



**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  
PROFESIONAL ESPECIALIZADA, SANTA ELENA:  
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO”**

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

**AUTOR:**

**NARVÁEZ VILLALTA LESLY MISHELLE**

**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 PROFESIONAL ESPECIALIZADA, SANTA ELENA: DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO”**, elaborado por la Srta. Narváez Villalta Lesly Mishelle, 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 PROFESIONAL ESPECIALIZADA, SANTA ELENA: DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO”**, elaborado por la Srta. Narváez Villalta Lesly Mishelle, aclaro 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.



---

Narváez Villalta Lesly Mishelle

C.I: 2450002726

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme brindado la oportunidad de formar parte de la misma como alumna y por ser el templo del conocimiento el cual me ha formado profesionalmente todos estos años.*

*A mis maestros de cátedra quienes a diario gustosos compartieron sus conocimientos y experiencias como profesionales en el área, contribuyendo así a crear un vasto conocimiento en cada alumno del aula.*

*A mi profesor guía agradezco por haber sido el faro que encamino este plan de negocios, por su confianza y motivación en todo el duro proceso que su elaboración llevo.*

*A mis padres agradezco por ser el motor y la guía de mi vida, por haberme motivado y acompañado durante todos estos años de formación para convertirme en una profesional.*

Lesly Mishelle Narvárez Villalta

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo va de dedicado a Dios quien con su misericordia e infinito amor nos brinda el favor de vida y permitió que este plan de negocios se llevara a cabo dándome la fuerza y motivación que necesitaba.*


*A mis padres por su compañía, guía y apoyo en mi formación moral y académica, por haber confiado en mis impulsándome siempre alcanzar mis metas.*

Lesly Mishelle Narvárez Villalta

## TRIBUNAL DE GRADO



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



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



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



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

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
DESARROLLO .....	2
1. RESUMEN EJECUTIVO .....	2
2. JUSTIFICACIÓN .....	3
3. PROBLEMA A RESOLVER .....	3
4. DEFINICIÓN DEL OBJETIVO .....	4
5. MISIÓN Y VISIÓN .....	4
5.1. VISIÓN .....	4
5.2. METAS .....	5
6. VALORES .....	5
7. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	6
7.1. ANÁLISIS DE LA EMPRESA .....	6
7.2. ANÁLISIS DEL PRODUCTO/ MERCADO .....	7
7.2.1. El producto / servicio .....	7
7.2.2. El mercado y la segmentación de mercado .....	12
7.2.2.1. Mercado turístico ecuatoriano.....	12
7.2.2.2. Segmentación de mercado.....	13
7.2.3. Las áreas del negocio .....	14
7.3. ANÁLISIS DEL SECTOR .....	15
7.3.1. Ciclo de vida .....	15
7.3.2. Características de la oferta .....	17
7.3.2.1. Los competidores .....	17

7.3.3. Los canales de distribución .....	18
7.3.4. El posicionamiento competitivo.....	19
7.3.5. Las tendencias y proyecciones .....	20
7.4. LAS ESTRATEGIAS .....	22
7.4.1. Las estrategias empresariales .....	22
8. CONCLUSIONES .....	22
9. RECOMENDACIONES .....	23
BIBLIOGRAFÍA .....	24

### **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Clasificación de guianza turística .....	8
Tabla 2 Guianza local.....	9
Tabla 3 Guianza nacional.....	10
Tabla 4 Guía especializado en aventura.....	11
Tabla 5 Guía especializado en Patrimonio Cultural.....	12
Tabla 6 Segmentación de mercado local y nacional .....	13
Tabla 7 Las áreas de negocios y los posibles clientes.....	14
Tabla 8 Resumen de tendencias y proyecciones .....	21

### **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Clasificación de establecimiento .....	18
Figura 2 Canales de distribución al cliente .....	19



# **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE GUIANZA TURÍSTICA PROFESIONAL ESPECIALIZADA, SANTA ELENA: DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO”**

## **RESUMEN**

El presente documento o Plan de Negocios es elaborado con la finalidad de mostrar al lector cuan viable es la creación de una empresa de guianza turística profesional especializada en la provincia de Santa Elena. Para esto el estudio se centró en la investigación de varios puntos y lineamiento necesarios que permitirán conocer al mercado al cual pertenece y al segmento al cual va dirigido el producto.

El Primer punto trata de responder ante la problemática actual del mercador de guianza que es el libre ejercicio de la profesión de guía sin contar con una formación académica profesional que lo anteceda, razón por la cual se logra denotar en los indicadores de estudio la entrega de un producto deficiente y pobre en conocimiento. Proponiendo la elaboración de un producto acorde a las tendencias y necesidades de mercado de guianza.

Segundo punto trata, el estudio del medio o mercado que rodea a la empresa, para esto se análisis del sector fue indispensable, permitiendo conocer la competencia, las tendencias favorables actualmente y cuáles son los canales de distribución favorables para la llegada del producto hacia el cliente que en este caso sería el directo.

Dando como conclusión que la creación de una empresa de servicios de guianza profesional especializado es un negocio factible y viable para el mercado turístico, puesto que en el Ecuador el porcentaje de turistas que hace uso de este servicio es considerable. Y el poder reunir a un grupo de profesionales en guianza llegaría a ser una gran propuesta de negocio.

**Palabras claves:** guianza turística – Guianza especializada – turismo – paquetes turísticos.

## **ABSTRACT**

This document or Business Plan is prepared in order to show the reader how feasible it is to create a professional tour guide company specialized in the province of Santa Elena. For this, the study focused on the investigation of several points and necessary guidelines that will allow us to know the market to which it belongs and the segment to which the product is directed.

The first point tries to respond to the current problem of the guide market, which is the free exercise of the profession of guide without having a professional academic training that precedes it, which is why it is possible to denote in the study indicators the delivery of a poor product and poor in knowledge. Proposing the elaboration of a product according to the trends and needs of the guiding market.

The second point is, the study of the environment or market that surrounds the company, for this the analysis of the sector was essential, allowing to know the competition, the currently favorable trends and what are the favorable distribution channels for the arrival of the product to the customer which in this case would be the direct one.

Giving as a conclusion that the creation of a specialized professional guide services company is a feasible and viable business for the tourist market, since in Ecuador the percentage of tourists who make use of this service is considerable. And being able to bring together a group of guidance professionals would become a great business proposition.

**Keywords:** tourist guide – specialized guide - tourism - tourist packages

## INTRODUCCIÓN

El texto presentado a continuación detallara el Plan De Negocios para la creación de una Empresa de Guianza Turística Especializada denominada GUÍA VENTURA S.A. empresa de sociedad anónima que se ubicara en la provincia de Santa Elena en la cabecera cantonal del mismo nombre.

Para el desarrollo de este proyecto se realizó una investigación exhaustiva del mercado de guianza turística para reconocer el sector y conocer la problemática existente, también se consideró la indagación de información en registros de entidades tales como el Ministerio de Turismo, Ministerio de Trabajo y todos a aquellos requisitos necesarios para el funcionamiento y viabilidad legal del negocio propuesto. El plan de negocios expone cuatro capítulos en los que se detalla ampliamente a la empresa y su funcionamiento por áreas, el catálogo de servicios que ofrecerá, talento humano ideal, la forma en que se promocionará y la parte económica financiera.

En el desarrollo del trabajo planteado se conocerá el diagnostico actual en cuanto al servicio de guianza e interpretación turística en la provincia de Santa Elena y el resto del país, así como la importancia de contar con un servicio profesional que satisfaga las necesidades de la demanda con una visión empresarial de ofrecer un servicio con estándares. Los socios de la empresa están definidos por área de trabajo y bajo un perfil profesional específico, el catálogo de productos que ofrece la empresa se basa en: Guianza local, Guianza nacional de turismo, Guianza especializada en aventura, Guianza especializada en patrimonio y el servicio adicional de Tour líder, cada producto especifica la línea, el costo y sus implicaciones.

Este plan de negocios tiene la finalidad de mostrar toda la estructuración de una empresa de servicios profesionales de guianza y de cómo se va a llevar a cabo mediante la gestión de sus procesos y su factibilidad financiera.

## **DESARROLLO**

### **1. RESUMEN EJECUTIVO**

La siguiente idea de negocio surge para atender la necesidad latente en el mercado actual de guianza turística en el Ecuador, de acuerdo a los estudios realizados para la elaboración de este plan de negocio en el mercado ecuatoriano turísticos existe un bajo nivel en la calidad a la hora de entregar el servicio y un escases de profesionales especializados para la demanda existente, es por esto que “GUÍA VENTURA S.A” se proyectará como una empresa de guianza turística profesional especializada que atenderá con excelencia y calidad a los clientes del sector turístico. Los profesionales que conformarán la fuerza de trabajo serán especializados en turismo de aventura, cultural y patrimonio; idiomas; naturaleza; deporte y aventura. También ofrecerá al mercado un amplio catálogo de productos orientado a las líneas mencionadas con anterioridad.

Para ello también se incluye un plan operativo que abarca básicamente el funcionamiento de la empresa desde el área de recursos humanos hasta el área operativa. Para conocer la viabilidad de la empresa se realizó un estudio de investigación dirigido a las agencias de viajes y tour operadoras de la provincia de Santa Elena para poder identificar las características de la demanda y los posibles clientes potenciales, en cuanto el aspecto legal se detallan los pasos y entidades respectivas para el funcionamiento de la empresa.

Con respecto al estado economico que manejara la empresa, esta se formara con la aportación de los socios capitales y la prestación de créditos a entidades financieras, créditos que se manejaran y serán cancelados en 5 años, para su soporte la empresa a estudiado todos los escenarios y presenta una tabla de amortización que permitirá conocer el estado de la empresa financieramente, dando como resultado un soporte un principio favorable para conocer cuan viable resulta la creación de la empresa “GUÍA VENTURA S.A”.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Debido al crecimiento del sector turístico en el Ecuador y al incremento de llegadas de turistas extranjeros del 6.9% en los dos últimos años por el reconocimiento que está teniendo en el mercado internacional, es que el estado ecuatoriano ha buscado mejorar a gran escala los servicios turísticos y las actividades que ofrece el sector, esto por medio de la inversión en proyectos que destaquen la actividad turística y la regulación pertinente de las actividades que se realizan y de quienes la ejercen, todo esto para crear un servicio turístico de calidad que satisfaga las necesidades de la demanda, diversificar la oferta y fortalecer el sector turístico en el país. Como se establece en el “PLANDETUR 2020” de realizar acciones que contribuyan al desarrollo turístico sostenible.

Es por esto que la presente propuesta de plan de negocios es desarrollar la actividad de guianza turística bajo los estándares requeridos por el Ministerio De Turismo, con personal altamente calificado y certificado de guía, garantizando así la innovación en el mercado a través de las bases educativas que conlleva la interpretación y manejo de grupos en guianza. Y así brindarle al turista la posibilidad de obtener conocimientos los conocimientos y experiencias satisfactorias que los motiven a regresar al país.

## **3. PROBLEMA A RESOLVER**

Una de las principales problemáticas a la que este plan de negocios responde es al ejercicio de la actividad de guianza turística en el Ecuador practicada por personas naturales sin ningún tipo de credencial o certificación de guía nacional otorgado por el ministerio; la empresa “Guía Ventura S.A.” pretende a través de la constitución legal de una empresa de guianza profesional especializada brindar este servicio con los mejores estándares de calidad y con profesionales que cuenten con la debida credencial de guía nacional y la certificación de habilidad que le permita el libre ejercicio de esta actividad (licencias), estipulados en El Reglamento De Guianza Turística; título 1; art. 3 definiciones, literales B y D.

Otro de los problemas a los que trata de responder es a la escasez de profesionales en guianza turística que tiene el mercado. Debido a las tendencias del mercado y números de turistas que llegan al Ecuador se ha hecho de vital importancia contar con profesionales que cubran las necesidades y exigencia de la demanda en cuanto a la interpretación y guianza, ya que estos segmentos actualmente buscan aventura, cultura, patrimonio y naturaleza. Es por esto que “Guía Ventura S.A.” busca facilitar proveer y facilitar el contacto con este grupo de profesionales aptos para desarrollar esta actividad con los conocimientos en: cultura y patrimonio; idiomas; naturaleza; deporte y aventura.

#### **4. DEFINICIÓN DEL OBJETIVO**

Crear una empresa especializada en brindar servicios de guianza turística profesional a nivel local y nacional, que logre satisfacer la demanda existente de este servicio que requiere de alta calidad profesional e intelectual, dejando de lado el bajo nivel del mercado actual de guianza e interpretación.

#### **5. MISIÓN Y VISIÓN**

Prestar un servicio de guianza profesional con un equipo de guías especializados a nivel Nacional; 1) promoviendo el valor patrimonial que incluya componentes educativos que creen conciencia y respeto por patrimonio cultural y natural que se posee. 2) atendiendo a las necesidades que exige la demanda brindando un servicio diferenciado.

##### **5.1. VISIÓN**

Ofrecer servicios con los más altos estándares de calidad a nivel nacional con profesionales formados en turístico y guianza, que mejoren la imagen y valor del producto turístico del país.

## 5.2. METAS

- Lograr mejorar la percepción que tienen los turistas del servicio de guianza actual.
- Lograr ser reconocidos como una empresa de profesionales especializados en guianza e interpretación turística.
- Capacitación constante en temas de responsabilidad social, sostenibilidad y valor patrimonial.

## 6. VALORES

La empresa “GUÍA VENTURA S.A.” se establecerá bajo una cultura organizacional que promueva los siguientes valores:

- **Profesionalidad:** Contar con personal capacitado para asegurar la calidad de la información brindada al cliente.
- **Honestidad:** Brindar información verídica a los clientes.
- **Responsabilidad:** La empresa maneja estrategias que apunten a las nuevas tendencias eco amigables.
- **Confianza:** Brindar la seguridad de un servicio de calidad al cliente.

## **7. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

### **7.1. ANÁLISIS DE LA EMPRESA**

“GUÍA VENTURA S.A.” es una empresa que busca innovar en el mercado turístico, puesto que se pretende brindar un servicio netamente especializado en guianza e interpretación turística profesional, con guías turísticos profesionalizados con alcances de conocimiento local o nacional. Esta empresa abrirá sus puertas en la provincia de Santa Elena, cabecera cantonal Santa Elena, a partir del primer trimestre del año 2020.

El negocio pretende proveer de profesionales en guianza altamente calificados al mercado turístico relacionados con la guianza cultural, natural y otras especialidades, al mercado objetivo como lo son agencias de viajes y operadoras turísticas. Esta además contará con trabajadores especializados en Guía local, Guía nacional y Guía nacional especializado en patrimonio turístico y aventura. También contribuirá a la generación de empleo dentro del ámbito de guianza turísticas y permitirá crear conciencia con bases educativas en la responsabilidad social por valorar el patrimonio natural y cultural que se posee.

La empresa, constituirá el 2 de enero del año 2020 bajo la formalidad jurídica de sociedad anónima, que brindará servicios profesionales en este caso el de guianza turista especializada. La conforman cuatro miembros o socios que son: Beltrán Borbor Vanessa, presidente de la compañía y financiera; Meza Villegas Melissa, unidad de comunicación y talento humano; Narváez Villalta Lesly, a cargo de la unidad de comercialización y marketing; y Hermenegildo Gutiérrez Ginger, encargado del área de operación. El plan de negocios aquí mostrado precisa las personas seleccionadas con las habilidades y destrezas para desarrollar oportunamente cada cargo de la empresa.

Los socios de la empresa han definido cuatro áreas de especialización o de servicio para realizar la guianza turística al mercado que son guianza local, guianza nacional y guianza nacional especializada en: a) patrimonio; b) aventura, las cuales constan como las autorizadas a ejercer dentro del Reglamento De Guianza Turística. Estas



han sido asignadas con un personal altamente capacitado para desempeñar cada perfil. Además, la planta de oficina contará con profesionales con capacidades en el área de marketing y ventas, comunicación, como en el diseño del producto; en el área de operativa el conocimiento en planificación de guianza y en elaboración de rutas será primordial; en el área de RR.HH. será primordial la correcta elección de personal; y en el área financiera, control y asignación de presupuestos.

Para la empresa es importante que se conozca los requisitos, licencias y acuerdos de contratos con los que se maneja, por esto se presenta un ítem con los avances de las entidades y sus requisitos para la formación de la empresa “GUÍA VENTURA S.A.”, con el objetivo de que se conozca que la constitución de la misma ha sido legal para garantizar seguridad y calidad de servicio.

Para iniciar la empresa manejará un canal de distribución directo y aplicará el uso del sistema de distribución internet a través de las páginas de web de la empresa y de las redes sociales para un mayor alcance y facilidad de contacto empresa usuario, también se tratará de establecer acuerdos de contratación exclusivo con las agencias y operadoras turísticas de país.

## **7.2. ANÁLISIS DEL PRODUCTO/ MERCADO**

### **7.2.1. El producto / servicio**

La oferta de la empresa consiste en la entrega del servicio profesional de guianza turística especializado dentro de la Provincia de Santa Elena y a nivel nacional para grupos de turistas nacionales y extranjeros que soliciten dicho servicio. Esta empresa atiende principalmente a la necesidad de guianza profesional turística existente dentro de Ecuador, que no cuenta con una empresa legalmente constituida que facilite el contacto con este grupo de profesionales del área turística del país y que permita el cumplimiento de la actividad de manera formal y debidamente legalizada, como es requerida por el Ministerio de turismo. Actualmente el 45% de los que ejercen esta actividad no cuentan con certificación de guía nacional.

La empresa establecerá los precios de dichos servicios de guianza turística acorde el establecido por la entrega de un servicio profesional, es por esto que el compromiso por brindar un servicio de calidad es base ante todo de la empresa “GUÍA VENTURA S.A.” En el caso de que la demanda (empresas contratantes) lo solicite también se trabajara en la realización de un itinerario o ruta adecuada a la necesidad del grupo a guiar. Entregando así un servicio de calidad que garantice una experiencia agradable, enriquecedora y reconfortarle del turista o grupo guiado, además de la oferta de servicio de tour líder.

Para esto, como se lo ha mencionado anteriormente la empresa “GUIA VENTURA S.A”:

- 1) Provee de guías profesionales al mercado turístico, con especialización en:

**Tabla 1**

*Clasificación de guianza turística*

<b>N.-</b>	<b>Producto/ servicio</b>	<b>Alcance</b>
<b>1</b>	Guianza local	Netamente Provincia de Santa Elena
<b>2</b>	Guianza nacional	Nacional
<b>3</b>	Guianza especializada en aventura	Nacional
<b>4</b>	Guianza especializada en patrimonio	Nacional
<b>5</b>	Tour líder	Nacional

Según lo mencionado por la Federación Europea de Guías de Turismo (2014), un guía turístico, es la persona encargada de guiar y explicar detalladamente a un individuo o grupo de turistas de origen nacional o extranjero, dentro de un determinado espacio, destino o territorio. Para esto el guía debe poseer un conocimiento amplio en temáticas culturales, históricas, geográficas, de idiomas, entre otros. Estos pueden ser contratados de manera directa por una agencia de viajes u operadora turísticas, museos o áreas naturales.

2) Elaboración de itinerarios o rutas como un producto establecido o adecuado a las necesidades del turista

De acuerdo con Chan (2005), el itinerario turístico es considerado como una verdadera guía de viajeros ya que este detalla y describe el trayecto seleccionado, incluyendo en este los atractivos y puntos recalables del lugar, destino o región a recorrer. El itinerario puede ser elaborado por una agencia de viajes, operadoras turística o un profesional especializado, adaptándolo además a las necesidades del cliente.

### Características de cada producto propuesto

**Tabla 2**

*Guianza local*

Línea	Productos	Nombre	Costo	Implicaciones
<b>Turismo cultural</b>	Producto 1	Ruta del sol.	\$ 32 por persona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada guía manejara un grupo de máximo 15 personas.</li> <li>• Los precios varían para niños y personas de la 3ª edad.</li> <li>• Incluirá guía de la ruta elegida</li> <li>• El precio se establece de acuerdo a las 8 horas de trabajo.</li> </ul>
	Producto 2	Tour Ruta de las siete iglesias en la Santa Elena.	\$24 por persona	
	Producto 3	Historia, Cultura y Patrimonio museos que alberga cultura arqueológica, y arquitectura por antepasados Guancavilcas	\$20 por persona	
	Producto 4	Montañita, la capital del Surf del Ecuador	\$20 por persona	
	Producto 5	Circuito del procesamiento y cultivo de la paja toquilla.	\$20 por persona	

--	--	--	--	--

**Tabla 3**

*Guianza nacional*

Línea	Productos	Nombre	Costo	Implicaciones
<b>Nacional sin especialización</b>	Producto 1	Ruta del Spondyllus, ruta del Ecuador.	\$32 por persona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada guía maneja un grupo de máximo 15 personas.</li> <li>• Este guía no estará apto la guianza de aventura.</li> <li>• Puede operar como tour líder</li> <li>• El precio se establece de acuerdo a las 8 horas de trabajo.</li> </ul>
	Producto 2	Puyo, centro urbano más grande del Oriente meridional del Ecuador.	\$ 32 por persona	
	Producto 3	Ruta del Chocolate producto reconocido a nivel mundial circuito: 1) Amazónico	\$ 32 por persona	
	Producto 4	Ruta del Chocolate producto reconocido a nivel mundial circuito: 2) En la costa pacífica.	\$ 32 por persona	
	Producto 5	Guayaquil, puerto principal y desarrollo urbano	\$ 20 por persona	

**Tabla 4***Guía especializado en aventura*

Línea	Productos	Nombre	Costo	Implicaciones
<b>Deportes y aventura</b>	Producto 1	Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad: Darwin ya lo dijo, son únicas.	\$ 32 por persona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada guía maneja un grupo de máximo 15 personas.</li> <li>• El valor es establecido por día.</li> <li>• El precio se establece de acuerdo a las 8 horas de trabajo.</li> </ul>
	Producto 2	Laguna de Quilotoa, un volcán con una inmensa laguna en su cráter.	\$ 28 por persona	
	Producto 3	La Avenida de Los Volcanes, hacia la búsqueda de los Colosos.	\$ 32 por persona	
	Producto 4	La Avenida de Las Cascadas, la belleza singular del agua	\$ 32 por persona	
	Producto 5	Baños de Tungurahua aventura descanso y diversión	\$ 28 por persona	

**Tabla 5***Guía especializado en Patrimonio Cultural*

Línea	Productos	Nombre	Costo	Implicaciones
<b>Turismo cultural</b>	Producto 1	Quito, Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo.	\$ 28 por persona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada guía manejará un grupo de máximo 15 personas.</li> <li>• Los precios varían para niños y personas de la 3ª edad.</li> <li>• El precio se establece de acuerdo a las 8 horas de trabajo.</li> </ul>
	Producto 2	Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura.	\$ 28 por persona	
	Producto 3	Otavaló y su mercado indígena, capital intercultural del Ecuador.	\$ 24 por persona	
	Producto 4	Vilcabamba, el paraíso de la longevidad.	\$ 24 por persona	

## 7.2.2. El mercado y la segmentación de mercado

### 7.2.2.1. Mercado turístico ecuatoriano

La producción del mercado turístico en comparación con otras industrias del Ecuador, resulta ser bastante sobresaliente, tanto así, que se ha convertido en uno de los principales sectores contribuyente al crecimiento del Producto Interno Bruto, registrando a este en los dos primeros trimestres del año 2019 alrededor de 1.8%. De acuerdo a las estadísticas brindadas por el Ministerio De Turismo se registra que

el total de ingresos al país fue de 1.381.726 extranjeros para el año 2019, destacando que la lista es encabezada por viajeros de Estados Unidos, Colombia, Perú y España. (MINTUR, 2019)

En el Ecuador la actividad productiva del sector es encabezada por establecimientos de servicios de suministro de comida y bebida, y las realizadas por las agencias de viajes y análogas con un total de 24.6 % y 20.5 % respectivamente, este último generado por un total de 1.854 establecimientos. Solo a nivel nacional se encuentran registradas 605 agencias de viaje dual, 329 agencias de viajes minoristas, 116 agencias de viajes mayoristas y 804 operadoras turísticas, quienes brindan sus servicios a nacionales y extranjeros.

Dentro de la provincia de Santa Elena el ingreso de extranjeros del año 2019 registro un total de 3.056 viajeros aproximadamente. Lamentablemente la Provincia no cuenta con datos específicos de servidores turísticos, esto provoca una escasa información que recibe el turista. Sin embargo, uno de los registros que se conocen y se encuentran actualizados son el número de agencias de viajes de la provincia que constan en el catastro del Ministerio De Turismo que de acuerdo a cifras publicadas por esta entidad se habla de un total 22 establecimientos. (Ministerio de Turismo, 2019)

#### 7.2.2.2. Segmentación de mercado

A partir de estudio efectuado, es que se determina que el **consumidor objetivo** del presente proyecto se identifica de la siguiente manera:

**Tabla 6**

*Segmentación de mercado local y nacional*

N.-	Segmentación de mercado	Locales	Nacionales	
1	Agencias de viajes	22 establecimientos dentro de la provincia de Santa Elena	Duales	605
			Mayoristas	116
			Minorista	329
2	Operadoras turísticas		804	

Los servicios profesionales de guianza turística pueden ser contratados por museos, centros culturales y áreas naturales, pero la empresa “GUÍA VENTURA S.A.” ha seleccionado como mercado objetivo a las agencias y operadoras turísticas debido a los índices de producción a nivel nacional que presentan, mostrándose como una fuerte industria y mercado de clientes, además de las encuestas realizadas se identifica que la contratación de tour líder es esencial para estas empresas y que la demanda de servicios de guianza profesional es de vital importancia. Permite deducir que el producto aquí presentado es el ideal para este sector de empresas turísticas.

### 7.2.3. Las áreas del negocio

**Tabla 7**

*Las áreas de negocios y los posibles clientes*

Áreas de actividades del negocio	Perfil de consumidor	Motivación de compra	Producto
a) Guianza nacional especializada en aventura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De 32 a 35</li> <li>• Profesional</li> </ul>	Actividades de ecoturismo	Turismo de aventura
b) Guianza nacional especializada cultural y patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35 a 54 años</li> <li>• Profesional</li> <li>• Soltero</li> <li>• Mayor demanda de hombres</li> </ul>	Vacaciones recreación u ocio	Turismo cultural
c) Guianza local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extranjeros y nacional</li> <li>• De 18 a 35 años</li> <li>• Profesional</li> </ul>	Diversión y recreación Visita a parientes y familiares	Sol y playa Turismo cultural
d) Guianza nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30 a 60 años</li> <li>• Profesional</li> <li>• Alta capacidad económica</li> </ul>	Ocio y recreación	Turismo cultural



## **7.3. ANÁLISIS DEL SECTOR**

### **7.3.1. Ciclo de vida**

De acuerdo con Sánchez Alegría, Lizarraga Dallo, & Glaría Aznárez, (2008) en su artículo “El estado de flujos de tesorería según las etapas del ciclo de la vida: una aproximación empírica”, el ciclo de vida de un producto puede ser identificado de acuerdo al flujo económico o umbral de rentabilidad que la empresa obtiene de este producto mencionando que:

- La fase de introducción es caracterizada por que la empresa no ha conseguido realizar las ventas suficientes como para garantizar la rentabilidad y ganancias, obteniendo resultados comunes o corrientes negativos, en la empresa se destaca la inversión y aportación de socios para contribuir a la productividad;
- En la fase de crecimiento la empresa asimila un aumento en ventas, pero se mantiene alejada al punto de equilibrio económico de la empresa, aquí al igual que en la etapa de introducción los ingresos son menores a los gastos y la autofinanciación predomina;
- En la fase de madurez la empresa alcanza la rentabilidad adecuada, esto debido a las ventas afianzas que genera la empresa y que le permiten cubrir las deudas existentes y sostener la productividad de la empresa. En esta etapa no necesariamente la empresa pasa a la fase declive, de hecho, a lo mencionado por el autor esta puede volver a la fase de crecimiento después de haber alcanzado la madurez;
- En la fase de declive se generará una disminución considerable y brusca en las ventas de la empresa, generando un desequilibrio total económica y financieramente en la empresa que pasa a obtener resultados negativos. Para Arbós (2011), aquí la empresa deberá buscar la renovación, innovación o adaptación a las tendencias de mercado global y local, o estancarse en el mercado y la liquidación con la venta de la empresa.

Con la debida sustentación y explicación de lo que comprende el ciclo de vida de un producto, es que se comienza con el análisis correspondiente al sector local. La provincia de Santa Elena debido a su ubicación geográfica posee características excepcionales que le han permitido sobresalir a nivel nacional como una de las provincias que registra mayor actividad turística al año. El crecimiento vertical ha sido notorio tanto así que dentro del territorio de acuerdo a datos obtenidos de MINTUR, (2020), se encuentran registrados 313 establecimientos de alojamiento, 21 agencias de viajes, 552 de restauración y bebida, 42 de intermediación turística y 3 de recreación turística, los cuales año a año reciben a los turistas en las temporadas altas (diciembre – mayo) como bajas (abril – noviembre), manteniéndose como una localidad de alta afluencia de turistas nacionales y extranjeros, que solo en el año 2018 se registró un incremento de 1.9% del turismo interno.

Desde esta perspectiva claramente notamos que dentro de la provincia de Santa Elena y a nivel nacional, no encontramos en el mercado empresas legalmente constituidas y registradas en el estado que se dediquen netamente brindar el servicio de guianza turística profesional, a través, de la provisión al mercado real (agencias y operadoras turísticas), de profesionales en guianza turística con especialización nacional, aventura y patrimonio, por ende, la Empresa “GUÍA VENTURA S.A”. La nueva empresa está siendo pionera en esta actividad y se caracteriza por una nueva combinación de un producto maduro (guianza en Ecuador) con el profesionalismo y la calidad para un mercado con una necesidad latente. Al analizar la posición en el ciclo de un producto o servicio notamos que la empresa está en una etapa de introducción del servicio al mercado, por ende, las estrategias de venta y promoción y la calidad del servicio entregado serán clave para conseguir competir en el mercado.

### **7.3.2. Características de la oferta**

#### **7.3.2.1. Los competidores**

Según Ministerio de Turismo (2017) Para la Empresa “Guía Ventura S.A.” actualmente no existe en el sector turístico muestra de una competencia directa (imagen # 1) esto debido a que el Ministerio de Turismo en la Ley de Turismo cap. II, art. 5 menciona que considera actividades turísticas las desarrolladas por personas que se dediquen a la prestación habitual de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Dentro de sus estatutos solo reconoce a empresas que realicen estas actividades, cualquier otra no entraría dentro de la competencia de su industria, o se considerarían como parte de la operación de las antes mencionadas.

ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO DE EMPRESA				
	TAMAÑO DE LA EMPRESA			
	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
ALOJAMIENTO	3.651	449	42	11
ALIMENTOS Y BEBIDAS	15.384	1.809	32	
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	7	26	4	
INTERMEDIACION	2.276	143	8	
RECREACION	287	29	2	
TRANSPORTE TURISTICO	475	79	6	

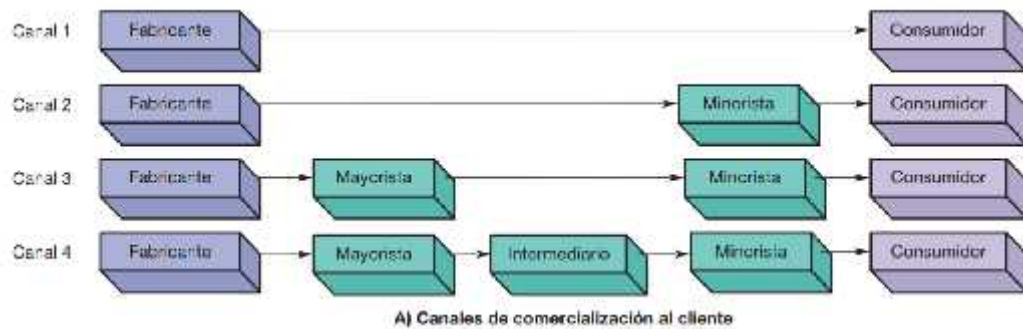
**Figura 1** Clasificación de establecimiento

Es por esto que “Guía Ventura S.A.” legalmente constituida como empresa que brindar servicios profesionales de guianza, estaría compitiendo en el mercado con aquellos profesionales en turismo que hayan obtenido una constitución legal por parte del SRI como persona natural (profesional) y que están autorizadas a brindar el servicio particularmente a institución o empresa pública o privada. Actualmente el Ecuador cuenta con un total 2262 guías turísticos registrados de acuerdo a las estadísticas emitidas en el Catastro de Nacional De Guías del 2019, quienes son encargados de cubrir la demanda y abastecer el mercado de servicios de Guianza Nacional. (Ministerio de Turismo, 2019)

### **7.3.3. Los canales de distribución**

De acuerdo a Kotler para poder describir el canal de distribución de una empresa se debe identificar el nivel del canal en el que se maneja la empresa, es decir identificar el conjunto de actividades de la empresa realiza para que su producto llegue al consumidor final. Desde la perspectiva de este autor las empresas de servicios para

realizar la comercialización de su producto pueden desempeñarse dentro de cuatro niveles que son:



**Figura 2** Canales de distribución al cliente

Es así que de acuerdo a la información otorgada por el autor los canales de comercialización realizados o manejados por la empresa “Guía Ventura S.A.” Sería el **canal uno o canal de distribución directo** puesto que la empresa no necesitaría de intermediarios precisamente para que el producto ofertado por la empresa sea entregado al consumidor final. La empresa “Guía Ventura S. A” será contratada directamente por las agencias u operadoras turísticas (consumidor objetivo) del país. El canal de distribución usado por la empresa será el contacto con la empresa a través del sistema o herramienta de distribución internet, entonces aquí el cliente hace contacto con la empresa y establecen precios, pagos, requerimientos y acuerdos de contrato por medio de las páginas web de la empresa, entre otros sistemas offline.

#### 7.3.4. El posicionamiento competitivo

La empresa “GUÍA VENTURA S.A.” pretende lograr el posicionamiento competitivo en el mercado a través de los siguientes aspectos, con los cuales esperar agradar al cliente objetivo, obtener las ventas y rentabilidad necesaria para segura la larga vida de la compañía.

1.- Calidad en el servicio: “GUÍA VENTURA S.A.” busca garantizar la entrega de un buen servicio de guianza turística profesional y especializada, a través de los

profesionales en el área, los cuales estarán debidamente certificados y reconocidos por el Ministerio De Turismo. Y que ha de más tendrán los conocimientos necesarios para la interpretación, guianza y manejo de grupos.

2.- Pioneros del mercado: ser una empresa de guianza turística profesional especializada legalmente constituida pionera en el mercado, que provea al mercado de guías nacionales certificados y profesionales.

3.- Reunir la oferta necesaria de servicios: “GUÍA VENTURA S.A.” ofrecerá al mercado servicios de guianza local, nacional y nacional especializado en aventura y patrimonio turístico, además del servicio de tour líder.

4.- Catalogo de producto: Oferta de productos en los servicios antes mencionados y la posibilidad de adaptar el servicio a las necesidades de los contratantes.

### **7.3.5. Las tendencias y proyecciones**

Para comprender la dinámica del mercado en el que se encontrara ubicado la empresa “Guía Ventura S.A”, se ha hecho preciso el análisis de tendencias del sector turístico en relación al servicio de guianza profesional especializado. Donde se detectan resultados tales como:

- Analizando la demanda: sector de agencia y operadoras turísticas se logra detectar que estas ocupan el segundo lugar en producción de actividades en el sector con un 20.5%<sup>1</sup> para el 2019, mostrando un crecimiento importante de la demanda objetiva, que contribuirá a la contratación de nuestro servicio de guianza y producto. (Ministerio de Turismo, 2019)
- De acuerdo con Ministerio de Turismo en uno de sus boletines donde define el perfil de los turistas del Ecuador señala que el 18.6% de los turistas extranjeros que llegan al país hacen uso de paquetes turísticos “all inclusive” contratados a través de agencias de viajes, especificando que el servicio más contratado del paquete es el de tour con un 36.6%. Por otro lado, un 9.8% de turistas contrata los servicios turísticos por cuenta propia, destacando la elección entre sus

actividades de tour. (Ministerio de Turismo, Perfil de Turismo Internacional, 2017)

- La llegada de extranjeros al país del año 2019 tuvo un crecimiento del 6.9% versus a los datos de llegadas del año 2018 mostrando un importante crecimiento en la demanda turística del país (datos no incluyen ingresos de ciudadanos venezolanos). (Ministerio de Turismo, 2019)
- La actividad turística en el Ecuador está siendo regulada constantemente, de acuerdo con el Ministerio De Turismo en sus publicaciones, la actividad de guianza es dada por personas que no cuentan con la debida certificación de guías (50% de los que brindan servicio de guianza). Para brindar el servicio se debe poseer la respectiva certificación de guía en cualquiera de las líneas que especifica el Reglamento De Guianza, es por esto que el Ministerio busca la formalización de la actividad, apoyando la calidad y diferenciación del servicio. ( Ministerio de Turismo, Noticias, 2018)

**Tabla 8**

*Resumen de tendencias y proyecciones*

<b>Actividad de mercado</b>	<b>Números que registran (proyecciones)</b>
Ingreso de extranjeros año 2019	1,381,726.
Turistas extranjeros que hacen uso de paquetes turísticos.	257,002
Turistas que solicitan servicio de tour	94.062
Guías nacionales de turismo del Ecuador	2.262

Las cifras aquí presentadas permiten conocer la viabilidad del proyecto puesto que las proyecciones de mercado demuestran una demanda considerable del servicio de guianza profesional, este análisis demuestra que la elección de agencias y operadoras turísticas como mercado objetivo resulta ser rentable y que, con este

segmento y la oferta de este servicio, la empresa GUÍA VENTURA S.A. puede permanecer activa en el mercado, como líder en la oferta de la actividad.

## **7.4. LAS ESTRATEGIAS**

### **7.4.1. Las estrategias empresariales**

1. Formal alianzas o convenios con agencias y operadoras turísticas del país, para el contrato de nuestros servicios.
2. Reconocimiento de la zona geográfica que más demanda de nuestros servicios y productos.
3. Guía Ventura, realizará la asignación oportuna de personal capacitado en cada una de sus áreas de negocio que solicite la empresa. Además de esto en sus políticas la empresa establecerá la contratación del personal altamente capacitado para la guianza turística especializada creando así una imagen de excelencia en el cliente.
4. Identificar posibles nichos de mercados para la creación de productos personalizados (GLBTI profesionales) (García & Marín, 2014)
5. Los guías de turismo serán capacitados constantemente en temas tales como: manejo de grupos, técnicas de guianza, recreación y comunicación, además de actualización constante de conocimiento.
6. Posicionamiento en el mercado, a través de la marca, campañas publicitarias, la diferenciación de nuestro producto.

## **8. CONCLUSIONES**

- Se concluye que la necesidad de un servicio de guianza de calidad está presente en el país, que durante años el servicio que se ha brindado a turistas nacionales y extranjeros ha sido uno desempeñado mayormente de manera empírica o no legalizada, dando como resultado un bajo nivel en la entrega del mismo, dejando a la demanda turística insatisfecha.
- A través de análisis de mercado se concluye que la creación de una empresa de servicios de guianza profesional especializado es un negocio factible y viable para el mercado turístico, puesto que en el Ecuador el porcentaje de



turistas que hace uso de este servicio es considerable. Y el poder reunir a un grupo de profesionales en guianza llegaría a ser una gran propuesta de negocio.

- A través de la elaboración de un plan de negocios es posible establecer la factibilidad y viabilidad de la idea o emprendimiento propuesto, esto por medio de un estudio de los aspectos del negocio, demanda, oferta, competencia, estrategias de competitividad, proyecciones y tendencias, temas que nos permiten identificar y familiarizarnos con el mercado y establecer las estrategias para la correcta toma de decisiones previas a la constitución de una empresa o negocio.

## **9. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la formación académico profesional del grupo de personas que brinda el servicio de guianza en el Ecuador para generar la entrega de un producto de calidad al turista nacional y extranjero.
- Así mismo se recomienda el control estricto en el cumplimiento de cada una de los requisitos que se necesitan para desempeñar dicha actividad laboral.
- Se recomienda el desarrollo de estrategias específica para las necesidades del sector turístico, a las autoridades pertinentes se invita a realizar una investigación exhaustiva para identificar las falencias del sector en especial en la entrega de un producto turístico de calidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arbós, L. C. (2011). *El producto: análisis de valor*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Belmonte. (2009). La Importancia de la “Marca”.
- Borello. (2000.). El plan de negocios: de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. McGraw-Hill Interamericana,. Obtenido de ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/upspesp/detail.action?docID=319193>  
2.
- Chan, N. (2005). *Circuito Turísticos: Programación y Cotización* (3ra ed.). Buenos Aires , Argentina : Ediciones Turísticas .
- Córdova Aguilar , H. (2002). *Naturaleza y Sociedad una introducción a la geografía*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- García, M., & Marín, H. (2014). Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano. *SCIELO* .
- Hu, W., & Wall, G. (2012). Interpretative guiding and sustainable development: A framework. . *Tourism Management Perspectives*,.
- INCUAL. (2002). Instituto Nacional de cualificaciones .
- Kotler, P., Madariaga, J. G., Flores, J., Bowen, J., & Makens, J. (2011). *Marketing turístico* (5a ed.). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Ministerio Coordinador de Sectores Estratégicos . (Enero de 2015). Obtenido de Registro Mercantil : <https://www.registromercantilguayaquil.gob.ec/Requisitos.php>

- Ministerio de Turismo . (29 de Diciembre de 2014). Obtenido de Turismo :  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Perfil de Turismo Internacional*. Quito:  
Publicaciones MINTUR. Obtenido de  
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Politica de Turismo en el Ecuador*. Quito.  
Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Indicadores Turísticos: Información relevante del Turismo en el Ecuador*. MINTUR. Obtenido de  
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/MUESTRA-INDICADORES-DICIEMBRE-2019.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *servicios.turismo.gob*. Obtenido de Llegadas y Salidas Internacionales en Ecuador:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Noticias*. Obtenido de Certificación de competencias laborales en turismo: <https://www.turismo.gob.ec/70-guias-nacionales-de-turismo-reciben-certificacion-de-competencias-laborales/>
- Ministerio del trabajo . (26 de Septiembre de 2012). Obtenido de Código del Trabajo: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

- MINTUR. (2019). *Movimientos Internacionales*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- Morales, & Morales. (2009). *Proyectos de Inversión*. México: Mc Graw Hill.
- Sánchez Alegría, S., Lizarraga Dallo, F., & Glaría Aznárez, I. (2008). El estado de flujos de tesorería según las etapas del ciclo de la vida: una aproximación empírica. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(2), 211-227. doi:doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60031-8
- Servicio de Rentas Internas. (21 de Agosto de 2018). Obtenido de CES: <http://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- Superintendencia de Compañías de Seguros y Reaseguros. (20 de Mayo de 2014). *Supercias*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Turismo, M. d. (24 de Msyo de 2016). REGLAMENTO DE GUIANZA TURISTICA. *REGLAMENTO DE GUIANZA TURISTICA*, 16. Ecuador . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>
- Zenzano, P., & Mercado , C. (2006). *Técnicas de guiado. material orientativo y de consulta para el examen de guías idoneos*. Salta : Ministerio de Cultura y Turismo.