



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA DEL ENSAYO. “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DE GUIANZA TURÍSTICA, ESPECIALIZADA EN EL  
MANEJO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN LA PROVINCIA DE  
SANTA ELENA: PLAN OPERATIVO”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTIÓN Y  
DESARROLLO TURÍSTICO.**

**AUTORA:**

**EVELYN MELISSA GUAICHA QUICHIMBO**

**PROFESOR GUÍA:**

**ING. JOSÉ ADRIÁN VALENCIA MEDRANDA, MSC.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**JULIO 2021**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE GUIANZA TURÍSTICA, ESPECIALIZADA EN EL MANEJO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: PLAN OPERATIVO”, elaborado por la Srta. Evelyn Melissa Guaicha Quichimbo, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



---

Ing. José Adrián Valencia Medranda, MSc.  
PROFESOR GUÍA

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente trabajo de Titulación denominado "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE GUIANZA TURÍSTICA, ESPECIALIZADA EN EL MANEJO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: PLAN OPERATIVO", elaborado por la Srta. Evelyn Melissa Guaicha Quichimbo, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa Transferencia de los derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



---

Guaicha Quichimbo Evelyn Melissa  
C.I. 2400254658

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por que ha sido mi fortaleza en cada momento y me ha permitido llegar hasta esta etapa de mi vida.*

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por brindarme la oportunidad de educarme en sus instalaciones.*

*A mis maestros de catedra por impartirme los conocimientos necesarios los cuales hoy forman parte de esa memoria de saberes que hacen de mi un buen profesional.*

*A mi profesor guía por su acompañamiento en cada etapa de desarrollo de este trabajo, por sus enseñanzas específicas y su paciencia.*

*A mi madre quien siempre ha sido mi pilar fundamental, mi motivación y ha estado conmigo en cada etapa de mi formación profesional.*

*Evelyn Melissa Guaicha Quichimbo*

## **DEDICATORIA**

*Tus esfuerzos son impresionantes y tu amor es para mi invaluable.*

*Por tu apoyo a la distancia y porque me has acompañado en cada momento.*

*Para ti todos mis logros. Te doy las gracias, madre.*

*Evelyn Melissa Guaicha Quichimbo*

## TRIBUNAL DE GRADO



.....  
Ing. Soraya Linzan Rodríguez, MSc.  
**DIRECTORA CARRERA DE  
GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO**



.....  
Ing. Adrián Valencia Medranda, MSc.  
**DOCENTE GUÍA**



.....  
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.  
**DOCENTE TUTOR**



.....  
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc.  
**DOCENTE ESPECIALISTA**

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
DESARROLLO .....	2
1. RESUMEN EJECUTIVO.....	2
2. JUSTIFICACIÓN .....	3
3. PROBLEMA A RESOLVER .....	4
4. OBJETIVO GENERAL.....	4
4.1    Objetivos específicos.....	4
5. IDENTIDAD CORPORATIVA .....	5
5.1    Misión.....	5
5.2    Visión .....	5
5.3    Metas .....	5
5.4    La marca .....	5
6. PLAN DE OPERACIÓN.....	6
6.1    Localización y descripción de las instalaciones. ....	6
6.2    Plan de marketing .....	8
6.2.1    Producto .....	8
6.2.2    Precio.....	8
6.2.3    Plaza .....	8
6.2.4    Promoción .....	9
6.3    Proceso de venta del servicio .....	10
6.4    Talento humano .....	10
6.4.1    Gerente general .....	11
6.4.2    Customer Service .....	12
6.4.3    Guías especializados .....	12
6.4.4    Finanzas.....	12
6.4.5    Community Manager .....	13

7. CONCLUSIONES .....	14
8. RECOMENDACIONES.....	14
9. Referencias.....	15
ANEXOS .....	15

### **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Acciones de promoción.....	9
Tabla 2 Proceso de venta.....	10

### **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Marca de la empresa .....	6
Figura 2 Localización.....	7
Figura 3 Distribución de la oficina.....	7
Figura 4 Organigrama inicial de la empresa .....	11



## **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE GUIANZA TURÍSTICA, ESPECIALIZADA EN EL MANEJO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: PLAN OPERATIVO”**

### **RESUMEN**

El presente trabajo tuvo como propósito el desarrollo del plan operativo del plan de negocio para la creación de una empresa de guianza turística, especializada en el manejo de personas con discapacidad en la Provincia de Santa Elena, dando cumplimiento a los objetivos planteados, este sector de la población para la que está dirigido este trabajo ha sido muchas olvidado, es por ello que en el plan operativo principalmente se ha diseñado una marca la cual represente únicamente a este sector en todos los sentidos, la localización y las instalaciones están adecuadas correctamente, el catálogo de productos busca no solo vender un servicio sino también la experiencia satisfactoria para todos quienes decidan contratar a GUIARTE, los precios se encuentran en el rango de accesibilidad para todos, la promoción respectivamente está direccionada a todo el público en general y específicamente a las personas con discapacidad. El proceso de venta del servicio es práctico y sencillo de tal manera que todos sin distinción alguna puedan contratar el servicio. Por su parte el talento humano, es altamente capacitado en la atención prioritaria para este grupo de personas

**Palabras clave:** Plan operativo, personas con discapacidad, plan de marketing, servicios.

### **ABSTRACT**

The purpose of this work was to develop the operational plan of the business plan for the creation of a tourist guidance company, specialized in the management of people with disabilities in the Province of Santa Elena, fulfilling the objectives set, this sector of The population for which this work is directed has been many forgotten, that is why in the operational plan a brand has been designed mainly which represents only this sector in all senses, the location and the facilities are correctly adapted, the product catalog seeks not only to sell a service but also a satisfactory experience for all those who decide to hire GUIARTE, the prices are in the range of accessibility for all, the promotion respectively is aimed at the entire public in general and specifically at people with disabilities. The process of selling

the service is practical and simple in such a way that everyone without any distinction can contract the service. Human talent, for its part, is highly trained in priority care for this group of people

**Keywords:** Operational plan, people with disabilities, marketing plan, services

## INTRODUCCIÓN

El sector turístico es uno de los de mayor dinámica en el planeta, con altas tasas de crecimiento, generador de divisas y empleo, el segmento de mercado de personas con algún tipo de discapacidad está en crecimiento lo que puede significar beneficios económicos, adicionalmente el concepto de sostenibilidad indica que los sectores deben estar pendientes no solamente de aspectos monetarios, también de aspectos ambientales y sociales.

En el ámbito social se reclama la igualdad de derechos de todas las personas en todas las actividades que realizan los seres humanos y se habla de inclusión debido a que cada vez hay más personas con dificultades de acceso, así el sector turístico debe progresivamente garantizar el acceso a todas las personas. Las personas con discapacidad visual, física, y auditiva también pueden satisfacer sus necesidades y realizar turismo para vivir experiencias de calidad, si todos en conjunto incorporan accesibilidad, por eso el objetivo de este trabajo es desarrollar un plan operativo para la creación de una empresa de guianza turística, especializada en el manejo de personas con discapacidad en la provincia de santa elena y así se pueda facilitar la inclusión de personas en actividades turísticas.

Se presenta una justificación, el problema a resolver, los objetivos del plan de negocio, un resumen ejecutivo, la identidad corporativa de la empresa, dentro del plan operativo se describe la localización de la organización, las acciones de promoción, seguido del proceso de venta del servicio, el talento humano requerido para la empresa y finalmente conclusiones y recomendaciones del trabajo propuesto.

## **DESARROLLO**

### **1. RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa GUIARTE se establecerá en la Provincia de Santa Elena, cantón Salinas, con el objetivo de prestar el servicio de guianza turística especializada en el manejo de personas con discapacidad mitigando la problemática existente a nivel provincial de la carencia de talento humano capacitado para atender a este segmento de la población en el sector turístico.

Los servicios de guianza turística estarán enfocados en tres grupos de discapacidad como son la auditiva, visual y motriz, utilizando técnicas y herramientas necesarias la cuales les permitan tener una experiencia máxima de satisfacción en cada uno de los atractivos turísticos, además cada uno de los guías especializados tendrá una alta capacidad de manejo de grupos y primeros auxilios.

Para la realización de este plan de negocios para la empresa de guianza turística inclusiva GUIARTE se llevará a cabo un estudio cuantitativo mediante la aplicación de encuestas, así mismo la investigación será efectuada mediante el método no probabilístico haciendo uso del muestreo por conveniencia con el cual se determinará a las personas con discapacidad y a las agencias de viaje de la provincia a quienes será dirigido en instrumento de recolección de datos.

La oportunidad es clara puesto que en la provincia no existe una empresa de guías turísticos especializados en el manejo de grupos de personas con discapacidad, considerando que el turismo está teniendo gran importancia, es importante que estemos preparados para que todas las personas sin condición alguna puedan disfrutar y vivir una experiencia completa.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

El turismo inclusivo requiere de la cooperación de planificadores regionales y de ciudades, de la industria del turismo, de proveedores de transporte público y privado, arquitectos y constructores, sistemas de salud, restaurantes, guías turísticos, tiendas, negocios de entretenimiento, etc. (Coppola et al., 2012). Las personas con discapacidad tienen las mismas necesidades, motivaciones y deseos para viajar que el resto de la población (Kascak, Lee, Liu, & Sanford, 2015).

Los turistas con discapacidad hoy se enfrentan a barreras que hacen difícil o impiden el acceso y disfrute de actividades turísticas en todo el ciclo, transporte, alojamiento, agencias de viajes, restaurantes, etc. (Calvo et al., 2015). La realidad indica que las experiencias de viaje para personas con discapacidad son afectadas negativamente por factores de inaccesibilidad y baja calidad en los servicios por inadecuada asistencia, además diseño no accesible en las páginas web y materiales informativos (Pühretmair, 2004 citado en Puehretmair & Woess, 2008(

El Ministerio de Salud Pública y el Concejo Nacional para la igualdad de discapacidades del Ecuador (MSP & CONADIS, 2020) en su página oficial registran un total de 483.041 personas con discapacidad, mientras que la Provincia de Santa Elena registra un total de 11.083 de las cuales 5.884 tienen discapacidad física, 1.576 poseen discapacidad auditiva y 930 tienen discapacidad visual, los restantes pertenecen a la discapacidad intelectual y psicosocial.

De esta manera se plantea la propuesta del servicio de guianza en la provincia de Santa Elena para personas con discapacidad visual, física y auditiva, haciendo que vivan una experiencia gratificante dentro de cada uno de los atractivos que deseen visitar, para asegurar un servicio de calidad la empresa contará con personal altamente capacitado para guiar a los turistas, y con conocimientos de primeros auxilios y/o asistencia médica.

La finalidad de este documento es presentar un plan operativo para la empresa Guiarte el cual considere como prioritario a nuestro grupo objetivo de personas con discapacidad y también a sus familiares, de esta manera se describe la ubicación de

la organización accesible, el análisis de las 4P en donde también se busca implementar estrategias de promoción dirigidas a las personas con discapacidad, el proceso de venta del servicio y finalmente las conclusiones y recomendaciones en función de lo redactado previamente.

### **3. PROBLEMA A RESOLVER**

GUIARTE busca llegar a un público que no tiene una atención preferencial en lo relacionado a la guianza turística, un público que cuando viaja ya sea en grupo de amigos o familiares tienen que ajustarse a la guianza que reciben todos, pero no existe un guía que brinde el servicio especializado para ellos con todas las técnicas y herramientas para que tengan una experiencia inolvidable.

Es por lo que se presenta esta propuesta en la prestación del servicio de guianza exclusivo para personas con discapacidad, el cual lleva implícito las atenciones y cuidados que esta población requiere, un servicio que cumple con las necesidades de un segmento de la población el cual nos conlleva al fomento de un turismo inclusivo.

### **4. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al servicio de guianza turística especializada para personas con discapacidad en la provincia de Santa Elena, año 2020.

#### **4.1 Objetivos específicos**

- 1 Ejecutar un estudio de mercado que permita evaluar las necesidades primordiales de la demanda y a su vez conocer a los futuros clientes interesados en este servicio.
- 2 Realizar un análisis de operación, procesos logísticos, infraestructura y estructura empresarial.
- 3 Desarrollar un análisis financiero contenido de un estado de resultados, flujo de efectivo e índice de rentabilidad.
- 4 Elaborar una guía turística de los destinos accesibles de la provincia de Santa Elena.

## **5. IDENTIDAD CORPORATIVA**

### **5.1 Misión**

Brindar un excelente servicio de guianza turística especializada en la atención a personas con discapacidad visual, auditiva, motriz con técnicas y herramientas personalizadas generando bienestar, seguridad y garantizando una experiencia inolvidable para el segmento objetivo.

### **5.2 Visión**

Ser una empresa líder en el Ecuador en ofertar el servicio de guianza especializada para personas con discapacidad, ofreciendo servicios complementarios que permitan desarrollar un nivel de excelencia en el ámbito organizacional. Convertirnos en un aliado estratégico para todas las agencias de viajes que oferten sus servicios a este segmento objetivo y de esta manera contribuir al desarrollo del turismo inclusivo en el País.

### **5.3 Metas**

1. Posicionarnos como una empresa pionera en guianza para personas con discapacidad.
2. Realizar un promedio de 20 tours semanales.
3. Crear una guía turística con los lugares accesibles que tiene la provincia.
4. Abarcar en el primer año de existencia de la empresa el 30% del mercado objetivo.
5. Llegar a mercado internacional mediante alianzas estratégicas.

### **5.4 La marca**

**El Slogan y logotipo:** El nombre GUIARTE nace de la combinación entre guía y arte. Los 3 círculos de colores son el reflejo de la bandera de la Provincia de Santa Elena en verde, azul y celeste dentro de ellos se encuentran los símbolos que representan los 3 tipos de discapacidad hacia los que se dirigen los servicios de esta empresa; discapacidad visual, motriz y auditiva, entre el nombre GUIARTE se encuentra un ícono GPS que hace referencia a los diferentes puntos turísticos y dentro de el se encuentra un guía turístico l cual representa el cuerpo de trabajo de

la empresa. El slogan hace mención al nombre y el objetivo de la empresa como es la guianza turística inclusiva.



*Figura 1* Marca de la empresa

## **6. PLAN DE OPERACIÓN**

El plan de operación permitirá conocer la manera en cómo se organizarán los procesos y actividades de la empresa, con el fin de crear un servicio, el cual cumpla con las expectativas del grupo objetivo.

### **6.1 Localización y descripción de las instalaciones.**

Esta sección contiene una descripción sintética del local donde la empresa ofertará sus servicios, se ubicará en una sala en el primer piso en el cantón Salinas de fácil acceso, en esta instalación funcionarán en espacios compartidos, los cubículos de los guías, un espacio de atención al público y en una pequeña división la oficina del gerente, finanzas y Community Manager facilitando el trabajo colaborativo y generando un ambiente amigable, como se muestra a continuación:



## Ubicación y Distribución de la oficina



*Figura 2* Localización



*Figura 3* Distribución de la oficina

## **6.2 Plan de marketing**

### **6.2.1 Producto**

Esta variable está enfocada en satisfacer las necesidades de un sector prioritario que en la actualidad buscan tener actividades de ocio y recreación en el sector turístico siendo las personas con discapacidad, Guiarte brindará el servicio de guianza especializada en atender a personas con discapacidad visual, motriz y auditiva que visitan la provincia de Santa Elena, el servicio se proporcionará por guías nacionales de turismo capacitados en la modalidad a atender, se ofrecerá el servicio de forma directa con este segmento y con las agencias de viajes pertenecientes a la provincia donde se establece la empresa. Con este servicio se busca brindar un servicio de calidad para que el segmento objetivo tenga una experiencia agradable con aplicación de herramientas y técnicas de guianza.

### **6.2.2 Precio**

Los precios se establecen de acuerdo al mercado que está dirigido, puesto que deberá ser un precio asequible a las posibilidades del usuario, estableciendo un precio base por día de guianza contratada de \$55 con tendencia a cambiar dependiendo del recurso humano, herramientas y materiales a utilizar durante el desarrollo del servicio, el precio será reservado con una semana de anticipación para poder controlar la cantidad de recursos humanos existente de la empresa, no obstante si el servicio desea ser contratado en el instante se evaluará de acuerdo a la disponibilidad de guías turísticos en ese momento. Los clientes que reserven el servicio mediante la página web recibirán el 10%, mientras que las personas que separen el servicio directamente en la empresa recibirán un 15% de descuento del total de consumo respectivamente.

### **6.2.3 Plaza**

Los clientes podrán comprar los servicios en la empresa que estará ubicada en la Provincia de Santa Elena, Cantón Salinas; otra estrategia que abarca esta variable es la venta por medio de la página web de la empresa y la venta a operadoras turísticas como intermediarias de nuestro servicio ofertado.

## 6.2.4 Promoción

Toda empresa al ser nueva en el mercado tendrá que realizar una promoción exhaustiva con la finalidad de llegar hacia el cliente potencial para que este se motive a comprar el producto ofrecido, se realiza una promoción del servicio a ofertar mediante diferentes técnicas que se detallan a continuación.

### Acciones de promoción

**Tabla 1**

*Acciones de promoción*

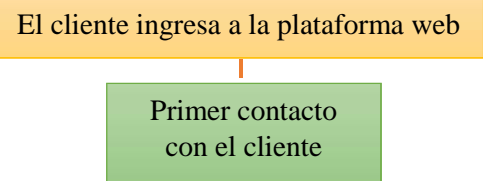
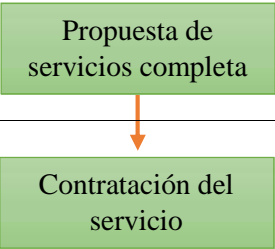

<b>Promoción online/digital</b>		
Promoción en páginas web: esta promoción se realizará adquiriendo un espacio en las páginas web de hoteles, agencias de viajes, aerolíneas, MINTUR.	Promoción en redes sociales: la promoción pertinente de la empresa de guianza tendrá espacios en redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter las mismas que permiten compartir experiencias e intercambiar información y opiniones con el público objetivo y sus familias.	Promoción por medios de comunicación: se abarcará medios tradicionales como la radio - Realidad virtual, dispositivos braille
<b>Promoción Impresa.</b>		
Se realizará alianzas con los medios de comunicación impresos para ocupar un espacio para la respectiva publicidad, siendo esto revistas, prensa impresa; también se ocuparán folletos de promoción de los servicios ofertados, que se distribuirán en puntos específicos		
<b>Comunicación Directa</b>		
Es la promoción que se dará en el mismo punto de venta de los servicios y al momento de brindar los servicios al nuestro cliente por medio de la entrega de pequeños souvenirs con los respectivos logos de la empresa.		
<b>Marketing de contenidos 3.0</b>		
Los turistas son consumidores de experiencias y la parte emocional es muy importante para la empresa Guiarte, es por ello por lo que se plantea al marketing de contenidos como factor clave para el marketing turístico, en donde se pueda seducir con las palabras, imágenes de calidad, videos atractivos subtítulos.		
<b>Campaña de promoción: Eres tú quien nos motiva</b>		
Esta campaña busca que las personas con discapacidad sean parte de la promoción, que sientan el deseo de querer vivir esa experiencia que se motiven y hacerlos parte de todo el proceso. En el video aparecen diferentes personas con discapacidad visual, auditiva y motriz siendo partícipes de las diferentes actividades turísticas accesibles que ellos pueden realizar en la provincia de Santa Elena y que de la mano de Guiarte pueden lograr una máxima experiencia, esto representa nuestro compromiso de empresa socialmente responsable.		

### 6.3 Proceso de venta del servicio

Un factor característico de Guiarte es precisamente la facilidad con la que pueden contratar el servicio de los guías que forman parte de esta empresa. En la tabla 2 se muestra la secuencia de actividades que se deben contratar el servicio.

**Tabla 2**

*Proceso de venta*

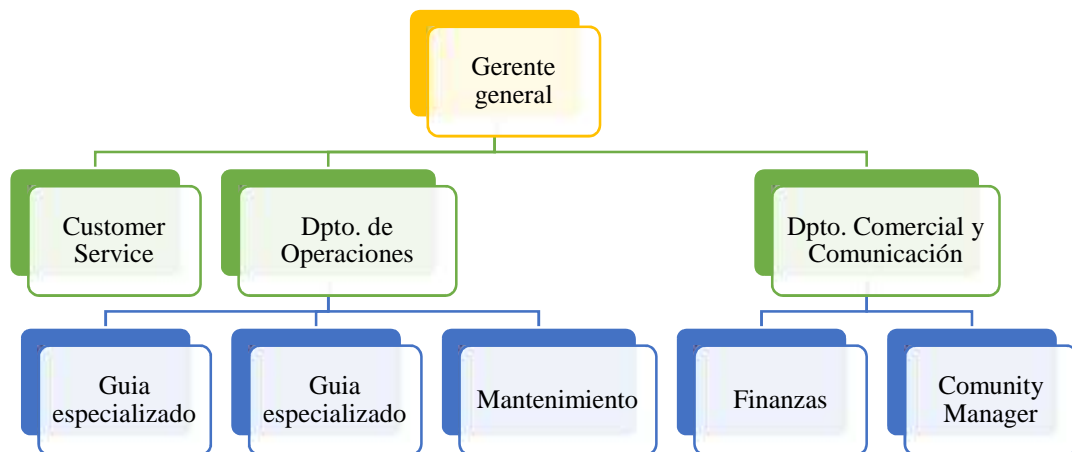
Actividad	Desarrollo
Se realizan campañas publicitarias para captar los clientes y lograr que visiten las plataformas web. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir interés por parte de un cliente en el servicio.</li> </ul>	
El cliente recibe la propuesta en detalle, servicios, cotizaciones, indicaciones, etc.	
Aceptación del servicio: Confirmación de condiciones, fechas. Autoriza un contrato, para emitir la facturación del servicio. <i>Fin del proceso</i>	

### 6.4 Talento humano

Para generar un ambiente de colaboración en donde exista un buen desarrollo laboral es necesario tener presentes algunas directrices, tales como:

1. Ambiente laboral que promueva el trabajo en equipo y la innovación acompañada de la motivación.
2. Atraer y desarrollar el talento humano, siendo una empresa líder en brindar el servicio de guianza a personas con discapacidad, para que tanto guías locales como nacionales se motiven a formar parte de esta empresa.
3. Inicialmente el pago de los salarios se efectuará de acuerdo con media jornada de salario mínimo o por horas de trabajo correspondiente, hasta que la empresa pueda generar sus propios ingresos.

Al ser una empresa pequeña compuesta por 4 socios se desarrolla inicialmente con el siguiente cronograma el cual tendrá modificaciones en caso de ser necesario de acuerdo con los requerimientos que se presenten a futuro.



**Figura 4** Organigrama inicial de la empresa

Las áreas que conforman la empresa inicialmente y permiten el adecuado funcionamiento de la misma para cumplir con los estándares de calidad y servicio se definen de la siguiente manera:

#### **6.4.1 Gerente general**

- *Formación y conocimientos*

Profesional en Turismo o Administración de empresas, mínimo un año de experiencia, conocimientos en gestión de proyectos y planificación.

- *Funciones*

Como parte de sus funciones se menciona la planificación estratégica de negocio para la empresa, brindar directrices que generen el crecimiento y sustentabilidad, dar seguimiento al cumplimiento de las estrategias, anticiparse a cualquier tipo de amenaza, captar oportunidades y promover la innovación y desarrollo del empresarial, gestionar estrategias de crecimiento.

#### **6.4.2 Customer Service**

- *Formación y conocimientos*

Profesional en turismo o especialista en atención y servicio al cliente, manejo del idioma inglés.

- *Funciones*

Llevar un registro de los clientes y tours realizados, recepción de las solicitudes y establece el primer contacto de la empresa con los clientes, envía información de promociones, informar a los guías sobre la asignación de los tours, verificar que los

#### **6.4.3 Guías especializados**

- *Formación y conocimientos*

Profesional en turismo, guía local especializados con aptitudes comunicacionales, conocimiento de primeros auxilios, manejo de idiomas extranjeros

- *Funciones*

Realizar informes de los tours realizados, elaborar su planificación para el tour de acuerdo con las políticas de la empresa, supervisar la unidad de transporte en el caso de que se requiera, acompañar, dirigir y orientar al turista o grupo de turistas durante el recorrido, brindar seguridad e información a los grupos, informar sobre las actividades a realizar y en que tiempos, preparar las técnicas, herramientas y material necesario para el tour (folletos en braille, maquetas, otros)

#### **6.4.4 Finanzas**

- *Formación y conocimientos*

Profesional en contabilidad o finanzas, con mínimo un año de experiencia.

- *Funciones*

Llevar una gestión de todos los procesos administrativos y contables de acuerdo con las políticas establecidas por la empresa, tramitar los aspectos financieros con relación a los lineamientos empresariales, promover la eficiencia de costos.

#### **6.4.5 Community Manager**

- *Formación y conocimientos*

Profesional en turismo o comunicación, conocimientos en marketing y manejo de plataformas web.

- *Funciones*

Planificar acciones de marketing digital, analizar y direccionar la información que se muestra en las redes sociales, establecer estrategias de comunicación digital, buscar e implementar nuevas formas de comunicación de tal manera que los clientes se sientan parte de la organización y que sus opiniones o recomendaciones sean tomadas en cuenta, dar a conocer el contenido y las promociones del servicio en la página web, crear contenido para incentivar a las agencias de viaje a establecer alianzas con esta empresa, analizar los resultados que se obtiene de las promociones y realizar ajustes que permitan el posicionamiento en la Web.

## **7. CONCLUSIONES**

Es importante hacer sentir a los turistas cómodos en cualquier sitio que estos visiten, brindando las garantías en cada una de las etapas del proceso de servicios turísticos que ofrece Guiarte, para crear fidelidad y aumentar el número de visitas hacia la provincia de Santa Elena.

Mediante el desarrollo de un plan operativo se pudo determinar la ubicación accesible de la empresa y las estrategias de promoción que permitan involucrar a nuestro segmento en el proceso de venta del servicio lo cual permitirá satisfacer las necesidades de las personas con discapacidad visual, física y auditiva, todo esto acompañado de un cuerpo de profesionales.

Esta propuesta es un paso más para la inclusión de personas con discapacidad, permitiéndoles ser más conscientes de sus derechos y defenderlos con la ayuda del entorno social en el que se desenvuelven.

## **8. RECOMENDACIONES**

Se debería realizar una evaluación sobre la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel nacional y fomentar vínculos con operadoras para así captar más público objetivo y ampliar los servicios de Guiarte a todo el Ecuador.

Se recomienda continuar con los estudios pertinentes para investigar a profundidad, la sensibilidad al precio que presenta este segmento de turistas, y así poder establecer ajustes en las estrategias del precio de tal manera que los turistas puedan vivir una experiencia única acorde a su economía.

Es necesario realizar una evaluación continua que permitan mantener y atraer más turistas, con la planificación, coordinación y apoyo de todas las instituciones gubernamentales, que capaciten continuamente a todas las personas inmersas en el sector turístico.



## 9. Referencias

- Balmer, J. (2001). Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Marketing: Seeing through the Fog. *European Journal of Marketing*, 248-291.
- Borello, A. (2000). El plan de negocios: de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. España: McGrawHill.
- Calvo, A., Navarro, A. & Periañez, R. (2015). Tourism for all and performance: An analysis of accessibility management in hotels. In *Achieving Competitive Advantage through Quality Management* (p. 312). Springer International Publishing. <http://doi.org/10.1007/978-3-319-17251-4>
- Coppola, S., Sakornsatian, S., Thongkuay, S. & Trevittaya, P. (2012). Innovative practice in accessible and inclusive tourism. *World Federation of Occupational Therapists Bulletin*, 66, 43–46. <http://doi.org/10.1179/otb.2012.66.1.016>
- Kascak, L., Lee, S., Liu, E. & Sanford, J. (2015). The expansion of a Scheme about accesibility in tourism at the cultural sector. Springer International Publishing Switzerland. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84947232122&partnerID=tZOtx3y1>
- Kotler, P., & Armstrong , G. (2017). *Fundamentos del marketing* (13 ed.). México: Pearson Educación.
- MSP & CONADIS. (Febrero de 2020). *Consejo nacional para la igualdad de discapacidades*. Obtenido de <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/>
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 1–20. Retrieved from [http://web.uncg.edu/bae/lseyer/ec\\_common/articles/strategy\\_and\\_internet\\_porter.pdf](http://web.uncg.edu/bae/lseyer/ec_common/articles/strategy_and_internet_porter.pdf)
- Pühretmair, F. (2004). It's time to make eTourism accessible. Computers helping people with special needs. Retrieved from [http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-27817-7\\_41](http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-27817-7_41)

## ANEXOS

Anexo 1: Material promocional “Campana de promoción: Eres tú quien nos motiva”

