implementado.

Política del gobierno

Está afectará en la medida en que las políticas, leyes y disposiciones se relaciones con los costos de la empresa.

b) Comportamiento histórico

El Ministerio de Turismo hasta el año 2010 sólo se registra 5 campamentos a nivel nacional. Exclusivamente, la provincia de Esmeraldas no cuenta con ningún campamento registrado.

CUADRO No. 34 - REGISTRO DE CAMPAMENTOS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS

Provincias	Categoría	TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO																						
		Posiciones			Cabañas			Refugios			Albergues			Apartamentos			Campamentos			Ciudades			Total	
		Establecimientos	Habitaciones	Plazas	Establecimientos	Habitaciones	Plazas	Establecimientos	Habitaciones	Plazas	Establecimientos	Habitaciones	Plazas	Establecimientos	Habitaciones	Plazas	Establecimientos	Habitaciones	Plazas	Establecimientos	Habitaciones	Plazas		
Esmeraldas	Primera	3	30	80	9	109	505	1	6	12														
	Segunda	35	285	918	40	400	1.807																	
	Tercera	35	295	941	18	196	792																	
	Total	73	610	1.839	65	605	3.104	1	6	12				14	300	1.296			1	262	564	336	6.134	16.713

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
AÑO: 2010

Por lo anteriormente mencionado, los cálculos de la oferta se realizarán en base a los datos existente de establecimiento hoteleros de la zona.

En el Anexo No. 10 se detalla el Catastro Consolidado Nacional del 2013.

CUADRO No. 35 - COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA

AÑOS	No. ESTABL.	No. HAB.	No. PLAZAS	No. DÍAS EFECTIVOS DE FERIADOS Y VERANO	TOTAL PLAZAS AÑO
2009	35	624	2.374	79	187.546
2010	37	583	2.762	79	218.198
2011	39	714	2.694	78	210.132
2012	40	748	2.819	79	222.701
2013	42	780	2.939	77	226.303

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

AÑO: 2013

c) Oferta actual

Al igual que la oferta histórica, la oferta actual está dada por todas aquellas empresas que ofrecen servicio de alojamiento en Tonsupa.

CUADRO No. 36 - OFERTA ACTUAL EN LA PARROQUIA DE TONSUPA

AÑO	No. ESTABL.	No. HAB.	No. PLAZAS	No. PLAZAS AÑO
2014	44	833	3074	248.994

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

AÑO: 2014

Establecimientos destacados

Hostería Puerto Gaviota



Está ubicado en la mejor área hotelera y turística de Tonsupa. Su principal objetivo es ofrecer al huésped un ambiente acogedor para el disfrute de la familia y los amigos, con un ambiente como el de su propia casa. Brindan servicios de alojamiento, alimentación y transporte, además asesoran al turista en cualquiera de sus requerimientos respecto de diversión, visitar lugares exóticos y emblemáticos, así como en actividades inherentes al turismo.

CATEGORÍA	Acomodación	No. Pax.	Precio Habitación por Noche	Precio por persona
4 estrellas	Doble Estándar	2	\$ 85,00	\$ 42,50

Casaymar Hotel



Cuenta con toda la comodidad de un hotel moderno, equipado con televisión por cable, piscinas de adulto y niños, hidromasajes, habitaciones con agua caliente, ventiladores y aire acondicionado, camas de 3 plazas, parqueadero privado, frente al mar.

Ubicado en el sector de san Carlos, parroquia de Tonsupa, Atacames, provincia de Esmeraldas.

CATEGORÍA	Acomodación	No. Pax.	Precio Habitación por Noche	Precio por persona
3 estrellas	Individual Estándar	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Doble Estándar	2	\$ 35,00	\$ 17,50
	Triple Estándar	3	\$ 35,00	\$ 11,67

Hotel Rc Tonsupa



El Hotel RC está ubicado en Tonsupa, muy cerca del mar, cuenta con una espectacular vista. Al mismo tiempo su ubicación geográfica permite a sus huéspedes tener un fácil acceso al malecón. Además, dispone de piscinas para niños y adultos.

Servicios del Hotel RC: Restaurante, Piscina, Hidromasaje, Parqueadero, Agua caliente, Televisión, Ventilación, Amplios baños.

Actividades del Hotel RC: Deportes acuáticos y Avistamiento de ballenas.

CATEGORÍA	Acomodación	No. Pax.	Precio Habitación por Noche	Precio por persona
3 estrellas	Doble Estándar	2	\$ 43,00	\$ 21,50
	Cuádruple Estándar	4	\$ 86,00	\$ 21,50
	Séxtuple Estándar	6	\$ 129,00	\$ 21,50

Carlomar Hotel Home Beach



Está ubicado en la localidad de Tonsupa. Ofrece jardín con hamacas, piscina exterior, conexión Wi-Fi y aparcamiento gratuitos. Sus habitaciones incluyen TV por cable, baño privado con ducha con agua caliente y ventilador. Se encuentra a 300 metros de la playa de Tonsupa, a 10 minutos en auto de la playa de Atacames y a 42 km del aeropuerto Coronel Carlos Concha Torres.

CATEGORÍA	Acomodación	No. Pax.	Precio Habitación por Noche	Precio por persona
2 estrellas	Cuádruple Estándar	4	\$ 40,00	\$ 10,00
	Séxtuple Estándar	6	\$ 50,00	\$ 8,33

Vía Vía Tonsupa



Se encuentra ubicado a 200 metros de la playa. Ofrece habitaciones con baño privado. Dispone de un balcón compartido con vistas panorámicas al mar. Todos los días se sirve un desayuno. El restaurante ofrece gran variedad de platos locales e internacionales.

Los huéspedes tienen a su disposición ordenadores, conexión Wi-Fi gratuita, aparcamiento gratuito y consigna de equipaje. También se ofrece servicio de lavandería. En el mostrador de información turística podrá reservar excursiones a los manglares de Muisne, entradas para eventos culturales y visitas a la granja del establecimiento. De junio a septiembre se pueden organizar salidas para observar ballenas.

CATEGORÍA	Acomodación	No. Pax.	Precio Habitación por Noche	Precio por persona
2 estrellas	Individual Estándar	1	\$ 14,00	\$ 14,00
	Doble Estándar	2	\$ 24,00	\$ 12,00
	Triple Estándar	3	\$ 30,00	\$ 10,00
	Cuádruple Estándar	4	\$ 40,00	\$ 10,00

d) Proyección de la oferta

Para este proyecto se podría estimar la Oferta de sus principales competidores como los son los hoteles, hostales, cabañas, entre otros.

Para su cálculo se ha considerado el método de mínimos cuadrados.

CUADRO No. 37 - PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN LA PARROQUIA DE TONSUPA

AÑOS	No. ESTABL.	No. HAB.	No. PLAZAS	No. PLAZAS AÑO	X	XY	X2	Y2
				Y				
2009	35	624	2.374	187.546	1	187.546	1	35.173.502.116
2010	37	583	2.762	218.198	2	436.396	4	47.610.367.204
2011	39	714	2.694	210.132	3	630.396	9	44.155.457.424
2012	40	748	2.819	222.701	4	890.804	16	49.595.735.401
2013	42	780	2.939	226.303	5	1.131.515	25	51.213.047.809
Σ				1.064.880	15	3.276.657	55	227.748.109.954
$y = a + bx$								
2014				237.581	6			
2015				245.783	7			
2016				253.985	8			
2017				262.186	9			
2018				270.388	10			
2019				278.590	11			
2020				286.791	12			
2021				294.993	13			
2022				303.195	14			

ELABORADOR POR: AUTORA

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

AÑO: 2014

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

n= 5

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

a = $\frac{9.418.545,00}{50}$

b = $\frac{410085}{50}$

a = 188.370,90

b = 8.202

COEFICIENTE DE RELACIÓN

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r = $\frac{410.085,00}{238.556.768.500,00}$

r = 0,84

COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN

r² = 0,70 probabilidad de cumplimiento de Y

3.10. Proyección de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha proviene de la diferencia entre las cantidades demandadas y ofertadas en diferentes períodos. Luego de haber realizado los cálculos de proyección tanto de la demanda y de la oferta de turistas se procede a determinar la demanda insatisfecha.

CUADRO No. 38 - DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	503.507	237.581	265.926
2015	513.741	245.783	267.958
2016	523.974	253.985	269.990
2017	534.207	262.186	272.021
2018	544.441	270.388	274.053

ELABORADOR POR: AUTORA
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
AÑO: 2014

3.11. Conclusiones

En las encuestas realizadas, se logró que los géneros esté equilibrados (54% mujeres y 46% hombres).

Los porcentajes más altos de aceptación del servicio de camping estuvieron dados entre las edades de 20 a 35 años (Si=68%; No=32%). Sin embargo, entre las edades de 36 a 45 el total de "Si" apenas difiere en 8 puntos porcentuales de la del "No" (Si=46%; No=54%). Donde sí se notó una marcada definición por no escoger este servicio es en el rango de 46 a 50 años (Si=37%; No=63%).

El nivel de ingresos del grupo de mayor aceptación del servicio, se encuentran en los siguientes rangos: de 20 a 25 años: \$300-\$500; de 26 a 30 años: \$501-\$700; y, de 31 a 35 años: \$901-\$1100.

Los que tienen un rango de ingresos desde \$300 hasta \$1100 estarían dispuestos a pagar entre \$11 y \$15, mientras los que perciben más pagarían entre \$ 16 y \$20.

Los que gustan del campismo, prefieren la playa de Tonsupa en primer lugar, seguida de Manta y Salinas.

Del grupo que acepta el servicio de este proyecto, el número de turistas aumenta en las frecuencias de visita a la playa de 1 y 2 veces al año con la modalidad de campismo, pasando de 43 a 49 personas en la primera frecuencia; y, de 45 a 52 en la segunda.

Las temporadas favoritas para los campistas son las vacaciones, fuera de temporada, fin de año y carnaval; siendo los de menor concurrencia los feriados de finados, navidad y Semana Santa.

Mayoritariamente viajarían en grupos de 4 a 5 personas.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. Descripción del Producto

a) Características

El camping turístico o vacacional es un estilo de alojamiento temporal alternativo al aire libre. Su clasificación, según el Reglamento General de Actividades Turísticas, pertenece al Grupo 2 Alojamientos Extrahoteleros, Subgrupo 2.2. Campamentos.

El servicio comprende de la asignación de una parcela debidamente delimitada para armar una carpa o tienda de campaña.

El campamento turístico se desarrollará en un área de 443 metros cuadrados, superficie en la cual se pretende realizar la construcción de instalaciones que permitan brindar a los usuarios del servicio las comodidades necesarias para desarrollar sus actividades de campismo.

Aparte de los servicios exigidos por la Ley de Turismo (recepción, botiquín de primeros auxilios, teléfono, vigilancia, recolección de basura, custodia de valores en caja fuerte, recepción y entrega diaria de correspondencia; y, venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas), el campamento contará con áreas de hidromasaje, BBQ, hamacas, fogatas, bar, sala de juegos, parqueadero, baños, duchas y vestidores. Las áreas de uso exclusivo de los administradores o propietarios son los de guardianía, vivienda y bodega.

Adicionalmente, se considerará la distribución de árboles y plantas para brindar sombra y como ornamento de la propiedad.

Distribución física

Área Administrativa

Estará conformada por las áreas de recepción, oficinas, bodega y guardianía, mismas que estarán ubicadas al ingreso del campamento.

- Recepción y oficinas: Aquí se desarrollarán todos los procesos relacionados con la atención a los clientes así como otros procesos administrativos. Adicionalmente, contará con un botiquín de primeros auxilios, teléfono y una sala de estar equipada con televisión.
- Bodega: En este espacio se guardarán todos los equipos de alquiler como carpas, sleepings, material para fogatas, equipos e insumos de limpieza, amenities, entre otros.
- Guardianía: Aquí se encontrará la persona encargada de la vigilancia de personas, vehículos y artículos.

Área de Alimentos y Bebidas

De acuerdo a lo solicitado por los turistas en las encuestas, en esta área se ofrecerá bebidas alcohólicas y no alcohólicas junto con snacks procesados. Adicionalmente, aquí se encontrará la mini despensa con víveres no perecibles usados comúnmente por campistas como por ejemplo enlatados, leche en polvo, sopas de sobre, entre otros.

Área de Alojamiento

Esta área está conformada por todas las parcelas y área verdes para uso y descanso de los turistas.

Áreas Recreativas

Esta área incluirá los servicios de:

- Hidromasaje: Estará ubicado en un zona cerca de los vestidores y baños y su área será de aproximadamente 25 m².
- BBQ: Esta área estará ubicada a lo largo y en la parte posterior de las parcelas con el fin de que los ocupantes de cada carpa tengan acceso a la misma, donde podrán encontrar mesones, parrillas y fregaderos.
- Hamacas: Estas estarán ubicadas a lo largo de las parcelas con el fin de brindar comodidad a los turistas.
- Fogatas: Son pequeñas áreas delimitadas con el fin de evitar incendios y estarán localizadas frente a cada parcela.
- Sala de Juegos: Esta se encontrará al final del área de BBQ y contará con juegos como billa y ping-pong.

Área de Servicios

En esta se encontrarán los parqueaderos y las áreas de baños, duchas y vestidores.

Área de Vivienda

Un área diseñada para uso de los administradores o propietarios, misma que tendrá una cocina con desayunador tipo americano, sala, dormitorio y baño.

Requerimientos de personal

Debido a las características propias de un campamento y a su capacidad de hospedaje, el personal requerido se centra básicamente en:

Área Administrativa

- 1 Coordinador Administrativo Financiero
- 1 Coordinador Comercial y de Servicios

Área Servicios

- 1 Guardia

En conclusión para el normal funcionamiento del campamento se requerirán tres personas.

Distribución de Planta / Áreas

El diseño del campamento turístico comprende de las áreas requeridas en cada uno de los procesos de servicio que se ofertan y estarán distribuidas dentro de los 443 m² de la propiedad.

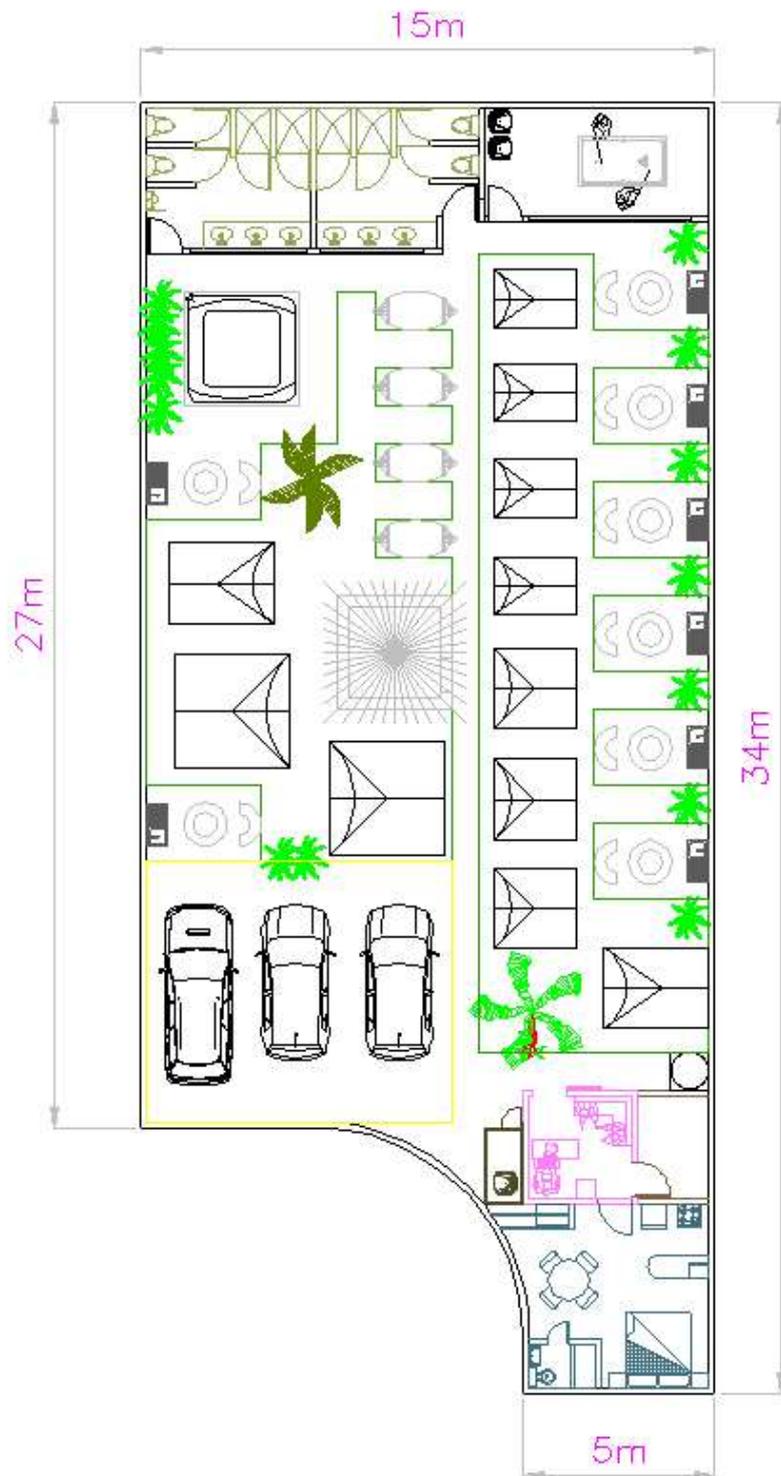
CUADRO No. 39 - ÁREAS DEL CAMPAMENTO

SECCIÓN	M2
RECEPCIÓN Y OFICINAS	9,00
BODEGA	6,00
GUARDIANÍA	2,00
BAR - MINI DESPENSA	9,00
PARCELAS	82,00
AREAS VERDES	76,00
HIDROMASAJE	9,00
BBQ	48,00
HAMACAS	14,00
SALA DE JUEGO	18,00
PARQUEADERO	56,00
BAÑOS, DUCHAS Y VESTIDORES	35,00
CAMINOS	54,00
VIVIENDA	25,00
TOTAL	443,00

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

CUADRO No. 40 - DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS O LAYOUT DEL CAMPAMENTO



CREADO POR: AUTORA
ELABORADO POR: ARQ. JOSÉ A. PINTO
AÑO: 2014

b) Tecnología Requerida

Aunque la actividad campista por sí misma no requiere de mayor apoyo tecnológico, es necesaria la adquisición e instalación de los siguientes enseres:

- Bombas de agua: Para el correcto funcionamiento del hidromasaje es necesario la adquisición de una bomba y de todo el sistema hidroeléctrico. También es necesaria la adquisición de una bomba para la cisterna.
- Computador e impresora: El computador deberá tener instalado programas básicos como hoja electrónica, procesador de textos, software de contabilidad y otro de administración.
- Teléfono: Aunque hoy en día casi todos los turistas poseen un teléfono celular, debido a que la ley así lo exige se instalará uno en recepción.
- Ventiladores: Necesarios para ser instalados en el área de recepción y vivienda.
- Línea blanca: Comprendida por una cocina, un refrigerador, un horno microonda y una licuadora para el área de vivienda.
- Televisores: Un será instalada como complemento en la sala de estar de la recepción y otro en la vivienda.
- Enfriador: Este será colocado en el bar para guardar las bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- Página Web: Misma que servirá para dar a conocer la existencia y los servicios que el campamento ofrece, así como para promocionar paquetes especiales por temporada. Esta contendrá información propia del campamento, recomendaciones para los campistas y lugares turísticos que los clientes pueden recorrer.

c) Insumos Requeridos

Insumos para la construcción

Para que la experiencia del campismo sea placentera, es necesario realizar algunas construcciones, tales como:

- Recepción y oficinas
- Bodega
- Guardianía
- Sala de juegos
- Baños, duchas y vestidores
- Vivienda

Los materiales que se van a utilizar en las construcciones se las encuentra en la misma parroquia y están compuestas por cemento, arena, hierro y bloques.

Sin embargo, también existen otras construcciones de tipo rústico cuyo material será la caña Guadua y madera. Estas son:

- Bar – mini despensa
- Hamacas
- Parqueadero

Los espacios de construcción mixta; es decir, a base de cemento, caña y madera son las áreas de:

- Bar y mini despensa
- Hidromasaje
- BBQ

Insumos para limpieza

Con el fin de minimizar costos, los insumos de limpieza detallados a continuación, serán adquiridos en la misma parroquia de Tonsupa o en la ciudad más cercana como lo es Atacames.

CUADRO No. 41 - INSUMOS PARA LIMPIEZA

Desinfectante para pisos y cerámicas	Destapa cañerías	Cloro
Spray mata moscas y bichos	Detergente	Lavavajillas
Papel higiénico	Jabón de tocador	Fundas de basura
Esponjas y estropajos	Trapeadores	Escobas
Guantes	Franelas	Baldes
Cepillo para inodoros	Limpiavidrios	

Insumos para recepción y oficinas

CUADRO No. 42 - INSUMOS PARA RECEPCIÓN Y OFICINAS

Papel bond	Tinta para impresora	Esferos
Portaminas	Minas	Grapas
Clips	Juego de escritorio	Carpetas tipo archivador
Separadores plásticos	Protectores de hojas	Tijeras
Estilete	Corrector de tinta blanca	Borrador
Post-its	Scotch	Resaltadores
Regla	Pega	Calculadora
Cartelera de corcho	Pines	Sobres oficio
Sobres de manila	Papelera	Cuaderno

Adicionalmente se deberá tener un botiquín de primeros auxilios equipado con:

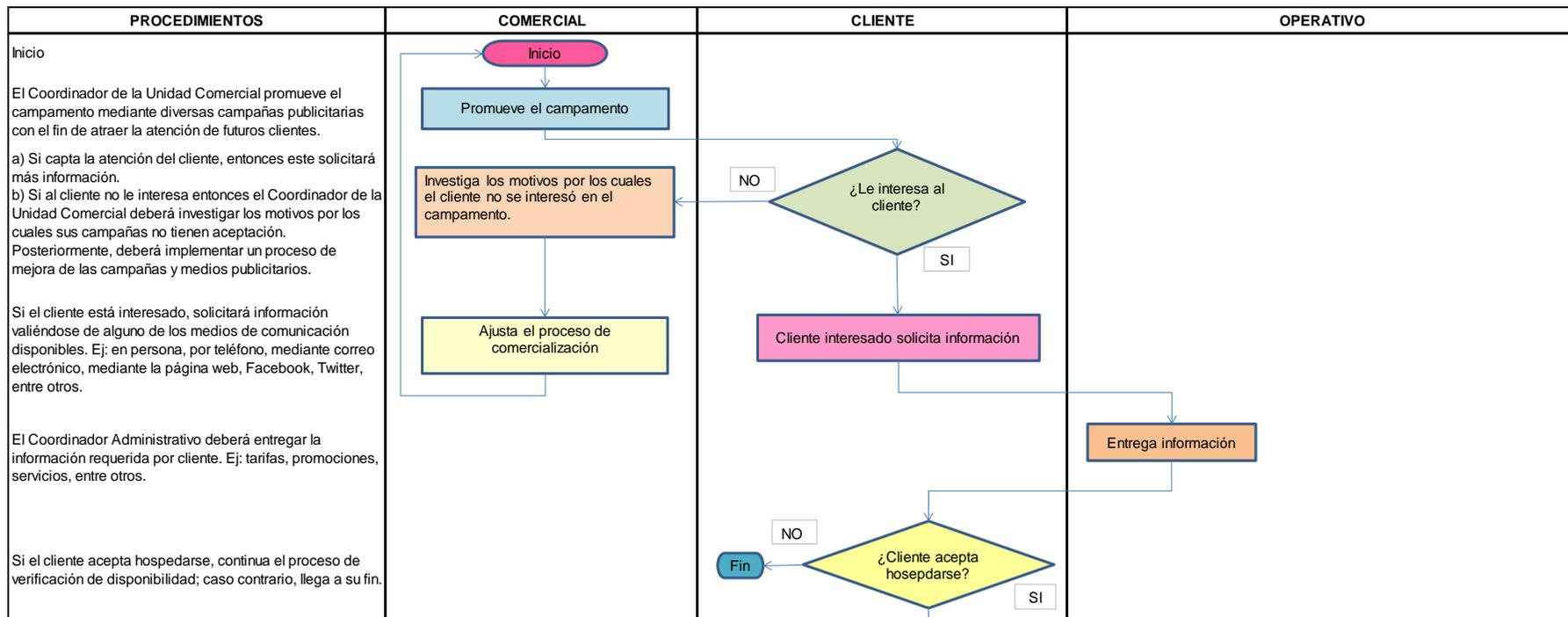
CUADRO No. 43 - CONTENIDO BOTIQUÍN PRIMEROS AUXILIOS

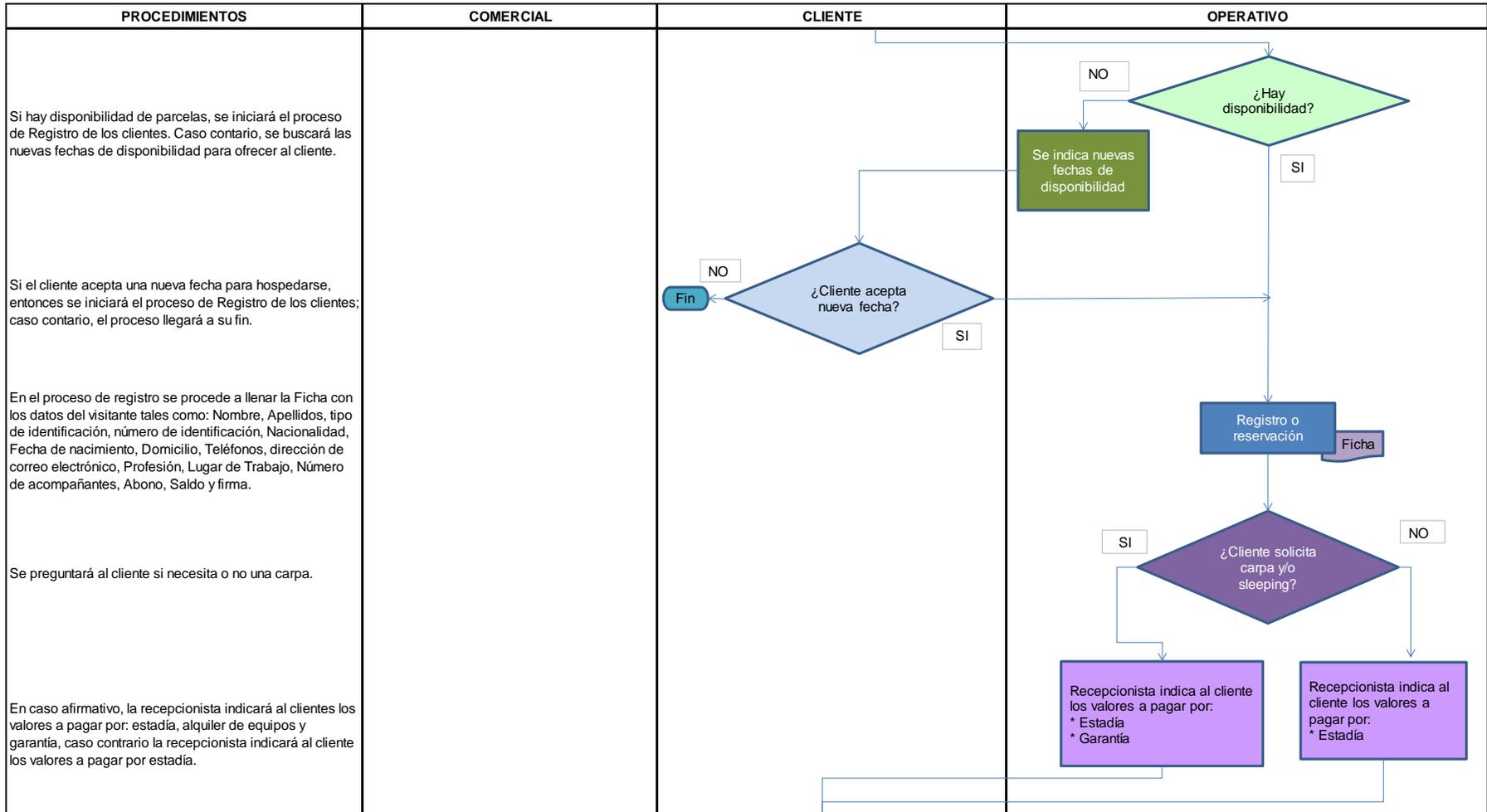
Alcohol	Algodón	Gasas
Esparadrapo	Curitas	Analgésicos
Antiinflamatorios	Antipiréticos (antifebriles)	Antiespasmódicos
Antidiarreicos	Pinzas	Tijeras

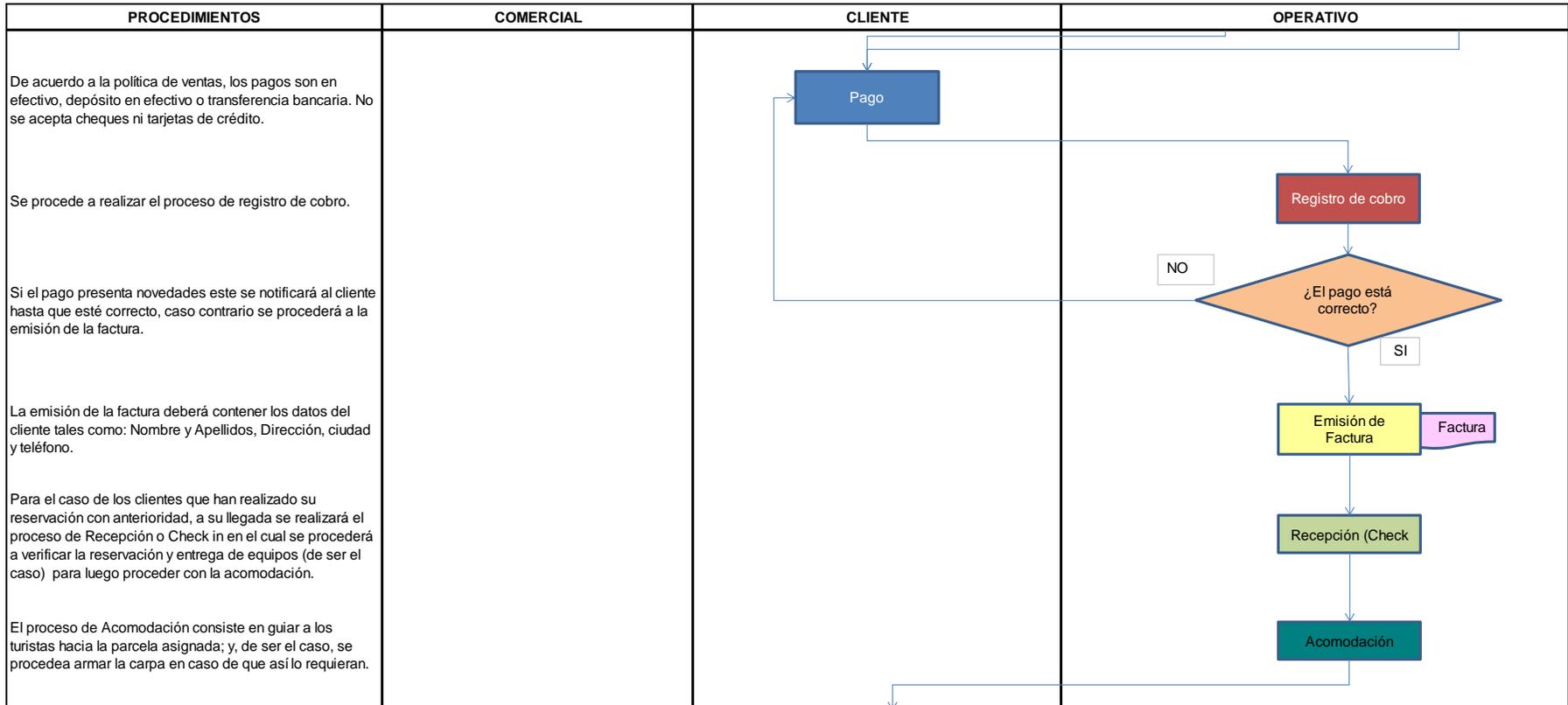
4.2. Descripción del Proceso

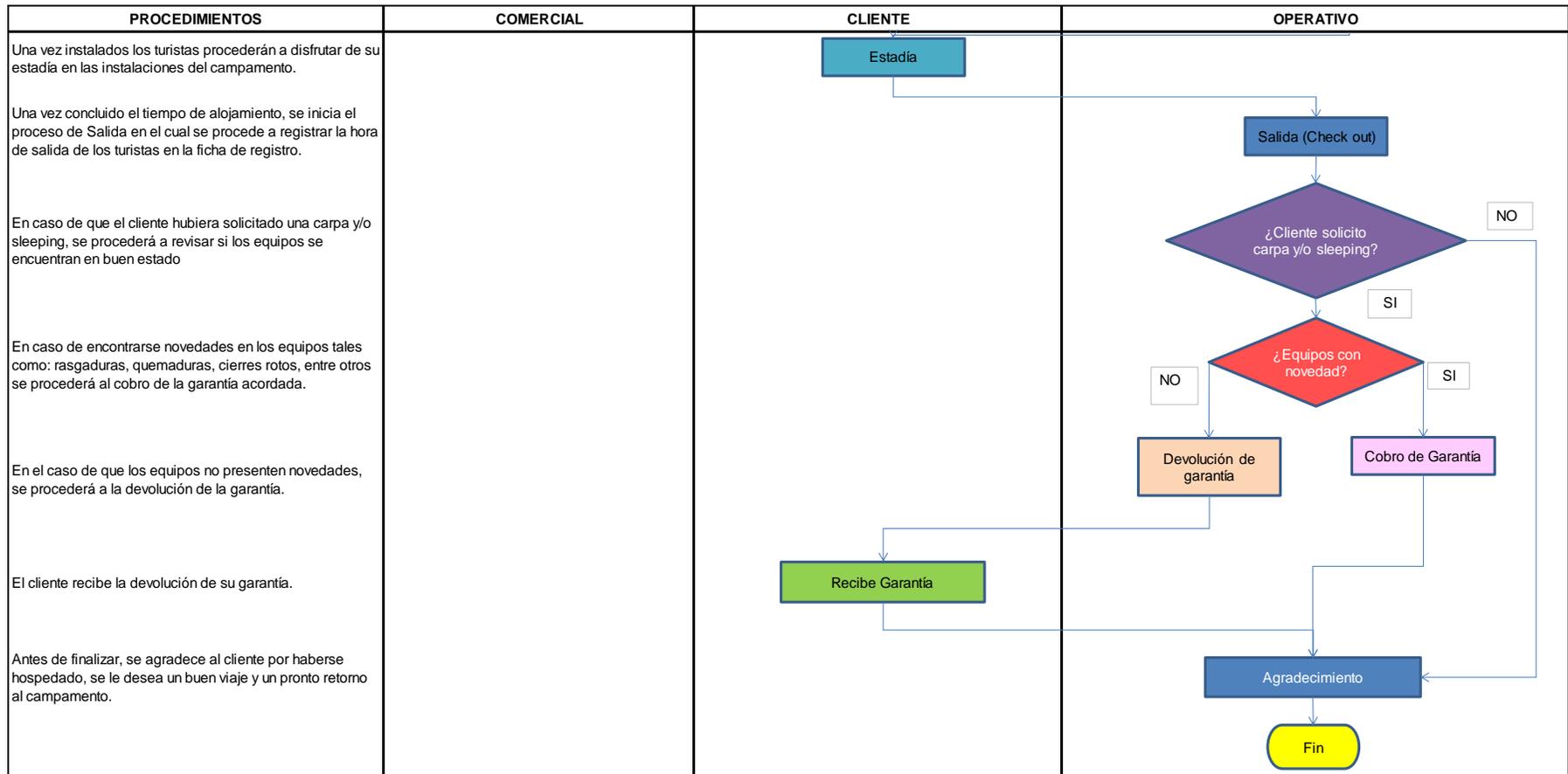
a) Diagrama de Flujo

GRÁFICO No. 23 - DIAGRAMA DE FLUJO GENERAL DEL SERVICIO A OFERTARSE









ELABORADO POR: AUTORA
AÑO: 2014

b) Descripción de Actividades

Proceso de Información

Este inicia cuando el cliente se ha enterado de la existencia del campamento y desea tener más información sobre el mismo. Información sobre ubicación, modalidad de hospedaje, servicios y precios son entregados por la recepcionista.

Proceso de Verificación de Disponibilidad y Registro

Una vez que el cliente ha tomado la decisión de hospedarse en el campamento continúa el proceso con la verificación de disponibilidad de espacio.

Si hay parcelas disponibles, se procede a tomar los datos del cliente para su registro. Si no hay parcelas, se le explica al cliente la situación y se le ofrece nuevas fechas. Si el cliente acepta otra fecha de hospedaje el proceso continúa al procedimiento de registro.

Las reservaciones podrán hacerse vía telefónica o través de la página web.

Proceso de Pago

Si el cliente ha solicitado alquiler de equipos como carpas y/o sleepings, entonces se le indicará el valor total a pagar por estadía, alquiler de equipos y garantía de los mismos. Si no han sido solicitados, entonces se informará al cliente sólo el valor a pagar por estadía.

Por motivos de seguridad, inmediatamente de realizado el registro, el cliente tendrá un plazo de 24 horas para realizar el pago. Este se lo podrá

realizar mediante depósito en efectivo o transferencia bancaria. Si el pago se lo va a realizar en efectivo, el valor total se lo deberá cancelar al ingreso del campamento.

Si el proceso de pago es exitoso, entonces el queda realizada la reservación y se procede a emitir la factura.

La reserva con pago en efectivo al momento del ingreso tendrá una duración de 48 horas, pasado este tiempo, la parcela volverá a estar disponible si el cliente no ha llegado o comunicado su motivo de demora.

Proceso de Recepción

El proceso de recepción o check in inicia cuando el cliente llega al campamento y se acerca a recepción a notificar su llegada.

La persona encargada de recepción verificará su reservación y número de parcela asignada, terminará de llenar el registro con hora de llegada, número de acompañantes, entre otros y solicitará un documento de identificación mismo que será escaneado.

Si el cliente ha solicitado el servicio de alquiler de carpa, la recepcionista solicitará al encargado de bodega traer la carpa y se la entregará al cliente.

Proceso de acomodación

Este proceso estará a cargo de una persona asignada para este propósito, quien guiará al cliente hacia la parcela asignada. Si el cliente gusta, el acomodador podrá armar su carpa.

Proceso de estadía

Este proceso durará el tiempo que el cliente permanezca hospedado en el camping, haciendo uso de las instalaciones como son baños, duchas, hidromasaje, juegos, hamacas, entre otros.

Proceso de salida

El proceso de salida o check out inicia cuando el cliente ha finalizado su estadía y levanta su tienda o carpa. Si la carpa ha sido alquilada, esta deberá permanecer armada para su revisión y posterior limpieza. Si el equipo no presenta novedades se procede a devolver la garantía, caso contrario se realiza el proceso de cobro. Para respaldar ambos procesos contarán con la firma de ambas partes en el documento de registro.

4.3. Tamaño del Proyecto

a) En función de la demanda

El mercado al que se espera satisfacer con la implementación de este campamento fue analizado en el capítulo anterior donde se pudo evidenciar que existe una demanda significativa de turistas que puede acoger el campamento.

La demanda de Tonsupa para este año (2014) es de 99.422 turistas, tomando en cuenta que esta población estaría dispuesta a hospedarse en el campamento de manera anual, semestral, trimestral y una vez cada dos años.

b) En función de los insumos y suministros

El tamaño del presente proyecto no está supeditado a los insumos y suministros, pues los mismos están disponibles en suficiente cantidad y precios razonables del mercado por lo que no existe limitación para determinar el tamaño del proyecto en cuanto a este factor.

La disponibilidad de insumos tanto para la construcción como para el mantenimiento y operación del campamento son de fácil adquisición tanto en Tonsupa como en la ciudad de Atacames ubicada a tan sólo diez minutos.

Entre los proveedores más importantes de materiales de construcción se encuentran los franquiciados de Disensa. Para los insumos de limpieza y suministros de oficina se contaría con el supermercado Tía; y, para aprovisionar el botiquín de primeros auxilios se acudiría a farmacias SanaSana, Económicas o Cruz Azul.

c) En función de la maquinaria, equipos, tecnología

La naturaleza de la actividad campista no permite que mucha maquinaria, equipos y tecnología intervengan en sus actividades. Sin embargo, como este proyecto pretende ofrecer mayor confort a los turista es necesario la adquisición de algunos equipos para facilitar las operaciones en el campamento.

Para este proyecto el requerimiento de maquinaria y equipo no se considera una limitante para establecer la capacidad del proyecto, pues la tecnología necesaria es la que se utiliza usualmente en alojamientos turísticos tradicionales y tanto su costo de adquisición como de mantenimiento es plenamente accesible.

d) En función del financiamiento

Para los emprendedores, por lo general, uno de los factores limitantes es el financiero. Este recurso es de suma importancia ya que sin este no se podrían cubrir los rubros iniciales de inversión.

El presente proyecto será financiado con capital propio y capital financiado por alguna institución financiera, tales como la Corporación Financiera Nacional o el Banco Nacional de Fomento.

Se estima que el financiamiento no será un limitante para el tamaño del proyecto establecido. Sin embargo, no hay que perder de vista que la capacidad de inversión propia si es limitada.

4.4. Localización del Proyecto

4.4.1. Macrolocalización

a) Variables de la macrolocalización del proyecto

- Geográficas

b) Indicadores o sub-aspectos que definen a las variables

➤ **Geográficas**

- **País**

El campamento turístico estará ubicado en Ecuador, el cual limita al Norte con Colombia, al Sur y al Este con Perú y al Oeste con el Océano Pacífico.

- **Región**

Se situará en la región Costanera misma que inicia en la frontera norte con el país de Colombia y se extiende hasta la frontera sur con Perú.

- **Provincia**

El proyecto estará ubicado al noroccidente del Ecuador, en la provincia de Esmeraldas.

Esmeraldas limita al norte con la República de Colombia, al sur con la Provincia de Manabí y la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, al este con la Provincia del Carchi, Provincia de Imbabura y Provincia de Pichincha y al oeste con el Océano Pacífico. Esmeraldas está dividida en 8 cantones.

Esmeraldas se encuentra a 318 Km de la capital del país (Quito). Cuenta con una población de 154 035 habitantes en 2010. Es la undécima ciudad más poblada del país.

- **Cantón**

El cantón en el que se pretende llevar a cabo el siguiente proyecto tiene por nombre Atacames cuyos límites son: al norte el Océano Pacífico, al sur con los cantones Muisne y Esmeraldas, al este con el cantón Esmeraldas y al oeste con el cantón Muisne.

Tiene sólo una parroquia urbana que es Atacames y 4 parroquias rurales que son La Unión, Súa, Tonchigüe y Tonsupa.

Su capital es la ciudad de Atacames. Su población mayoritariamente son afroecuatorianos un grupo muy importante junto a los descendientes de los aborígenes atacames.

El cantón de Atacames tiene uno de los niveles más bajos de pobreza en toda la provincia de Esmeraldas (68% en 2010).

Su principal fuente de economía es turismo, en torno al cual se desarrollan un sin número de actividades comerciales y de recreación.

- **Parroquia**

Tonsupa se encuentra a 26 kilómetros al suroeste de la ciudad de Esmeraldas. Su playa tiene aproximadamente 4 kilómetros de extensión y su clima varía entre una temperatura mínima de 21 grados centígrados y máxima de 32° C.

En temporadas bajas, la principal actividad económica de sus habitantes se enfoca a la pesca artesanal y a la ganadería. En temporadas altas en cambio sus actividades están dirigidas al comercio formal e informal.

La playa está bordeada por cocoteros y especies arbóreas de la familia Mimosoideae. En la playa se puede observar crustáceos, conchas y el vuelo de gaviotas. En los meses de Julio hasta Septiembre, parten las embarcaciones pesqueras para el avistamiento de ballenas, espectáculo que se convierte en una verdadera aventura para los turistas que pueden disfrutar de la danza de apareamiento y alumbramiento de las ballenas jorobadas.

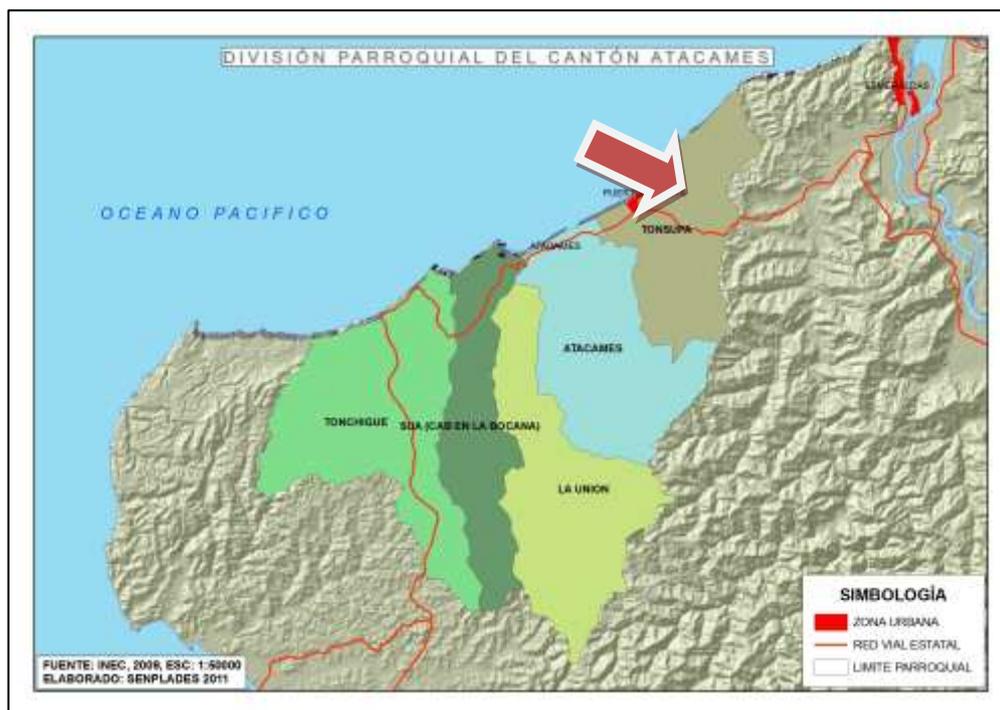
c) Mapa de macrolocalización

GRÁFICO No. 24 - MAPA DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS Y SUS CANTONES



FUENTE: Zonu, Mapas y Fotos Satelitales del Mundo
AÑO: 2014

GRÁFICO No. 25 - MAPA DEL CANTÓN ATACAMES Y SUS PARROQUIAS



ELABORADO POR: SENPLADES
FUENTE: INEC
AÑO: 2011

4.4.2. Microlocalización

a) Variables de la microlocalización del proyecto

➤ Disponibilidad de terreno

Para el proyecto en estudio se dispone de terreno propio, en el cual se cuenta con instalaciones que se encuentran en óptimas condiciones además de ser adecuadas para la propuesta, su ubicación a tres cuadras de la carretera y a seis de la playa.

➤ Disponibilidad de servicio básicos

El terreno se encuentra urbanizado y con las acometidas de luz eléctrica y agua.

Posee además servicio de recolección de basura así como también servicios de comunicación como telefonía móvil y fija, televisión por cable e internet.

➤ **Vías y medios transporte**

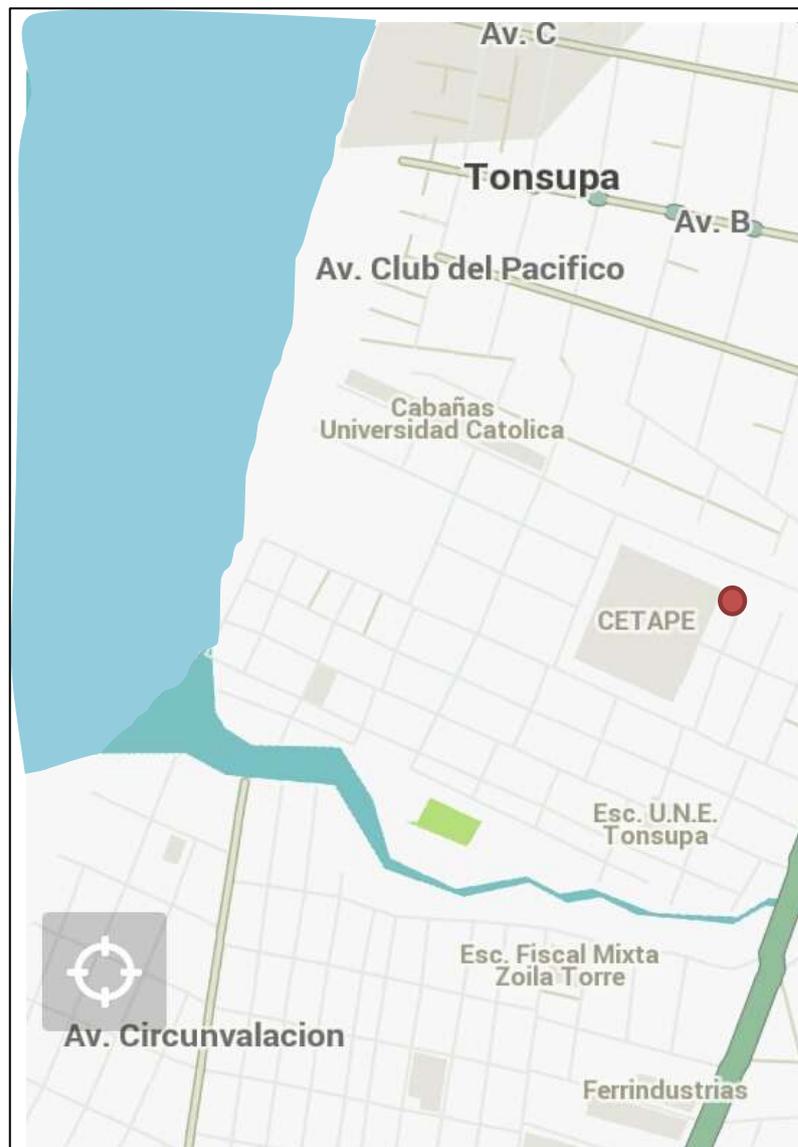
Las vías de acceso se encuentran en buenas condiciones debido al desarrollo urbanístico de los últimos años. La carretera de acceso es de primer orden. En lo referente a medios de transporte, por la carretera Esmeraldas-Atacames circulan cooperativas que vienen desde la ciudad de Esmeraldas. Algunas ingresan a la parroquia de Tonsupa y luego continúan con su trayecto.

Adicionalmente, existen cooperativas de tricimotos que circulan entre las diversas calles principales y secundarias desde la carretera hacia el malecón.

b) Croquis de microlocalización

Con el análisis de las diversas variables anteriormente expuestas se determina que la microlocalización del proyecto será en la parroquia de Tonsupa, Calle F y Calle E.

GRÁFICO No. 26 - CROQUIS DE LA PARROQUIA TONSUPA



ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: MAPAS APLICACIÓN WAZE
AÑO: 2014

4.5. Análisis de la Inversión

4.5.1 Inversión Fija

En esta sección, se realizará un detalle estimado de la asignación de recursos para cubrir las obras físicas o servicios básicos del proyecto.

“Inversión fija se entiende por activos tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de ellos sin que esto ocasione problemas a sus actividades productivas.” (BACA URBINA, Gabriel, 2010).

Las inversiones fijas que tiene una vida útil mayor a un año se depreciarán, tales como: maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, obras civiles, instalaciones y otros. El terreno será el único activo que no se deprecie.

Los activos fijos que requerirá el campamento se clasifican en:

- Terreno
- Construcciones
- Muebles y enseres
- Equipo de oficina y de computación
- Maquinaria y equipo

Terreno

El terreno para la construcción del campamento tiene una extensión de 443 m², y está valorado en \$ 26.000.

Construcciones

El campamento tendrá construcciones en las áreas de recepción, guardianía, vivienda, bodega, hidromasaje, BBQ, baños, área de juegos, bar y mini despensa.

Los materiales que se utilizarán en el proyecto son lo que usualmente se manejan para todo tipo de construcción, variando entre cemento y caña guadua.

CUADRO No. 44 - INVERSIÓN FIJA – CONSTRUCCIONES

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	RECEPCIÓN, GUARDIANIA, VIVIENDA, BODEGA, CISTERA	2.580,00	6.020,00	8.600,00
1	ÁREA HIDROMASAJE	486,00	1.134,00	1.620,00
1	ÁREA BBQ	1.152,00	2.688,00	3.840,00
1	ÁREA DE BAÑOS, DUCHAS Y VESTIDORES	2.100,00	4.900,00	7.000,00
1	ÁREA DE JUEGOS	540,00	1.260,00	1.800,00
1	ÁRAEA DE BAR Y MINIDESPENSA	135,00	315,00	450,00
	TOTAL	6.993,00	16.317,00	23.310,00

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: ARQ. GUILLERMO LARA
AÑO: 2014

Muebles y enseres

Para el funcionamiento operativo y administrativo del campamento se necesitará:

CUADRO No. 45 - INVERSIÓN FIJA – MUEBLES Y ENSERES

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	ESCRITORIO	45,00	105,00	150,00
1	SILLA GIRATORIA	13,50	31,50	45,00
1	BOTIQUIN	4,50	10,50	15,00
1	SOFÁ ESQUINERO DE BAMBÚ	24,00	56,00	80,00
1	ARCHIVADOR	30,00	70,00	100,00
1	SILLA	3,60	8,40	12,00
1	JUEGO DE DORMITORIO DE BAMBU	90,00	210,00	300,00
6	HAMACAS	45,00	105,00	150,00
1	MESA DE BILLA	210,00	490,00	700,00
4	CARPAS DE 2,13 X 1,52 (2 PERSONAS)	48,00	112,00	160,00
3	CARPAS DE 2,13 X 2,13 (3 PERSONAS)	63,00	147,00	210,00
2	CARPAS DE 2,74 X 2,13 (4 PERSONAS)	54,00	126,00	180,00
2	CARPAS DE 3,00 X 3,00 (6 PERSONAS)	72,00	168,00	240,00
4	DISPENSADORES DE PAPEL HIGIENICO JUN	19,20	44,80	64,00
4	DISPENSADORES DE JABÓN LÍQUIDO	19,20	44,80	64,00
2	DISPENSADORES DE PAPEL TOALLA	9,60	22,40	32,00
	TOTAL	750,60	1.751,40	2.502,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Equipos de oficina e informáticos

Los equipos necesarios para la puesta en marcha del área de administración son básicos y se detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO No. 46 - INVERSIÓN FIJA – EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICOS

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	IMPRESORA	24,00	56,00	80,00
1	TELEFONO	9,00	21,00	30,00
1	COMPUTADOR	60,00	140,00	200,00
	TOTAL	93,00	217,00	310,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipos necesarios para la óptima operación del proyecto serán de fabricación nacional, debido a que representa un costo menor.

CUADRO No. 47 - INVERSIÓN FIJA – MAQUINARIA Y EQUIPO

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	BOMBA PARA CISTERNA	120,00	280,00	400,00
1	BOMBA PARA HIDROMASAJE	75,00	175,00	250,00
1	COCINA	90,00	210,00	300,00
1	REFRIGERADOR	180,00	420,00	600,00
2	VENTILADORES	30,00	70,00	100,00
1	TV LED	150,00	350,00	500,00
1	HORNO MICROONDA	36,00	84,00	120,00
1	LICUADORA	7,50	17,50	25,00
1	ENFRIADOR	254,70	594,30	849,00
	TOTAL	943,20	2.200,80	3.144,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Resumen de la Inversión Fija

En el siguiente cuadro se representa el resumen de la inversión fija del proyecto.

CUADRO No. 48 - INVERSIÓN FIJA – RESUMEN

DESCRIPCION	CAPITAL PROPIO	CAPITAL FINANCIADO	TOTAL
ACTIVO FIJO : TANGIBLES			
Terreno	26.000,00	-	26.000,00
Construcciones	6.993,00	16.317,00	23.310,00
Maq. y Equipo	943,20	2.200,80	3.144,00
Muebles y Enseres	750,60	1.751,40	2.502,00
Equipo de Oficina e Informáticos	93,00	217,00	310,00
Total Activo Fijo Tangible	34.779,80	20.486,20	55.266,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

4.5.2. Inversión Diferida

La inversión diferida estará compuesta por todos los derechos adquiridos y servicios necesarios para la implementación del presente proyecto.

CUADRO No. 49 - INVERSIÓN DIFERIDA

DESCRIPCION	CAPITAL PROPIO	CAPITAL FINANCIADO	TOTAL
ACTIVO FIJO: INTANGIBLE			
Gastos Estud. Invest.	2.000,00		2.000,00
Gast.Organiz.y Adecuac.	900,00		900,00
Gastos de puesta en marcha	1.500,00		1.500,00
Total Activo Fijo Intangible	4.400,00	-	4.400,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

4.5.3. Costos y Gastos

Los costos y gastos son todos los desembolsos necesarios que tiene que realizar una empresa para su financiamiento, siendo los costos relacionados con producción y los gastos con administración.

Costos

Son los desembolsos causados por el proceso de prestación de un servicio. Para el caso de este proyecto se considerarán todos los insumos necesarios para el inicio de operaciones.

CUADRO No. 50 - COSTOS INDIRECTOS

DENOMINACION	AÑO 1
MATERIALES INDIRECTOS	
JABÓN (GALÓN)	192,00
DESINFECTANTE (GALÓN)	66,00
COLORO (GALÓN)	35,64
SPRAY MATA MOSCAS Y BICHOS	12,00
DETERGENTE	12,00
LAVAVAJILLAS	12,00
PAPEL HIGIÉNICO JUMBO	250,56
PAPEL TOALLA	250,56
DESTAPA CAÑERÍAS	5,76
VARIOS	144,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
ENERGÍA ELÉCTRICA	600,00
AGUA	600,00
TELÉFONO / CELULAR	180,00
DEPRECIACIONES tangibles y AMORTIZACIONES intangibles:	
Construcciones / Edificios (vida útil 20 años)	1.165,50
Maq. y equipo (vida útil 10 años)	314,40
Mueb. y Enseres (vida útil 10 años)	250,20
Equipo Informáticos (vida útil 3 años)	103,33
Vehículos (vida útil 5 años)	-
AMORTIZACION INTAGIBLE (se amortiza durante el proyecto)	440,00
IMPREVISTOS (% Rub.Ant.)	118,03
TOTAL	4.751,98

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: VARIOS PROVEEDORES
AÑO: 2014

Gastos

Son los desembolsos causados por la administración de la empresa:

CUADRO No. 51 - GASTOS ADMINISTRATIVOS

CANT	DENOMINACION	MENSUAL	AÑO 1
	PERSONAL EJECUTIVO Y ADMINISTRATIVO		
1	GERENTE GENERAL	600,12	7.201,40
1	COORDINADOR ADMINISTRATIVO	485,99	5.831,92
1	SERVICIOS OCASIONALES - GUARDIA		1.170,44
	SUMINISTROS Y MATERIALES:		
	Suministros de oficina	25,00	300,00
	Suministros de limpieza	10,00	120,00
	GASTOS OCUPACIONALES:		
	Servicios básicos	30,00	360,00
	GASTOS OPERACIONALES:		
	Mantenimiento mobiliario y equipo	20,00	240,00
	Mantenimiento de equipos informáticos	5,00	60,00
	Transporte y movilización	15,00	180,00
	Gastos bancarios	10,00	120,00
	IMPREVISTOS % DE LOS RUBROS ANTER	23,57	281,76
	TOTAL	1.224,68	15.865,52

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

CUADRO No. 52 - GASTOS DE VENTA

DENOMINACION	VALOR MENSUAL	AÑO 1
Gastos promoción	15,00	180,00
Imprevistos	10,00	9,00
COORDINADOR COMERCIAL	485,99	5.831,92
TOTAL	510,99	6.020,92

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

4.5.4. Capital de Trabajo

En esta sección se considera todos aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de comercialización del servicio; es decir, se detalla todo el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el proyecto.

El capital de trabajo que requerirá el campamento se clasifican en:

- Costos Indirectos
- Gastos Administrativos
- Gastos de Ventas

CUADRO No. 53 - CAPITAL DE TRABAJO

RUBROS	MENSUAL
	AÑO 1
Materiales de trabajo.(1 mes)	950,00
CIF (1 mes)	206,55
Gastos Administrat.(1 mes)	1.322,13
Gastos Ventas (1 mes)	501,74
TOTAL	2.980,42

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: VARIOS PROVEEDORES
AÑO: 2014

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El objetivo de este capítulo es determinar la factibilidad del proyecto en términos monetarios, para lo cual se realizará un análisis de las cifras tanto de ingresos como de egresos. El estudio se compone básicamente de la elaboración de presupuestos, estados financieros y su respectiva evaluación.

5.1. Presupuestos

A continuación se realiza un detalle de la proyección de ingresos y egresos de distintos orígenes.

a) De inversión

- Activos Fijos

En este presupuesto se detallan todos aquellos bienes y derechos que el proyecto necesita para funcionar de forma duradera.

Los Activos Fijos son bienes que tienen una duración mayor a un período contable y que se deprecian de acuerdo a su vida útil.

Los Activos Fijos Tangibles están formados por los bienes destinados a asegurar la vida del proyecto, son bienes que no se destinan para la venta y se consumen en largos períodos de tiempo a excepción del terreno.

Terrenos.- El terreno que se dispone se ubica en la parroquia de Tonsupa, sector de Playa Ancha, en la provincia costera de Esmeraldas, siendo de 443 m² y su avalúo de \$ 26.000.

Los terrenos no se deprecian sino que generan plusvalía; es decir, el valor que ganan por causas ajenas como puede ser el mejoramiento de caminos o calles adyacentes.

Maquinaria y Equipos.- Se dispondrá para la inversión de Maquinaria y Equipo dentro de las instalaciones del, financiado el 30% con capital propio y la diferencia con préstamo de una institución financiera.

CUADRO No. 54 - INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS MAQUINARIA Y EQUIPOS

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	BOMBA PARA CISTERNA	120,00	280,00	400,00
1	BOMBA PARA HIDROMASAJE	75,00	175,00	250,00
1	COCINA	90,00	210,00	300,00
1	REFRIGERADOR	180,00	420,00	600,00
2	VENTILADORES	30,00	70,00	100,00
1	TV LED	150,00	350,00	500,00
1	HORNO MICROONDA	36,00	84,00	120,00
1	LICUADORA	7,50	17,50	25,00
1	ENFRIADOR	254,70	594,30	849,00
	TOTAL	943,20	2.200,80	3.144,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Muebles y Enseres.- Los muebles y enseres son destinados para las áreas de seguridad, recepción, vivienda, hamacas, sala de juegos, parcelas y baños.

**CUADRO No. 55 -INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS MUEBLES Y
ENSERES**

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	ESCRITORIO	45,00	105,00	150,00
1	SILLA GIRATORIA	13,50	31,50	45,00
1	BOTQUIN	4,50	10,50	15,00
1	SOFÁ ESQUINERO DE BAMBÚ	24,00	56,00	80,00
1	ARCHIVADOR	30,00	70,00	100,00
1	SILLA	3,60	8,40	12,00
1	JUEGO DE DORMITORIO DE BAMBU	90,00	210,00	300,00
6	HAMACAS	45,00	105,00	150,00
1	MESA DE BILLA	210,00	490,00	700,00
4	CARPAS DE 2,13 X 1,52 (2 PERSONAS)	48,00	112,00	160,00
3	CARPAS DE 2,13 X 2,13 (3 PERSONAS)	63,00	147,00	210,00
2	CARPAS DE 2,74 X 2,13 (4 PERSONAS)	54,00	126,00	180,00
2	CARPAS DE 3,00 X 3,00 (6 PERSONAS)	72,00	168,00	240,00
4	DISPENSADORES DE PAPEL HIGIENICO JUN	19,20	44,80	64,00
4	DISPENSADORES DE JABÓN LÍQUIDO	19,20	44,80	64,00
2	DISPENSADORES DE PAPEL TOALLA	9,60	22,40	32,00
	TOTAL	750,60	1.751,40	2.502,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Equipos de Oficina e Informáticos.- La inversión en equipo de computación tanto para las oficinas administración se detalla a continuación:

**CUADRO No. 56 - INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS EQUIPOS DE
OFICINA E INFORMÁTICOS**

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	IMPRESORA	24,00	56,00	80,00
1	TELEFONO	9,00	21,00	30,00
1	COMPUTADOR	60,00	140,00	200,00
	TOTAL	93,00	217,00	310,00

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Construcciones.- Para la adecuación de las instalaciones del campamento se necesita una inversión por los valores detallados en el siguiente cuadro para realizar todas las edificaciones necesarias para brindar comodidad a los clientes.

CUADRO No. 57 - INVERSIÓN – ACTIVOS FIJOS CONSTRUCCIONES

CANT	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO	POR FINANCIAR	VALOR TOTAL
1	RECEPCIÓN, GUARDIANA, VIVIENDA, BODEGA, CISTERA	2.580,00	6.020,00	8.600,00
1	ÁREA HIDROMASAJE	486,00	1.134,00	1.620,00
1	ÁREA BBQ	1.152,00	2.688,00	3.840,00
1	ÁREA DE BAÑOS, DUCHAS Y VESTIDORES	2.100,00	4.900,00	7.000,00
1	ÁREA DE JUEGOS	540,00	1.260,00	1.800,00
1	ÁREA DE BAR Y MINIDESPENSA	135,00	315,00	450,00
	TOTAL	6.993,00	16.317,00	23.310,00

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: VARIOS PROVEEDORES
AÑO: 2014

- Activos Intangibles

Los Activos Fijos Intangibles son aquellos que se consideran necesarios para el funcionamiento de un negocio y se realizan a través de servicios y derechos adquiridos, pero no tienen valor de realización en el mercado. Están representados por los gastos pre operacionales, gastos de organización, promoción, patentes, gastos de instalación y otros.

CUADRO No. 58 - INVERSIÓN – ACTIVOS INTANGIBLES

DESCRIPCIÓN	CAPITAL PROPIO	TOTAL
ACTIVO FIJO: INTANGIBLE		
Gastos Estud. Invest.	2.000,00	2.000,00
Gast.Organiz.y Adecuac.permiso funcionamiento	900,00	900,00
Gastos de puesta en marcha	1.500,00	1.500,00
TOTAL	4.400,00	4.400,00

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: VARIOS PROVEEDORES
AÑO: 2014

- Capital de Trabajo

CUADRO No. 59 - INVERSIÓN – CAPITAL DE TRABAJO

RUBROS	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de trabajo.(1 mes)	950,00	1.045,00	1.149,50	1.264,45	1.390,90
CIF (1 mes)	206,55	214,81	223,40	232,34	241,63
Gastos Administrat.(1 mes)	1.322,13	1.327,47	1.332,92	1.338,47	1.344,13
Gastos Ventas (1 mes)	501,74	527,62	554,87	583,56	613,79
TOTAL	2.980,42	3.114,90	3.260,69	3.418,82	3.590,44

Valor de Incremento		134,48	145,79	158,13	171,62
----------------------------	--	---------------	---------------	---------------	---------------

* No se considera las depreciaciones ni amortizaciones

* CIF: Costos Indirectos de Fabricación

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

- Total Inversiones

CUADRO No. 60 -INVERSIONES – RESUMEN

DESCRIPCION	CAPITAL PROPIO	CAPITAL FINANCIADO	TOTAL
ACTIVO FIJO : TANGIBLES			
Terreno	26.000,00	-	26.000,00
Construcciones	6.993,00	16.317,00	23.310,00
Maq. y Equipo	943,20	2.200,80	3.144,00
Muebles y Enseres	750,60	1.751,40	2.502,00
Equipo de Oficina e Informáticos	93,00	217,00	310,00
Total Activo Fijo Tangible	34.779,80	20.486,20	55.266,00
ACTIVO FIJO: INTANGIBLE			
Gastos Estud. Invest.	2.000,00		2.000,00
Gast.Organiz.y Adecuac.	900,00		900,00
Gastos de puesta en marcha	1.500,00		1.500,00
Total Activo Fijo Intangible	4.400,00	-	4.400,00
CAPITAL DE OPERACION :			
Materiales de trabajo		950,00	950,00
CIF excluido depreciaciones y amortización intang.		206,55	206,55
G.Administrativos		1.322,13	1.322,13
G.Ventas		501,74	501,74
Total Capital de Operación	-	2.980,42	2.980,42
TOTAL INVERSION	39.179,80	23.466,62	62.646,42
%	63%	37%	100%

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

b) Proyección de Ingresos

Según el área asignada para parcelas; y, dependiendo del tipo de carpa a utilizarse (ver Anexo No.11), a continuación un detalle de la capacidad instalada y utilizada:

CUADRO No. 61 -CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

CAPACIDAD DE LAS CARPAS (PLAZAS)	No. CARPAS	TURISTAS POR DÍA	TURISTAS POR AÑO CALENDARIO (365 DÍAS) - CAPACIDAD INSTALADA	TURISTAS POR AÑO TURÍSTICO (79 DÍAS PROM) - CAPACIDAD UTILIZADA	% PART
2	4	8	2.920	632	21,64%
3	3	9	3.285	711	21,64%
4	2	8	2.920	632	21,64%
6	2	12	4.380	948	21,64%
	11	37	13.505	2.923	21,64%

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

El porcentaje de utilización está dado por la tasa de crecimiento que proyecta la demanda.

CUADRO No. 62 - PORCENTAJES DE UTILIZACIÓN DEL CAMPAMENTO

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad instalada	13.505,00	13.505,00	13.505,00	13.505,00	13.505,00
Porcentaje de utilización	13,85%	17,53%	21,64%	28,35%	28,35%
Capacidad utilizada	1.871	2.367,63	2.923,00	3.829,13	3.829,13

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

CUADRO No. 63 - PROYECCIÓN DE INGRESOS

INFLACIÓN	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DETALLE	PRECIO UNITARIO				
CAMPING	15,00	15,55	16,12	16,71	17,33
BAR Y MINI DESPESA	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
	25,00	25,92	26,87	27,85	28,88

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
UNID. PRODUC	VALOR	UNID. PRODUC	VALOR	UNID. PRODUC.	VALOR	UNID. PRODUC	VALOR	UNID. PRODUC	VALOR
1.871	46.768,00	2.368	61.363,05	2.923	78.537,13	3.829	106.659,47	3.829	110.573,87
1.871	46.768,00	2.368	61.363,05	2.923	78.537,13	3.829	106.659,47	3.829	110.573,87

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

c) Proyección de Egresos

Costos de Producción

Por lo general, dentro de un proyecto para obtener el Total de Costos de Producción se consideran los rubros de Materiales de trabajo, Mano de obra directa, Costos Indirectos de Fabricación (CIF). Sin embargo, por la naturaleza de este proyecto se ha considerado únicamente el rubro de Costos Indirectos de Fabricación, en los que se ha incluido como Materiales Indirectos a galones de jabón, shampoo, desinfectante y papel higiénico; y, en Costos Indirectos de Fabricación se ha considerado valores para cubrir Energía eléctrica, Agua y Telefonía.

Gastos Operacionales

Los Gastos Operacionales se conforman de la sumatoria de Gastos Administrativos, Gastos Financieros y Gastos de Ventas.

Gastos Administrativos

En relación al personal ejecutivo y administrativo, para inicios de este proyecto se ha considerado la integración de un Coordinador Administrativo en la nómina. Adicionalmente, se ha incluido los rubros de suministros de oficina, suministros de limpieza, servicios básicos, gastos por mantenimiento tanto de mobiliario como de equipos informáticos, transporte y movilización y gastos bancarios (no intereses).

Gastos Financieros

En esta división constan los valores de intereses por concepto del préstamo bancario.

Gastos de Ventas

En Gastos de Ventas se ha considerado los rubros por Gastos de Promoción, Imprevistos y el sueldo de un Coordinador Comercial.

Costos Indirectos

CUADRO No. 64 - PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES INDIRECTOS					
JABÓN (GALÓN)	192,00	199,68	207,67	215,97	224,61
DESINFECTANTE (GALÓN)	66,00	68,64	71,39	74,24	77,21
COLOR (GALÓN)	35,64	37,07	38,55	40,09	41,69
SPRAY MATA MOSCAS Y BICHOS	12,00	12,48	12,98	13,50	14,04
DETERGENTE	12,00	12,48	12,98	13,50	14,04
LAVAVAJILLAS	12,00	12,48	12,98	13,50	14,04
PAPEL HIGIÉNICO JUMBO	250,56	260,58	271,01	281,85	293,12
PAPEL TOALLA	250,56	260,58	271,01	281,85	293,12
DESTAPA CAÑERÍAS	5,76	5,99	6,23	6,48	6,74
VARIOS	144,00	149,76	155,75	161,98	168,46
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
ENERGÍA ELÉCTRICA	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
AGUA	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
TELÉFONO / CELULAR	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
		-	-	-	-
DEPRECIACIONES tangibles y AMORTIZACIONES intangibles:					
Construcciones / Edificios (vida útil 20 años)	1.165,50	1.165,50	1.165,50	1.165,50	1.165,50
Maq. y equipo (vida útil 10 años)	314,40	314,40	314,40	314,40	314,40
Mueb. y Enseres (vida útil 10 años)	250,20	250,20	250,20	250,20	250,20
Equipo Informáticos (vida útil 3 años)	103,33	103,33	103,33		
Vehículos (vida útil 5 años)	-	-	-	-	-
AMORTIZACION INTAGIBLE (se amortiza durante el proyecto)	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
IMPREVISTOS (% Rub.Ant.)	118,03	122,75	127,66	132,76	138,07
TOTAL	4.751,98	4.851,12	4.954,23	4.958,13	5.069,65

CIF excluido Deprec.y Amortiz.	2.478,55	2.577,69	2.680,80	2.788,03	2.899,55
Valor Depreciación y amortización	2.273,43	2.273,43	2.273,43	2.170,10	2.170,10
Porcentaje imprevistos	5%				

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Materiales Directos

CUADRO No. 65 - PROYECCIÓN DE MATERIALES DIRECTOS

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BEBIDAS NO ALCOHOLICAS (AGUA, GASEOSAS, JUGOS)	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
BEBIDAS ALCOHOLICAS (CERVEZAS Y LICORES)	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
SNACKS	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
CARNES Y EMBUTIDOS	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
VARIOS (PINCHOS, CARBÓN, DESECHABLES (PLATOS, CUBIERTOS, VASOS, SERVILLETAS))	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
FRUTAS	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
ABARROTES	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
VERDURAS, LEGUMBRES (LECHUGAS, TOMATES, PIMIENTOS, CEBOLLAS, CHOCLOS)	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
HIELO	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
		-	-	-	-
		-	-	-	-
TOTAL	11.400,00	12.540,00	13.794,00	15.173,40	16.690,74

Se estima un incremento anual del 10% en materiales de trabajo

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

Gastos Operacionales

Gastos Administrativos

CUADRO No. 66 - ROL DE PAGOS

DESCRIPCIÓN	CANT	V. UNIT.	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	IESS (PATRONAL)	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	VALOR ANUAL BENEFICIOS	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO MENSUALIZADO
Gerente General	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 55,75	\$ 41,65	\$ 250,00	\$ 1.201,40	\$ 7.201,40	\$ 600,12
Coordinador Administrativo	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 354,00	\$ 44,60	\$ 33,32	\$ 200,00	\$ 1.031,92	\$ 5.831,92	\$ 485,99
Coordinador Comercial	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 354,00	\$ 44,60	\$ 33,32	\$ 200,00	\$ 1.031,92	\$ 5.831,92	\$ 485,99
TOTAL			\$ 1.300,00	\$ 15.600,00	\$ 1.300,00	\$ 1.062,00	\$ 144,95	\$ 108,29	\$ 650,00	\$ 3.265,24	\$ 18.865,24	\$ 1.572,10

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

CUADRO No. 67 - PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

CANT	DENOMINACION	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
PERSONAL EJECUTIVO Y ADMINISTRATIVO							
1	GERENTE GENERAL	600,12	7.201,40	7.215,80	7.230,23	7.244,69	7.259,18
1	COORDINADOR ADMINISTRATIVO	485,99	5.831,92	5.843,58	5.855,27	5.866,98	5.878,72
1	SERVICIOS OCASIONALES - GUARDIA		1.170,44	1.172,78	1.175,13	1.177,48	1.179,83
SUMINISTROS Y MATERIALES:							
	Suministros de oficina	25,00	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
	Suministros de limpieza	10,00	120,00	124,40	128,97	133,70	138,61
GASTOS OCUPACIONALES:							
	Servicios básicos	30,00	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
GASTOS OPERACIONALES:							
	Mantenimiento mobiliario y equipo	20,00	240,00	242,40	244,82	247,27	249,74
	Mantenimiento de equipos informáticos	5,00	60,00	60,60	61,21	61,82	62,44
	Transporte y movilización	15,00	180,00	181,80	183,62	185,45	187,31
	Gastos bancarios	10,00	120,00	121,20	122,41	123,64	124,87
	IMPREVISTOS % DE LOS RUBROS ANTER	23,57	281,76	282,90	284,06	285,25	286,46
TOTAL		1.224,68	15.865,52	15.929,69	15.995,06	16.061,65	16.129,51

Política de incremento en gastos de personal	1,002
Política de incremento en gastos de suministros	1,037
Política de incremento en gastos de ocupacionales	1,037
Políticas de incremento en gastos operacionales	1,010
Porcentaje de imprevistos	0,030

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VARIOS PROVEEDORES

AÑO: 2014

d) Estructura de financiamiento

CUADRO No. 68 - FINANCIAMIENTO

DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	39.179,80	62,54%
FINANCIAMIENTO	23.466,62	37,46%
TOTAL FINANCIAMIENTO	62.646,42	100,00%

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

Gastos Financieros

CUADRO No. 69 - PRÉSTAMOS

Préstamo para la financiación de **ACTIVOS TANGIBLES**

Monto	Interés	Plazo Semes.	Dividendo	Gracia
20.486,20	7,84%	6,00	6,00	-

Semestres	Préstamo	Interés	Amortiz.	A+I	Saldo deudor	V.Mensual	V.Diario
1	20.486,20	803,06	3.414,37	4.217,43	17.071,83	702,90	23,43
2	17.071,83	669,22	3.414,37	4.083,58	13.657,47	680,60	22,69
3	13.657,47	535,37	3.414,37	3.949,74	10.243,10	658,29	21,94
4	10.243,10	401,53	3.414,37	3.815,90	6.828,73	635,98	21,20
5	6.828,73	267,69	3.414,37	3.682,05	3.414,37	613,68	20,46
6	3.414,37	133,84	3.414,37	3.548,21	-	591,37	19,71

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
T.INTERES	1.472,27	936,90	401,53
AMORT.DEUDA	6.828,73	6.828,73	6.828,73
+SERV.DEUDA	8.301,01	7.765,64	7.230,26

Préstamo para la financiación de **KT (CAPITAL DE OPERACIÓN)**

Monto	Interés	Plaza semestres
2.980,42	7,84%	2,00

Semestres	Préstamo	Interés	Amortiz.	A+I	Saldo deudor	V.Mensual	V.Diario
1	2.980,42	233,66	1.490,21	1.723,87	1.490,21	287,31	9,58
2	1.490,21	116,83	1.490,21	1.607,04	-	267,84	8,93

	AÑO 1	AÑO 2
T.INTERES	233,66	116,83
AMORT.DEUDA	1.490,21	1.490,21
+SERV.DEUDA	1.723,87	1.607,04

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

Gastos de Venta

CUADRO No. 70 -GASTOS DE VENTA

DENOMINACION	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos promoción	15,00	180,00	198,00	217,80	239,58	263,54
Imprevistos	10,00	9,00	9,90	10,89	11,98	13,18
COORDINADOR COMERCIAL	485,99	5.831,92	6.123,52	6.429,69	6.751,18	7.088,74
TOTAL	510,99	6.020,92	6.331,42	6.658,38	7.002,74	7.365,45

Imprevistos	5%
Política de incremento de promoción	1,10
Política de incremento de sueldo Agente Comercial	1,05

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

Resumen Costos Totales

CUADRO No. 71 -RESUMEN COSTOS TOTALES

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
COSTOS DE PRODUCCIÓN:						
Materiales de trabajo	11.400,00	12.540,00	13.794,00	15.173,40	16.690,74	18.359,81
CIF	4.751,98	4.851,12	4.954,23	4.958,13	5.069,65	2.170,10
Total Costos de Producción	16.151,98	17.391,12	18.748,23	20.131,53	21.760,39	20.529,91
GASTOS OPERACIONALES:						
G.Administrativos	15.865,52	15.929,69	15.995,06	16.061,65	16.129,51	16.198,69
G.Financiero (interés)	1.705,94	1.053,73	401,53	-	-	-
G. Ventas	6.020,92	6.331,42	6.658,38	7.002,74	7.365,45	304,39
Total Gastos Operacionales	23.592,38	23.314,84	23.054,97	23.064,39	23.494,96	16.503,07
TOTAL	39.744,35	40.705,97	41.803,20	43.195,91	45.255,35	37.032,99

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

5.2. Estados Financieros

a) Estado de Resultados

Se ha tomado en cuenta la Participación de los Trabajadores (15%), el pago del Impuesto a la Renta (22%) de acuerdo a lo establecido en el Código de Trabajo y al Código de la Producción.

CUADRO No. 72 - ESTADO DE RESULTADOS

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales :	46.768,00	61.363,05	78.537,13	106.659,47	110.573,87
(-)Costos de producción	16.151,98	17.391,12	18.748,23	20.131,53	21.760,39
(=)Utilid.Bruta	30.616,02	43.971,93	59.788,90	86.527,94	88.813,48
(-)Gasto Operac.	23.592,38	23.314,84	23.054,97	23.064,39	23.494,96
(=)Utilid.Operac.	7.023,65	20.657,08	36.733,93	63.463,55	65.318,52
(+) Ingresos no Operacionales					
(=)Utilid. Antes de impuestos.	7.023,65	20.657,08	36.733,93	63.463,55	65.318,52
(-) 15% Utilid.Trab.	1.053,55	3.098,56	5.510,09	9.519,53	9.797,78
(=)Utilid.antes Imp.	5.970,10	17.558,52	31.223,84	53.944,02	55.520,74
(-)Imp./Renta	1.492,52	4.389,63	7.805,96	13.486,01	13.880,19
UTILIDAD NETA	4.477,57	13.168,89	23.417,88	40.458,02	41.640,56

% PART. UN / VTAS.	9,57%	21,46%	29,82%	37,93%	37,66%
---------------------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

b) Balance General

Este balance representa la posición financiera de la empresa turística, donde se puede visualizar los activos y pasivos con lo que inicia su gestión.

CUADRO No. 73 - BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		2.980,42	
Caja-bancos	2.980,42		
ACTIVOS NO CORRIENTES		59.666,00	
Terreno	26.000,00		
Construcciones	23.310,00		
Maquinaria y Equipo	3.144,00		
Muebles y enseres	2.502,00		
Equipo de oficina e informáticos	310,00		
Activos Diferidos	4.400,00		
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES		23.466,62	
Préstamo bancario	23.466,62		
TOTAL PASIVO			23.466,62
PATRIMONIO			
Aporte de capital	39.179,80		
TOTAL PATRIMONIO			39.179,80
TOTAL ACTIVOS		62.646,42	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO
			62.646,42

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

c) Flujo Neto de Fondos

Para la preparación del Flujo Neto de Fondos o Flujo de Caja, se ha considerado los ingresos y los gastos que se incurrirán en el presente proyecto; es decir, aquellos que ocasionan movimiento de dinero. Las depreciaciones y amortizaciones no significan salida de dinero; sin embargo, se toman en cuenta debido a que son cargos contables

CUADRO No. 74 - FLUJO NETO DE FONDOS

DENOMINACION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales :	-	46.768,00	61.363,05	78.537,13	106.659,47	110.573,87
(-)costos de produccion		16.151,98	17.391,12	18.748,23	20.131,53	21.760,39
(=)Utilid.Bruta	-	30.616,02	43.971,93	59.788,90	86.527,94	88.813,48
(-)Gastos Administrativos		15.865,52	15.929,69	15.995,06	16.061,65	16.129,51
(-)Gastos de Ventas		6.020,92	6.331,42	6.658,38	7.002,74	7.365,45
(-)Gastos Financieros		1.705,94	1.053,73	401,53	-	-
(=)Utilid. Antes de impuestos.	-	7.023,65	20.657,08	36.733,93	63.463,55	65.318,52
(-) 15% Utilid.Trab.	-	1.053,55	3.098,56	5.510,09	9.519,53	9.797,78
(=)Utilid.antes Imp.	-	5.970,10	17.558,52	31.223,84	53.944,02	55.520,74
(-)Imp./Renta	-	1.313,42	3.862,87	6.869,24	11.867,68	12.214,56
UTILIDAD NETA	-	4.656,68	13.695,65	24.354,60	42.076,34	43.306,18
(+)Depreciaciones	-	2.273,43	2.273,43	2.273,43	2.170,10	2.170,10
(-) Pago préstamos (capital)		8.318,94	8.318,94	6.828,73		
(+)Amorti. Intangibles	-	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
Inversión en activos fijos	-55.266,00	-	-	-	-	-
Inversión en activos intangibles	-4.400,00					
Inversión en capital de trabajo	-2.980,42					2.980,42
(+)Valor Residual	-	-	-	103,32		-
(+)Recuperación Capital de Trak	-	-	-			-
(=)FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-62.646,42	-948,83	8.090,14	20.342,62	44.686,44	45.916,28

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

Como se puede apreciar, la utilidad neta se afectada principalmente por el pago del capital del préstamo; sin embargo, este rubro deja de tener influencia a partir del cuarto año lo que se traduce en un aumento del flujo de caja a partir del año en mención.

d) Punto de Equilibrio

Para determinar el nivel de producción en el que las ventas son iguales a los costos fijos y los variables, se aplicó la siguiente fórmula:

$$Pe = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Unit.}}{\text{Ingresos Unit.}}}$$

CUADRO No. 75 - PUNTO DE EQUILIBRIO

DENOMINACIÓN	AÑO 1
A. COSTOS FIJOS:	
Depreciación y amortización int.	2.273,43
Gastos Financ.	1.705,94
Suministros Oficina	420,00
Sueldos Administrativos	14.203,76
Gastos Administ. Fijos	600,00
Imprevistos Gastos Administrativos	281,76
Total Costos Fijos	19.484,89
B. COSTOS VARIABLES:	
Materias Primas y materiales	13.878,55
Servicios básicos	360,00
Gastos de ventas	6.011,92
Imprevistos Gastos de ventas	9,00
Total Costos Variables	20.259,47
TOTAL COSTOS (A+B)	
	39.744,35
INGRESOS POR VENTAS	
	46.768,00
Costo Fijo Total	
P.E. : =====	34.376,45
1 - (Costo Variable Unitario / Vtas)	
% sobre ventas	
	73,50%

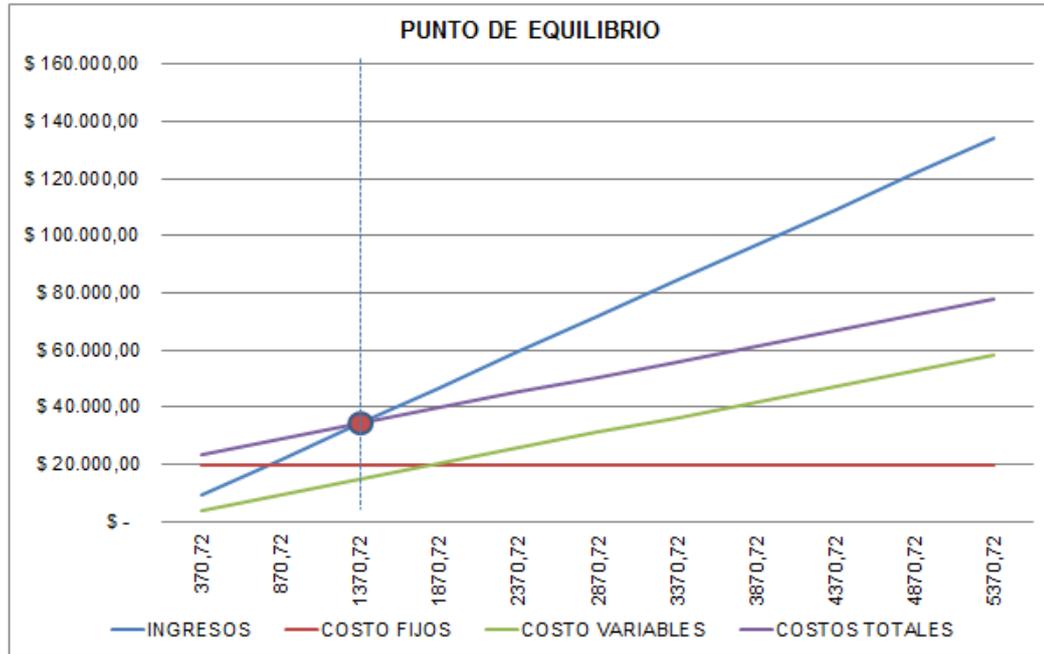
ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

Costo Fijo Total
P.E. : =====
(Precio Unitario - Costo Variable Unitario)

Costo Fijo Total =	19.484,89
Precio Unitario =	25,00
Costo Variable Unitario =	10,83
Peu =	1.375

GRÁFICO No. 27 – PUNTO DE EQUILIBRIO



ELABORADO POR: AUTORA
AÑO: 2014

Interpretación

Las unidades mínimas de ventas para alcanzar el Punto de Equilibrio son 1378 unidades.

La facturación mínima para alcanzar el Punto de Equilibrio es de \$ 34.3476.45.

Mientras el punto de equilibrio se aproxima a 100 es más riesgoso para el negocio.

Cuando los Costos Fijos son mayores a los Costos Variables, el punto de equilibrio será más alto y por lo tanto la utilidad será menor.

Cuando los Costos Variables son mayores a los Costos Fijos, el punto de equilibrio será más bajo y por lo tanto la utilidad será mayor.

En este proyecto se puede apreciar que los dos primeros años los Costos Fijos superan a los Costos Variables; sin embargo, a partir del tercer año esta situación se modifica provocando que el punto de equilibrio sea más bajo y por ende la utilidad sea mayor.

5.3. Evaluación Financiera

La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere desde un punto de vista determinado.

a) Determinación de la Tasa de Descuento

Todo socio de un proyecto necesitar conocer cuál será la tasa mínima de ganancia que obtendrá por dicha inversión. Esto se logra conocer a través de la Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento, TMAR.

CUADRO No. 76 - CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

	% APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
ACCIONISTAS	63%	14,89%	9,3%
CRÉDITO	37%	7,84%	2,9%
TMAR GLOBAL			12,25%

	INVERSIONISTA	BANCO
TASA PASIVA	5,22%	
INFLACIÓN	3,67%	
PREMIO AL RIESGO	6,00%	
TASA ACTIVA		7,84%
	14,89%	7,84%

ELABORADO POR: AUTORA
AÑO: 2014

b) Criterios de Evaluación

- Valor Actual Neto

El VAN (Valor Actual Neto) de un proyecto representa la sumatoria de los valores actualizados a una tasa adecuada o pertinente para el inversionista del flujo neto de fondos. Este índice financiero muestra en cuanto va a crecer la inversión. Representa el valor actual de los beneficios netos.

CUADRO No. 77 - VALOR ACTUAL NETO – VAN

		TMAR
		12,25%
AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO
0	-62.646,42	-62.646,42
1	-948,83	-845,29
2	8.090,14	6.420,81
3	20.342,62	14.383,27
4	44.686,44	28.147,73
5	45.916,28	25.766,26
	V. A. N. =	11.226,37

ELABORADO POR: AUTORA
AÑO: 2014

Con un TMAR DE 12.25%, el VAN es de \$ 11.226.37 significa que se ha recuperado la inversión y queda un remanente del valor en mención. Por ser un VAN positivo, se acepta la inversión. Si fuera negativo se debería rechazar la inversión; y, si fuera 0 significaría que el proyecto no generaría un rendimiento.

- Tasa Interna de Retorno

El TIR es la máxima tasa de rentabilidad que genera un proyecto en un ciclo económico.

Permite determinar cuál es la tasa de rendimiento de la inversión. El objetivo es encontrar el porcentaje de rendimiento que igualará el VAN de todos los flujos efectivos con la inversión inicial.

CUADRO No. 78 - TASA INTERNA DE RETORNO – TIR

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO
0	-62.646,42	-62.646,42
1	-948,83	-811,15
2	8.090,14	5.912,62
3	20.342,62	12.709,93
4	44.686,44	23.868,45
5	45.916,28	20.966,56
T. I. R. =		16,97%

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

En este proyecto se estima un TIR del 16.97%; lo que significa que la inversión es aceptable ya que este porcentaje supera al TMAR de 12.25%. Un proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la tasa de interés que se recibirá prestado el dinero para la ejecución del proyecto.

- Período de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación de la inversión es conocido como el espacio de tiempo necesario para recuperar o cubrir la inversión total del proyecto desde la puesta en marcha del mismo y durante su vida útil.

CUADRO No. 79 -PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

INVERSIÓN		62.646,42	
AÑOS	FNC (FLUJO NETO)	∑ (FNC)	
1	-948,83	-948,83	
2	8.090,14	7.141,31	Periodo Recuperación
3	20.342,62	27.483,93	4,28
4	44.686,44	72.170,36	4 AÑOS 3 MESES
5	45.916,28	118.086,64	

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

- Relación Beneficio / Costo

El criterio de evaluación basado en la relación beneficio/costa es válido para emprender un determinado proyecto. Si esta relación es superior a 1, significa que el proyecto es atractivo. Si fuera menor a 1 pues se considerará como un proyecto no atractivo.

CUADRO No. 80 - RELACIÓN COSTO BENEFICIO

INVERSIÓN	62.646,42
AÑOS	FLUJO NETO ANUAL
0	
1	-948,83
2	8.090,14
3	20.342,62
4	44.686,44
5	45.916,28
	118.086,64

$$C/B = \frac{118.086,64}{62.646,42} = \frac{96.342,41}{55.860,89}$$

$$C/B = \frac{1,88}{1,72}$$

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

El valor de Beneficio Costo da como resultado 1.72 lo que indica que por cada dólar que se invierte se tiene un beneficio de \$ 0.72.

- Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite crear varios escenarios que permiten determinar la capacidad del proyecto para generar flujos positivos frente a situaciones eventuales del mercado.

Para este análisis se ha considerado los siguientes parámetros:

- Variación del Porcentaje de Aumento de Costos.
- Variación del Porcentaje de Disminución de Ingresos.

Para el caso de variaciones en un 10% (ambos criterios) tenemos que:

CUADRO No. 81 - ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Porcentaje de aumento de costos	10,00%	
Porcentaje disminucion de ingresos	10,00%	
Tasa de actualizacion o TMAR	12,25%	
Períodos del análisis:	Anual	
Períodos	Ingresos totales	Egresos
0	-	62.646,42
1	46.768,00	47.716,83
2	61.363,05	53.272,91
3	78.537,13	58.194,51
4	106.659,47	61.973,03
5	110.573,87	64.657,59
	Con flujo normal	EVALUACION
Tasa interna de retorno TIR%	16,97%	O.K.
Relacion Beneficio Costo	1,88	O.K.
Valor actual neto	11.226	O.K.
Analisis de sensibilidad:	Aumento de costos	Disminución de ingresos
Tasa interna de retorno TIR%	8,42%	4,95%
Relacion Beneficio Costo	0,97	0,94
Valor actual neto	- 8.899,26	- 16.286,54

ELABORADO POR: AUTORA
AÑO: 2014

Con estas cifras se concluye que:

- El proyecto justifica el financiamiento.
- Es más sensible cuando disminuyen ingresos que cuando aumentan los costos.

5.4. Valoración del Riesgo – Rentabilidad

Según los porcentajes de rentabilidad cada año irá incrementando según los ingresos que se estiman para cada año y sobre que se toma en cuenta: ventas, inversión total, capital propio.

CUADRO No. 82 - VALORACIÓN DEL RIESGO – RENTABILIDAD

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	4.477,57	13.168,89	23.417,88	40.458,02	41.640,56
VENTAS	46.768,00	61.363,05	78.537,13	106.659,47	110.573,87
%	10%	21%	30%	38%	38%
UTILIDAD NETA	4.477,57	13.168,89	23.417,88	40.458,02	41.640,56
INVERSIÓN TOTAL	62.646,42	62.646,42	62.646,42	62.646,42	62.646,42
%	7%	21%	37%	65%	66%
UTILIDAD NETA	4.477,57	13.168,89	23.417,88	40.458,02	41.640,56
CAPITAL PROPIO	39.179,80	39.179,80	39.179,80	39.179,80	39.179,80
%	11%	34%	60%	103%	106%

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

6.1. La Empresa

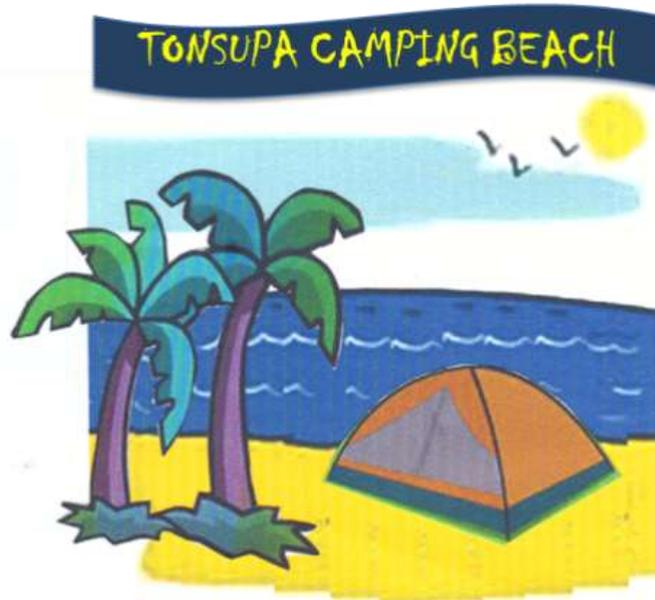
a) Nombre o Razón Social

Debido a que la mayoría de turistas que acuden a las playas lo hacen por motivos de descanso y esparcimiento, se ha adoptado el nombre de **Tonsupa Camping Beach** ya que es de fácil pronunciación así como de recordación.

Su nombre contiene palabras en idioma inglés puesto que se espera recibir también a turistas extranjeros, quienes posiblemente buscarán en internet lugares de camping beach.

La razón social está acompañada de un logo, mismo que se muestra a continuación:

GRÁFICO No. 28 - LOGO



ELABORADO POR: AUTORA
AÑO: 2014

El logo está conformado por un paisaje de playa debido a que estará ubicado en una de las principales playas de la provincia de Esmeraldas. Adicionalmente, se distingue la silueta frontal de una carpa, símbolo principal del campismo.

b) Titularidad de Propiedad de la Empresa

Sociedad de Hecho

Este proyecto será una empresa de tipo Sociedad de hecho; es decir, una agrupación entre dos o más personas que se obligan en común acuerdo a realizar aportes para concretar una actividad comercial. Las ganancias generadas por dicha actividad deben ser repartidas entre los socios.

La sociedad de hecho no tiene personalidad jurídica, y por lo tanto, no puede ejercer derechos ni adquirir obligaciones como sociedad y no están tipificadas por la Ley; se constituyen mediante contrato

Por seguridad de los socios, se realizará la firma de una escritura pública en la que constarán los montos de aportación de cada uno así como los porcentajes de distribución de utilidades.

Se le aplican las leyes correspondientes a las sociedades irregulares, la responsabilidad por los actos realizados en nombre de la sociedad recae en todos los socios de manera solidaria e ilimitada. La administración recaerá sobre los socios de manera conjunta o separada. Debe regularizarse mediante la adopción de uno de los tipos previstos por la ley previo acuerdo por mayoría entre los socios. La razón social variara de acuerdo con el tipo de sociedad adoptado. Los libros obligatorios son los comunes a todas las sociedades: Diario, Inventario y Balances, Sueldos y Jornales, IVA Compras e IVA Ventas.

Microempresa

La empresa derivada del presente proyecto se desenvolverá como una microempresa debido a su tamaño; es decir, contará con un máximo de diez empleados y posiblemente su facturación sea acotada. Adicionalmente, el dueño o los dueños del proyecto trabajarán en la misma.

Es de carácter familiar, con enfoque en el área de servicios (turismo), con una administración de carácter independiente y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) no sobrepasará los 20 mil dólares.

Para su financiamiento, como la mayoría de microempresarios, se iniciará sus actividades con ahorros personales y la segunda fuente de financiamiento serán las instituciones financieras.

Según el Servicio de Rentas Internas, SRI

Personas naturales no obligados a llevar contabilidad

Igual son personas particulares que tiene empresas pequeñas, pero que no pasa los montos establecidos por el SRI (Servicio de Rentas Internas), al finalizar cada año; es decir, tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000. En la mayoría este tipo de empresas son las que emiten las notas de venta y está bajo el RISE. Pero también emiten facturas si es necesario.

Conformación Jurídica

Para el inicio de operaciones del campamento turístico, se obtendrá el RUC como persona natural a nombre de uno de sus propietarios.

c) Tipo de Empresa

Según el Sector de Actividad: de acuerdo a que se van a prestar servicios a la población este tipo de empresa pertenece al sector terciario de la economía.

Según la propiedad del Capital: el capital al pertenecer a un solo accionista se establece como propiedad privada.

Según el ámbito de actividades: Se constituye como empresa local, debido a que sus instalaciones y actividades operativas se encontrarán en la parroquia de Tonsupa, Esmeraldas.

Según la forma jurídica: Ya que el propietario, es una persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada y responderá con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa, se implantará como una empresa unipersonal.

6.2. Base Filosófica

a) Misión

Brindar hospedaje de acampada a turistas que aman la naturaleza, brindando en nuestros procesos una gestión profesional, con precios competitivos, calidad y seguridad, haciendo del descanso de nuestros clientes una experiencia satisfactoria.

b) Visión

Ser una empresa reconocida en el sector turístico por ofrecer hospedaje especializado con responsabilidad ambiental, líder en Esmeraldas y con participación destacada en las localidades son incursiona, satisfaciendo las necesidades de hospedaje y recreación de sus clientes.

c) Principios y Valores

Principios

- Respeto hacia los clientes, colaboradores y naturaleza: Se respetará la identidad de cada persona así como sus opiniones, y se tendrá presente el cuidado de la naturaleza en todos sus procesos.
- Trabajo en equipo: Reconociendo su esfuerzo en el cumplimiento de las metas y objetivos así como sus aportes para el crecimiento de la empresa.
- Orientación al cliente: Teniendo siempre una actitud de servicio con percepción de calidad, recordando siempre que gracias a ellos el campamento existe.

Valores

- Respeto: El respeto debe siempre existir entre propietarios, empleados y turistas, demostrando cultura y educación.
- Disciplina: Todos los integrantes del campamento deben ser disciplinados en la ejecución de los procesos tanto internos como externos.
- Honradez: Realizar siempre las tareas con honradez y dedicación tanto para el bien personal como de los compañeros y turistas.

6.3. Estructura Legal

a) Conformación de capital

El capital será aportado de acuerdo al siguiente detalle:

CUADRO No. 83 - CONFORMACIÓN DEL CAPITAL

INVERSIONISTA	CAPITAL	%
Propietaria del proyecto	24.179,80	39%
Socio capitalista	15.000,00	24%
Entidad financiera	23.466,62	37%
TOTAL	62.646,42	100%

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

b) Marco Legal

Escritura de Constitución

La escritura de constitución constará con lo siguiente:

1. El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que lo forman;
2. La razón social, objeto y domicilio de la compañía;
3. El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella;
4. La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía; y,
5. El tiempo de duración de ésta.

Registro Único de Contribuyentes - RUC

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Requisitos para Personas Naturales:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC). No tiene costo para el contribuyente y el tiempo estimado de entrega es de 5 minutos.

Registro en el ministerio de turismo

Para poder ejercer cualquier tipo de actividades turísticas es necesario tener el registro de turismo, el cual acredita el funcionamiento del establecimiento.

Este registro consiste en la inscripción del prestador de los servicios Turísticos por una sola vez en el Ministerio de Turismo en el mismo se establece la clasificación y categoría a la cual corresponde el establecimiento.

El plazo para obtener este permiso es previo el inicio de sus actividades hasta 30 días después del inicio. Al no obtener este permiso se sanciona con 100 dólares de multa y la clausura del establecimiento.

Categorización del establecimiento en el ministerio de turismo

Para obtener la categorización del establecimiento es necesaria una inspección realizada por el ministerio de Turismo, el cual otorga la

categorización del establecimiento según Las facilidades que se encuentran a disposición de los huéspedes, de igual manera determina la cantidad de dinero a pagar por la categoría asignada.

Licencia anual de funcionamiento

La licencia anual de funcionamiento así como el registro de turismo acredita la competitividad del servicio que se ofrece en los establecimientos hoteleros, además garantiza que se sujeta a las normas técnicas y de calidad vigentes, será otorgada por: El Ministerio de Turismo, por los municipios, consejos provinciales o por las diferentes instancias gubernamentales a las que se les haya transferido esta facultad.

El plazo para la obtención de la licencia Única de funcionamiento es hasta el 28 de Febrero y es obligación el renovarla anualmente. Al no cumplir con la innovación de la licencia se sanciona con la clausura del establecimiento.

Permisos, Tasas, Contribuciones y otras obligaciones

Como parte de del sector turístico, la administración del campamento debe cumplir con obligaciones especiales tales como:

GRÁFICO No. 29 - PERMISOS, TASAS, CONTRIBUCIONES Y OTRAS OBLIGACIONES QUE DEBEN CUMPLIR LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Ambiental (Quito)	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas

FUENTE: Federación Hotelera del Ecuador
AÑO: 2009

Registro Actividad Turística

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Obligación: Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y clausura del establecimiento

Licencia Funcionamiento Turismo

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

Plazo: hasta el 28 de febrero

Obligación: Renovar Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o Municipio respectivo, según corresponda.

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

Permiso Sanitario

El permiso de sanitación es un documento expedido por el Ministerio de salud al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas y con buenas prácticas de manufactura según el tipo de establecimientos, de acuerdo a las disposiciones establecidas en la Legislación Sanitaria Ecuatoriana.

Este permiso contiene:

- Código y número del permiso de funcionamiento.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Nombre del propietario o representante legal.
- No. RUC.
- No. cédula de ciudadanía.
- Ubicación del establecimiento.
- Tipo de establecimiento y actividad.
- Categoría.
- Fecha de expedición y vencimiento.
- Firmas y sellos de las autoridades correspondientes.

El valor del permiso sanitario se encuentra fijado en salarios mínimos vitales acorde a la categoría a la cual pertenece el establecimiento; es así que para este tipo de establecimiento el valor correspondiente es de 15 salarios mínimos vitales. Además son necesarios los certificados de salud de los empleados, los mismos que deberán ser obtenidos hasta el 31 de marzo, la renovación de la misma debe ser anual.

Certificados De Salud Empleados

Base Legal: Código de la salud; Reglamento de Tasas

Plazo: hasta el 30 de marzo

Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

Patente

El impuesto de patente anual concede a una persona natural o jurídica, el poder de ejercer una actividad comercial, industrial o de cualquier orden económico, previa inscripción en el registro que mantiene el Departamento Municipal de Rentas. Para obtener la patente los sujetos pasivos deben presentar en el Departamento de Rentas los siguientes documentos:

- Formulario de solicitud de patente
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Copia del acta de constitución cuando la actividad tenga personería jurídica
- El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos
 - Fecha de presentación
 - Nombres completos del propietario de la actividad económica o representante legal de la misma
 - Número de cédula
 - Papeleta de votación
 - Número del RUC
 - Nacionalidad
 - Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
 - Actividad económica a la que se dedica
 - Razón social con que opere
 - Capital en operación (total activos menos pasivos corriente)
 - Ubicación del establecimiento
 - Firma autorizada del declarante

Base Legal: Ley de Régimen Municipal; y,
Código Municipal del respectivo Cantón

Plazo: hasta el 31 de enero

Obligación: Pagar Patente Municipal en respectivo Municipio

Rótulos Y Publicidad Exterior

Base Legal: Código Municipal del respectivo Cantón

Plazo: hasta el 31 de marzo en Quito, en otras ciudades el que establezca
el Municipio

Obligación: Obtener Permiso en respectivo Municipio.

Bomberos

Base legal: Ley de Defensa contra incendios (Art. 35) y su Reglamento
(Art. 40)

Plazo: hasta el 31 de marzo

Obligación: Renovar Permiso Anual de Funcionamiento del Cuerpo de
Bomberos

Ley de Turismo

Adicionalmente, el presente negocio deberá cumplir con todo lo estipulado
dentro de los artículos 35 al 49 de la ley en mención misma que se
encuentra detallada en la sección de anexos.

c) Aspectos Fiscales

Obligaciones Tributarias

Las obligaciones tributarias que deberá cumplir este tipo negocio se
encuentran detalladas a continuación:

GRÁFICO No. 30 - OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
Declaración Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo Imp. Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente - Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Consumos Especiales	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA /ICE /IR)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales

FUENTE: Federación Hotelera del Ecuador

AÑO: 2009

GRÁFICO No. 31 - OBLIGACIONES PATRONALES

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14to. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13er. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla pago 15% utilidades	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Repartir 10% por Servicio	Empleados	Mensual	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Presentar Panilla de Pago 10% Servicio	Inspectorías de Trabajo	13ro. /14to. /Util.	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Aplicar % de Discapacitados en nómina	Ministerio de Trabajo	Permanente	P. Naturales y Jurídicas
Tener Dispensador de Preservativos	Ministerio de Salud	Permanente	P. Naturales y Jurídicas

FUENTE: Federación Hotelera del Ecuador

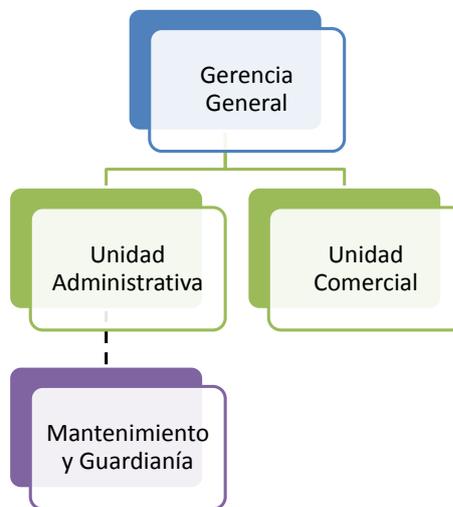
AÑO: 2009

6.4. Organización y Recursos Humanos

a) Organigrama Estructural

El organigrama estructural es un esquema básico que permite describir a las unidades administrativas y las relaciones de dependencia que existen entre ellas al interior de una organización. A continuación el organigrama estructural de Tonsupa Camping Beach.

GRÁFICO No. 32 - ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ELABORADO POR: AUTORA
AÑO: 2009

b) Descripción de funciones

TONSUPA CAMPING BEACH	
Descripción de Funciones	
	
1. DATOS BÁSICOS DEL CARGO	
Nombre del cargo	GERENTE GENERAL
Reporta a:	-
Supervisa a:	Coordinador Administrativo y Coordinador Comercial
2. MISIÓN DEL CARGO	
<p>El Gerente General es el principal responsable por el desempeño organizacional y los resultados de las operaciones de la empresa; ejerce la mayor autoridad ante el resto de cargos operativos dentro de la institución. Su principal objetivo es el de crear un mayor valor a la empresa.</p>	
3. PERFIL DEL CARGO	
Nivel de Educación:	Tercer o Cuarto nivel
Áreas de Conocimiento:	Administración de empresa, finanzas, contabilidad, recursos humanos
Experiencia laboral requerida:	Administración hotelera
Tiempo de experiencia:	Superior a 3 años
Capacitación complementaria:	Liderazgo, procesos, planeación estratégica
4. FUNCIONES Y REPSONSABILIDADES	
<p>Desarrollar e implementar metas y estrategias para el mantenimiento y crecimiento del negocio.</p> <p>Elaboración y control de presupuestos.</p> <p>Dirigir y controlar los gastos y pérdidas del negocio.</p> <p>Controlar el cumplimiento de nuevos proyectos.</p> <p>Administrar Recursos Humanos (capacitaciones, contrataciones, reconocimientos, entre otros)</p> <p>Elaborar manuales e instructivos.</p> <p>Autorizar los requerimientos de adquisiciones.</p> <p>Coordinar la realización y ejecución de reuniones de seguimiento y Planificación.</p>	
Elaborador por:	Revisado por:
	Autorizado por:

TONSUPA CAMPING BEACH

Descripción de Funciones



1. DATOS BÁSICOS DEL CARGO

Nombre del cargo	COORDINADOR ADMINISTRATIVO
Reporta a:	Gerente General
Supervisa a:	Recepción, Finanzas y Contabilidad, Mantenimiento

2. MISIÓN DEL CARGO

Administrar, controlar y mejorar los procesos administrativos relacionados con la recepción, finanzas, contabilidad y mantenimiento.

3. PERFIL DEL CARGO

Nivel de Educación:	Tercer nivel
Áreas de Conocimiento:	Servicio al cliente, contabilidad, finanzas
Experiencia laboral requerida:	Administración de empresas
Tiempo de experiencia:	Superior a 3 años
Capacitación complementaria:	Liderazgo, procesos

4. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Administrar la sección de reservaciones.
Administrar la sección de recepción.
Administrar la sección de acomodación.
Administrar la sección de contabilidad y las finanzas.
Administrar la sección de snacks.
Supervisar el puesto de seguridad.
Coordinar y controlar el área de bodega.
Realizar el proceso de compras.
Realizar el proceso de nómina.
Realizar trámites legales.
Administrar los suministros de oficinas.

Elaborador por:	Revisado por:	Autorizado por:
-----------------	---------------	-----------------

TONSUPA CAMPING BEACH



Descripción de Funciones

1. DATOS BÁSICOS DEL CARGO

Nombre del cargo	COORDINADOR COMERCIAL
Reporta a:	Gerente General
Supervisa a:	Marketing y Ventas

2. MISIÓN DEL CARGO

Es el encargado de liderar los procesos de marketing y ventas.
Crea el primer vínculo con los clientes.
Promueve la imagen del campamento con el fin de atraer más turistas al mismo.

3. PERFIL DEL CARGO

Nivel de Educación:	Tercer nivel
Áreas de Conocimiento:	Marketing, servicio al cliente, e-commerce
Experiencia laboral requerida:	Marketing, Administración de empresas
Tiempo de experiencia:	Superior a 3 años
Capacitación complementaria:	Liderazgo, procesos, páginas web, planificación estratégica

4. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Coordinar y administrar el área de marketing.
Coordinar y administrar el área de ventas.
Asegurar la satisfacción de hospedaje de los clientes.
Asegurarse que las tarifas aplicadas sean las ofrecidas.
Analiza y elabora paquetes turísticos.
Estudia periódicamente a los servicios sustitutos.
Negocia y realiza alianzas con proveedores.
Realiza convenios con empresas.

Elaborador por:	Revisado por:	Autorizado por:
-----------------	---------------	-----------------

TONSUPA CAMPING BEACH



Descripción de Funciones

1. DATOS BÁSICOS DEL CARGO

Nombre del cargo	GUARDIA
Reporta a:	Coordinador Administrativo
Supervisa a:	-

2. MISIÓN DEL CARGO

Vigilar por la seguridad del campamento.

3. PERFIL DEL CARGO

Nivel de Educación:	Bachillerato
Áreas de Conocimiento:	Seguridad personal
Experiencia laboral requerida:	Empresas de seguridad
Tiempo de experiencia:	Superior a 3 años
Capacitación complementaria:	Servicio al cliente

4. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Dar la primera bienvenida a los clientes.
Controlar el ingreso de personas.
Controlar la seguridad dentro del campamento.
Reportar posibles situaciones de peligro como robos, incendios, inundaciones, entre otras.

Elaborador por:	Revisado por:	Autorizado por:
-----------------	---------------	-----------------

c) Aspectos Laborales

i. Reglamento Interno

El presente reglamento está de acuerdo al formato exhibido por el Ministerio del Trabajo en su página de internet www.relacioneslaborales.gob.ec (ver Anexo No. 12).

Este estará conformado por veinte capítulos (ver Anexo), mismos que contienen:

Capítulo i.- objeto social de la organización y objetivo del reglamento

Capítulo ii.- vigencia, conocimiento, difusión, alcance y ámbito de aplicación

Capítulo iii.- del representante legal

Capítulo iv.- de los trabajadores, selección y contratación de personal

Capítulo v.- de los contratos

Capítulo vi.- jornada de trabajo, asistencia del personal y registro de asistencia

Capítulo vii.- de las vacaciones, licencias, faltas, permisos y justificaciones

Capítulo ix.- de la remuneración y períodos de pago

Capítulo x.- índices mínimos de eficiencia

Capítulo xi.- de las becas, cursos, seminarios, eventos de capacitación y entrenamiento en general

Capítulo xii.- traslados y gastos de viaje

Capítulo xiii.- lugar libre de acoso

Capítulo xiv.- obligaciones, derechos y prohibiciones del trabajador

Capítulo xvi.- de las personas que manejan recursos económicos de la empresa

Capítulo xvii.- del régimen disciplinario

Capítulo xviii.- de la cesación de funciones o terminación de contratos

Capítulo xix.- obligaciones y prohibiciones para la empresa

Capítulo xx.- seguridad e higiene

ii. Contratos Laborales

Los contratos individuales de trabajo que se celebren con la empresa serán a plazo fijo con un periodo de prueba de 90 días. La relación laboral se iniciará en la fecha de celebración del contrato individual de trabajo (ver Anexo No. 12).

Durante el periodo de prueba cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato individual de trabajo sin que esto implique pago de indemnización alguna y sin que sea necesario notificación por escrito según lo estipulado en el Art. 15 del Código de Trabajo.

A continuación un detalle de los contratos laborales que se podrán firmar entre la empresa y los empleados.

De tiempo fijo: Cuando las partes pueden determinar la duración del contrato. La duración mínima de estos contratos es un año. Para dar por terminado el contrato de tiempo fijo, la parte interesada debe avisar por escrito su interés de que el contrato termine, por lo menos un mes antes de la fecha de terminación del contrato original. Sin este aviso, el contrato se prorrogará automáticamente.

De tiempo indefinido: No tienen duración predeterminada por las partes o por la naturaleza de que se trata. La duración mínima de estos contratos es un año, este contrato podrá renovarse cuantas veces sea necesario.

De temporada: Celebrado entre un empleador y un trabajador para que realice trabajos cíclicos o periódicos, en razón de la naturaleza discontinua de sus labores, gozando estos contratos de estabilidad, entendida, como la preferencia a ser llamados a prestar sus servicios en cada temporada que se requieran. Se configurará el despido intempestivo si no lo fuere.

Eventual: Se realiza para satisfacer exigencias circunstanciales, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente, en cuyo caso, en el contrato deberá justificarse la ausencia. También se podrá celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de seis meses.

iii. Seguridad Social

La seguridad social está relacionada con todas las obligaciones que tiene el empleador con sus empleados; y, estos son:

Inscripción del trabajador con relación de dependencia

El empleador está obligado a registrar al trabajador o servidor a través de la página web del IESS mediante el aviso de entrada, desde el primer día de labor, dentro de los quince días siguientes al inicio de la relación laboral o prestación de servicios, según corresponda.

Novedades

El empleador informará a través del sistema de historia laboral (internet) la modificación de sueldos, contingencias de enfermedad, separación del trabajador (aviso de salida) u otra novedad, dentro del término de tres días posteriores a la ocurrencia del hecho.

Pago de aportes

Para el cálculo del aporte de los trabajadores con relación de dependencia, se entiende como materia gravada a todo ingreso regular y susceptible de apreciación pecuniaria percibido por el trabajador, que en

ningún caso será inferior a la establecida por el IESS. El pago se realiza dentro de los 15 días posteriores al mes que corresponda.

Tiempo parcial

El salario base de aportación de los contratados a tiempo parcial, se calcula según los días laborados, en ningún caso es inferior a la parte proporcional del salario básico unificado; sin embargo, para cubrir la prestación de salud por enfermedad y maternidad, con la prima del 4.41% se realizará al menos sobre el salario básico unificado.

Rubros del Salario de aportación

Para el cálculo de las aportaciones y contribuciones del seguro general obligatorio se considera: todo ingreso regular susceptible de apreciación pecuniaria; es decir, todo lo que se entregue al trabajador para libre disponibilidad.

d) Seguridad y Salud Industrial

La Seguridad y Salud en el Trabajo surge como parte de los derechos del trabajo y su protección. Esta existe desde que la ley determinó que “los riesgos del trabajo son de cuenta del empleador” y que hay obligaciones, derechos y deberes que cumplir en cuanto a la prevención de riesgos laborales.

Los capítulos de los que constará este reglamento; y, que se encuentran detallados en el Anexo No. 11 serán:

Capítulo i disposiciones reglamentarias

Capítulo ii del sistema de gestión de seguridad y salud

Capítulo iii de la prevención de riesgos en poblaciones
Capítulo iv de la prevención de riesgos propios de la empresa
Capítulo v de los accidentes mayores
Capítulo vi de la señalización de seguridad
Capítulo vii de la vigilancia de la salud de los trabajadores
Capítulo viii del registro e investigación de accidentes e incidentes
Capítulo ix de la información y capacitación en prevención de riesgos
Capítulo x de los equipos de protección personal artículo 36- equipos de protección y ropa de trabajo
Capítulo xi de la gestión ambiental artículo 37.- gestión
Capítulo xii disposiciones generales o finales

6.5. Plan Estratégico y de Marketing

a) Estrategia General de Marketing

i. Fijación de Precios

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar la política comercial de la empresa; sin embargo, mantener la misma tarifa por algunos años no tendría sentido ya que:

- No compensaría la inflación, así que el poder adquisitivo bajaría.
- El Know How aumenta con el pasar el tiempo.
- Si han hecho bien las cosas, el campamento sería más conocido.

Básicamente se tiene dos estrategias en el momento de determinar el precio de venta de un servicio:

- Vender pocas unidades a un precio alto (diferenciación)
- Vender muchas unidades a un precio bajo (rotación/volumen).

Sin embargo, existe una zona media donde se vende más cantidad de unidades a un precio intermedio. Esta opción es muy buena para

establecer objetivos económicos. Si se pasa de barato tampoco se vendería por percepción de baja calidad en el servicio.

Para establecer el precio del servicio se ha considerado:

- Los precios de los servicios sustitutos.
- La factibilidad de entrar al mercado con una tarifa atractiva.
- Rentabilidad del negocio.

El precio por persona / noche se ha establecido en \$ 15 (según datos obtenidos en el estudio de mercado). Adicionalmente, se estima un consumo de \$10 por personas en el área de bar.

ii. Establecimiento del Mercado Objetivo

El mercado objetivo de este proyecto al que la empresa decidirá captar, satisfacer y/o servir, dirigiendo hacia él su programa de marketing con el fin de obtener una utilidad, está compuesto por hombres y mujeres entre los 20 y 35 años de edad, que gusten realizar actividades turísticas al aire libre, pertenecientes al nivel socio-económico medio-medio y medio-alto.

iii. Valores Agregados del Servicio

El valor agregado es una característica o servicio extra que se le da a un servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor. Es una característica o servicio extra poco común o poco usado por los competidores, y que le da a la empresa o negocio cierta diferenciación. A continuación un detalle de los valores agregados con los que contará el campamento Tonsupa Camping Beach:

- El principal valor agregado será atender los clientes con una sonrisa y escuchar con atención sus sugerencias.

- En el caso de que un grupo de turistas o familia lo requiera, se ofrecerá la realización de dinámicas integradoras de grupo sin costo.
- El común de los campamentos no posee áreas húmedas, en el caso de Tonsupa Camping Beach uno de sus valores agregados es el servicio del hidromasaje.
- Cada cliente recibirá un kit de amenities comprendido por un frasco de shampoo, rinse, jabón y una peinilla.
- Debido a que una de las actividades inherentes del campismo es realizar la preparación de los propios alimentos, el campamento no posee restaurante; sin embargo, se ofrecerá a los clientes el servicio de desayuno, almuerzo o merienda a domicilio en convenio con los restaurantes cercanos.
- El día del cumpleaños, se enviará un correo de felicitación a cada uno de nuestros clientes.
- Servicio de WiFi gratis.
- Dispensador de enjuague bucal en los baños con vasitos desechables.

iv. Estrategias de Promoción y Publicidad

Página Web: Tonsupa Camping Beach contará con una página Web misma que contendrá links para conocer quiénes somos, ubicación, atractivos del campamento, beneficios de la acampada, consejos para principiantes y contáctenos. Adicionalmente, se publicarán promociones de temporada para grupos.

Buzoneo: A través de este soporte publicitario se depositará flyers, volantes o dípticos en los buzones particulares de los domicilios o debajo de las puertas cuando no exista uno. Mediante este sistema se consigue impactar al receptor de la publicidad en su propio domicilio

Facebook y Twitter: Se utilizará esta herramienta para promocionar las instalaciones del campamento a través de grupos de fans.

Convenios: A través del departamento de ventas, se realizarán convenios con colegios, grupos religiosos y empresas para la acampada de grupo en diversas temporadas.

Revistas: Cuando el negocio haya alcanzado un nivel mayor de madurez, se procederá a publicar un anuncio en una de las conocidas revistas del país como lo es la revista Familia del Diario El Comercio.

Ministerio de Turismo: Se aprovechará la oportunidad que ofrece el Ministerios de ofertar los servicios del campamento en su página web y otras instancias como lo son las exposiciones.

Mailing: Mediante esta herramienta se enviará un correo antes de cada temporada promocionando los servicios del campamento.

Rótulos: El campamento se promocionará también a través de su rótulo que estará instalado al ingreso del mismo, otro en la intersección de la carretera principal y la calle de acceso y otro en el acceso a la urbanización.

b) Políticas de Ventas

Se aplicarán las siguientes políticas de ventas:

- Los pagos son en efectivo, depósito en efectivo o transferencia bancaria. No se acepta cheques ni tarjetas de crédito.
- En caso de pagos por depósitos en efectivo se deberá presentar el documento de respaldo original antes del ingreso al campamento.
- El momento en que se confirma el pago la reserva queda confirmada.

- Los pagos son anticipados.
- Los precios no incluyen IVA.
- Una vez realizado el pago no existen devoluciones.
- El precio de la estadía es por persona y por noche.
- Los niños hasta 12 años y mayores de edad desde los 65 años pagan tarifa especial.
- La hora de entrega de la parcela es a las 12 del mediodía, caso contrario se adicionará el 50% del valor diario normal; además, se debe avisar con anticipación a la recepción para el chequeo de la carpa en casa de ser alquilada).
- Tonsupa Camping Beach se reserva el derecho de admisión.
- El horario de atención para reservaciones es de 08:00 a 22:00 de lunes a domingo (incluido feriados).
- Las únicas personas autorizadas a recibir pagos son los dueños del campamento.
- Se aplicarán descuento a grupos de más de 15 personas.
- Si hay disponibilidad, el cliente podrá hacer uso del campamento en el instante que se acerque a las instalaciones previo al pago en efectivo.

c) Políticas de Servicio

- Cuidar del buen funcionamiento del campamento, en especial de que el trato a la clientela por parte del personal sea amable y cortés.
- Llevar el registro de entradas y salidas de los clientes.
- Cerciorarse de la identidad de los clientes exigiendo la exhibición de sus documentos de identidad o pasaportes.
- Proporcionar a los clientes las informaciones que éstos soliciten respecto al funcionamiento del campamento y otras de interés turístico.

- No se admitirá en el campamento a menores de dieciséis años que no estén acompañados por sus padres, profesores o representantes.
- El campamento no se responsabiliza por objetos de valor que sean dejados en las instalaciones.
- El campamento no se responsabiliza por objetos varios olvidados.
- El horario de atención es de 07:00 a 22:00.
- El horario de silencio rige desde la media noche hasta las 07:00 a.m.
- El horario de uso del hidromasaje va desde las 07:00 hasta las 22:00.

Derechos de los clientes:

- Hacer uso de las instalaciones o servicios de acuerdo con el Reglamento Interno aprobado por el Ministerio de Turismo.
- Conocer los precios de los distintos servicios antes de su contratación.
- Recibir comprobantes de los pagos que realicen por los servicios que les sean prestados.
- Exigir el respeto a la intimidad de su morada, prohibiéndose la entrada o permanencia en la misma sin su consentimiento.

Obligaciones de los clientes:

- Someterse a las prescripciones constantes en el Reglamento Interno del Campamento.
- Observar las normas usuales de convivencia, moralidad, decencia y orden público.
- Poner en conocimiento de la Gerencia o administración del campamento los casos de enfermedades infecto contagiosas de que tengan conocimiento.
- Abonar el valor por los servicios prestados.

Actividades no permitidas:

- Encender todo tipo de fuego que no sea el propio para el uso doméstico y, en el caso de que estuviera permitido dentro del reglamento interno, hacerlo fuera de los lugares autorizados para ello.
- Introducir al campamento animales que supongan un peligro o molestia para los clientes.
- Llevar cualquier tipo de armas u objetos que puedan causar accidentes.
- Abandonar residuos o basuras fuera de los recipientes destinados para ello; y, especialmente, arrojarlos a los ríos, pozos, fuentes o vías públicas;
- Introducir en el campamento a personas no alojadas en él sin previa autorización de la administración.
- Tender prendas de vestir en lugares no permitidos.
- Hacer ruidos molestos, provocar altercados y en general cualquier acto que perturbe o incomode a los demás huéspedes.
- Deteriorar los implementos, decoración o bienes del campamento.

d) Propuesta u Oferta de Valor

La propuesta u oferta de valor “un conjunto creíble de las mejores razones para que la gente se fije en nosotros y tome la acción que deseamos”.
(Castellanos, Marcos A. - 2010)

Esta servirá para reforzar el apoyo en la toma de decisión del cliente para escoger el servicio del campamento.

A continuación los factores más importantes en los que se basará la propuesta de valor:

Precio: Debido a la naturaleza del campismo, este permite ofrecer un precio menor por alojamiento que el de los servicios sustitutos. Ofrecer el mismo servicio a un precio menor puede ayudar a alcanzar a públicos que sean muy sensibles al precio.

Novedad: El campamento ofrece una nueva forma de suplir una necesidad que los clientes ya tenían, o una necesidad nueva que ha emergido recientemente y a la que aún no se estaba dando respuesta.

Calidad: Se cuidará de que la calidad del servicio a pesar de ser al aire libre sea percibida como superior, tanto por los acabados, el trato personalizado del servicio, entre otros.

Conveniencia: En el país existen muy pocos campamentos y en Esmeraldas no existe ninguno, por eso el tener un enfoque orientando a ponernos en los zapatos del cliente y tratar de hacerles la vida más fácil a los campistas será un plus para el negocio.

Reducción de costes: El uso de los servicios del campamento supondrá que el cliente ahorre, puesto que ya no incurre en los gastos que tenía antes de utilizarlo.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Para realizar el análisis de los diferentes tipos de impactos, se utilizará una valoración cuantitativa en una escala que va desde -3 hasta 3; así como, una escala cualitativa desde lo indiferente hasta lo alto, de acuerdo al siguiente detalle:

CUADRO No. 84 - TABLA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

VALORACIÓN CUANTITATIVA	VALORACIÓN CUALITATIVA
-3	ALTO NEGATIVO
-2	MEDIO NEGATIVO
-1	BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	BAJO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
3	ALTO POSITIVO

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
AÑO: 2014

Los impacto a analizarse son:

- Social
- Económico
- Ambiental
- Turístico
- Empresarial

En cada área establecida se ha determinado indicadores de impacto a los mismos que se les ha evaluado a lo establecido a un valor numérico de impacto de acuerdo a la escala anterior.

7.1. Impacto Social

Este impacto tiene relación con el cambio que sufrirá la sociedad o comunidad cuando el campamento inicie sus operaciones.

CUADRO No. 85 - MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de fuentes de empleo						x		2
Seguridad laboral							x	3
Participación comunitaria						x		2
Alianzas estratégicas con empresas del sector						x		2
TOTAL								9

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum}{\text{No. Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{9}{4} = 2,3 = 2$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \text{MEDIO POSITIVO}$$

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
AÑO: 2014

Análisis

- Generación de fuentes de empleo: Es uno de los indicadores más importantes porque para que el campamento entre en operaciones requerirá de mano de obra de habitantes de la zona; y, esto no sólo para su operación sino también desde el momento de su construcción y adecuación.
- Seguridad laboral: Su aporte consiste en proveer de un trabajo digno para los colaboradores no sólo económicamente sino también con un trato humanitario y dentro de la ley.

- Participación comunitaria: Porque se considerará la participación de pobladores en la prestación de servicios tales como recolección de desperdicios, tricicleros, mantenimiento, entre otras.
- Alianzas estratégicas con empresas del sector: Se establecerá convenios con restaurantes cercanos para la dotación de alimentos que el campamento no ofrezca.

7.2. Impacto Económico

Esta matriz contiene los indicadores que afectarán la economía local.

CUADRO No. 86 - MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Creación de microempresa							x	3
Rentabilidad del proyecto						x		2
Reducción de costos						x		2
Pago de impuestos							x	3
TOTAL								10

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum}{\text{No. Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{10}{4} = 2,5 = 3$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \text{ALTO POSITIVO}$$

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
AÑO: 2014

Análisis

- Creación de microempresas: La formación de una nueva microempresa fortalece este sector de la economía y motiva a terceros a emprender en nuevos proyectos.

- Rentabilidad del proyecto: Una vez cubierta la deuda con la institución financiera, la utilidad es mucho mayor lo que beneficia no sólo a sus propietarios sino también a sus empleados.
- Reducción de costos: La dinámica del negocio pretende justamente tener una mayor rentabilidad con la reducción de los costos con la modalidad de alojamiento en carpas.
- Pago de impuestos: El campamento realizará su contribución tributaria a tiempo lo que significa ganancias no sólo para el sector turístico sino para el desarrollo de la economía del país.

7.3. Impacto Ambiental

Este impacto hace referencia al afecto positivo o negativo que la acción humana producirá sobre el medio ambiente.

CUADRO No. 87 - MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos					x			1
Contaminación del aire				x				0
Pérdida del ecosistema						x		2
Reducción de escombros en caso de derrocamiento					x			1
Sistema de ambientación artificial				x				0
TOTAL								4

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum}{\text{No. Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{4}{5} = 0,8 = 1$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \text{BAJO POSITIVO}$$

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
AÑO: 2014

Análisis

- Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos: El proyecto pretende generar un impacto mínimo con el manejo adecuado de desechos. Esto se lo realizará mediante la instalación de basureros debidamente identificados para los diferentes tipos de desechos y con advertencias a los clientes sobre el manejo de los mismos.
- Contaminación del aire: Al no poseer maquinaria o equipos que arrojen al aire desechos contaminantes, el campamento no contamina el aire.
- Pérdida del ecosistema: Toda construcción por pequeña que sea produce un impacto en el ecosistema. El campamento por no poseer construcciones de gran dimensión intenta reducir su impacto en este aspecto. Inclusive, se tratará de restablecerlo con la siembra de plantas y árboles propios de la zona.
- Reducción de escombros en caso de derrocamiento: Muy pocos proyectos en el país miden este impacto. El campamento, en caso de ser derrocado, la emisión de escombros estará muy por debajo de la media de las construcciones tradicionales.
- Sistema de ambientación artificial: Al ser un tipo de alojamiento al aire libre no es necesario la instalación de equipos de aire acondicionado que contaminan a mediano y largo plazo el ambiente.

7.4. Impacto Turístico

El impacto turístico mide los indicadores que afectarán al sector turístico del sector.

CUADRO No. 88 - MATRIZ DE IMPACTO TURÍSTICO

INDICADORES	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Servicio de hospedaje innovador							x	3
Atención al cliente							x	3
Aumento de turistas en la zona							x	3
Precio					x			1
TOTAL								10

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum}{\text{No. Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{10}{4} = 2,5 = 3$$

Nivel de Impacto General = ALTO POSITIVO

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
AÑO: 2014

Análisis

- Servicio de hospedaje innovador: El enfoque de este proyecto es justamente el de ofrecer a los turistas una modalidad de hospedaje no explotada en nuestro país y con grandes beneficios para sus usuarios ya que permite una experiencia integral en sus participantes.
- Atención al cliente: Una de las características del negocio y por el cual se pretende atraer a los turistas es el alto nivel de calidad de se mantendrá en todos sus procesos, en especial en el de atención a los visitantes.
- Aumento de turistas en la zona: Con la inicio de este negocio se presente atender a toda la demanda insatisfecha del sector porque un servicio diferente llama la atención de los turistas y en especial de los que gustan del campismo.

- Precio: Gracias a que la inversión y los costos son relativamente bajos al de un servicio sustituto, es posible ofrecer tarifas inferiores a la competencia.

7.5. Impacto Empresarial

Este indicador medirá el impacto que generará el proyecto a nivel de empresa.

CUADRO No. 89 - MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ética							x	3
Proyecto emprendedor							x	3
Capacidad de negociación						x		2
Racionalización de los recursos materiales, humanos y tecnológicos							x	3
TOTAL								11

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum}{\text{No. Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{11}{4} = 2,8 = 3$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \text{ALTO POSITIVO}$$

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
AÑO: 2014

Análisis

- Ética: Con la aplicación de sus políticas tanto internas como por las dispuestas en la Ley de Turismo, principios y valores serán aplicados cuidadosamente. La ética, como conjunto de valores, normas y principios será de suma importancia para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad.

- Proyecto emprendedor: Desarrollar una actitud creativa, emprendedora y solidaria en los emprendedores y en los que aún no saben que lo son.
- Capacidad de negociación: Dentro de la organización se pretender alcanzar altos niveles de negociación tanto con proveedores como con clientes para obtener una relación ganar-ganar.
- Racionalización de recursos materiales, humanos y tecnológicos: El campismo pretende cuidar de todos los recursos al máximo para que su impacto no sólo a nivel de la naturaleza sino también puertas adentro sea el mínimo y genere rentabilidad.

7.6. Impactos Generales

A continuación un resumen de los impactos que genera el proyecto.

CUADRO No. 90 - MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES

INDICADORES	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Social						x		2
Impacto Económico							x	3
Impacto Ambiental					x			1
Impacto Turístico							x	3
Impacto Empresarial							x	3
TOTAL								12

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\Sigma}{\text{No. Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{12}{5} = 2,4 = 2$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \text{MEDIO POSITIVO}$$

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Análisis

De acuerdo al análisis realizado en cada uno de los impactos, se concluye que el impacto en general de campamento es medio positivo lo que demuestra que su modalidad es factible para ser implementada.

Como todo proyecto, existen impactos positivos y negativos. En este proyecto se ha podido apreciar que sus impactos son favorables para las distintas ramas analizadas; sin embargo, no hay que perder de vista que estos se mantengan en los niveles óptimos para bien de la sociedad y del negocio en sí.

CONCLUSIONES

- Del diagnóstico situacional se puede manifestar que Tonsupa a pesar de ser una parroquia pequeña, goza de condiciones óptimas para el desarrollo de este proyecto no sólo por su clima sino también por su flora, fauna y actividades recreativas de las que los turistas pueden disfrutar en cada temporada. Adicionalmente, gracias a la gestión que lleva actualmente el Gobierno tanto en temas turísticos como económicos, la implementación del presente estudio es favorable.
- El desarrollo de un marco teórico permitió clarificar los conceptos utilizados a lo largo de este estudio, ayudando a la comprensión y análisis de los mismos en cada capítulo.
- El estudio de mercado permitió comprobar que a pesar de ser un tipo de hospedaje no tradicional, su porcentaje de aceptación es del 59%. Se pudo comprobar que en ningún lugar de la provincia de Esmeraldas existe un establecimiento de acampada. Adicionalmente, se pudo sondear el comportamiento y preferencias de los turistas.
- El estudio técnico o ingeniería del proyecto permitió describir las características e infraestructura del campamento misma que contará con un aforo de 37 personas hospedadas en carpas desde dos hasta seis personas. También, se determinó su macro y micro localización. El diagrama de flujo de las actividades permitió tener un panorama mucho más claro sobre la secuencia de procedimientos para ofrecer un mejor servicio. Adicionalmente, se detalló todas las cifras de su inversión inicial así como costos, gastos y capital de trabajo necesario.

- Del estudio financiero se determinó que la inversión óptima para la ejecución del proyecto es de \$62.646.42 misma que deberá ser sustentando con financiamiento de una entidad financiera en un 37.46% y la diferencia del 62.54% con capital propio, misma que se espera recuperar en el lapso de 4 años y 3 meses. La operatividad del campamento está enmarcada por un valor actual neto positivo de \$11.226.37; una tasa interna de retorno del 16.97%, y el costo beneficio de 1.72, lo que significa que si es factible su creación.
- En el capítulo de la propuesta administrativa, se determinó los parámetros bajo los cuales se encontrará regido este campamento; así como, el personal necesario para su correcto manejo y funcionamiento. Se determinó que el precio por personas deberá ser de \$15, el mercado objetivo son hombre y mujeres entre los 20 y 35 años de edad y que pertenezcan al nivel socio-económico medio-medio y medio-alto. Además, se escogieron estrategias de promoción y publicidad que no representen costos altos y cuya aplicación sea efectiva tales como tener página web, realizar campañas de buzoneo, utilizar herramientas actuales como Facebook y Twiter, entre otras.
- La evaluación de impactos dio como resultado un impacto en general medio positivo, lo que significa que la operación del campamento provocará más situaciones favorables que desfavorables no sólo para el proyecto como tal sino para su entorno.

RECOMENDACIONES

- Gracias a la biodiversidad y a los múltiples atractivos turísticos de la que goza Esmeraldas, estos deben ser aprovechados al máximo para la promoción del campamento.
- Como todo proyecto emprendedor, es recomendable tener cuidado con la asignación de rubros de gastos ya que estos afectarán directamente a la rentabilidad, en especial los gastos administrativos; y, si estos son excesivos, el tiempo de recuperación de la inversión tomará más tiempo de lo previsto.
- En la zona a ejecutarse el proyecto existe una gran oferta de servicios sustitutos pero ninguno con las características planteadas en este estudio lo que significa una ventaja para posicionarse en el mercado; sin embargo, nunca se debe dejar de lado el mantener altos estándares de calidad en la ejecución de cada proceso y ofreciendo calidez en el servicio.
- Es importante regirse a las políticas establecidas para la operación del campamento con el fin de evitar contratiempos en el transcurso de los procesos. Adicionalmente, estas se deben revisar periódicamente para evitar tener documentos obsoletos.
- Se recomienda no perder de vista que los clientes potenciales no sólo están conformados por turistas nacionales sino también por

extranjeros quienes pueden aportar con mayores ingresos al campamento.

- Mantener una continua observación de los servicios sustitutos así como de nuevos negocios similares a la naturaleza del campismo será importante para poder actuar proactivamente en el mejoramiento del servicio y no perder mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Amat, Orio y Chías, Josep (2008). *Emprender con éxito*. Barcelona-España: Ediciones Gestión. Primera edición.
- Bernal, César Augusto (2010). *Metodología de la Investigación Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan-México. Pearson. Segunda Edición.
- Burbano, Jorge y Ortiz, Alberto (2008). *Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos*. Bogotá: Mc Graw Hill. Segunda Edición.
- Castañeda N., Luis H. (2011). *Campamentos*. Colombia: Kinesis.
- Churchill, Gilbert (2012). *Investigación de mercados*. México D.F.-México: Thomson, Cuarta Edición.
- Evans, James y Lindsay, William (2011). *Administración y Control de la Calidad*. México: Thomson. Sexta edición.
- García, Enrique y Garza, Ricardo (2009). *Formación de emprendedores*. México: Compañía Editorial Continental. Primera edición.
- García, Mari Paz y Martínez, Pilar (2012). *Guía Práctica para la realización de trabajos de fin de grado y trabajo de fin de Máster*. Murcia-España, Editum. Primera Edición.
- Lamb, Charles y Hair, Joseph (2012). *Marketing*. México: Thompson. Sexta edición.
- McEachern, William (2009). *Macroeconomía – Una introducción contemporánea*. México. Thomson. Sexta edición.
- Océano, Editorial de México, S.A. (2011). *Océano Práctico Diccionario de la Lengua Española*. México: Editorial Océano.
- Palepu, Krishna y Healy, Paul (2010). *Análisis y valuación de Negocios mediante estados financieros*. México: Thomson. Segunda edición.
- Salas, Marcelo (2012). *Material académico módulo Evaluación de Proyectos*. Ecuador.

- Welsch, Glenn (2010). *Presupuestos – Planificación y Control*. México: Pearson. Sexta edición.

FUENTES LEGALES

- Constitución Ecuatoriana (2008). *Ley de Turismo - Ley No. 2002-97*. Ecuador.

LINKOGRAFÍA

- Chemes, Santiago (2010). *Significado de Visión, Misión, Objetivos, Metas, Estrategias y Tácticas*, Argentina: www.pnlpalermo.com.ar
- Fuente, Wilson (2008). *Técnicas de Investigación*. Argentina: <http://www.rppnet.com.ar>.
- <http://www.eco-finanzas.com/diccionario>
- Jacob Wandt, y Bjørnsbo, Anders (2008). *Definición de empresa: España*: www.e-conomic.es.
- Santacruz, Javir (2013). *Definición de la inflación según las escuelas económicas*. España: <http://www.oroynfinanzas.com.es>.
- Servicio de Rentas Internas, S.R.I. (2014). *¿Qué son la PYMES?*, Ecuador: <http://www.sri.gob.ec/de/32>
- Universidad Nacional Autónoma de México (2008). *Definición de Políticas*, México: (<http://info4.juridicas.unam.mx>)
- Varios autores (2011). *Tasas de interés*. México: http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm.
- Zopounidis y Pardalos, J. (2010). *Riesgo País*. España: <http://www.idec.upf.edu/>

ANEXOS

ANEXO 1
DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
ENCUESTA

Gracias por dedicar su tiempo para contestar esta encuesta. Tiempo estimado: 2 minutos.

Género: Masculino Femenino:

Edad: _____

Rango de Ingresos:

De 300 a 500 De 501 a 700 De 701 a 900 De 901 a 1100 Más de 1101

1. Elija las playas del Ecuador de su preferencia

Tonsupa Atacames Pedernales Bahía de Caráquez Manta Salinas
 Otra _____

2. ¿Cuántas veces al año viaja a la playa?

1 vez al año 2 veces al año 3 o más veces al año
 1 vez cada dos años

3. ¿Cuánto tiempo permanece alojado en la playa?

1 noche 2 noches 3 noches 4 noches 5 o más noches

4. ¿En qué temporada o temporadas prefiere viajar?

Vacaciones Finados Navidad Fin de Año Carnaval
 Semana Santa Fuera de Temporada

5. ¿Con cuántas personas (incluida usted) sale generalmente de vacaciones a la playa?

1 persona 2 - 3 personas 4 - 5 personas 6 o más personas

6. ¿Le gustaría acceder a un alojamiento tipo camping?

(pernoctar en una carpa, realizar fogatas y actividades al aire libre)

Si No

7. A su criterio, ¿con qué servicios debería contar el alojamiento tipo camping?

8. ¿Cuánto pagaría por un servicio de este tipo? El precio es por persona y por noche

\$5 - \$10 \$11 - \$15 \$16 - \$20 \$21 - \$30

9. ¿Cuántas veces al año se hospedaría en el campamento?

1 vez al año 2 veces al año 3 o más veces al año
 1 vez cada dos años

ELABORADO POR: AUTORA

AÑO: 2014

ANEXO 2
DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Qué le motivó a crear un campamento?
2. ¿Cuántos años de trayectoria tiene el campamento?
3. ¿Aparte de las parcelas para acampar, qué otros servicios ofrece?
4. ¿A qué segmento de mercado está dirigido su negocio?
5. ¿Cómo está organizado el campamento en lo referente a áreas, el personal y las funciones que desempeñan?
6. ¿Cómo establece la tabla de precios?
7. ¿Cuál es su percepción del turismo de acampada tanto a nivel nacional como local?
8. ¿Existen cerca otros establecimientos que ofrezcan el mismo servicio?
9. ¿Cómo promociona su establecimiento?
10. ¿Qué tipo de turistas son los que más visitan el campamento: nacionales o extranjeros?
11. ¿En qué temporadas del año existe mayor afluencia de turistas y en qué cantidad llegan?
12. ¿Cuál es el tiempo promedio de estadía de los turistas?
13. ¿Cómo financió la implementación de su negocio?

ANEXO 3
DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN

FECHA:	LOCALIDAD:			
ÁREA:				
NRO:	1	2	3	4
DESCRIPCIÓN:				
ACTIVOS / BIENES				
PROCESOS				
NOVEDADES				
ELABORADO:	TOTAL:			

FUENTE: DR. VINICIO SARAUZ
AÑO: 2014

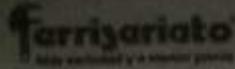
ANEXO 4

ATRATIVOS TURÍSTICOS CERCANOS A TONSUPA

FOTO	ATRATIVO	DESCRIPCIÓN
	Playa de Atacames	Ubicado a 10 minutos de la parroquia de Tonsupa, su atractivo turístico además de sus playas se debe a la naturaleza exuberante y sus manglares, se añade la gastronomía, en donde se puede disfrutar los más exquisitos que conjugan la arquitectura moderna con las rudimentarias y fascinantes aplicaciones del manglar en la decoración, los más conocidos y atractivos “parasoles” en donde se pueden tomar cócteles exquisitos como son las “caipiriñas”
	Playa de Same	Esta playa está ubicada a 12 kilómetros de Tonsupa, es un pequeño pueblo de pescadores. Sus aguas son muy tranquilas. La playa es como una gran piscina que permite a los turistas bañarse, nadar y disfrutar de la tranquilidad del mar.
	Playa de Súa	Es el primero de los balnearios de la provincia conocido por turistas en el país. La tranquilidad de sus aguas, el acogedor paisaje, su exuberante flora y fauna muy propia de las Galápagos, son algunas de sus características más sobresalientes.
	Música Afroesmeraldeña	Una de las manifestaciones culturales más vistosas y apreciadas por las comunidades del lugar es la interpretación de la "Marimba Esmeraldeña". Constituye un magnífico espectáculo de ritmo, música, seducción y colorido. Durante el Carnaval, se realiza el festival internacional de marimbas con representantes de los países vecinos.
	Avistamiento de Ballenas	La playa Estero de Plátano es el lugar ideal para observar el ritual y jugueteo de las ballenas jorobadas que llegan en época de apareamiento, sin necesidad de adentrarse demasiado al mar. Está ubicado en el cantón Muisne.

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: VIAJANDO POR ECUADOR – <http://www.viajandox.com>



RUC: 000348841001
 Dirección: Av. General Bumbalaco junto al ESPE, parroquia San Rafael, Centro Comercial San Luis
 Teléfono: 009388 - 201 - 132

PROFORMA 001-005-157814
 Cliente: Cristina Pinto
 Dirección: El Inca
 Teléfono: 2416488
 Fecha: oct-14

COD	CANTD.	DETALLE	CANT	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
050-10-45	1	BOMBA PARA CISTERNA - Agnus	1	\$ 157,14	\$ 157,14
000-SA-048	1	HOTIQUIN	1	\$ 13,99	\$ 13,99
0A1-000-120	4	DISPENSADORES DE PAPEL HIGIENICO JUM	4	\$ 14,29	\$ 57,14
0A1-000-132	4	DISPENSADORES DE JABON LIQUIDO	4	\$ 14,29	\$ 57,14
0A1-000-190	2	DISPENSADORES DE PAPEL TOALLA	2	\$ 14,29	\$ 28,57
003-050-132	1	JABON (GALON)	1	\$ 14,29	\$ 14,29
050-050-456	1	DESINFECTANTE (GALON)	1	\$ 4,91	\$ 4,91
A001-456-015	1	CLORO (GALON)	1	\$ 8,94	\$ 8,94
A002-456-A104	1	SPRAY PARA MOSCAS Y BICHOS	1	\$ 0,89	\$ 0,89
0A1-020-1005	1	PAPEL HIGIENICO RUPPO	1	\$ 3,13	\$ 3,13
0A1-052-184	1	PAPEL TOALLA	1	\$ 3,13	\$ 3,13
SA-509-D451-56	1	DESTAPA CAMERIAS	1	\$ 0,89	\$ 0,89
				SUBTOTAL	\$ 548,63
				IVA	\$ 65,88
				TOTAL	\$ 614,51

VALIDEZ: 8 días

Elaborado por: Daniel Moya

M M MUEBLES PARA OFICINA

AV. AMÉRICA N17-111 Y BOGOTÁ

Tel: 2238511

Cliente:
Cristina Pinto

Proforma
45879

Vigencia:
15 días

Centro Presupuesto:
Gh38

Fecha:
oct-14

CONCEPTO	CANT	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio 2 cajones y teclado	1	\$ 133,93	\$ 133,93
Silla secretaria	1	\$ 40,18	\$ 40,18
Archivador 3	1	\$ 89,29	\$ 89,29
		SUB-TOTAL	\$ 263,40
		12% I.V.A.	\$ 31,61
		TOTAL	\$ 295,01

Observaciones:

La entrega a domicilio u oficina tendrá un recargo de \$15 dentro de la ciudad y de \$25 fuera.

Proformado por:

Karina Morales

ANEXO 6
INFORMACIÓN PARA PRÉSTAMOS DE LA CORPORACIÓN
FINANCIERA NACIONAL - C.F.N.

ACTIVIDADES FINANCIABLES DE LA CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME

CIU	ACTIVIDADES	OBSERVACIÓN
A	• Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	• Se excluye caza
B	• Pesca	
C	• Explotación Minas y Canteras	• Anexo*
D	• Industria Manufacturera	• Anexo*
E	• Suministro de Electricidad, Gas y Agua	• Anexo*
F	• Construcción para la venta	• Anexo* Con excepción vivienda
G	• Comercio al por mayor y por menor. Reparación de Vehículos Automotores, Motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.	• Anexo*
H	• Hoteles y Restaurantes	• Con calificación mínima de segunda categoría*
I	• Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	• Anexo*
K	• Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	• Anexo*
N	• Servicios sociales y de salud	• Anexo*
O	• Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	• Anexo*

Beneficiario y Destino

BENEFICIARIO

- Personas naturales.
- Personas Jurídicas, privada, mixta o pública; bajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con fines de lucro y personería jurídica.

DESTINO

- Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.
- Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.

► Condiciones del Crédito

MONTO

- Desde USD 50.000 a nivel nacional.
- Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)
- Hasta el 70%; para proyectos nuevos.
- Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.
- Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.

PLAZO

- **Activo Fijo:** hasta 10 años.
- **Capital de Trabajo:** hasta 3 años.

PERÍODO DE GRACIA

- Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado. .

TASAS DE INTERÉS

- PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,5%
- SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 10%
- SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% - hasta 9,08%

► Requisitos

- Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.
- Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

► Garantía y Desembolsos

GARANTÍA

- Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la **Corporación Financiera Nacional**. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.
- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

DESEMBOLSOS

- De acuerdo a cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.

FUENTE: CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

AÑO: 2014

ANEXO 7

LEYES DE TURISMO – DE LO RELATIVO A CAMPAMENTOS

Capítulo II

DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.- Las normas técnicas y reglamentos especiales por actividad y por modalidad que se han determinado en este reglamento con el objeto de regular la actividad turística a nivel nacional será formulada, consultada y expedida, por el Ministerio de Turismo, a través de acuerdo ministerial, en un plazo no mayor a 24 meses, contados a partir de la publicación de este reglamento general, en el Registro Oficial.

Segunda.- (Reformado por la Disposición Cuarta, Art. 1, D.E. 355, R.O. 77, 8-VIII-2005).- Mientras se expiden los reglamentos especiales y normas técnicas referidas en la disposición transitoria primera de este reglamento, se utilizará para todos los efectos legales consiguientes, la siguiente tipología de las actividades turísticas:

ACTIVIDAD: ALOJAMIENTO

CLASE: EXTRAHOTELEROS O NO HOTELEROS

SUBTIPO:

- a.2.1 Apartamentos turísticos
- a.2.2 Campamentos de turismo - camping
- a.2.3 Ciudades vacacionales

Título I

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Capítulo I

DE LOS ALOJAMIENTOS

Sección 1

DISPOSICIONES GENERALES

Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Sección 8

CAMPAMENTOS DE TURISMO

Art. 35.- Campamentos de turismo o camping.- Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.

No se someterán a las normas de este reglamento los campamentos de turismo instalados por corporaciones privadas, por instituciones del Estado, o por entidades de derecho privado que los destinen para uso exclusivo de sus miembros o asociados y que no persigan fines de lucro. Estos campamentos estarán obligados únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características.

Art. 36.- Campamentos de tres estrellas.- Los campamentos de tres estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) De prestación de asistencia médica. Este servicio, de ser utilizado, será con cargo al cliente, debiendo existir en todo caso el servicio permanente de un enfermero titulado y botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato en cabina aislada;
- d) De lavandería, administrado directamente por el alojamiento;
- e) De vigilancia diurna y nocturna;
- f) De recolección de basura, dos veces al día;
- g) De custodia de valores en caja fuerte;
- h) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; e,
- i) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un administrador o administrador, un recepcionista con conocimientos del idioma inglés, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento, y personal encargado del mantenimiento y limpieza. Todo el personal, excepto el administrador o administrador (sic), deberá estar debidamente uniformado.

Art. 37.- Campamentos de dos estrellas.- Los campamentos de dos estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas.

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) Botiquín de primeros auxilios y prestación de asistencia médica. El servicio de asistencia médica, de ser utilizado, será con cargo al cliente;
- c) Telefónico, con algún aparato en cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;
- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal encargado de la limpieza y mantenimiento. Todo el personal llevará su correspondiente distintivo.

Art. 38.- Campamentos de una estrella.- Los campamentos de una estrella deberán

reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) De asistencia médica con cargo al cliente, debiendo existir un botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato con cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;
- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recepción y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal de mantenimiento y limpieza. Todo el personal deberá llevar el correspondiente distintivo.

Art. 39.- Temporada de funcionamiento de los campamentos de turismo.- Los campamentos de turismo deberán permanecer abiertos durante toda la temporada de funcionamiento, constante en la Licencia Anual de Funcionamiento.

Cualquier ampliación o reducción de la temporada deberá ser previamente aprobada por el Ministerio de Turismo.

Art. 40.- Informaciones para los campistas.- En la oficina de la recepción o en las proximidades de la entrada al campamento, y siempre en lugar que haga posible su lectura sin dificultad, figurarán, además de las informaciones que se juzguen de interés para los campistas, los siguientes datos y documentos:

- a) Nombre y categoría del campamento;
- b) Temporada de funcionamiento;
- c) Lista oficial de precios;
- d) Cuadro de horarios en el que se especificará el de "silencio" o descanso nocturno y los de utilización de los diferentes servicios;
- e) Plano del campamento, en el que con toda precisión se indicará la situación de todas las instalaciones y servicios, los espacios libres y las superficies destinadas a zona para acampar;
- f) Indicación de que existe a disposición de los clientes un libro oficial de reclamaciones y ejemplares de las disposiciones reglamentarias; y,
- g) Reglamento de régimen interno.

Los citados documentos y datos deberán estar redactados en español e inglés, pudiendo emplearse signos convencionales de uso internacional.

Art. 41.- Precios en los campamentos de turismo.- Los precios en los campamentos de turismo se cobrarán por días vencidos, teniendo en cuenta el número de noches y entendiéndose que el último día de salida termina a las catorce horas. Para el cobro de los valores correspondientes se tomarán en cuenta los siguientes conceptos:

- a) Por estadía de cada persona, en cuyo concepto estará comprendido el uso de las instalaciones comunes del campamento. Los niños hasta cuatro años de edad no pagarán por este concepto;

- b) Por carpa individual;
- c) Por carpa familiar, considerándose como tal la que tuviere capacidad para dos o más personas;
- d) Por automóviles;
- e) Por remolques;
- f) Por coche cama;
- g) Por autocares; y,
- h) Otros aprobados por el Ministerio de Turismo.

Art. 42.- Obligaciones de los administradores de los campamentos.- Los administradores de los campamentos tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cuidar del buen funcionamiento del campamento, en especial de que el trato a la clientela por parte del personal sea amable y cortés;
- b) Dar cumplimiento a lo dispuesto en el presente reglamento sobre admisión o expulsión de los clientes;
- c) Comunicar a la autoridad competente o a sus agentes cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o duda sobre la identidad de los clientes; y,
- d) Dar cuenta a la autoridad sanitaria de los casos de enfermedades infecto contagiosas de que tengan conocimiento.

En aquellos campamentos en los que no exista administrador, el cumplimiento de las obligaciones a las que se refiere este artículo estará a cargo de la persona que administre el establecimiento, sea o no su propietaria.

Art. 43.- Obligaciones de los recepcionistas de los campamentos de turismo.- Los recepcionistas de los campamentos de turismo deberán:

- a) Llevar el registro de entradas y salidas de los clientes y extender las oportunas tarjetas de registro a que se refiere el presente reglamento;
- b) Cerciorarse de la identidad de los clientes exigiendo la exhibición de sus documentos de identidad o pasaportes;
- c) Proporcionar a los clientes las informaciones que éstos soliciten respecto al funcionamiento del campamento y otras de interés turístico; y,
- d) Recibir, guardar y entregar la correspondencia de los clientes.

Art. 44.- Obligaciones de los guardianes de los campamentos de turismo.-

Corresponderá a los guardianes de los campamentos de turismo:

- a) Custodiar el campamento;
- b) Cuidar el buen orden, funcionamiento y cumplimiento por parte de los clientes del Reglamento de Régimen Interno del Campamento;
- c) Reconocer el terreno desalojado por los clientes para comprobar el estado en que se encuentra y recoger, si fuere del caso, los objetos que hubieren sido extraviados; y,
- d) Las demás funciones que le sean encomendadas por la administración del campamento.

Art. 45.- Normas sobre admisión y expulsión de usuarios.- Conforme a lo dispuesto en el presente reglamento, los campamentos de turismo estarán abiertos al público en general. Sin embargo, sus administradores no admitirán o podrán expulsar de los mismos, con el auxilio de los agentes de la fuerza pública, si fuera preciso, a quienes incumplan las

normas de convivencia, moralidad o decencia, o entren al campamento con fin distinto al de realizar la actividad propia del mismo.

Tampoco se admitirán en los campamentos a menores de dieciséis años que no estén acompañados por sus padres, profesores o representantes.

Art. 46.- Plazas de libre disposición.- Los campamentos de turismo no podrán reservar anticipadamente la totalidad de sus plazas, debiendo tener a libre disposición de los clientes al menos un diez por ciento de las mismas.

Art. 47.- Derechos de los clientes.- A los clientes de los campamentos de turismo se les reconocerá los siguientes derechos:

- a) Hacer uso de las instalaciones o servicios de acuerdo con el Reglamento Interno aprobado por el Ministerio de Turismo;
- b) Conocer los precios de los distintos servicios antes de su contratación;
- c) Recibir comprobantes de los pagos que realicen por los servicios que les sean prestados; y,
- d) Exigir el respeto a la intimidad de su morada, prohibiéndose la entrada o permanencia en la misma sin su consentimiento.

Art. 48.- Obligaciones de los clientes.- Quienes utilicen los campamentos de turismo deberán:

- a) Someterse a las prescripciones constantes en el Reglamento Interno del Campamento;
- b) Observar las normas usuales de convivencia, moralidad, decencia y orden público;
- c) Poner en conocimiento de la Gerencia o administración del campamento los casos de enfermedades infecto contagiosas de que tengan conocimiento; y,
- d) Abonar el valor por los servicios prestados.

Art. 49.- Actividades no permitidas.- Los usuarios de los campamentos de turismo podrán:

- a) Perturbar el silencio o descanso de los demás campistas, entre las veinte y las ocho horas;
- b) Encender todo tipo de fuego que no sea el propio para el uso doméstico y, en el caso de que estuviera permitido dentro del reglamento interno, hacerlo fuera de los lugares autorizados para ello;
- c) Introducir al campamento animales que supongan un peligro o molestia para los clientes;
- d) Llevar cualquier tipo de armas u objetos que puedan causar accidentes;
- e) Abandonar residuos o basuras fuera de los recipientes destinados para ello y, especialmente, arrojarlos a los ríos, pozos, fuentes o vías públicas;
- f) Introducir en el campamento a personas no alojadas en él sin previa autorización de la administración; y,
- g) Tender prendas de vestir en lugares no permitidos.

El campista que contraviniera alguna de estas disposiciones podrá ser expulsado del campamento.

ANEXO 8

CALENDARIO DE FERIADOS

AÑO	AÑO NUEVO	CARNAVAL	VIERNES SANTO	1 DE MAYO (DÍA DEL TRABAJO)	24 DE MAYO (BATALLA DE PICHINCHA)	10 DE AGOSTO (1ER GRITO INDEPENDENCIA)	9 OCT (IND. GUAYAQUIL)	2 Y 3 NOVIEMBRE (DÍA DE LOS DIFUNTOS E IND. CUENCA)	NAVIDAD	FIN DE AÑO	TOTAL DÍAS DE FERIADOS	AÑO ATÍPICO	VERANO	TOTAL DÍAS DE FERIADOS + VERANO
2009	JUE 1 ENE 4	LUN 23 Y MAR 24 FEB 4	VIE 10 ABR 3	VIE 1 MAY 3	DOM 24 MAY 0	LUN 10 AGO 3	VIE 9 OCT 3	LUN 2 Y MAR 3 NOV 4	VIE 25 DIC 4	JUE 31 DIC 1	29	SI 17	JUL - AGO 62	79
2010	VIE 1 ENE 3	LUN 15 Y MAR 16 4	VIE 2 ABR 3	SAB 1 MAY 0	LUN 24 MAY => VIE 28 MAY 3	MAR 10 AGO => VIE 13 AGO 3	SAB 9 OCT 0	MAR 2 Y MIE 3 NOV 0	SAB 25 DIC 0	VIE 31 DIC 1	17		JUL - AGO 62	79
2011	SAB 1 ENE 2	LUN 7 Y MAR 8 MAR 4	VIE 22 ABR 3	DOM 1 MAY 0	MAR 24 MAY => VIE 27 MAY 3	MIE 10 AGO => VIE 12 AGO 3	DOM 9 OCT 0	MIE 2 Y JUE 3 NOV 0	DOM 25 DIC 0	SAB 31 DIC 1	16		JUL - AGO 62	78
2012	DOM 1 ENE => HASTA LUN 2 ENE 2	LUN 20 Y MAR 21 FEB 4	SAB 7 ABR 3	MAR 1 MAY 0	JUE 24 MAY => VIE 25 MAY 3	VIE 10 AGO 3	MAR 9 OCT => VIE 12 OCT 3	VIE 2 Y SAB 3 NOV 3	MAR 25 DIC (INCLUYE LUN 24 DIC) 4	LUN 31 DIC 3	28	SI 17	JUL - AGO 62	79
2013	MAR 1 ENE 1	LUN 11 Y MAR 12 FEB 4	VIE 29 MAR 3	MIE 1 MAY 0	VIE 24 MAY 3	SAB 10 AGO 0	MIE 9 OCT => VIE 11 OCT 3	SAB 2 Y DOM 3 NOV 0	MI 25 DIC 0	MAR 31 DIC 1	15		JUL - AGO 62	77
2014	MIE 1 ENE 1	LUN 3 Y MAR 4 MAR 4	VIE 18 ABR 3	JUE 1 MAY 0	SAB 24 MAY 0	DOM 10 AGO 0	JUE 9 OCT => VIE 10 OCT 3	DOM 2 Y LUN 3 NOV 3	JUE 25 DIC (ONCLUYE VIE 26 DIC) 4	MIE 31 DIC 1	19		JUL - AGO 62	81

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: VARIAS FUENTES

ANEXO 9
EL COMERCIO – NOTICIAS VARIAS SOBRE AFLUENCIA DE
TURISTA A TONSUPA

Largas colas de viajeros hubo ayer en las terminales terrestres de Quito



ESMERALDAS

La mayoría de turistas arribó después del mediodía

Los turistas llegaron ayer a las playas de la provincia de Esmeraldas pasado el mediodía. La gran cantidad de vehículos en el ingreso del balneario de Atacames hizo que el tránsito colapsara. La Policía montó un operativo para facilitar la circulación y colocó una mesa de información en el sector La Pradera. Ahí había también una ambulancia y una motobomba. Según la Cámara de Turismo, unas 6 000 personas llegaron hasta las 16:00 a los balnearios de Tonsupa, Esmeraldas y Atacames. Aunque se esperaba que en el primer día del feriado llegaran unos 10 000 turistas y que hasta el sábado arribaran 40 000 personas. En las oficinas de las dos operadoras de transporte interprovincial, Costeñita y Del Pacífico, que cubren la ruta Esmeraldas-Atacames-Muisne, se observó largas filas de pasajeros, pero la mayoría era de la provincia.

FUENTE: EL COMERCIO

AÑO: 3 NOV 2011

En Esmeraldas el Carnaval empezó con un reinado

· 1 de March de 2014 17:05

La mañana y tarde de este sábado 1 de marzo del 2014 fue soleada en la provincia de Esmeraldas, en el norte de la costa ecuatoriana. El calor es intenso y favorable para disfrutar del primer día del feriado de Carnaval.

El Municipio preparó una agenda de festejos cuya programación incluye certámenes de belleza y actos deportivos, artísticos y culturales.

La elección y proclamación de la señora y señorita **Carnaval 2014**, que se realizó en la plaza cívica Nelson Estupiñán Bass, abrió el telón de las fiestas. De entre las cuatro candidatas a señora Carnaval el jurado escogió Dorisney Gómez.

Por las señoritas, la más destacada de las ocho participantes fue **Geanela Rivas**. Ambas recibieron como premio dinero en efectivo. Otro de los atractivos para el feriado será el **XIII Festival de Música y Danza Afro** que arranca hoy y se extiende hasta el martes 4 de marzo. Hay 24 grupos inscritos de Ecuador, Perú, Jamaica, África, México, Argentina y Colombia.

En el balneario de **Las Palmas** se ha instalado una tarima para la presentación de los grupos. La premiación será en barrio Caliente, uno de los emblemáticos de la ciudad, el 4 de marzo.

El alcalde, **Ernesto Estupiñán** hizo una invitación para que los turistas participen de las fiestas. Hasta la tarde por las vías de acceso a la provincia había una fuerte congestión vehicular. La mayoría de carros se dirigían a los balnearios del sur de la provincia, como **Tonsupa, Atacames, Súa y Monpiche**.

La **Dirección Provincial de Turismo** informó que para los cuatro días del feriado se espera la llegada de 30 000 turistas nacionales y extranjeros.

TAGS : ESMERALDAS · CARNAVAL 2014

FUENTE: EL COMERCIO

AÑO: 1 MAR 2014

ANEXO 10
CATASTRO CONSOLIDADO NACIONAL

No	NOMBRE	DIRECCION	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	CATEGORÍA	PLZ	HAB
1	CASAS DEL MAR AZUL	ENTRADA DEL CLUB DEL PACIFICO	APART. TURISTICO	SEGUNDA	360	119
2	CORBELLAS LAS	CABAPLAN	CABAÑA	SEGUNDA	44	12
3	HELMANTICA	PLAYA ALMENDRO	CABAÑA	TERCERA	42	7
4	PLAYA DEL SOL	SECTOR VILLA RICA	CABAÑA	TERCERA	100	18
5	AQUA MARINA	SECTOR SAN CARLOS	HOSTAL	SEGUNDA	68	26
6	SUITE LABADY	ENTRADA AL CLUB DEL PACIFICO	HOSTAL	SEGUNDA	42	12
7	ALISON	VIA PRINCIPAL ENTRADA A TORINO	HOSTAL	SEGUNDA	54	13
8	HOSTAL LOS GUAYTAMBUS	TONSUPA CALLE F SECTOR TORINO	HOSTAL	TERCERA	62	16
9	FOGON MANABITA	MALECON DE TONSUPA	HOSTAL	TERCERA	96	20
10	FLAMINGO	Playa Ancha	HOSTAL RESIDENCIA	PRIMERA	85	24
11	PRINCESS MAR	Entrada a Playa Ancha	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	44	11
12	PUNTO VERDE	EMTRADA A CABAPLAN (DERECHA)	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	48	12
13	SIRENIS COCOTAL	SECTOR VILLA RICA	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	72	16
14	REGAZO LOJANO EL	ENTRDADA PLAYA AZUL	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	48	17
15	DON GEORGE	PLAYA ANCHA Y CALLE B	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	90	23
16	VILLA RICA	Playa Ancha	HOSTERIA	PRIMERA	124	34
17	CLUB RESORT DEL PACIFICO	PLAYA ANCHA	HOSTERIA	PRIMERA	112	30
18	PUERTO BALLESTA	PLAYA ANCHA	HOSTERIA	SEGUNDA	104	26
19	TERRANOVA	ENTRAD AL CLUB DEL PACIFICO	HOSTERIA	SEGUNDA	52	11
20	PUERTO PELICANO	CALLE PRINCIPAL CLUB DEL PACIFICO	HOSTERIA	SEGUNDA	35	8
21	SEACRETS	SECTOR CASTELNUOVO	HOSTERIA	SEGUNDA	26	6
22	PUERTO GAVIOTA	SECTOR CLUB DEL PACIFICO	HOSTERIA	SEGUNDA	71	25
23	VILLA DE CRISTO	PLAYA ANCHA	HOSTERIA	TERCERA	176	34
24	RUMMI SISSA	ENTRADA AL CLUB DEL PACIFICO	HOSTERIA	TERCERA	47	11
25	MAKANA	SECTOR CLUB DEL PACIFICO	HOTEL	PRIMERA	124	31
26	ESPAÑA 1	PLAYA AZUL BRISAS DEL MAR	HOTEL	SEGUNDA	104	30
27	HOTEL J B 2	TRNSVERSAL PLAYA	HOTEL RESIDENCIA	SEGUNDA	240	60
28	MAR AZUL	ENTRADA CABAPLAN(TONSUPA)	HOTEL RESIDENCIA	SEGUNDA	55	11
29	TORINO	CALLE 6MA Y Y	PENSION	PRIMERA	18	8
30	CASAYMAR	SECTOR MIRAMAR	PENSION	PRIMERA	22	11
31	COSTA Y SOL	Entrada Playa Ancha	PENSION	SEGUNDA	44	11
32	MIRAMAR	MALECON PLAYA ANCHA	PENSION	SEGUNDA	24	7
33	SOL DORADO	PLAYA ANCHA	PENSION	SEGUNDA	48	11
34	TERRAZA MAR	RNTRADA A PLAYA ANCHA	PENSION	SEGUNDA	18	6
35	VERDE MAR	TERCERA TRANSVERSAL CABAPLAN	PENSION	SEGUNDA	40	10
36	KEMARIOS	DIAGONAL A TORRE SOL	PENSION	SEGUNDA	36	9
37	EL EDEN	SECTOR VILLA RICA	PENSION	SEGUNDA	24	6
38	SADDAY	SAN CARLOS INTERSECCION	PENSION	TERCERA	28	8
39	SHADDAY	SAN CARLOS	PENSION	TERCERA	28	8
40	RANCHO MERCEDES	BARRIO SAN CARLOS	PENSION	TERCERA	20	6
41	GEMITA	SECTOR SAN CARLOS	PENSION	TERCERA	32	8
42	VIA VIA	SECTOR CABAPLAN	PENSION	TERCERA	32	8
					2939	780

ELABORADO POR: AUTORA

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

AÑO: 2013

ANEXO 11
TIPOS DE CARPAS

CAPACIDAD	IMAGEN
1 persona	
2 personas	
3 personas	
4 personas	
6 personas	

ELABORADO POR: AUTORA
FUENTE: COLEMAN, WATERDOG OUTDOORS
AÑO: 2014

ANEXO 12

REGLAMENTO INTERNO

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO “TONSUPA CAMPING BEACH”

La Empresa “Tonsupa Camping Beach”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Tonsupa, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Art.- 1. OBJETO GENERAL.- Tonsupa Camping Beach, tiene como objetivo principal la prestación de servicios turísticos en la modalidad de campamento, objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art.- 2. OBJETO DEL REGLAMENTO.- El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre LA EMPRESA y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Art.- 3. VIGENCIA.- Este reglamento Interno comenzará a regir desde, fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

Art.- 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN.- La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Art.- 5. ORDENES LEGÍTIMAS.- Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Art.- 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN.- El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa.

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subroga, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de la empresa a las personas que por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”, entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los números telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a) Hoja de vida actualizada.
- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d) Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f) Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g) Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h) Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Art.- 14. CONTRATO ESCRITO.- Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.

Art.- 15. PERIODO DE PRUEBA.- Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.

Art.- 16. TIPOS DE CONTRATO.- De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 17. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Art.- 18. De conformidad con la ley, éstos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de Esmeraldas.

Art.- 19. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve.

Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces.

Art.- 20. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 21. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces.

El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

Art.- 22. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Art.- 23. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.

Art.- 24. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Art.- 25. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 26. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 27. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
- b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 28. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 29. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 30. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 31. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo.

El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 32. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES

DE LAS VACACIONES

Art.- 33. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 34. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Art.- 35. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Art.- 36. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinadas en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a. Por motivos de maternidad y paternidad
- b. Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- d. Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, como por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 37. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Art.- 38. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 39. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 40. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 41. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.
- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 42. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 43. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO X

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 44. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 45. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO XI

DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

Art.- 46. El departamento de Recursos Humanos de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Departamento de Recursos Humanos y/o su Representante.

CAPÍTULO XII TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

Art.- 47. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 48. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Art.- 49. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII LUGAR LIBRE DE ACOSO

Art.- 50. Lugar De Trabajo Libre De Acoso.- La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 51. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 52. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 53. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 54. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 55. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de Tonsupa Camping Beach, las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
7. Velar por los intereses de la empresa, y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de la empresa o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.
9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.
10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.
12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador este listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
14. Una vez terminada la jornada laboral toda la información deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de la empresa, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.
16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.
17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.

20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.
23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.
25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
26. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
27. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
28. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

DE LOS DERECHOS

- Art.- 56. Serán derechos de los trabajadores de Tonsupa Camping Beach:
- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
 - b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.
 - c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
 - d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
 - e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
 - f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
 - g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos, disposiciones y normas de Tonsupa Camping Beach.

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 57. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto. c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- e) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.
- h) Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- i) Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;
- j) Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
- k) Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
- l) Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- m) Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
- n) Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o) Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubieren lugar.
- p) Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- q) Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r) Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
- s) Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.
- t) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
- x) Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
- y) Fumar en el interior de la empresa.
- z) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;
- aa) Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
- bb) Ingresar televisores y cualesquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
- cc) Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográfico o lesivo, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
- dd) Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar;
- ee) Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.

- ff) Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- gg) Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador.
- hh) Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.
- ii) Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
- jj) Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
- kk) Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- ll) Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- mm) Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- nn) Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- oo) Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

CAPÍTULO XVI DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Art.- 58. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 59. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arquezos de caja, provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Art.- 60. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Art.- 61. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 62. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;
- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

Art.- 63. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 64. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 65. La multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes caso:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

DE LAS FALTAS EN GENERAL

Art.- 66. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 67. Se consideraran faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos.

Son además faltas leves:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d) Los trabajadores que durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.

- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.
- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sea sancionada con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.
- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

DE LAS FALTAS GRAVES

Art.- 68. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como son los artículos.

Serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
- b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
- c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.
- d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.
- e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.
- f) Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
- g) Encubrir la falta de un trabajador.
- h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
- i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
- j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.
- k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.
- l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
- m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;
- n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.
- o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.
- p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
- q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.
- r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
- s) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
- t) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
- u) Paralizar las labores o incitar la paralización de actividades.
- v) Se considerara falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 69. Los trabajadores de Tonsupa Camping Beach, cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 70. El trabajador que termine su relación contractual con la empresa, por cualquiera de las causa determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

CAPÍTULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 71. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 72. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

CAPITULO XX
SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 78. Se considerara falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de Esmeraldas.

FUENTE: MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

AÑO: 2014

ANEXO 13

FORMATOS CONTRATOS

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO CON PERÍODO DE PRUEBA

En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del año _____, comparecen, por una parte, la Sociedad Salesiana de Ibarra, debidamente representada por _____ (nombre del representante legal) en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) _____ (Escriba el nombre del TRABAJADOR), portador de la cédula de ciudadanía N° _____ (Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR) en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de _____ (ciudad de domicilio de las partes) y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un _____ (ingresar cargo requerido).

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de _____ (Ingresar cargo del TRABAJADOR). Revisados los antecedentes de _____ (Escriba los nombres completos del TRABAJADOR), éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

EL TRABAJADOR, en su calidad de docente de se compromete a desarrollar el programa respectivo para el año lectivo, así como a corregir pruebas, exámenes y trabajos especiales de los estudiantes, procurando dar a sus clases el mayor interés y objetividad posible, de acuerdo al espíritu del Plantel y utilizando todos los métodos aconsejados por la Pedagogía Salesiana, en orden de obtener el máximo rendimiento en el aprendizaje de los estudiantes, colaborando al mismo tiempo, en la formación integral que el establecimiento pretende lograr en los estudiantes.

Al mismo tiempo, se compromete a cumplir y sujetarse a las normas, procedimientos, reglamentos, horarios y demás disposiciones laborales vigentes e instrucciones impartidas por las Autoridades del Plantel así como a cumplir todas las obligaciones contenidas en las Leyes, Reglamentos y Resoluciones de Educación, Reglamento Interno de Trabajo y Reglamento Interno del Plantel.

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de _____ (detalle las horas de la jornada de trabajo), con descanso de _____ (detalle la hora de descanso, ejemplo: una hora para el almuerzo), de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, y al Distributivo Individual del respectivo año lectivo, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de _____ (colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00), mediante _____ (detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque).

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:

El presente Contrato, tendrá un plazo de un año, de acuerdo al artículo 14 del Código de Trabajo. De conformidad con el artículo 15 de la misma Ley, las partes acuerdan un período de prueba de noventa días contados desde la fecha de su suscripción, dentro del cual, cualquiera de las partes podrá darlo por terminado libremente, sin necesidad de ningún aviso previo y sin indemnización. Una vez vencido el período de prueba sin que ninguna de las partes haya manifestado su voluntad de terminar la relación laboral, el contrato se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el plazo del contrato.

Cumplido el plazo, se deberá proceder de acuerdo a lo establecido en los artículos 184 y 624 del Código del Trabajo, de no proceder, el contrato se entenderá de plazo indefinido.

Este contrato será susceptible de terminación por las cláusulas del artículo 169 del Código del Trabajo.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en _____ (Escriba la dirección de la compañía), en la ciudad de _____ (Ingresar la ciudad), provincia de _____ (Ingresar Provincia y barrio) para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV "De las obligaciones del Empleador y del Trabajador", a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor.

Suscrito en la ciudad de _____ (Escriba la ciudad), el día _____ del mes de _____ del año _____.

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

FUENTE: MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

AÑO: 2014

ANEXO 14

REGLAMENTO SEGURIDAD

REGLAMENTO INTERNO DE SEGURIDAD Y SALUD DEL TRABAJO

RAZON SOCIAL: TONSUPA CAMPING BEACH

ACTIVIDAD ECONOMICA: TURISMO

OBJETIVOS: CAPITULO I DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS

Artículo 1.- OBLIGACIONES GENERALES DEL EMPLEADOR

- a) Formular la política empresarial y hacerla conocer a todo el personal de la empresa. Prever los objetivos, recursos, responsables y programas en materia de seguridad y salud en el trabajo;
- b) Identificar y evaluar los riesgos, en forma inicial y periódicamente, con la finalidad de planificar adecuadamente las acciones preventivas, mediante sistemas de vigilancia epidemiológica ocupacional específicos u otros sistemas similares, basados en mapa de riesgos;
- c) Combatir y controlar los riesgos en su origen, en el medio de transmisión y en el trabajador, privilegiando el control colectivo al individual. En caso de que las medidas de prevención colectivas resulten insuficientes, el empleador deberá proporcionar, sin costo alguno para el trabajador, las ropas y los equipos de protección individual adecuados;
- d) Programar la sustitución progresiva y con la brevedad posible de los procedimientos, técnicas, medios, sustancias y productos peligrosos por aquellos que produzcan un menor o ningún riesgo para el trabajador;
- e) Diseñar una estrategia para la elaboración y puesta en marcha de medidas de prevención, incluidas las relacionadas con los métodos de trabajo y de producción, que garanticen un mayor nivel de protección de la seguridad y salud de los trabajadores;
- f) Mantener un sistema de registro y notificación de los accidentes de trabajo, incidentes y enfermedades profesionales y de los resultados de las evaluaciones de riesgos realizadas y las medidas de control propuestas, registro al cual tendrán acceso las autoridades correspondientes, empleadores y trabajadores;
- g) Investigar y analizar los accidentes, incidentes y enfermedades de trabajo, con el propósito de identificar las causas que los originaron y adoptar acciones correctivas y preventivas tendientes a evitar la ocurrencia de hechos similares, además de servir como fuente de insumo para desarrollar y difundir la investigación y la creación de nueva tecnología;
- h) Informar a los trabajadores por escrito y por cualquier otro medio sobre los riesgos laborales a los que están expuestos y capacitarlos a fin de prevenirlos, minimizarlos y eliminarlos. Los horarios y el lugar en donde se llevará a cabo la referida capacitación se establecerán previo acuerdo de las partes interesadas;
- i) Establecer los mecanismos necesarios para garantizar que sólo aquellos trabajadores que hayan recibido la capacitación adecuada, puedan acceder a las áreas de alto riesgo;
- j) Designar, según el número de trabajadores y la naturaleza de sus actividades, un trabajador delegado de seguridad, un comité de seguridad y salud y/o establecer un servicio de salud en el trabajo;
- k) Fomentar la adaptación del trabajo y de los puestos de trabajo a las capacidades de los trabajadores, habida cuenta de su estado de salud física y mental, teniendo en cuenta la ergonomía y las demás disciplinas relacionadas con los diferentes tipos de riesgos psicosociales en el trabajo. El Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo, deberá ser revisado y actualizado periódicamente con la participación de empleadores y trabajadores y, en todo caso, siempre que las condiciones laborales se modifiquen;
- l) Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos;
- m) Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
- n) Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro;
- o) Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes;
- p) Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios;
- q) Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas; y, especialmente, cuando sufran dolencias o defectos físicos o se encuentren en estados o situaciones que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo;
- r) Cuando un trabajador, como consecuencia del trabajo, sufre lesiones o puede contraer enfermedad profesional, dentro de la práctica de su actividad laboral ordinaria, según dictamen de la Comisión de Evaluaciones de incapacidad del IESS o del facultativo del Ministerio de Relaciones Laborales, para no afiliados, el patrono deberá ubicarlo en otra sección de la empresa, previo consentimiento del trabajador y sin mengua a su remuneración;
- s) La renuncia para la reubicación se considerará como omisión a acatar las medidas de prevención y seguridad de riesgos;
- t) Especificar en el Reglamento interno de Seguridad y Salud, las facultades y deberes del personal directivo, técnicos y mandos medios, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo;
- u) Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa;
- v) Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos;
- w) Adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Seguridad y Salud de la Empresa, Servicios Médicos o Servidos de Seguridad y Salud;
- x) Proveer a los representantes de los trabajadores de un ejemplar del presente Reglamento y de cuantas normas relativas a prevención de riesgos sean de aplicación en el ámbito de la empresa. Así mismo, entregar a cada trabajador un ejemplar del Reglamento Interno de Seguridad y Salud de la empresa, dejando constancia de dicha entrega;
- y) Facilitar durante las horas de trabajo la realización de inspecciones, en esta materia, tanto a cargo de las autoridades administrativas como de los órganos internos de la empresa;

z) Dar aviso inmediato a las autoridades de trabajo y al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de los accidentes y enfermedades profesionales ocurridas en sus centros de trabajo y entregar una copia al Comité de Seguridad y Salud de la Empresa;

aa) Comunicar al Comité de Seguridad e Higiene, todos los informes que reciban respecto a la prevención de riesgos.

Artículo 2- OBLIGACIONES GENERALES Y DERECHOS DE LOS TRABAJADORES Todos los trabajadores tendrán derecho a:

a) Desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado y propio para el pleno ejercicio de sus facultades físicas y mentales, que garanticen su salud, seguridad y bienestar. Los derechos de consulta, participación, formación, vigilancia y control de la salud en materia de prevención, forman parte del derecho de los trabajadores a una adecuada protección en materia de seguridad y salud en el trabajo.

b) Los trabajadores tendrán derecho a estar informados sobre los riesgos laborales vinculados a las actividades que realizan.

Complementariamente, los empleadores comunicarán las informaciones necesarias a los trabajadores y sus representantes sobre las medidas que se ponen en práctica para salvaguardar la seguridad y salud de los mismos.

c) Los trabajadores o sus representantes tienen derecho a solicitar a la autoridad competente la realización de una inspección al centro de trabajo, cuando consideren que no existen condiciones adecuadas de seguridad y salud en el mismo. Este derecho comprende el de estar presentes durante la realización de la respectiva diligencia y, en caso de considerarlo conveniente, dejar constancia de sus observaciones en el acta de inspección.

d) Sin perjuicio de cumplir con sus obligaciones laborales, los trabajadores tienen derecho a interrumpir su actividad cuando, por motivos razonables, consideren que existe un peligro inminente que ponga en riesgo su seguridad o la de otros trabajadores. En tal supuesto, no podrán sufrir perjuicio alguno, a menos que hubieran obrado de mala fe o cometido negligencia grave.

e) Los trabajadores tienen derecho a cambiar de puesto de trabajo o de tarea por razones de salud, rehabilitación, reinserción y capacitación.

f) Los trabajadores tienen derecho a la información y formación continua en materia de prevención y protección de la salud en el trabajo.

Los trabajadores tendrán las siguientes obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales:

a) Cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones de los programas de seguridad y salud en el trabajo que se apliquen en el lugar de trabajo, así como con las instrucciones que les importan sus superiores jerárquicos directos;

b) Cooperar en el cumplimiento de las obligaciones que competen al empleador;

c) Usar adecuadamente los instrumentos y materiales de trabajo, así como los equipos de protección individual y colectiva;

d) No operar o manipular equipos, maquinarias, herramientas u otros elementos para los cuales no hayan sido autorizados y, en caso de ser necesario, capacitados;

e) Informar a sus superiores jerárquicos directos acerca de cualquier situación de trabajo que a su juicio entrañe, por motivos razonables, un peligro para la vida o la salud de los trabajadores;

f) Cooperar y participar en el proceso de investigación de los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales cuando la autoridad competente lo requiera o cuando a su parecer los datos que conocen ayuden al esclarecimiento de las causas que los originaron;

g) Velar por el cuidado integral de su salud física y mental, así como por el de los demás trabajadores que dependan de ellos, durante el desarrollo de sus labores;

h) Informar oportunamente sobre cualquier dolencia que sufran y que se haya originado como consecuencia de las labores que realizan o de las condiciones y ambiente de trabajo. El trabajador debe informar al médico tratante las características detalladas de su trabajo, con el fin de inducir la identificación de la relación causal o su sospecha;

i) Someterse a los exámenes médicos o que estén obligados por norma expresa así como a los procesos de rehabilitación integral;

j) Participar en los organismos paritarios, en los programas de capacitación y otras actividades destinadas a prevenir los riesgos laborales que organice su empleador o la autoridad competente.

k) Participar en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes;

l) Asistir a los cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos, salvamento y socorrismo programados por la empresa u organismos especializados del sector público;

m) Usar correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuidar de su conservación;

n) Informar al empleador de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo. Si éste no adoptase las medidas pertinentes, comunicar a la Autoridad Laboral competente a fin de que adopte las medidas adecuadas y oportunas;

o) Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades y someterse a /os reconocimientos médicos periódicos programados por la empresa;

p) No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias.

q) Colaborar en la investigación de los accidentes que hayan presenciado o de los que tengan conocimiento.

Artículo 3.- PROHIBICIONES AL EMPLEADOR Toda empresa deberá considerar las siguientes prohibiciones:

a) Obligar a sus trabajadores a laborar en ambientes insalubres por efecto de polvo, gases o sustancias tóxicas; salvo que previamente se adopten las medidas preventivas necesarias para la defensa de la salud.

b) Permitir a los trabajadores que realicen sus actividades en estado de embriaguez o bajo la acción de cualquier tóxico.

c) Facultar al trabajador el desempeño de sus labores sin el uso de la ropa y equipo de protección personal.

d) Permitir el trabajo en máquinas, equipos, herramientas o locales que no cuenten con las defensas o guardas de protección u otras seguridades que garanticen la integridad física de los trabajadores.

e) Transportar a los trabajadores en vehículos inadecuados para este efecto.

f) Dejar de cumplir las disposiciones que sobre prevención de riesgos emanen de la Ley, Reglamentos y las disposiciones de la Dirección de Seguridad y Salud del Ministerio de Relaciones Laborales o de Riesgos del Trabajo del IESS.

g) Dejar de acatar las indicaciones contenidas en los certificados emitidos por la Comisión de Valuación de las Incapacidades del IESS sobre cambio temporal o definitivo de los trabajadores, en las actividades o tareas que puedan agravar sus lesiones o enfermedades adquiridas dentro de la propia empresa.

h) Permitir que el trabajador realice una labor riesgosa para la cual no fue entrenado previamente.

Artículo 4.- PROHIBICIONES PARA LOS TRABAJADORES Los empleados deberán considerar las siguientes prohibiciones:

- a) Efectuar trabajos sin el debido entrenamiento previo para la labor que van a realizar.
- b) Ingresar al trabajo en estado de embriaguez o habiendo ingerido cualquier tipo de sustancia tóxica.
- c) Fumar o prender fuego en sitios señalados como peligrosos para no causar incendios, explosiones o daños en las instalaciones de las empresas.
- d) Distraer la atención en sus labores, con juegos, riñas, discusiones, que puedan ocasionar accidentes.
- e) Alterar, cambiar, reparar o accionar máquinas, instalaciones, sistemas eléctricos, etc., sin conocimientos técnicos o sin previa autorización superior.
- f) Modificar o dejar inoperantes mecanismos de protección en maquinarias o instalaciones.
- g) Dejar de observar las reglamentaciones colocadas para la promoción de las medidas de prevención de riesgos.

Artículo 5.- INCUMPLIMIENTOS Y SANCIONES Las sanciones a los trabajadores se aplicarán conforme lo disponga el Reglamento Interno de Trabajo. Las faltas muy graves podrán sancionarse conforme lo determina el Código del Trabajo.

- a) Serán faltas leves, aquellas que contravienen al presente reglamento, pero que no ponen en peligro la seguridad física del trabajador, ni de otras personas.
- b) Se considerará faltas graves, cuando por primera vez debido a ignorancia o inobservancia de los hechos, el trabajador pone en peligro su seguridad, de terceros y de los bienes de la empresa.
- c) Se considera faltas muy graves, la reincidencia a las faltas graves, violación al presente reglamento interno que con conocimiento del riesgo o mala intención, ponga en peligro su vida, la de terceros y/o de las instalaciones, equipos y bienes de la empresa.

Se tomarán medidas disciplinarias contra los trabajadores que a sabiendas persisten en llevar a cabo prácticas inseguras o peligrosas para él, sus colaboradores y para la empresa, dichos casos serán vistos, estudiados y calificados, las sanciones que podrá aplicar la empresa de conformidad al Reglamento Interno de Trabajo, de acuerdo a la gravedad de la falta, serán:

1. Amonestación Verbal
2. Amonestación escrita
3. Multa de hasta el 10% de la remuneración diaria unificada
4. Terminación de la relación laboral previo visto bueno, de conformidad con lo previsto en el Art. 172 del Código Trabajo.

El empleador podrá dar por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno por no acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la ley, por sus reglamentos o por la autoridad competente; o por contrariar sin debida justificación las prescripciones y dictámenes médicos. Los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad y salud determinadas en los reglamentos y facilitados por el empleador. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo. Artículo 6.- INCENTIVOS El empleador incentivará y motivará a los trabajadores a que cumplan con las normas de seguridad y salud establecidas por la empresa a través de mecanismos acordados previamente con el trabajador. CAPITULO II DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD Artículo 7.- COMITÉ PARITARIO DE SEGURIDAD Y SALUD.-

- a) En todo centro de trabajo en que laboren más de quince trabajadores deberá organizarse un Comité de Seguridad e Higiene del Trabajo integrado en forma paritaria por tres representantes de los trabajadores y tres representantes de los empleadores, quienes de entre sus miembros designarán un Presidente y Secretario que durarán un año en sus funciones pudiendo ser reelegidos indefinidamente. Si el Presidente representa al empleador, el Secretario representará a los trabajadores y viceversa. Cada representante tendrá un suplente elegido de la misma forma que el titular y que será principalizado en caso de falta o impedimento de éste. Concluido el período para el que fueron elegidos deberá designarse al Presidente y Secretario.
- b) Cuando la empresa disponga de más de un centro de trabajo, conformarán subcomités de Seguridad y Salud a más del Comité, en cada uno de los centros que superen la cifra de diez trabajadores, sin perjuicio de nominar un comité central o coordinador.
- c) Para ser miembro del Comité o Subcomité se requiere trabajar en la empresa, ser mayor de edad, saber leer y escribir y tener conocimientos básicos de seguridad y salud.
- d) Los representantes de los trabajadores serán elegidos por el Comité de Empresa, donde lo hubiere; o, por las organizaciones laborales legalmente reconocidas, existentes en la empresa, en proporción al número de afiliados. Cuando no exista organización laboral en la empresa, la elección se realizará por mayoría simple de los trabajadores, la misma que será registrada mediante un acta en la cual deberán constar las firmas de los asistentes, quienes en número deberán ser al menos la mitad más uno.
- e) Los titulares del Servicio Médico de Empresa y del Departamento de Seguridad, serán componentes del Comité, actuando con voz y sin voto.
- f) Todos los acuerdos del Comité se adoptarán por mayoría simple y en caso de igualdad de las votaciones, se repetirá la misma hasta por dos veces más, en un plazo no mayor de ocho días. De subsistir el empate se recurrirá a la dirimencia de los Jefes de Riesgos del Trabajo de las jurisdicciones respectivas del IESS.
- g) Las actas de constitución del Comité serán comunicadas por escrito al Ministerio de Relaciones Laborales y al IESS, así como al empleador y a los representantes de los trabajadores. Igualmente se remitirá durante el mes de enero, un informe anual sobre los principales asuntos tratados en las sesiones del año anterior.
- h) El Comité sesionará ordinariamente cada mes y extraordinariamente cuando ocurriere algún accidente grave o al criterio de/ Presidente o a petición de la mayoría de sus miembros.
- i) Las sesiones deberán efectuarse en horas laborables.
- j) Cuando existan Subcomités en los distintos centros de trabajo, éstos sesionarán mensualmente.
- k) Los miembros del Comité durarán en sus funciones un año, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

Artículo 8.- FUNCIONES DE LOS ORGANISMOS PARITARIOS

- a) Promover la observancia de las disposiciones sobre prevención de riesgos profesionales.
- b) Analizar y opinar sobre el Reglamento de Seguridad y Salud de la empresa, a tramitarse en el Ministerio de Relaciones Laborales. Así mismo, tendrá facultad para, de oficio o a petición de parte, sugerir o proponer reformas al Reglamento Interno de Seguridad y Salud de la Empresa.
- c) Realizar la inspección general de edificios, instalaciones y equipos de los centros de trabajo, recomendando la adopción de las medidas preventivas necesarias.
- d) Conocer los resultados de las investigaciones que realicen organismos especializados, sobre los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, que se produzcan en la empresa.
- e) Realizar sesiones mensuales.

- f) Cooperar y realizar campañas de prevención de riesgos y procurar que todos los trabajadores reciban una formación adecuada en dicha materia.
- g) Analizar las condiciones de trabajo en la empresa y solicitar a sus directivos la adopción de medidas de Salud y Seguridad en el Trabajo.
- h) Vigilar el cumplimiento del presente Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Artículo 9.- UNIDAD DE SEGURIDAD Y SALUD

- a) La empresa que cuente con cien o más trabajadores estables, contará con una Unidad de Seguridad e Salud, dirigida por un técnico competente en la materia que reportará a la más alta autoridad de la empresa o entidad. (Tomar en cuenta el Artículo 9, numeral 1.3 del Reglamento para el Sistema de Auditoría de Riesgos del Trabajo SART (Resolución CD. 333.)
- b) La empresa o centros de trabajo calificados de alto riesgo por el Comité Interinstitucional, que tengan un número inferior a cien trabajadores, pero mayor de cincuenta, deberá contar con un técnico en seguridad y salud en el trabajo. De acuerdo al grado de peligrosidad de la empresa, el Comité podrá exigir la conformación de un Departamento de Seguridad e Higiene.
- c) Los responsables y técnicos encargados de asumir las acciones de promoción de la salud y prevención de los riesgos en el trabajo, contarán con la formación y la competencia determinada por la legislación nacional, misma que se debe ajustar a la necesidad real que requiera el centro de trabajo.

Artículo 10.- FUNCIONES DE LA UNIDAD

- a) Reconocimiento y evaluación de riesgos;
- b) Control de Riesgos profesionales;
- c) Promoción y adiestramiento de los trabajadores;
- d) Registro de la accidentalidad, ausentismo y evaluación estadística de los resultados.
- e) Asesoramiento técnico, en materias de control de incendios, almacenamientos adecuados, protección de maquinaria, instalaciones eléctricas, primeros auxilios, control y educación sanitarios, ventilación, protección personal y demás materias contenidas en el presente Reglamento.
- f) Será obligación de la Unidad de Seguridad y Salud del Trabajo colaborar en la prevención de riesgos; que efectúen los organismos del sector público y comunicar los accidentes y enfermedades profesionales que se produzcan, al Comité de Seguridad y Salud.
- g) Deberá determinarse las funciones en los siguientes puntos: confeccionar y mantener actualizado un archivo con documentos técnicos de Higiene y Seguridad que, firmado por el Jefe de la Unidad, sea presentado a los Organismos de control cada vez que ello sea requerido. Este archivo debe tener:

1. Planos generales del recinto laboral empresarial, en escala 1:100, con señalización de todos los puestos de trabajo e indicación de las instalaciones que definen los objetivos y funcionalidad de cada uno de estos puestos laborales, lo mismo que la secuencia del procesamiento fabril con su correspondiente diagrama de flujo.
2. Los planos de las áreas de puestos de trabajo, que en el recinto laboral evidencien riesgos que se relacionen con higiene y seguridad industrial incluyendo además, la memoria pertinente de las medidas preventivas para la puesta bajo control de los riesgos detectados.
3. Planos completos con los detalles de los servicios de: Prevención y de lo concerniente a campañas contra incendios del establecimiento, además de todo sistema de seguridad con que se cuenta para tal fin.
4. Planos de clara visualización de los espacios funcionales con la señalización que oriente la fácil evacuación del recinto laboral en caso de emergencia.

Artículo 11.- DEL SERVICIO MÉDICO DE EMPRESA

- a) El empleador que tuviere más de cien trabajadores establecerá en el lugar de trabajo, en un local adecuado para el efecto, un servicio médico permanente, el mismo que, además de cumplir con lo determinado en el numeral anterior, proporcionará a todos los trabajadores, medicina laboral preventiva. Este servicio contará con el personal médico y paramédico necesario y estará sujeto a la reglamentación dictada por el Ministerio de Relaciones Laborales y supervigilado por el Ministerio de Salud. (Tomar en cuenta el Artículo 9, numeral 1.3 del Reglamento para el Sistema de Auditoría de Riesgos del Trabajo SART (Resolución CD. 333.)
- b) Los Servicios Médicos de Empresa, serán dirigidos por un Médico especializado en las ramas de la Medicina del Trabajo.
- c) Las empresas con un número inferior a 100 trabajadores que deseen organizar un servicio médico, podrán hacerlo independientemente o asociarse con otras empresas situadas en la misma área con los fines y funciones indicados a continuación.
- d) Todo empleador conservará en el lugar de trabajo un botiquín con los medicamentos indispensables para la atención de sus trabajadores, en los casos de emergencia, por accidentes de trabajo o de enfermedad común repentina. Si el empleador tuviera veinticinco o más trabajadores, dispondrá, además de un local destinado a enfermería

Artículo 12.- FUNCIONES DEL SERVICIO MÉDICO DE EMPRESA

- a) Funciones Generales- Para llegar a una efectiva protección de la salud, el Servicio Médico de Empresas cumplirá las funciones de prevención y fomento de la salud de sus trabajadores dentro de los locales laborales, evitando los daños que pudieren ocurrir por los riesgos comunes y específicos de las actividades que desempeñan, procurando en todo caso la adaptación científica del hombre al trabajo y viceversa. Los médicos ocupacionales de empresa, a más de cumplir las funciones generales, cumplirán además con las que se agrupan bajo los subtítulos siguientes:
- b) Higiene Del Trabajo:
 1. Estudio y vigilancia de las condiciones ambientales en los sitios de trabajo, con el fin de obtener y conservar los valores óptimos posibles de ventilación, iluminación, temperatura y humedad;
 2. Estudio de la fijación de los límites para una prevención efectiva de los riesgos de intoxicaciones y enfermedades ocasionadas por: ruido, vibraciones, trepidaciones, radiación, exposición a solventes y materiales líquidos, sólidos o vapores, humos, polvos, y nieblas tóxicas o peligrosas producidas o utilizadas en el trabajo;
 3. Análisis y clasificación de puestos de trabajo, para seleccionar el personal, en base a la valoración de los requerimientos psicofisiológicos de las tareas a desempeñarse, y en relación con los riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales;
 4. Promoción y vigilancia para el adecuado mantenimiento de los servicios sanitarios generales, tales como: comedores, servicios higiénicos, suministros de agua potable y otros en los sitios de trabajo;
 5. Vigilancia de lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 41 (42) del Código del Trabajo, controlando además, que la alimentación sea hecha a base de los mínimos requerimientos dietéticos y calóricos;
 6. Colaboración en el control de la contaminación ambiental en concordancia con la Ley respectiva;
 7. Presentación de la información periódica de las actividades realizadas, a los organismos de

supervisión y control

c) Estado De Salud Del Trabajador

1. Apertura de la ficha médica ocupacional al momento de ingreso de los trabajadores a la empresa, mediante el formulario que al efecto proporcionará el IESS
2. Examen médico preventivo anual de seguimiento y vigilancia de la salud de todos los trabajadores;
3. Examen especial en los casos de trabajadores cuyas labores involucren alto riesgo para la salud, el que se realizará semestralmente o a intervalos más cono según la necesidad;
4. Atención médico-quirúrgica de nivel primario y de urgencia;
5. Transferencia de pacientes a Unidades Médicas del IESS, cuando se requiera atención médica especializada o exámenes auxiliares de diagnóstico;
6. Mantenimiento del nivel de inmunidad por medio de la vacunación a los trabajadores y sus familiares, con mayor razón en tratándose de epidemias.

d) Riesgos Del Trabajo

Además de las funciones indicadas, el médico de empresa cumplirá con las siguientes:

1. Integrar el Comité de Higiene y Seguridad de la Empresa y asesorar en los casos en que no cuente con un técnico especializado en esta materia;
2. Colaborar con la Unidad de Seguridad y Salud de la empresa en la investigación de los accidentes de trabajo;
3. Investigar las enfermedades ocupacionales que se puedan presentar en la empresa.
4. Llevar la estadística de todos los accidentes producidos, según el formulario del IESS, a falta de un Departamento de Seguridad en la empresa.

e) De La Educación Higiénico-Sanitaria De Los Trabajadores

1. Divulgar los conocimientos indispensables para la prevención de enfermedades profesionales y accidentes de trabajo;
2. Organizar programas de educación para la salud en base a conferencias, charlas, concursos, recreaciones, y actividades deportivas destinadas a mantener la formación preventiva de la salud y seguridad mediante cualquier recurso educativo y publicitario;
3. Colaborar con las autoridades de salud en las campañas de educación preventiva y solicitar asesoramiento de estas Instituciones si fuere necesario.

f) De La Salud Y Seguridad En Favor De La Productividad

1. Asesorar a la empresa en la distribución racional de los trabajadores y empleados según los puestos de trabajo y la aptitud del personal;
2. Elaborar la estadística de ausentismo al trabajo, por motivos de enfermedad común, profesional, accidentes u otros motivos y sugerir las medidas aconsejadas para evitar estos riesgos;
3. Controlar el trabajo de mujeres, menores de edad y personas disminuidas física y/o psíquicamente y contribuir a su readaptación laboral y social;
4. Clasificación y determinación de tareas para los trabajadores mencionados en el literal anterior.

Artículo 13.- RESPONSABILIDADES DE GERENTES-JEFES Y SUPERVISORES El Gerente o representante legal asume la plena responsabilidad de la Seguridad y la Salud Ocupacional de los trabajadores de la Empresa determinando en la Política de Seguridad, el financiamiento de los programas de Seguridad y Salud; y la evaluación periódica de su cumplimiento. Artículo 14.- RESPONSABILIDADES DE LOS MANDOS MEDIOS Los distintos niveles de supervisión de la empresa, además de las responsabilidades asignadas por la Gerencia General o el Representante Legal, tienen la responsabilidad de:

- a) Velar por el cumplimiento de todos los procedimientos relativos a la Seguridad y Salud del personal a su cargo corrigiendo cualquier condición y/o acción insegura que hayan sido identificadas o informados por los trabajadores.
- b) Controlar que las personas a su cargo utilicen los equipos de protección individual designados en cada área.
- c) Determinar las condiciones de riesgo y coordinar las mejoras de estas condiciones con la Unidad de Seguridad y Salud o con su responsable.
- d) Instruir al personal a su cargo sobre los riesgos específicos de los distintos puestos de trabajo y las medidas de prevención a adoptar.
- e) Prohibir o paralizar los trabajos en los que se adviertan riesgos inminentes de accidentes, cuando no sea posible el empleo de los medios adecuados para evitarlos. Tomada tal iniciativa, la comunicarán de inmediato a su superior jerárquico, quien asumirá la responsabilidad de ya decisión que en definitiva se adopte.

CAPITULO III DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS EN POBLACIONES VULNERABLES Artículo 15.- PREVENCIÓN DE RIESGOS PARA MENORES DE EDAD

- a) Se prohíbe la contratación de niñas, niños y adolescentes para la realización de actividades insalubres o peligrosas que puedan afectar su normal desarrollo físico y mental. La legislación nacional establecerá las edades límites de admisión de tales empleos, la cual no podrá ser inferior a los 18 años.
- b) El trabajo de los adolescentes que han cumplido 15 años, no podrá exceder de las seis horas diarias y de treinta semanales y, se organizará de manera que no limite el efectivo ejercicio del derecho a la educación.
- c) Previamente a la incorporación a la actividad laboral de niñas, niños y adolescentes, el empleador deberá realizar una evaluación de los puestos de trabajo a desempeñar por los mismos, a fin de determinar la naturaleza, el grado y la duración de la exposición al riesgo, con el objeto de adoptar las medidas preventivas necesarias.
- d) Dicha evaluación tomará en cuenta los riesgos específicos para la seguridad, salud y desarrollo de las niñas, niños y adolescentes.
- e) El empleador deberá informar a los niños, niñas y adolescentes y a sus padres, representantes o responsables, de los riesgos y las medidas adoptadas. Se deberá considerar lo estipulado en el Art. 138 del Código de Trabajo

Artículo 16.- PREVENCIÓN DE RIESGOS QUE INCIDAN EN LAS FUNCIONES DE PROCREACIÓN DE LOS TRABAJADORES

- a) El empleador, deberá tener en cuenta, en las evaluaciones del Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo, los factores de riesgo que pueden incidir en las funciones de procreación de los trabajadores y trabajadoras, en particular por la exposición a los agentes físicos, químicos, biológicos, ergonómicos y psicosociales, con el fin de adoptar las medidas preventivas necesarias.

Artículo 17.- PROTECCIÓN A TRABAJADORAS EMBARAZADAS

- a) Cuando las actividades que normalmente realiza una trabajadora resulten peligrosas durante el periodo de embarazo o lactancia, los empleadores deberán adoptar las medidas necesarias para evitar su exposición a tales riesgos.

b) Para ello adoptarán las condiciones de trabajo, incluyendo el traslado temporal a un puesto de trabajo distinto y compatible con su condición, hasta tanto su estado de salud permita su reincorporación al puesto de trabajo correspondiente. En cualquier caso, se garantizará a la trabajadora sus derechos laborales, conforme a lo dispuesto en la legislación nacional.

Artículo 18.- PREVENCIÓN DE RIESGOS PARA LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

a) El empleador deberá garantizar la protección de los trabajadores que por su situación de discapacidad sean especialmente sensibles a los riesgos derivados del trabajo. A tal fin, deberán tener en cuenta dichos aspectos en las evaluaciones de los riesgos, en la adopción de medidas preventivas y de protección necesarias.

Artículo 19.- PRESTADORES DE ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA Y CONTRATISTAS (guardiania, vigilancia, catering, limpieza y mantenimiento).

a) Se exigirá el cumplimiento laboral, afiliación al IESS y la presentación del Reglamento Interno de Seguridad y Salud debidamente aprobado ante el Ministerio de Relaciones Laborales o, en su caso, (10 o menos trabajadores) el plan mínimo de prevención de riesgos para la obra o servicio a prestar.

b) Se asegurará en los contratos civiles o mercantiles al menos dos aspectos a saber: el cumplimiento por parte del contratista del Reglamento o el plan mínimo de prevención de riesgos y la supervisión que la empresa usuaria hará al respecto. Se establecerán además las sanciones específicas por incumplimiento.

c) La empresa usuaria garantizará para estos trabajadores, el mismo nivel de prevención y protección que para sus trabajadores de planta. Los requerimientos para prestadores de actividades complementarias y contratistas se extenderán también para Servicios Técnicos Especializados permitidos por la legislación.

d) Siempre que dos o más empresas o cooperativas desarrollen simultáneamente actividades en un mismo lugar de trabajo, los empleadores serán solidariamente responsables por la aplicación de las medidas de prevención y protección frente a los riesgos del trabajo. Dichas medidas serán equitativo y

complementariamente asignadas y coordinadas entre las empresas, de acuerdo a los factores de riesgo a que se encuentren expuestos los trabajadores y las trabajadoras

Artículo 20.- PERSONAL EXTRANJERO La empresa garantizará en el tema de Seguridad y Salud, el mismo trato que para el personal nacional.

CAPITULO IV DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS PROPIOS DE LA EMPRESA Para Reglamentos de Seguridad y Salud, la información que se

coloque en este capítulo depende de la matriz de riesgos laborales desarrollada en base a las actividades que realiza la empresa. La Matriz de

Riesgos Laborales de la Empresa se debe adjuntar al presente contenido en forma de anexo del Reglamento de Seguridad y Salud Artículo 21.-

Riesgos Físicos Cada empresa deberá considerar si aplica analizar: Vibraciones, iluminación, temperatura (alta o baja), presiones anormales,

radiaciones (ionizantes, no ionizantes), etc. Artículo 22.- Riesgos Mecánicos Cada empresa deberá considerar si aplica analizar: (maquinaria,

herramienta, instalaciones, trabajos en altura, trabajos subterráneos, equipos de izar, equipo pesado, vehículos, orden en las áreas de trabajo,

espacios confinados, etc.) Artículo 23.- Riesgos Químicos Cada empresa deberá considerar si aplica analizar: Polvo (mineral y orgánico), fibras,

humo, gases, vapores, aerosoles, nieblas, líquidos. Se resaltarán aspectos relativos al transporte, almacenamiento, etiquetado, trasvase, hojas de

seguridad (MSDS). Reglas para utilización/manipulación segura de los productos químicos específicos que se utilicen en la empresa. , etc. Artículo

24.- Riesgos Biológicos Cada empresa deberá considerar si aplica analizar: Riesgos relacionados con la salubridad, agua para consumo humano,

alimentación, baterías sanitarias, campamentos, almacenamiento de desechos, presencia de vectores, animales peligrosos, sustancias

sensibilizantes y alergenicos de origen vegetal y animal. Programa de bioseguridad, si fuera el caso, etc. Artículo 25.- Riesgos Ergonómicos Cada

empresa deberá considerar si aplica analizar: Riesgos Relacionados con la fuerza, posición, levantamiento manual de cargas, frecuencia y

repetitividad de tareas, disconfort térmico, etc. Artículo 26.- Riesgos Psicosociales

Cada empresa deberá considerar si aplica analizar: Si se incluirán reglas respecto a qué medidas preventivas se aplicarán para evitar daños a la

salud o estados de insatisfacción originados por: la

organización del trabajo, rotación de turnos, jornada nocturna, nivel y tipo de remuneración, tipo de supervisión, relaciones interpersonales, nivel de

responsabilidad, exigencia y sobrepresión, etc. Se incluirá en este capítulo el programa de prevención del VIH/SIDA (según el Acuerdo Ministerial

398) en el lugar de trabajo. Se incluirán aspectos relacionados con el programa de prevención del acoso o violencia psicológica o mobbing.

CAPITULO V DE LOS ACCIDENTES MAYORES Artículo 27.- PREVENCIÓN DE INCENDIOS.- NORMAS GENERALES

a) Emplazamientos De Los Locales

1. Los locales en que se produzcan o empleen sustancias fácilmente combustibles se construirán a una distancia mínima de 3 metros entre sí y

aislados de los restantes centros de trabajo.

2. Cuando la separación entre locales resulte imposible se aislarán con paredes resistentes de mampostería, hormigón u otros materiales

incombustibles sin aberturas.

3. Siempre que sea posible, los locales de trabajo muy expuestos a incendios se orientarán evitando su exposición a los vientos dominantes o más

violentos.

4. Deben estar provistos de una ventilación adecuada para todas las operaciones que comprenden el uso almacenamiento de líquidos inflamables y

de una adecuada ventilación permanente del edificio y tanques de almacenamiento. Deberán proveerse de arena u otra sustancia no combustible

para ser usada en la limpieza de derrames de líquidos inflamables.

5. Los procesos de trabajo donde se labora con sustancias combustibles o explosivas, así como los locales de almacenamiento deberán contar con

un sistema de ventilación o extracción de aire, dotado de los correspondientes dispositivos de tratamiento para evitar la contaminación interna y

externa.

b) Estructura De Los Locales

En la construcción de locales se emplearán materiales de gran resistencia al fuego, recubriendo los menos resistentes con el revestimiento protector

más adecuado.

c) Distribución Interior De Locales

1. Las zonas en que exista mayor Peligro de incendio se aislarán o separarán de las restantes, mediante muros cortafuegos, placas de materiales

incombustibles o cortinas de agua, si no estuviera contraindicada para la extinción del fuego por su causa u origen.

2. Se reducirán al mínimo las comunicaciones interiores entre una y otra zona.

d) Pasillos, Corredores, Puertas Y Ventanas

Se cumplirán los siguientes requisitos:

1. Las puertas de acceso al exterior estarán siempre libres de obstáculos y serán de fácil apertura.
2. En los centros de trabajo donde sea posible incendios de rápida propagación, existirán al menos dos puertas de salida en direcciones opuestas.
3. En las puertas que no se utilicen normalmente, se inscribirá el rótulo de "Salida de emergencia".
4. En los edificios ocupados por un gran número de personas se instalarán al menos dos salidas que estarán distanciadas entre sí y accesibles por las puertas y ventanas que permitan la evacuación rápida de los ocupantes.
5. En caso de edificios con deficiencias en el diseño, para la evacuación adecuada de las personas, se instalaran escaleras de escape de incendios construidas de material resistente, ancladas a los muros de los edificios. El acceso a ellas debe hacerse preferiblemente a través de puertas que comuniquen a la zona central del edificio.
6. En locales con riesgos de incendio ningún puesto de trabajo distará más de 50 metros de una salida de emergencia.

Artículo 28.- PLANES DE EMERGENCIA El plan de respuesta a emergencias se establecerá mediante el análisis e riesgos, determinación de zonas seguras, rutas de escape, conformación de brigadas, coordinadores de emergencias, inventarios de equipos de atención, comunicación y combate, acercamiento con las entidades externas tales como la policía, bomberos, cruz roja, defensa civil y otros destinados a tal efecto:

- a. Para el desarrollo del plan de emergencias adecuado, el personal estará capacitado para reaccionar ante un suceso, minimizando sus efectos y o consecuencias. Después de esto se tendrá un plan alterno para reactivar cualquier proceso productivo y/o administrativo después de la ocurrencia de cualquier acontecimiento; y,
- b. En el caso de presentarse desastres naturales como terremotos inundaciones, erupciones volcánicas, los trabajadores actuarán de acuerdo a los instructivos correspondientes.

CAPITULO VI DE LA SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD Artículo 29.- SEÑALIZACIÓN

a) La empresa colocará señalización de advertencia según lo indicado en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN - ISO 3864-1 Símbolos gráficos . Colores de seguridad y señales de seguridad, en los lugares donde exista peligro, por la presencia de materiales inflamables, circulación peatonal y vehicular, y otros riesgos que alteren la seguridad personal o colectiva, con el objeto de informar a sus trabajadores, estos avisos son de obligatoria aceptación por parte de los trabajadores.

b) La empresa señalizará las diferentes tuberías existentes acorde a los colores indicados en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE-INEN 0440:84

c) La señalización de seguridad, no sustituirá en ningún caso la adopción obligatoria de medidas preventivas, colectivas e individuales, necesarias para la eliminación o mitigación de los riesgos existentes; esta, será complementaria y se basará en los siguientes criterios:

1. Se usarán preferentemente pictogramas, evitando en lo posible, la utilización de palabras escritas
2. Las pinturas utilizadas en la señalización de seguridad serán resistentes al desgaste y lavables; dichas señales, deberán mantenerse en buen estado, limpias, y renovarse cuando estén deterioradas.

A continuación se detalla el tipo de colores de señalización:

COLOR DE SEGURIDAD SIGNIFICADO INDICACIONES Y PRECISIONES ROJO PARO Alto y dispositivos de desconexión para emergencias PROHIBICIÓN Señalamientos para prohibir acciones específicas MATERIAL, EQUIPO Y SISTEMAS PARA COMBATE DE INCENDIOS Identificación y localización AMARILLO ADVERTENCIA DE PELIGRO Atención, precaución, verificación, identificación de fluidos peligrosos DELIMITACIÓN DE AREAS Límites de áreas restringidas o de usos específicos ADVERTENCIA DE PELIGRO POR RADIACIONES Señalamiento para indicar la presencia de material peligroso VERDE CONDICIÓN SEGURA Identificación de tuberías. Señalamiento para indicar salidas de emergencia, zonas de seguridad y primeros auxilios, lugares de reunión, entre otros. AZUL OBLIGACIÓN Señalamientos para realizar acciones específicas, ejemplo: uso de elementos de protección personal.

Artículo 30.- DESCRIPCIÓN DE LAS SEÑALES DE SEGURIDAD

SEÑALES

DESCRIPCIÓN

Fondo blanco y barra inclinada de color rojo. El símbolo de seguridad será negro, colocado en el centro de la señal pero no debe superponerse a la barra inclinada roja. La banda de color blanco periférica es opcional. Se recomienda que el color rojo cubra por lo menos el 35% del área de la señal.

Fondo azul. Es el símbolo de seguridad o el texto serán blanco y colocados en el centro de la señal, la franja blanca periférica es opcional. El color azul debe cubrir por lo menos el 50% del área de la señal. Los símbolos usados en las señales de obligación debe indicarse el nivel de protección requerido, mediante palabras y números en una señal auxiliar usada conjuntamente con la señal de seguridad.

Fondo amarillo, franja triangular negra. El símbolo de seguridad será negro y estará colocado en el centro de la señal, la franja periférica amarilla es opcional. El color amarillo debe cubrir por lo menos el 50% del área de la señal.

Fondo verde. Símbolo o texto de seguridad en color blanco y colocado en el centro de la señal. La forma de la señal debe ser un cuadrado o rectángulo de tamaño adecuado para alojar el símbolo y/o texto de seguridad. El fondo verde debe cubrir por lo menos un 50% del área de la señal. La franja blanca periférica es opcional.

CAPITULO VII DE LA VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES Artículo 31.- VIGILANCIA DE LA SALUD

a) Los empleadores serán responsables de que los trabajadores se sometan a los exámenes médicos de preempleo, periódicos y de retiro, acorde con los riesgos a que están expuestos en sus labores. Tales exámenes serán practicados, preferentemente, por médicos especialistas en salud ocupacional y no implicarán ningún costo para los trabajadores y, en la medida de lo posible, se realizarán durante la jornada de trabajo.

b) Los trabajadores tienen derecho a conocer los resultados de los exámenes médicos, de laboratorio o estudios especiales practicados con ocasión de la relación laboral. Asimismo, tienen derecho a la confidencialidad de dichos resultados, limitándose el conocimiento de los mismos al personal médico, sin que puedan ser usados con fines discriminatorios ni en su perjuicio. Sólo podrá facilitarse al empleador información relativa a su estado de salud, cuando el trabajador preste su consentimiento expreso.

CAPITULO VIII DEL REGISTRO E INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES E INCIDENTES Artículo 32.- INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES

a) Es obligación del Jefe de la Unidad de Seguridad y Salud o responsable deberá investigar y analizar los accidentes, incidentes y enfermedades de trabajo, con el propósito de identificar las causas que los originaron y adoptar acciones correctivas y preventivas tendientes a evitar la ocurrencia de hechos similares, además de servir como fuente de insumo para desarrollar y difundir la investigación y la creación de nueva tecnología.

b) Todo accidente deberá ser notificado, investigado y reportado de acuerdo con el procedimiento de notificación, investigación y reporte de accidentes e incidentes de la empresa.

c) El Jefe de la Unidad de Seguridad y Salud o responsable, deberá elaborar y entregar el reporte de notificación de todo accidente con baja, es decir, que causará la pérdida de más de una jornada laboral. Dicho reporte, deberá ser enviado a la Dirección de Riesgos del Trabajo, en el término de diez (10) días, contados desde la fecha del siniestro. En caso de ser un accidente que involucre a un tercero, bajo la modalidad de Actividades Complementarias, Servicios Técnicos Especializados o Empresas Contratistas, los representantes de dichas empresas, deberán proceder con la notificación de acuerdo con lo indicado anteriormente.

Artículo 33.- OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL ACCIDENTE DE TRABAJO

- a) Establecer el derecho a las prestaciones del Seguro General de Riesgos del Trabajo (médicos asistenciales, económicos y preventivos);
- b) En el caso de empresa o institución contrastar el déficit de gestión existente en la prevención de riesgos laborales, que ocasionaron el accidente; o las medidas de seguridad aplicadas durante el trabajo, en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos;
- c) Definir y motivar los correctivos específicos y necesarios para prevenir la ocurrencia y repetición de los accidentes de trabajo;
- d) Establecer las consecuencias derivadas del accidente del trabajo;
- e) Apoyar y controlar a las organizaciones laborales para que estas provean ambientes saludables y seguros a los trabajadores afiliados al IESS; a la aplicación de procedimientos de trabajo seguros en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos y,
- f) Puntualizar la responsabilidad de la organización laboral y del afiliado sin relación de dependencia o autónomo en relación al accidente de trabajo.
- g) En los meses de Enero y Julio, el Jefe de la Unidad de Seguridad y Salud o responsable, junto con el médico del Servicio Médico de Empresa o el que realiza visitas periódicas para la vigilancia de la Salud, enviará una copia del concentrado de seis meses de la accidentabilidad y la morbilidad laboral al Ministerio de Relaciones Laborales e IESS.

Artículo 34- REGISTRO DE ACCIDENTES – INCIDENTES

- a) Será Obligación del Jefe de de la Unidad de Seguridad y Salud o del Responsable, el llevar el registro de los accidentes de trabajo e incidentes laborales ocurridos, así como las estadística de accidentabilidad respectiva.
- b) En el caso de empresa o institución contrastar el déficit de gestión existente en la prevención de riesgos laborales, que ocasionaron el accidente; o las medidas de seguridad aplicadas durante el trabajo, en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos;
- c) Definir y motivar los correctivos específicos y necesarios para prevenir la ocurrencia y repetición de los accidentes de trabajo;
- d) Establecer las consecuencias derivadas del accidente del trabajo;
- e) Apoyar y controlar a las organizaciones laborales para que estas provean ambientes saludables y seguros a los trabajadores afiliados al IESS; a la aplicación de procedimientos de trabajo seguros en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos y,
- f) Puntualizar la responsabilidad de la organización laboral y del afiliado sin relación de dependencia o autónomo en relación al accidente de trabajo.
- g) En los meses de Enero y Julio, el Jefe de la Unidad de Seguridad y Salud o responsable, junto con el médico del Servicio Médico de Empresa o el que realiza visitas periódicas para la vigilancia de la Salud, enviará una copia del concentrado de seis meses de la accidentabilidad y la morbilidad laboral al Ministerio de Relaciones Laborales e IESS.

CAPITULO IX DE LA INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS Artículo 35.- INDUCCIÓN, FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

- a) Todos los trabajadores tienen derecho a desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el pleno ejercicio de sus facultades físicas y mentales, que garanticen su salud, seguridad y bienestar.
- b) Los derechos de consulta, participación, formación, vigilancia y control de la salud en materia de prevención, forman parte del derecho de los trabajadores a una adecuada protección en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- c) Los trabajadores tienen derecho a estar informados sobre los riesgos laborales vinculados a las actividades que realizan. Complementariamente, los empleadores comunicarán las informaciones necesarias a los trabajadores y sus representantes sobre las medidas que se ponen en práctica para salvaguardar la seguridad y salud de los mismos
- d) Todo trabajador nuevo, antes de iniciar su actividad laboral, deberá realizar el proceso de inducción específica al puesto de trabajo.
- e) Toda empresa de Actividades Complementarias, Servicios Técnicos Especializados o Empresas Contratistas, contratada por la empresa, deberá cumplir con el proceso de inducción general básico de la empresa Contratante, así como con su propio proceso de inducción al puesto de trabajo
- f) La información y capacitación en prevención de riesgos, deberá centrarse principalmente en:
 1. Los factores de riesgos significativos presentes en el lugar de trabajo y relacionados con las actividades a desarrollarse, en especial las de alto riesgo.
 2. Las lecciones aprendidas generadas a partir de la ocurrencia de accidentes y/o incidentes ocurridos en la operación.
 3. Las recomendaciones sugeridas después de la realización y análisis de simulacros.
 4. Educación para la Salud.

g) Jefe de de la Unidad de Seguridad y Salud o del Responsable y el Médico, son los responsables de establecer los canales de información sobre los aspectos relacionados como las Salud Ocupacional, Seguridad Industrial y/o Control Ambiental.

CAPITULO X DE LOS EQUIPOS DE PROTECCION PERSONAL Artículo 36- EQUIPOS DE PROTECCIÓN Y ROPA DE TRABAJO

- a) La Unidad de Seguridad y Salud de la empresa o su responsable, definirá las especificaciones y estándares que deberán cumplir los equipos de protección individual a ser utilizados por sus empleados y trabajadores, así como por los empleados de las empresas contratistas que laboran dentro de sus instalaciones.
- b) La empresa, en la realización de sus actividades, priorizará la protección colectiva sobre la individual.
- c) El equipo de protección individual requerido para cada empleado y trabajador, en función de su puesto de trabajo y las actividades que realiza, será entregado de acuerdo con los procedimientos internos.
- d) Todos los empleados y trabajadores, deberían ser capacitados para el uso apropiado de los equipos de protección individual que utiliza, su correcto mantenimiento y los criterios para su reemplazo.
- e) Todo equipo de protección individual dañado o deteriorado, deberá ser inmediatamente reemplazado antes de iniciar cualquier actividad. Para cumplir con este requerimiento, la empresa deberá mantener un stock adecuado de los equipos de protección individual para sus empleados y trabajadores.

CAPITULO XI DE LA GESTIÓN AMBIENTAL Artículo 37.- GESTIÓN AMBIENTAL La empresa cumplirá con la legislación nacional aplicable y vigente sobre conservación y protección del ambiente. Para cumplir dicho cometido, deberá:

1. Proveer condiciones de trabajo seguras, saludables y ambientalmente sustentables.

2. Evitar cualquier tipo de contaminación e impacto adverso sobre el ambiente y las comunidades de su área de influencia.
 3. Monitorear periódicamente aquellas emisiones gaseosas, líquidas y sólidas, requeridas por la reglamentación nacional, de acuerdo con los cronogramas establecidos y aprobados por las entidades Ambientales de Control, relacionadas con las actividades de la empresa.
- CAPITULO XII DISPOSICIONES GENERALES O FINALES Quedan incorporadas al presente Reglamento de seguridad y Salud en el Trabajo, todas las disposiciones contenidas en el Código de Trabajo, sus reglamentos, los reglamentos sobre seguridad y salud ocupacional en general, las normas y disposiciones emitidas por el IESS y las normas internacionales de obligatorio cumplimiento en el País, las mismas que prevalecerán en todo caso. Se realizará la entrega de un ejemplar de mano a todo trabajador del presente Reglamento de Seguridad y Salud.