



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE
LA PARROQUIA COJIMÍES, CANTÓN PEDERNALES, PROVINCIA DE
MANABÍ.

“Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar al título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras”.

PROFESORA GUÍA

María Gabriela Romo Lalama

AUTORA

Andrea Estefanía Rocco Pérez

Año

2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para el desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulen los Trabajos de Titulación”

María Gabriela Romo Lalama

Máster en Gestión de Destinos Turísticos

C.I.: 180301151-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se he citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Andrea Estefanía Rocco Pérez

C.I.: 171548771-4

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que me motivaron y ayudaron a realizar el presente proyecto. En especial a mi familia que ha sido el motor para finalizar mis estudios y mis amigas por su apoyo durante todos los meses que me tomo realizar el presente trabajo.

DEDICATORIA

Dedicado especialmente a mi Abuelo Nonno, por ser la persona que me apoyó y me ayudó con todos los recursos para finalizar mis estudios, y que ahora me esta guiando desde el cielo.

RESUMEN

La parroquia de Cojimíes, ubicada en la región costera de la República del Ecuador, es rica en atractivos turísticos y cuenta con una amplia infraestructura para recibir a los turistas, sin embargo es un destino poco conocido y difícil de encontrar la información necesaria para planificar un viaje.

Es por eso, que en este proyecto se trata de difundir de una mejor manera la oferta dentro de la parroquia, a través del diseño e implementación de una página web, para que el turista tenga acceso a mayor información para visitar Cojimíes.

La página web “Cojimíestravel.com”, brindará un servicio al turista, el cual le permitirá conocer los distintos servicios de alojamiento, restaurantes, atracciones turísticas y otra información importante sobre el destino, para que el visitante pueda organizar su viaje desde un solo sitio web.

La página web estará dirigida tanto a turistas nacionales como internacionales, por lo que el diseño será propicio para las dos segmentaciones. Cojimíestravel.com tiene la finalidad de beneficiar a la parroquia, incrementando las visitas anuales, mediante la difusión del destino y sus atractivos, en un medio de auge en la actualidad que es el digital.

ABSTRACT

Cojimíes's parish, located in the coastal region of the Republic of Ecuador, is rich in tourist attractions and possesses a wide infrastructure to receive tourists, however it is a destination little-known and difficult to find the necessary information to plan a trip.

That is why, this project tries to diffuse the offer within the parish, across the design and implementation of a web page, in order that the tourist has access to more information to visit Cojimíes.

The web page "Cojimíestravel.com", will offer a service to the tourist, that will allow him to know the different hotels, restaurants, tourist attractions and another important information about the destination, in order that the visitor could organize the trip in only one web site.

The web page will be directed to domestic and international tourists, therefore the design will be propitious for both segmentations. Cojimíestravel.com has the purpose to benefit the parish, increasing the annual visits, through the diffusion of the destination and its attractions, in a boom media in actuality that is the digital.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	1
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
OBJETIVO GENERAL	3
1. MARCO TEÓRICO	5
1.1 MARKETING	5
1.2 MARKETING TURÍSTICO.....	8
1.3 MARKETING DIGITAL.....	11
1.4 GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS	13
1.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN	15
1.6 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.....	16
1.6.1 POBLACIÓN Y MUESTRA	16
1.6.2 PROCEDIMIENTO.....	16
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TERRITORIO.....	18
2.1 FÍSICA - AMBIENTAL.....	18
2.1.1 CLIMA Y TEMPERATURA	24
2.1.2 FLORA Y FAUNA	25
2.2 ECONÓMICO – PRODUCTIVA.....	27
2.2.1 ACTIVIDAD AGROPRODUCTIVA.....	30
2.2.2 ACTIVIDAD FORESTAL.....	31
2.2.3 PRODUCTIVIDAD AGROALIMENTARIA	31
2.2.4 COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA.....	33

2.2.5 EMPLEO.....	35
2.3 SOCIO – CULTURAL.....	35
2.3.1 POBLACIÓN Y MOVILIDAD HUMANA	35
2.3.2 PIRÁMIDE POBLACIONAL	37
2.3.3 MIGRACIÓN Y TENDENCIAS.....	39
2.3.4 EDUCACIÓN	40
2.3.5 RECURSOS CULTURALES NATURALES	41
2.4 MOVILIDAD ENERGÍA Y CONECTIVIDAD.....	47
2.4.1 SERVICIOS BÁSICOS	47
2.4.2 COMUNICACIÓN	49
2.4.3 SEGURIDAD	49
2.4.4 TRANSPORTE	50
2.5 POLÍTICO - INSTITUCIONAL.....	50
2.5.1 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.....	51
2.5.2 CAPACIDAD FINANCIERA	53
3. DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO.....	54
3.1 EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	54
3.1.1 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.....	54
3.1.2 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	67
3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL	73
3.2.1 OFERTA TURÍSTICA:	73
3.2.2 HOTELES EN COJIMÍES	74
3.2.3 GASTRONOMÍA EN COJIMÍES.....	100
3.2.4 ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN COJIMÍES	102
3.2.5 CÓMO LLEGAR AL DESTINO	106

3.2.6	EVENTOS Y FESTIVIDADES	116
3.2.7	PLAYAS CERCANAS	117
3.3	ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL	119
3.3.1	DEMANDA TURÍSTICA	119
3.3.2	DEMANDA TURÍSTICA EN COJIMÍES	120
3.3.3	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	127
3.4	RELEVANCIA DEL TURISMO EN EL TERRITORIO	128
3.5	IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	129
4.	PROPUESTA DEL PROYECTO	131
4.1.	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA.....	131
4.2	LA PROPUESTA	133
4.3	DESCRIPCIÓN TÉCNICA.....	136
4.3.1	NOMBRE DE LA PÁGINA WEB	136
4.3.2	LOGO	136
4.3.3	LA PÁGINA WEB.....	137
4.4	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	145
4.5	MODELO DE GESTIÓN	148
4.5.1	ADMINISTRATIVO	148
4.5.2	OPERATIVO.....	158
4.6	CRONOGRAMA DEL PROYECTO	160
5.	ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN	161
5.1	ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN.....	161
5.2	VIABILIDAD DEL PROYECTO	162
5.3	VISIÓN A FUTURO	169

5.4 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.....	170
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	172
REFERENCIAS.....	175
ANEXOS.....	178

INTRODUCCIÓN

- **ANTECEDENTES**

Durante los últimos años, el sector público y privado en el Ecuador ha ido mejorando el marketing turístico para la difusión, tanto de destinos turísticos y sus atractivos naturales y culturales, como los productos y los servicios dirigidos a este sector.

En la actualidad la oferta sobrepasa a la demanda, la competitividad es mayor y la demanda ha mostrado una exigencia superior y con diferentes necesidades, es por esto que el marketing es un mecanismo valioso en la actualidad comercial, que faculta a las empresas alcanzar una competitividad considerable con mayor consecución (Escobar, 2011, p. 15-17).

En relación con el turismo, los negocios dedicados a este sector buscan posicionarse como negocios de prestación hacia el turista, con lo que se busca satisfacer la necesidades de las personas que visitan el destino, pero cada vez existe una competencia más alta dentro del turismo, por lo que la mayoría de empresas dedicadas a este sector tratan de alcanzar la diferenciación a través de ofrecer experiencias, y de esta forma lograr producir un valor añadido mediante elementos memorables (Escobar, 2011, p. 15-17).

Bajo estas teorías, para el desarrollo del presente proyecto se utilizará una herramienta de comunicación, a través del marketing digital, el cual se usará como producto añadido para crear un elemento memorable al cliente. Hoy en día el marketing digital ha innovado la manera de percibir las comunicaciones de todos los tiempos, lograr ver en tiempo real lo que pasa en los diferentes destinos turísticos, u obtener toda la información necesaria de un destino plasmado en un solo medio de comunicación, son algunos de los ejemplos que un cliente puede encontrar mediante el Internet (Escobar, 2011, p. 174).

Bajo esta premisa, diseñar herramientas de e-marketing para la promoción de destinos turísticos poco promocionados resultaría conveniente, ya que al

implementarlos mejoraría el proceso de promoción de los destinos, cumpliendo con los objetivos y las metas planteadas por este sector.

Por su parte, la parroquia de Cojimíes ubicada en la provincia de Manabí, en la región costa de la República del Ecuador, en la actualidad es una playa extensa de aproximadamente 30 kilómetros rodeada de paisajes que son dignos de ser visitados, además ofrece atractivos turísticos culturales y naturales con una gran biodiversidad para el entretenimiento y conocimiento del turista. Cojimíes cuenta con una población de aproximadamente 13708 habitantes según el último censo realizado por la INEC en el año 2010, en el cual la mayoría de los habitantes se dedican a la pesca y al turismo como principal ingreso para la población. Cojimíes también cuenta con alrededor de 23 establecimientos entre hoteles y hosterías para la recepción de turistas, como varios restaurantes donde se puede encontrar servicio de alimentos y bebidas (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Cojimíes, 2014).

En este contexto, el principal problema es el desconocimiento y el deficiente marketing turístico de la parroquia de Cojimíes como destino. La escasa promoción que existe sobre Cojimíes ha causado que turistas no visiten esta zona, ni conozcan sobre sus atractivos turísticos. También se puede agregar a esto la falta de apoyo por parte del gobierno en los años anteriores y el bajo presupuesto destinado para la promoción turística de la zona. Por último la falta de coordinación entre organismos estatales y los sectores pequeños de la industria turística han creado una brecha que impide el desarrollo adecuado de una planta turística en Cojimíes (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Cojimíes, 2014).

- **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera las herramientas del marketing utilizadas para la promoción de destinos se relacionan con la visitación del cantón Pedernales?

- **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

- **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una página web para la promoción turística de la parroquia de Cojimíes.

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Contextualizar un marco teórico con fuentes académicas de rigor para el desarrollo del proyecto
2. Realizar el diagnóstico situacional de la parroquia de Cojimíes
3. Analizar la situación turística actual de la parroquia de Cojimíes
4. Diseñar la propuesta para la parroquia de Cojimíes
5. Determinar la estrategia de implementación, seguimiento y control

- **JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN**

El propósito del presente trabajo de investigación es diseñar un proceso determinado de promoción para atraer turistas potenciales a la parroquia de Cojimíes, ya que el mencionado destino en el Ecuador es poco conocido por los turistas, por lo que no posee una amplia información del lugar y no cuenta con un plan de marketing estratégico para brindar el conocimiento básico a los turistas sobre el destino, para este proyecto se diseñará una página web como

herramienta tentativa para la promoción turística y difusión de los atractivos naturales y culturales de Cojimíes.

El presente proyecto se alinea al objetivo 10, política 10.3, lineamiento a, el cual es: Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo, del Plan Nacional del Buen Vivir. Dentro de las líneas de investigación UDLA, corresponde a comunicación y tecnología. Entre las líneas de investigación generales referenciales, pertenece a gestión y desarrollo turístico. Por lo que el trabajo de titulación es un proyecto de desarrollo relacionado con TICS aplicadas al turismo.

Para este proyecto de promoción, se usarán fondos propios cumpliendo un periodo de 20 semanas. Adicionalmente, el proyecto se lo llevará a cabo en la parroquia de Cojimíes, cantón Pedernales, provincia de Manabí, el cual no cuenta con una amplia gama de información sobre el destino y sus atractivos, por lo que se usarán investigaciones propias.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 MARKETING

A lo largo del tiempo, las definiciones y procesos para el uso del marketing han sido estudiados y descritos por varios autores dedicados a esta rama, que han empleado sus investigaciones y conocimientos en construir modelos y estrategias con el afán de satisfacer las crecientes expectativas de los usuarios en relación a los productos y servicios.

Según Kotler (2013, p. 5), el marketing principalmente se encarga de gestionar a los consumidores, esto se debe a que el marketing es la dirección de comunicación de rendimiento con los clientes, las dos finalidades del marketing es captar la atención de nuevos clientes ofreciendo un valor agregado y mantener a los clientes actuales proporcionando satisfacción.

El concepto que emplea Kotler dentro del libro Fundamentos de Marketing para definir el marketing, se sustenta como el proceso a través el cual las compañías establecen un valor para sus consumidores y producen importantes vínculos con ellos para la recepción y percepción de valor de los clientes. En la actualidad el marketing ya no se trata solo de promocionar y vender, sino de complacer a los usuarios con sus necesidades, es por esta razón que si las empresas entienden las necesidades de los usuarios, son capaces de crear productos o servicios que ofrecen un valor agregado y les establece precios apropiados, aparte de impulsarlos eficientemente, así esos productos o servicios se comercializarán eficazmente (2013, p. 5).

A continuación se muestra una figura que resume el proceso de marketing propuesto por Kotler:

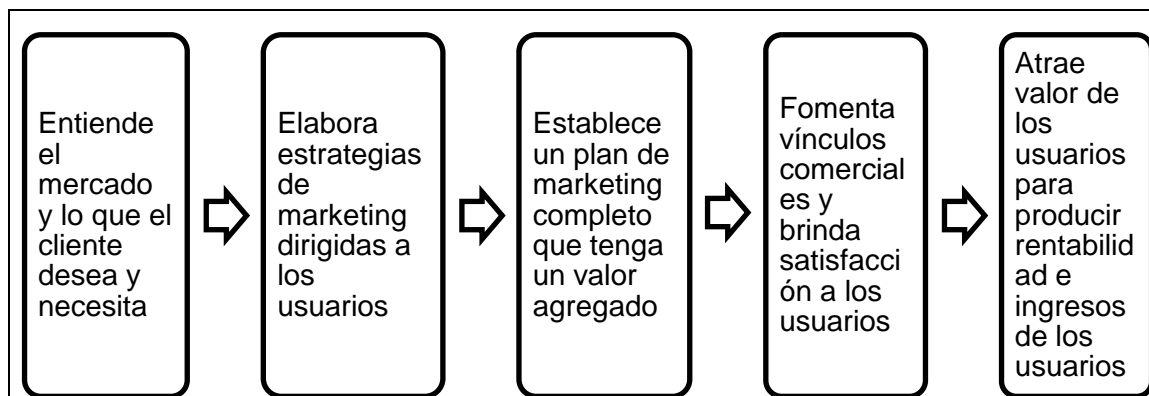


Figura 1. El proceso de Marketing

Tomado de Kotler, 2013, p. 6.

Nota explicativa: Según Kotler (2013, p. 6) es un modelo sencillo compuesto por cinco procesos, en los primeros cuatro procesos los establecimientos se esfuerzan para comprender a los clientes, crear interés del usuario y fomentar vínculos comerciales con los mismos. En el último proceso se atrae valor en correspondencia de los usuarios. Este proceso de cinco pasos estructura el marco del marketing.

Es así como, con los cinco procesos de marketing, los mercadólogos han comprendido el mercado y las necesidades que muestra el cliente a lo largo de los procesos. Para poder entender bien el mercado y elaborar estrategias de marketing adecuadas, existen algunos conceptos importantes sobre el cliente y el mercado (Kotler, 2013, p. 6).

Primero se manifiesta la definición más básica que presentan los clientes, las cuales son las necesidades humanas. Las necesidades se muestran a través de notables déficits, estas pueden ser físicas, sociales e individuales, aquellas necesidades forman parte del carácter de una persona. Los deseos son los aspectos que ocupan las necesidades a providencia de la cultura y personalidad de las personas, el deseo es diferente que la necesidad, estos son moderados por el entorno donde se encuentra el cliente y a través del deseo se complace las necesidades. Cuando el deseo está apoyado por el dominio de la compra, se transforma en demanda. Expuestos los deseos y

recursos, los clientes solicitan productos con rentabilidad que ofrecen el mayor grado de valor y satisfacción (Kotler, 2013, p. 6).

Dentro del marketing para obtener una exitosa promoción se deben ofertar los productos, las ofertas de mercado no solo pueden ser de productos tangibles, sino también de productos intangibles como son los servicios y las experiencias. Como se mencionó anteriormente las necesidades y los deseos crean demanda de los clientes, y aquello se satisface a través de la oferta de mercado, la cual se denomina como una mezcla de productos tangibles o intangibles como servicios, información o experiencias presentadas a un mercado para complacer las necesidades o deseos de los clientes (Kotler, 2013, p.7).

En el marketing existen cuatro elementos llamados las 4p que son los siguientes: Producto, Precio, Plaza y Promoción, en algunas ocasiones se refieren a plaza como distribución, y a promoción como comunicación. Estos cuatro elementos forman parte del marketing mix, los cuales toda empresa en un buen sistema de marketing los utiliza (Marketing Publishing, 2007, p. 8-13).

Los objetivos de cada elemento define la importancia del marketing mix, siendo producto: todo componente tangible o intangible, que busca satisfacer los deseos o necesidades de los clientes y que se vende dentro de un mercado. Precio: Cantidad de dinero que un cliente está dispuesto a dar, para obtener y utilizar el producto o servicio. Plaza: sistema de una empresa sea interna o externa, para formar vínculos entre los establecimientos y los mercados para lograr la compra de sus productos o servicios (Marketing Publishing, 2007, p. 8-13).

Por último, promoción: función que ejecuta las empresas a través de la transmisión de mensajes, con la finalidad de dar a conocer sus productos y servicios, y ventajas competitivas para crear la necesidad de compra de los clientes (Marketing Publishing, 2007, p. 8-13).

La pirámide de Maslow conocida también como la jerarquía de las necesidades humanas, es otra herramienta muy utilizada en el marketing ya que entiende

las motivaciones del consumidor. De la base de la pirámide hasta la cima hay los siguientes niveles de necesidades (Neri, 2013):

- Fisiológicas: comer, beber, respirar, entre otros.
- Seguridad: protección, seguridad de la familia, entre otros.
- Pertenecía/ Sociales: amor, amistad, comunidad, entre otros.
- Reconocimiento/ Autoestima: prestigio, estatus, entre otros.
- Autorrealización: satisfacción personal, espiritualidad, experiencias, entre otros.

Según Maslow, se debe cubrir las necesidades en el orden en las que se muestran, pero dependiendo de la marca se podría cambiar a su conveniencia (Neri, 2013).

En conclusión, el marketing es la filosofía de una dirección para alcanzar metas dependiendo de la determinación de las necesidades y deseos de los clientes, y de la satisfacción que obtengan los mismos al consumir el producto o servicio, también de la diferenciación que tengan con los competidores, para que los clientes sean fieles a cierta marca (Kotler, 2013, p. 135).

1.2 MARKETING TURÍSTICO

El marketing turístico es la actividad que satisface las necesidades y deseos de los clientes a través de las experiencias, cuando el cliente se encuentra consumiendo un producto o servicio turístico desde que sale de su hogar, hasta que regresa a él, toda actividad se la denomina experiencia, ya que es todo lo que al cliente le hizo obtener un elemento memorable (Escobar, 2011, p.15).

En consecuencia con el turismo, a las empresas de este sector se las denomina como empresas de servicios, ya que lo que ofertan a sus clientes son elementos intangibles. Por otro lado, por la alta competencia que existe en este sector, muchas empresas turísticas buscan diferenciarse a través de las experiencias, es decir lo que ofrecen las empresas son experiencias para que

de este modo puedan generar un valor añadido, a través de elementos intangibles y memorables (Escobar, 2011, p.17).

El turismo como cualquier otro sector de la economía, forma un mercado el cual reúne a la oferta y a la demanda, por lo que se crea relaciones comerciales a las que se puede emplear al marketing (Escobar, 2011, p.35).

Dentro del marketing turístico los canales de distribución ejercen un papel importante, ya que las partes intermediarias son las encargadas de poner en contacto a los turistas con el destino turístico, brindando una alta importancia a la imagen del destino (Femenía, 2010, p.39).

Según Olga Femenía en el libro “La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing”, da como resultado que la comunicación de un destino turístico trata de alcanzar uno o más de los siguientes objetivos (2010, p.42):

- Atracción: obtener el interés de turísticas potenciales, donde se destacan tres tipos de acciones (Femenía, 2010, p.42):
 1. Notoriedad: promocionar la marca y el destino turístico, para que llegue al posicionamiento de la mente de los clientes y de esta manera realicen la acción de compra.
 2. Posicionamiento: para lograr colocar a la marca y destino turístico en el entorno competitivo, crear diferencias en comparación con sus competidores en la mente de los clientes.
 3. Desmitificación: busca excluir las barreras psicológicas de un producto.
- Fidelidad: consolidar su cuota de mercado, previniendo que los turistas prefieran la competencia y logren que vuelvan a consumir en el destino (Femenía, 2010, p.42).
- Facilitación: conseguir que el turista conozca mejor lo que ofrece el destino turístico y obtenga un servicio más satisfactorio (Femenía, 2010, p.42).

Los turistas obtienen, cada vez más, experiencias únicas y por lo tanto se vuelven más exigentes con relación a las necesidades y deseos ; ahora esperan que los productos y servicios turísticos sean de buena calidad y la relación calidad-precio sea satisfactoria en base a lo que se ofrece (Femenía, 2010, p.19).

Las empresas del sector turístico pasan por algunos cambios, ocasionados por la demanda que siempre tiene una amplia variación, y por la elevada competencia que existe en este mercado, es por esto, que dentro del marketing turístico siempre se debe innovar e implementar estrategias cada vez más eficientes en cuanto a las experiencias que van a obtener los clientes de los productos o servicios turísticos ofrecidos (Femenía, 2010, p. 37).

El marketing de destinos turísticos tiene como propósito subir el número de turistas de una comunidad, pero siempre y cuando no cause un turismo masivo que pueda deteriorar el desarrollo del destino, no es correcto definir el marketing turístico únicamente como promoción del destino, sino con satisfacer las necesidades que presentan los turistas y también la comunidad (Femenía, 2010, p.42).

La información y promoción turística de un destino debe motivar y respaldar a las instituciones de la comunidad dedicadas a este sector, para que las mismas logren vender sus productos y servicios turísticos, congregando la economía de la comunidad y facilitando el desarrollo de la comunidad mediante el turismo (Mendes, Biz, Gándara, 2013).

En consecuencia de la nuevas tendencias, perspectivas y comportamientos de los consumidores, se verificó la necesidad de crear nuevas estrategias de marketing para lograr conseguir, influir y relacionarse a los consumidores, las cuales llegaron a ciertas variables como la confianza, el compromiso, el posicionamiento al consumidor, las experiencias que van a obtener y la comunicación. Son justamente en estas variables donde el Internet empieza a crear un papel estratégico en el consumidor, ya que los mismos interactúan entre ellos permitiendo el intercambio de información, de experiencias vividas y

percepción que obtuvieron del destino turístico para tomar decisiones (Mendes, Biz, Gándara, 2013).

La comercialización de productos turísticos investiga la posición de los competidores, el mercado, el entorno, los intermediarios y los consumidores, ya que estas varían y sufren por frecuentes cambios. La empresa solo puede controlar algunas variables, que son las que se han mencionado antes, las del marketing mix (Ruano, 2012, p. 26).

1.3 MARKETING DIGITAL

El marketing digital hoy en día ha tenido un crecimiento notable para la promoción de servicios y productos, ya que gran parte de los negocios alrededor del mundo lo utilizan para conectar a las empresas con las personas. El marketing digital es el impulso de promocionar productos y servicios y crear relaciones con clientes a través del Internet (Kotler, 2013, p. 433).

El Internet es una amplia red donde su principal objetivo es el conectar a usuarios de todo el mundo entre sí y con almacenamiento de información indiscutiblemente grande (Kotler, 2013, p. 433).

Hoy en día, las personas están acostumbradas a conectarse a Internet la mayor parte del día desde cualquier dispositivo adaptado para esto, como son las computadoras, celulares inteligentes, tablets, etc. Por este motivo el crear una relación entre las empresas y los clientes mediante el Internet ha provocado una herramienta de marketing rápida y eficiente ya que resulta cómodo para ambas partes (Kotler, 2013, p. 433).

La creación de sitios web es la principal de varias herramientas que utilizan las empresas a través del marketing digital, las páginas web son diseñadas para crear un valor adicional a los consumidores, reunir “feedbacks” de los clientes y agregar otros canales de venta en vez de comercializar los productos de forma directa (Kotler, 2013, p. 437).

El Internet muestra que los consumidores siempre se encuentran sumergidos en diferentes entornos y relaciones de manera interconectada y dinámica, por lo que las acciones y estrategias dentro del mismo deben ser siempre coordinadas y entrelazadas para que generen resultados eficientes (Mendes, Biz, Gándara, 2013).

El marketing digital agrupa las acciones y objetivos promocionales en relación al marketing mediante el uso de procesos digitales, comercializar productos turísticos en el Internet tiene como objetivo impulsar, informar, convencer, interactuar, notificar, y brindar ayuda a los turistas, habitantes e instituciones turísticas públicas y privadas (Mendes, Biz, Gándara, 2013).

Dicho de otro modo, en el marketing, Internet brinda una extensa rama de posibilidades comerciales que se pueden desarrollar para la venta de productos. El objetivo principal del marketing es satisfacer necesidades, y que mejor manera que ofrecer un canal de distribución directo y personalizado al consumidor (Escobar, 2011, p. 174).

En síntesis, la innovación que considera Internet para el marketing, más allá de su alcance universal, es el nivel de poder comercializar los productos o servicios. Internet tiene el alcance de brindar un servicio personalizado con un coste relativamente bajo, y de este modo se logra satisfacer y obtener la fidelidad del cliente (Escobar, 2011, p. 174).

Además, se puede agregar que el marketing e Internet han desarrollado las cuatro F's, como son las cuatro P's dentro del marketing, las cuales se muestran a continuación (Escobar, 2011, p. 174).

1. Flujo: es el estado cuando el consumidor se conecta a Internet y busca obtener un valor añadido.
2. Funcionalidad: es el estado una vez que el usuario se encuentre en flujo, se trata de construir páginas llamativas, con una navegación eficiente y fácil de utilizar.
3. Feed back: es la información que el Internet puede recopilar del usuario, para conocer qué es lo que le gusta y necesita y así conocerlo mejor.

4. Fidelización: es el crear una comunidad virtual con los usuarios, para que sean más fieles a cierta marca.

Internet es un poderoso instrumento de distribución y de intercambio de información, el cual debería tener resultados positivos en cuanto al posicionamiento que las empresas o destinos esperan obtener. Por otro lado, no es suficiente con solo tener presencia en Internet a través de una página web, sino es importante que esa web tenga visibilidad para los clientes, es decir que se encuentre fácilmente en los buscadores (Escobar, 2011, p. 178).

Para concluir, en la actualidad es importante que las páginas web diseñadas para comercializar productos o servicios, tengan todas la facilidades posibles, es decir que se pueda observar en varios idiomas, que se encuentre diseñadas para teléfonos inteligentes o tablets y que se encuentre con facilidad en buscadores de Internet (Kotler, 2013, p. 436).

1.4 GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

En cada destino turístico debe existir algún tipo de administración que permita gestionar el destino de forma organizada, para el correcto desarrollo de cada actividad que comprende un destino. Es por esto, que para atender a un turista se necesita una serie de infraestructura y planta turística públicas y privadas.

Los servicios públicos de cada destino, formados por todos los servicios que aseguran el desarrollo social, la calidad de vida y la vida en la comunidad, deben planearse para poder ser utilizados tanto por la población local como por los turistas (Vignati, 2009, p.26).

Es importante mencionar, que la parte pública de cada destino debe encargarse de la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales que posee, como de los servicios turísticos que ofrece el destino al turista, para poder atraer clientes al destino (Vignati, 2009, p.26-27).

Está claro que para gestionar un destino se necesita incentivos sensatos y consecuentes para incrementar los impactos positivos del desarrollo, esto

busca estabilizar las apariencias ambientales, económicas y socioculturales. Sin estas características, el turismo por su funcionamiento mercantilista, puede revertirse de manera negativa, causando daños irreparables al ambiente (Vignati, 2009, p. 20).

Gestionar un destino turístico, que este bien estructurado y de manera responsable, es indiscutiblemente el más eficiente proceso de obtener efectos positivos para todas las acciones del turismo (Vignati, 2009, p. 21).

En relación a lo anterior es cierto que el sector privado se encarga de los hoteles, transportes y alimentación, no es el único que debe cumplir con la buena gestión para la satisfacción del turista, ya que el sector privado no tiene la capacidad para controlar lo que pasa en la comunidad, como la amabilidad de los habitantes y la calidad territorial (Vignati, 2009, p. 21).

Para asegurar la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos no basta con un buen sistema privado, el turista intenta conseguir experiencias, aprendizaje, y espera obtener amabilidad de la población local, que el entorno sea limpio y seguro, contar con servicios públicos que sean de calidad y de la naturaleza que lo rodea (Vignati, 2009, p. 21).

A su vez, los pueblos se unen a través del turismo, abre la mentalidad de las personas y las ennoblece, ya que al hacer turismo se aprende a respetar y maravillarse de las diferentes culturas donde existen diferencias con la propia.

Estas diferencias pueden ser gastronómicas, religiosas, artesanales y tradicionales o fiestas populares (Vignati, 2009, p. 21).

Existen algunos elementos para el desarrollo de un destino turístico que hay que tomar en cuenta para la buena gestión del mismo, que son los siguientes (Vignati, 2009, p. 22):

- Hoteles
- Transportes turísticos
- Restaurantes
- Entretenimiento en la localidad

- Agencias operadoras
- Guías turísticos
- Servicio público
- Comunidad local

Se debe a esto que cuando un turista visita un destino, todo el sistema social, público y privado tiene que estar funcionando eficazmente para recibirlo, con la finalidad de proporcionarle dentro de lo posible, una experiencia enriquecedora e inolvidable, donde el esfuerzo/beneficio sea siempre positivo (Vignati, 2009, p. 22).

Los destinos turísticos a nivel local tienen dos acciones que enfrentar: la planificación y el desarrollo turístico, que es todo lo que puede perjudicar a los productos, a su calidad, competitividad, y a la promoción y comercialización, que es todo lo que busca promocionarse para después comercializar el producto (Federación Española de Municipios y Provincias, 2013, p.25).

El objetivo de la gestión de destinos turísticos es buscar desarrollar un turismo sostenible y competitivo. Para llevar a cabo esto es indispensable elementos de organización y gestión de la política de desarrollo y promoción turística local, que sirvan de herramientas claves para su funcionamiento (Federación Española de Municipios y Provincias, 2013, p.27).

Con respecto a lo anterior, hay que tener en cuenta algunos elementos como: el rol y relación con el resto de organismos e instituciones, establecer una fórmula jurídica e institucional más adecuada, definir un óptimo sistema organizativo y de gestión, y por último, extender y optimizar las fuentes de financiación (Federación Española de Municipios y Provincias, 2013, p.27).

1.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se va a desarrollar en este proyecto será descriptiva, ya que buscará conocer más a fondo la percepción del turista en la parroquia de Cojimíes, sobre las características y facilidades que espera

encontrar, para implementar un modelo de marketing adecuado y personalizado.

1.6 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1.6.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población del estudio para el presente trabajo consiste en el promedio de los turistas que visitan anualmente la parroquia de Cojimíes.

La población está establecida por 52300 turistas, entre nacionales y extranjeros que ingresaron en el año 2013 a la parroquia de Cojimíes, considerando que consumieron al menos un producto turístico en la zona (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Cojimíes), con un porcentaje de error de 5%.

La fórmula que se utilizó para estimar el tamaño de muestra (Departamento de Matemáticas, Universidad de las Américas, 2014) fue la siguiente:

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

Donde:

n: Muestra

N: Población

E2: Error

$$n = 52300 / (0.05)^2 (52300 - 1) + 1 = 52300 / 131,7475 = 396,9714 = 397$$

n = 397 turistas tanto nacionales o extranjeros que visiten Cojimíes.

1.6.2 PROCEDIMIENTO

Para desarrollar el estudio se aplicará el siguiente procedimiento:

Se va a comenzar con un acercamiento, tanto a los establecimientos turísticos privados como establecimientos públicos, con la finalidad de presentar el proyecto y los beneficios que supondrá el mismo para los dichos establecimientos. A partir de esto, se va a proceder con el trabajo de campo para reunir la información y para realizar esto se harán encuestas a los turistas que visiten Cojimíes para conocer cómo llegaron a la comunidad y para ellos cuál fue la forma de enterarse del destino, si la página web sería una buena herramienta de facilidad para ellos (Bernal, 2010, p.281).

Las encuestas se realizarán a través de la escala de Likert, la cual muestra cómo actúan los consumidores, donde el encuestado califica cada pregunta según lo que considere, por ejemplo de una escala del 1 al 5, para que haya puntos intermedios, donde 1 es totalmente desacuerdo, y 5 es totalmente de acuerdo (SurverMonkey, 2014).

Además, se realizarán entrevistas a diferentes personas que conozcan de los distintos temas que habla el presente trabajo de investigación. La primera entrevista se realizará al Presidente de la junta parroquial de Cojimíes, Felipe Gallardo, para conocer más a fondo las necesidades de promoción y obtener una información más detallada del destino. La segunda entrevista se realizará a la dueña del Hotel Coco Solo, ya que es uno de los hoteles más antiguos e importantes de la zona. Por último la tercera entrevista se realizará a la profesora Norma Bock de la UDLA, experta en el área del marketing para adquirir más conocimientos sobre el tema.

La siguiente fase del trabajo tiene que ver con el diseño y la creación de la página web para la parroquia de Cojimíes, el mismo que reunirá la información recopilada, tanto en las encuestas, como en la investigación. Dicha página web se referirá a todas las facilidades turísticas que ofrece Cojimíes.

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TERRITORIO

2.1 FÍSICA - AMBIENTAL

La parroquia de Cojimíes corresponde al cantón de Pedernales, ubicada en la provincia de Manabí, provincia que pertenece a la zona de la costa Ecuatoriana.

A continuación, se muestra una tabla con los límites de la Provincia (Consulmartínez S.A., 2011, p. 29):

Tabla 1. Límites Provincia de Manabí

LÍMITES PROVINCIA MANABÍ			
NORTE	SUR	ESTE	OESTE
- Esmeraldas	- Santa Elena - Guayas	- Pichincha - Los Ríos - Guayas	- Océano Pacífico

Manabí es una de las provincias por donde atraviesa la línea equinoccial, en el Ecuador se lo denomina “la mitad del mundo”. Manabí tiene una extensión de 18893.70 kilómetros, con una distancia de norte a sur de 250 kilómetros aproximadamente y el ancho es cerca de 80 kilómetros. Manabí se caracteriza por contar con amplias zonas de playa, con un aproximado de 350 kilómetros y la altimetría de la provincia varia de 0 metros sobre nivel del mar a 800 metros sobre nivel del mar (Consulmartínez S.A., 2011, p. 29).

A continuación se pueden observar los 22 cantones que conforman la provincia de Manabí (Consulmartínez S.A., 2011, p. 37):

Tabla 2. Cantones de la Provincia de Manabí

Cantones de la Provincia de Manabí
1. Portoviejo
2. Manta
3. Jipijapa
4. Chone
5. Sucre
6. El Carmen
7. Rocafuerte
8. Tosagua
9. Santa Ana
10. Paján
11. Flavio Alfaro
12. Bolívar
13. Pichincha
14. 24 de Mayo
15. Junín
16. Montecristi
17. Pedernales
18. Olmedo
19. Puerto López
20. Jaramijó
21. Jama
22. San Vicente

En la siguiente figura se muestra la división política de la provincia de Manabí:

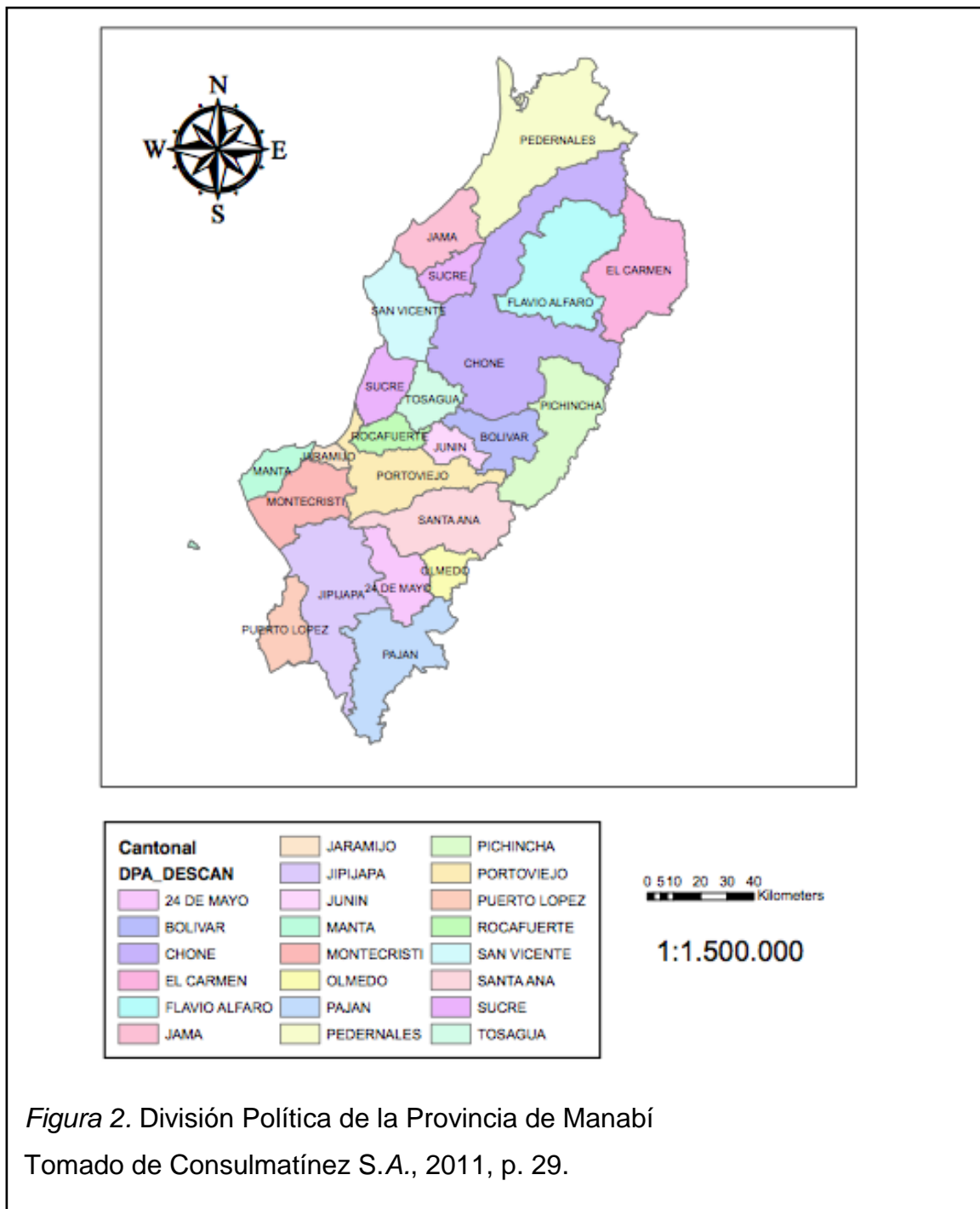


Figura 2. División Política de la Provincia de Manabí
 Tomado de Consulmatínez S.A., 2011, p. 29.

Algunos cantones de la provincia todavía no cuentan con una infraestructura y servicios desarrollados, sin embargo los pueblos como Manta, Bahía y Portoviejo son los poco que tienen una infraestructura más desarrollada, donde

se puede contar con servicios con mucha más calidad (Consulmartínez S.A., 2011, p. 37).

En el siguiente análisis se puede observar la gestión de los tres pueblos principales de la provincia de Manabí (Consulmartínez S.A., 2011, p. 37):

Tabla 3. Desarrollo de Gestión de los Principales Pueblos de Manabí.

DESARROLLO DE GESTIÓN DE LOS PRINCIPALES PUEBLOS DE MANABÍ		
PORTOVIEJO	MANTA	BAHÍA
<ul style="list-style-type: none"> - Capital política de la provincia - Principales oficinas para gestionar tramites - Administración pública 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudad industrial - Ciudad comercial turística. - Ciudad bancaria - Ciudad de servicios - Puerto continental 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudad turística - Ciudad de servicios

CANTÓN PEDERNALES

El cantón se encuentra situado en el norte de la provincia de Manabí, sobre la línea equinoccial. A continuación se muestran los límites del cantón (Consulmartínez S.A., 2011, p. 41):

Tabla 4. Límites Cantón Pedernales

LÍMITES CANTÓN PEDERNALES			
NORTE	SUR	ESTE	OESTE
- Muisne	- Jama	<ul style="list-style-type: none"> - Quinindé - Chone 	- Océano Pacífico

La superficie del cantón es de 1932.20 kilómetros, cuenta con aproximadamente 54 kilómetros de largo de playas, bastantes acantilados y zonas montañosas (Consulmartínez S.A., 2011, p. 42).

La cabecera cantonal es Pedernales, al ser el pueblo que cuenta con mayor infraestructura y servicios. A continuación se puede observar una tabla donde se detalla las parroquias que conforman el cantón y las distintas zonas (Consulmartínez S.A., 2011, pp. 42 y 43):

Tabla 5. Cantón Pedernales

CANTÓN PEDERNALES		
PARROQUIAS	ZONAS	ZONAS DE VIDA
- Cojimíes	- Urbana	- Bosque Seco Tropical
- 10 de Agosto	- Rural	- Bosque Húmedo Tropical
- Atahualpa	- Periférica	- Bosque Húmedo Montañoso

PARROQUIA DE COJIMÍES

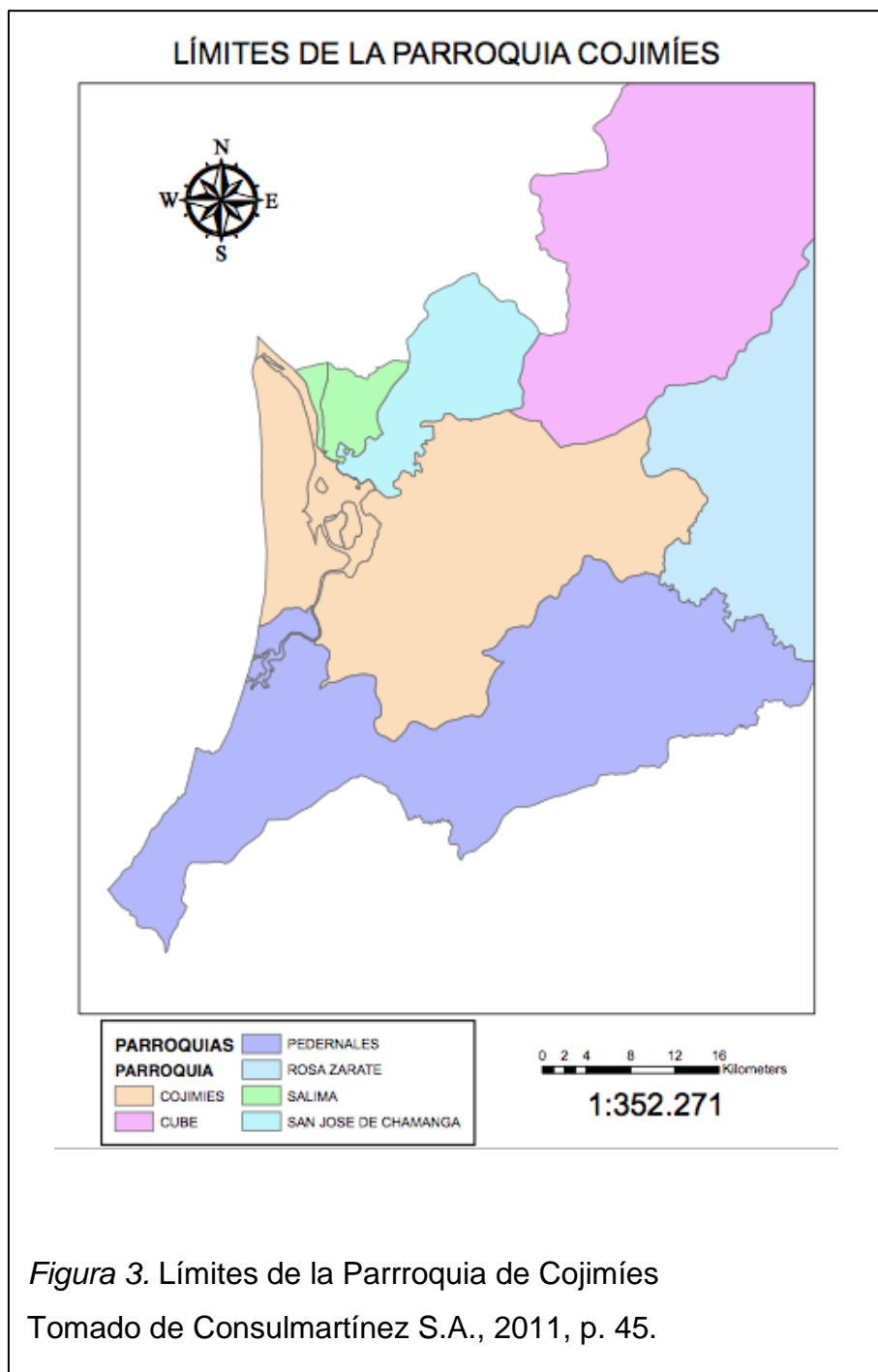
En la siguiente tabla se puede apreciar los límites de la parroquia de Cojimíes (Consulmartínez S.A., 2011, pp. 45 y 46):

Tabla 6. Límites Parroquia Cojimíes

LÍMITES PARROQUIA COJIMÍES			
NORTE	SUR	ESTE	OESTE
- Provincia de Esmeraldas	- Parroquia de Pedernales	- Provincia de Esmeraldas	- Océano Pacífico

A la parroquia de Cojimíes se le denomina como el primer pueblo de Manabí ya que se encuentra ubicado en el límite con Esmeraldas. Cojimíes tiene una superficie de 71356.20 hectáreas (Consulmartínez S.A., 2011, pp. 45 y 46).

A continuación, se muestra los límites de la parroquia de Cojimíes:



2.1.1 CLIMA Y TEMPERATURA

La temperatura de la provincia por lo general fluctúan entre tropical seco a tropical húmedo, y se define por las corrientes marinas. La temperatura varía según las distintas zonas de la provincia. A continuación se muestra una tabla con las diferentes épocas del año de Manabí (Consulmartínez S.A., 2011, p. 31):

Tabla 7. Clima de la Provincia de Manabí

CLIMA PROVINCIA DE MANABÍ		
ESTACIONES	Sieco (Junio a Diciembre)	Lluvioso (Enero a Mayo)
TEMPERATURAS	18 °C a 27 °C (No Caluroso)	26 °C a 34 °C (Caluroso)
CORRIENTES	El Niño (Cálida)	Humboldt (fría)

El clima en el cantón de Pedernales es Tropical Semiárido, en la siguiente tabla se muestra las características del cantón (Consulmartínez S.A., 2011, p. 42):

Tabla 8. Clima del Cantón Pedernales

CLIMA CANTÓN PEDERNALES		
ESTACIONES	Sieco (Junio a Diciembre)	Lluvioso (Enero a Mayo)
TEMPERATURA MEDIA	23 °C	29 °C
CORRIENTES	El Niño (Cálida)	Humboldt (fría)

La parroquia de Cojimíes posee un clima seco en los meses de verano y cálido lluvioso en los meses de invierno. En la tabla que se puede observar a continuación, indica las particularidades del clima en Cojimíes (Consulmartínez S.A., 2011, p. 46):

Tabla 9. Clima de la Parroquia de Cojimíes

CLIMA PARROQUIA COJIMÍES		
ESTACIONES	Sieco (Junio a Diciembre)	Lluvioso (Enero a Mayo)
TEMPERATURA MEDIA	25 °C	30 °C
CORRIENTES	El Niño (Cálida)	Humboldt (fría)

2.1.2 FLORA Y FAUNA

La provincia de Manabí es rica y variada en flora y fauna, es así como en el norte, centro y sur de la provincia se destacan por mantener zonas naturales (Consulmartínez S.A., 2011, p. 36).

A continuación se detalla una tabla con cifras de las diferentes especies de animales y especies vegetales de las distintas zonas de la provincia (Consulmartínez S.A., 2011, p. 36):

Tabla 10. Especies en los Humedales de la Provincia

ESPECIES EN HUMEDALES DE LA PROVINCIA			
ANIMALES		VEGETALES	
Especie	Cantidad	Especie	Cantidad
Mamíferos	24	Vegetales	76
Aves	64		
Reptiles	13		
Peces	10		
Anfibios	2		

Tabla 11. Especies en el Parque Nacional Machalilla

ESPECIES EN PARQUE NACIONAL MACHALILLA			
ANIMALES		VEGETALES	
Especie	Cantidad	Especie	Cantidad
Mamíferos	81	Vegetales	6
Aves	234		
Reptiles	23		
Anfibios	24		

Tabla 12. Especies en la Isla de la Plata

ESPECIES EN LA ISLA DE LA PLATA	
ANIMALES	
Especie	Cantidad
Aves	32 (18 terrestres y 14 marinas)

En Manabí geográficamente se divide en tres zonas: norte, centro y sur. A continuación se muestra una tabla con las características climáticas y específicas de las tres zonas (Consulmartínez S.A., 2011, p. 36):

Tabla 13. Zonas Geográficas

ZONAS GEOGRÁFICAS		
NORTE	CENTRO	SUR
- Elevaciones tropicas húmedas	- Zona de valle	- Zona montañosa
- Alta pluviosidad	- Zona agrícola	- Zona de Cultivos
- Zona agrícola	- Proyección industrial comercial	- Microclima primaveral
- Zona ganadera		

En Pedernales se puede encontrar tres áreas ecológicas importantes que son (Consulmartínez S.A., 2011, p. 43):

- Reserva Ecológica Mache-Chindul (REMACH)
- Bosque y Vegetación Protector del Cerro Pata de Pájaro
- Estuario de Cojimíes
-

2.2 ECONÓMICO – PRODUCTIVA

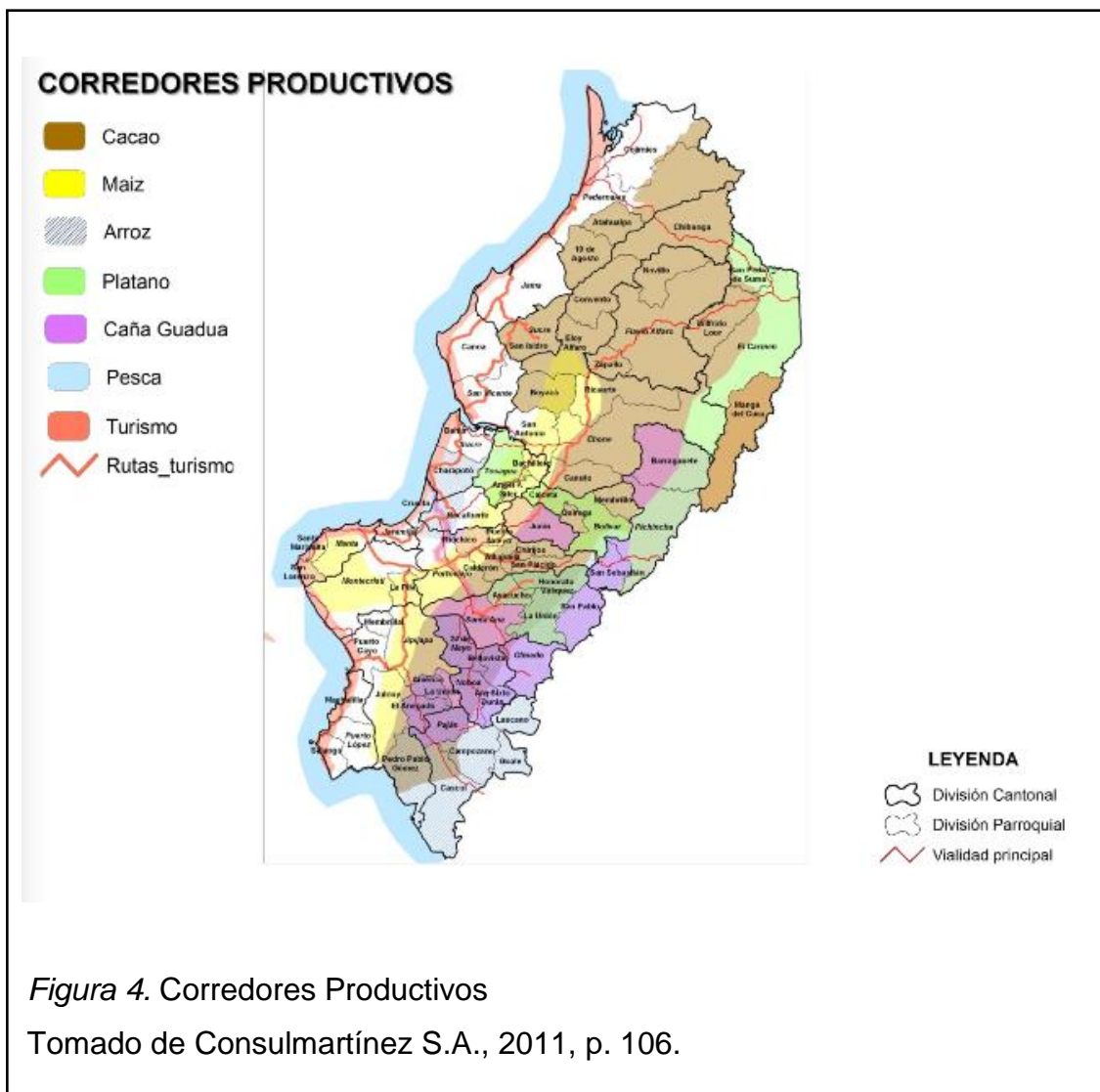
Dentro de la provincia de Manabí existe ventajas competitivas sostenibles por sus condiciones naturales y por la mano de obra de parte de los habitantes, lo que se denomina como corredores productivos (Consulmartínez S.A., 2011, p. 106)

A continuación se puede ver una tabla con los cultivos destacados de la zona y las diferentes actividades económicas que aportan a los medios de producción de Manabí (Consulmartínez S.A., 2011, p. 36):

Tabla 14. Actividades Económicas

ACTIVIDADES ECONÓMICAS			
ACUICULTURA	SECTOR PECUARIO	SECTOR AGRÍCOLA	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> - Camaroneras - Pesca 	<ul style="list-style-type: none"> - Ganadería - Avicultura - Porcino 	<ul style="list-style-type: none"> - Café - Cacao - Algodón - Plátano - Hortalizas - Tubérculos - Maíz 	<ul style="list-style-type: none"> - Industrias (fabricas) - Turismo

Además, en la siguiente figura se puede apreciar los distintos corredores productivos de la zona:



Por otro lado, en la siguiente tabla se puede ver el análisis de la productividad de la provincia (Consulmartínez S.A., 2011, p. 107):

Tabla 15. Productividad de Manabí

PRODUCTIVIDAD DE MANABÍ			
AGROPECUARIO	AGRICULTURA	ÁREA RURAL	ACTIVIDADES PROPIAS
<ul style="list-style-type: none"> - PIB 35 % - Productores agropecuarios tradicionales - Sistema de producción - Deficiencia en servicios sanitarios y veterinarios 	<ul style="list-style-type: none"> - PIB 20 % - Acceso limitado a riego - Inversión limitada - Prácticas tecnológicas tradicionales 	<ul style="list-style-type: none"> - PIB 80 % - No tienen tierra propia - Sistema de actividad como asalariados y jornaleros 	<ul style="list-style-type: none"> - PIB 20% - Autoempleo - Actividad campesina

El PIB (Producto Interno Bruto) según el IndexMundi (2015), es el total de todos los bienes y servicios originados en un año. A continuación, se muestra la estructura del PIB de la Provincia (Consulmartínez S.A., 2011, p. 108):

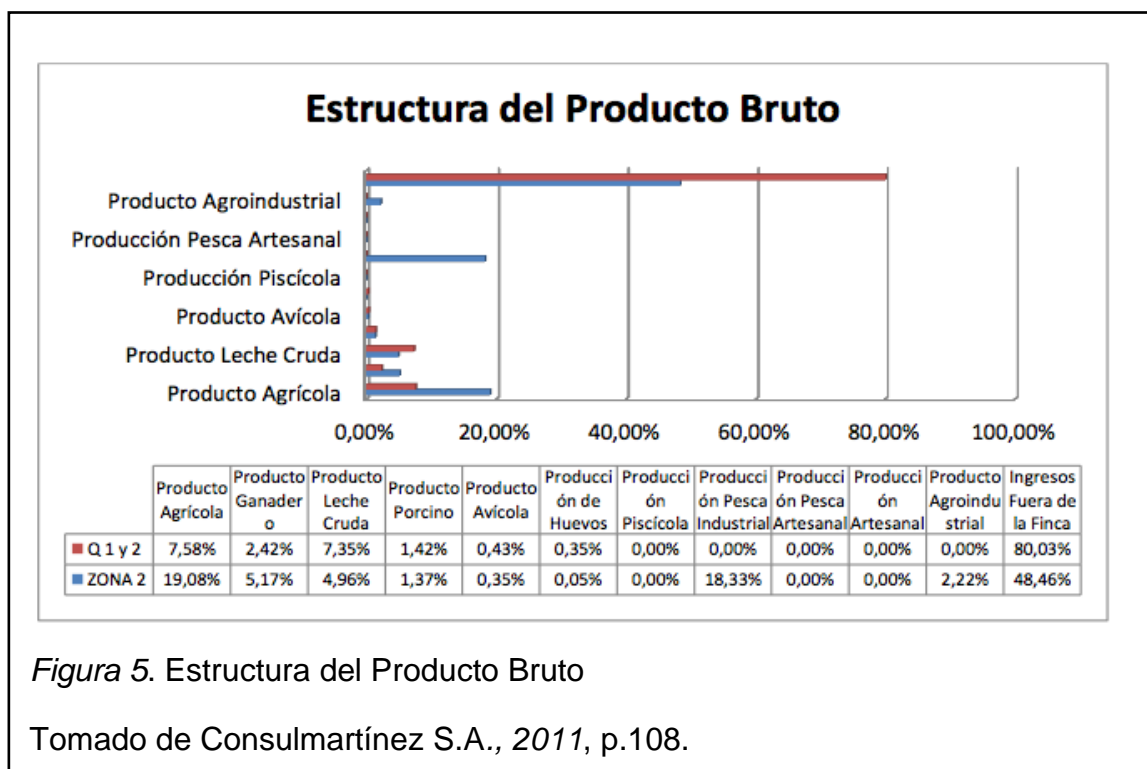


Figura 5. Estructura del Producto Bruto

Tomado de Consulmartínez S.A., 2011, p.108.

Se detalla una lista de las actividades que conforman los Q1 y Q2 (Quintil 1 y Quintil 2) (Consulmartínez S.A., 2011, p. 108):

- Trabajan como asalariados o jornaleros en actividades agropecuarias (tradicionales y empresariales).
- Se relacionan con el cultivo de maíz, plátano, cacao.
- Se comercializa y se destina al autoconsumo familiar
- Limitada disponibilidad en capital y tierra
- Trabajo fuera de la familia

Como se puede ver en la figura número 4 (corredores productivos), el principal ingreso de la parroquia de Cojimíes es el turismo y la pesca. Además según comunicación personal con Felipe Gallardo, presidente del Junta Parroquia de Cojimíes, la PEA del Cantón Cojimíes está vinculada en un 100% turismo. Esta es una de las razones por las cuales la formalización, la correcta gestión y promoción del destino son importantes para mejorar la calidad de vida de la parroquia.

2.2.1 ACTIVIDAD AGROPRODUCTIVA

La provincia tiene una elevada producción agrícola. El informe realizado por Consulmartínez (2011, p. 109), expresa que el 60 % de la PEA (Población Económicamente Activa) se dedica a ella. Los principales productos que se producen son: arroz, cacao, banano, café, coco, limón, maíz, naranja, papaya plátano y yuca. Por lo que, en una etapa posterior del proyecto, en cual se buscarán nuevos productos turísticos para incluir en la página web, se propondrá a los actores involucrados, que incluyan actividades y productos de agroturismo.

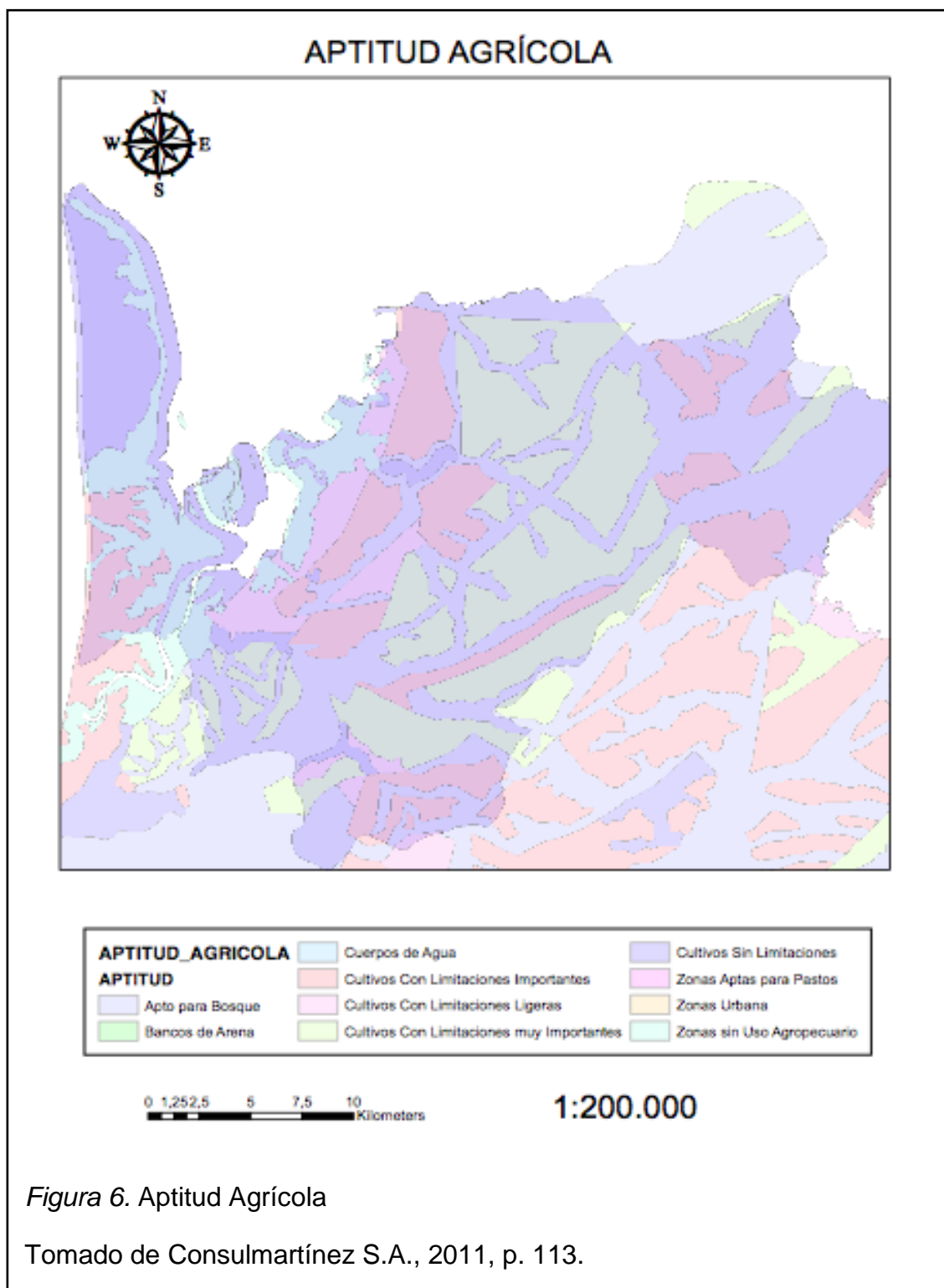
2.2.2 ACTIVIDAD FORESTAL

La mayoría de áreas naturales que se encuentran en la parroquia son protegidos, como la reserva ecológica Mache – Chindul, el refugio de vida silvestre Marino Costero Pacoche, la reserva marina El Pelado, el refugio de vida silvestre Isla Corazón y Fragata y el parque Nacional Machalilla, por lo que cualquier actividad se debe realizar de manera responsable y cautelosa. Los habitantes mantienen y cuidan estas zonas, de que no haya un grave impacto ambiental ocasionado por los turistas por lo que se promueve el turismo consiente (Consulmartínez S.A., 2011, p. 110).

2.2.3 PRODUCTIVIDAD AGROALIMENTARIA

Las familias del cantón se alimentan con arroz, granos secos, lácteos y carnes, sin embargo se encuentra escasez de arroz por falta de producción en la zona, la demanda de este producto sobrepasa al consumo poblacional. De diferente manera, los lácteos cumplen con la demanda ya que las familias cuentan con fuentes propias para obtener el producto. También los que residen en el cantón poseen animales propios como: pollos, gallinas y cerdos, que son utilizados para su consumo. En el caso especial de la parroquia de Cojimíes al tener estuario, su alimentación se complementa con pescado (Consulmartínez S.A., 2011, p. 110).

A continuación, se muestra una figura de aptitudes del suelo para la actividad agrícola de la parroquia:



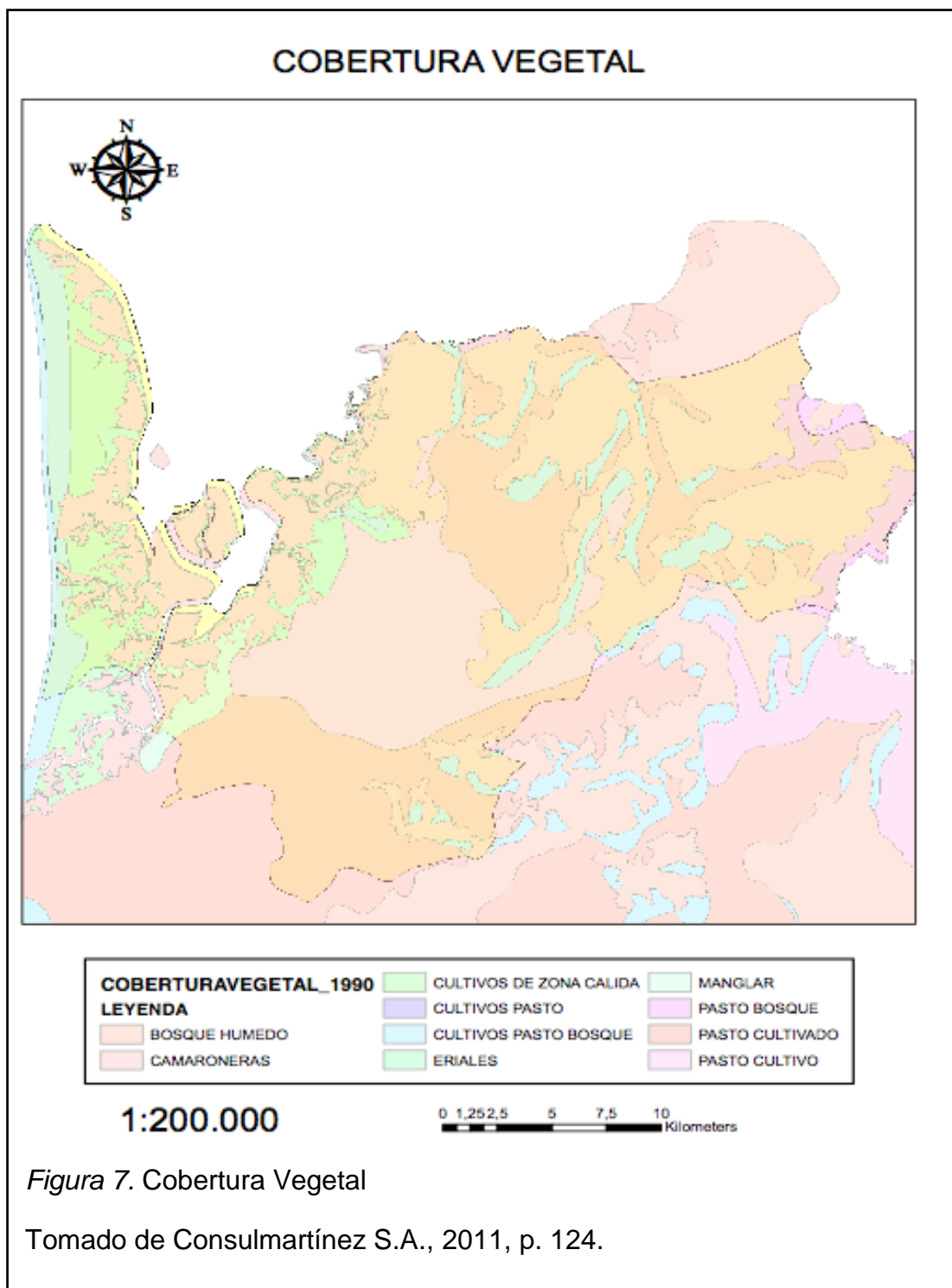
2.2.4 COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA

En la siguiente tabla se puede observar, el análisis de la problemática del sector agrícola en la parroquia de Cojimíes (Consulmartínez S.A., 2011, pp. 114 - 117):

Tabla 16. Problemática de la Comercialización Agrícola

PROBLEMÁTICA DE LA COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA				
SISTEMA DE MERCADO	PRODUCCIÓN	CULTIVOS	COMERCIALIZACIÓN	PUNTOS DE VENTA
Desfavorable Productos con poca utilidad Intermediarios con mayor utilidad	Principales productos sin niveles adecuados de productividad Malas prácticas	Insuficiencia de recursos Falta de procesos técnicos Bajo rendimiento Insuficiente aprovisionamiento de agua No alcanza los frutos apropiados	88 % a través de intermediarios 10 % a través de fabricas empacadoras 2% directamente con consumidores	66 % en pedernales 34 % distribuyen en la diferentes comunidades de la parroquia

A continuación, se muestra una figura de la cobertura vegetal de la parroquia:



2.2.5 EMPLEO

POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA

A continuación se muestra una tabla de las persona que se encuentran con empleo o sin empleo en Cojimíes (Consulmartínez S.A., 2011, p. 118):

Tabla 17. Población Económica Activa

POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA	
EMPLEADOS	DESEMPLEADOS
3788	7887

El alto número de desempleo se debe a que: el 30 % de mujeres se dedican a ser amas de casa y el 4 % tienen alguna discapacidad (Consulmartínez S.A., 2011, p. 118).

Las personas que cuentan con empleo se dedican a lo siguiente: el 4 % a obreros del Estado, el 19 % a obreros privados, el 36 % a jornaleros o peones, el 2 % son patrones, el 1 % son socios, el 26 % trabajan en cuenta propia, el 1 % es trabajador no remunerado, el 4 % tiene empleo doméstico y el 8 % se ignora donde trabaja. Por lo que se llega a la conclusión, que el 14 % trabaja dentro del hogar, el 79 % trabaja fuera del hogar y el 8 % se ignora, formando un total de 100% (Consulmartínez S.A., 2011, p. 118).

2.3 SOCIO – CULTURAL

2.3.1 POBLACIÓN Y MOVILIDAD HUMANA

TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

En un tiempo de 9 años se analizó el crecimiento poblacional de la parroquia de Cojimíes, se pudo observar que en el año 2001 Cojimíes contaba con 12124 habitantes y 9 años después con 13708. La tasa de crecimiento fue de 1.30 % anual desde el último censo (Consulmartínez S.A., 2011, p. 48).

En la tabla a continuación se observa el porcentaje de la población que representa la parroquia de Cojimíes en el cantón de Pedernales (Consulmartínez S.A., 2011, p. 48):

Tabla 18. Población de Cojimíes

POBLACIÓN DE COJIMÍES	
POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN RURAL
26 %	60 %

La parroquia rural más grande del cantón Pedernales es Cojimíes como se puede ver en la siguiente tabla (Consulmartínez S.A., 2011, p. 48):

Tabla 19. Tasa de Crecimiento Rural

PARROQUIA	POBLACIÓN 2001	POBLACIÓN 2010	TASA DE CRECIMIENTO
Cojimíes	12124	13703	1.30 %
10 de Agosto	5404	5212	-0.36 %
Atahualpa	2603	2.568	-0.13 %

Adaptado de Consulmartínez S.A., 2011, p. 48.

EDAD PROMEDIO

La parroquia de Cojimíes tiene la edad media más baja de todas las parroquias que conforman el cantón, como se puede observar a continuación (Consulmartínez S.A., 2011, p. 48):

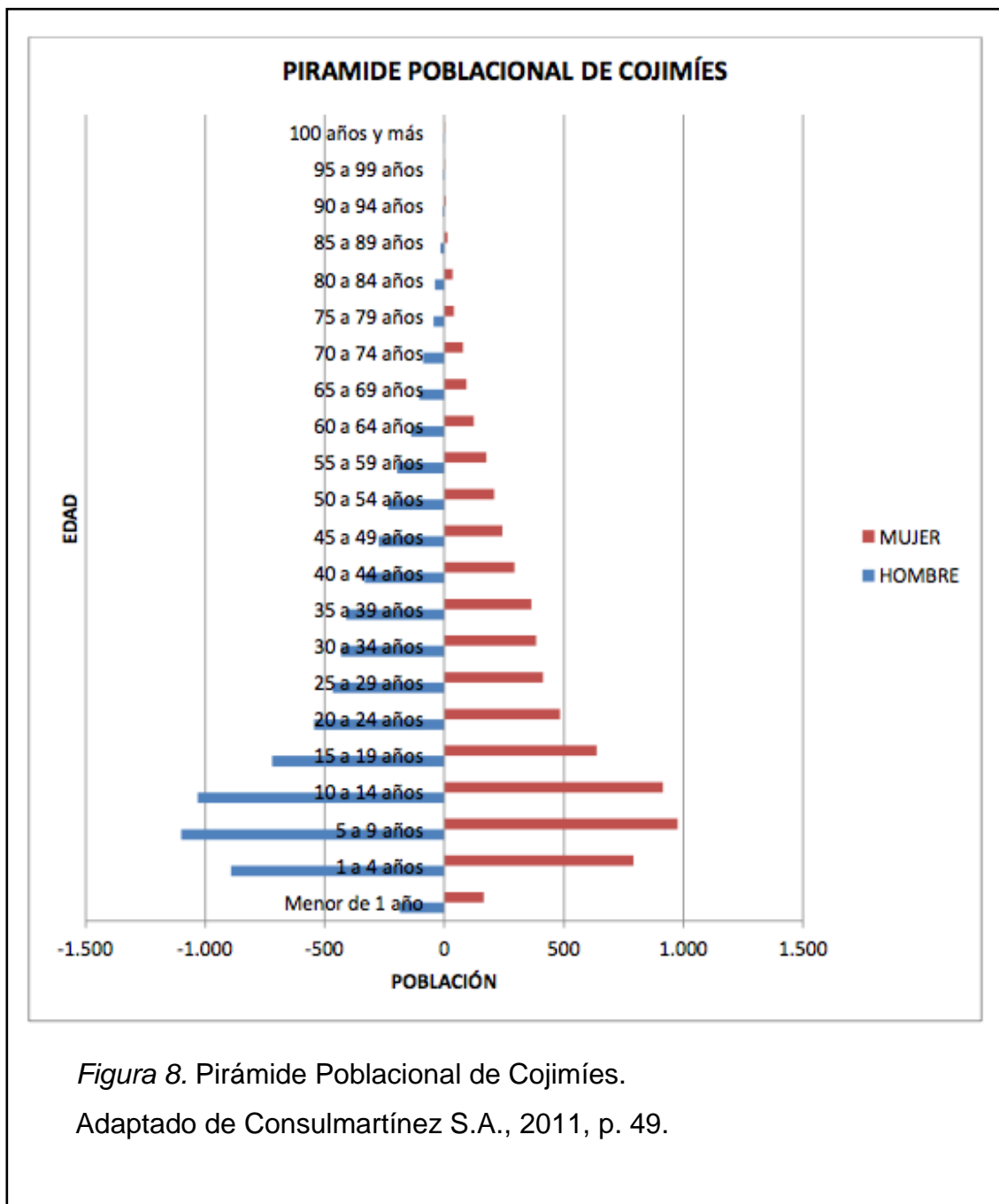
Tabla 20. Promedio de Edad

PEDERNALES	24
COJIMÍES	23
10 DE AGOSTO	26
ATAHUALPA	25

Adaptado de Consulmartínez S.A., 2011, p. 48.

2.3.2 PIRÁMIDE POBLACIONAL

La siguiente pirámide poblacional muestra los diferentes grupos de edades que ocupan la parroquia (Consulmartínez S.A., 2011, p. 49):



La siguiente tabla figura el resumen de la pirámide poblacional en porcentaje, para determinar la ocupación de habitantes por edades (Consulmartínez S.A., 2011, p. 50):

Tabla 21. Porcentaje de Edades

EDAD	PORCENTAJE
De 0 a 4 años	15 %
De 4 a 14 años	29 %
De 15 a 24 años	17 %
De 24 a 64 años	34 %
Mayores de 64 años	4 %

Adaptado de Consulmartínez S.A., 2011, p. 50.

Es importante conocer estas cifras para establecer prioridades dentro de los servicios principales en la parroquia, y para la mejor planificación del entorno favorable del buen vivir que son los servicios de salud, educación y el trabajo (Consulmartínez S.A., 2011, pp. 50 y 51).

Los diferentes grupos de edad según su porcentaje, demandan servicios como pediatría para los niños pequeños, educación formal y que cubra la demanda poblacional para la misma, oferta de empleo, e inclusión social para la gente mayor (Consulmartínez S.A., 2011, pp. 51 y 52).

2.3.3 MIGRACIÓN Y TENDENCIAS

Las personas que han migrado en relación con el cantón Pedernales, según la INEC, son las siguientes:

Tabla 22. Migración Cantón Pedernales

Migración			
<u>Parroquia</u>	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>	<u>Total</u>
Cojimíes	28	22	50
10 de Agosto	4	10	14
Atahualpa	1	1	2

Adaptado de Consulmartínez S.A., 2011, p. 52.

Según el estudio realizado por Consulmartínez (2011, p. 52), las personas que migran lo hacen por falta de empleo o por buscar una mejor educación. Como se observó en la tabla, la parroquia Cojimíes tiene un alto índice de migración, por las razones mencionadas.

2.3.4 EDUCACIÓN

TASA DE ANALFABETISMO

En la siguiente tabla se puede observar el índice de analfabetismo de las parroquias rurales del cantón Pedernales (Consulmartínez S.A., 2011, p. 54):

Tabla 23. Tasa de Analfabetismo

PARROQUIA	ANALFABETISMO
Cojimíes	22 %
10 de Agosto	25 %
Atahualpa	20 %

El 22 % de la población de Cojimíes es analfabeto, por lo que el promedio cantonal es del 9 % con respecto a las demás parroquias rurales (Consulmartínez S.A., 2011, p. 54).

El desarrollo de analfabetismo en las zonas rurales del país tiene un índice elevado, esto se debe al poco acceso a la lectura y escritura que tienen las pequeñas parroquias en el país. La falta de capacitación y educación en estos pueblos, causan que los habitantes no tengan interés por la educación y desconozcan la importancia de saber leer y escribir (Consulmartínez S.A., 2011, pp. 54 y 55).

TASA DE DESERCIÓN ESCOLAR

Según estadísticas del Ministerio de Educación, la tasa escolar de Cojimíes en el año 2010 – 2011 fue la siguiente (Consulmartínez S.A., 2011, p. 56):

Tabla 24. Tasa Escolar de Cojimíes

TASA ESCOLAR DE COJIMÍES (2010 – 2011)			
ESTUDIANTE MATRICULADOS	HOMBRES	MUJERES	NO ACEPTADOS
4885	53 %	47 %	4 %

2.3.5 RECURSOS CULTURALES NATURALES

DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE RESERVA MACHE CHINDUL

Dentro del cantón Pedernales, existen zonas naturales importantes como la Reserva Mache - Chindul y el Estuario de Cojimíes. La REMACH se ubica cerca de la parroquia de Cojimíes, ofreciendo atracciones turísticas para los turistas que visiten Cojimíes.

La Reserva Mache – Chindul fue reconocida como una de las zonas con mayor biodiversidad en la costa, por el Programa de Evaluación Rápida de Conservación Internacional. El estudio determinó que la reserva cuenta con bosques considerados, como uno de los más importantes en el país (Consulmartínez S.A., 2011, p. 92).

La Reserva Mache – Chindul fue creada en el año de 1996, a continuación se muestran los límites de la reserva (Consulmartínez S.A., 2011, p. 93):

Tabla 25. Límites Reserva Mache - Chindul

LÍMITES RESERVA MACHE - CHINDUL			
NORTE	SUR	ESTE	OESTE
Provincia de Esmeraldas	Provincia de Manabí	- Provincia de Esmeraldas - Provincia de Manabí	- Provincia de Esmeraldas - Provincia de Manabí

A continuación se puede observar las características de la Reserva Ecológica Mache-Chindul (Consulmartínez S.A., 2011, p. 44):

Tabla 26. Reserva Mache-Chindul

RESERVA ECOLÓGICA MACHE-CHINDUL				
POBLACIONES ANCESTRALES	ADMINISTRACIÓN	SUPERFICIE	OCUPACIÓN CANTONAL	BOSQUES
- Chachi	- Área Natural Protegida (SNAP) - Ministerio de Ambiente (MAE)	- 119,172 hectáreas	- Quinindé - Atacames - Esmeraldas - Muisne - Pedernales	- Húmedos - Secos tropicales

Además, la Corporación Ecopar, la Fundación Natura y la Alianza Jatur Sacha/CDC-Ecuador, crearon la Alianza JATUN SACHA con la colaboración del Ministerio de Ambiente para ayudar a la gestión y preservación de la reserva (Consulmartínez S.A., 2011, p. 94).

En la siguientes tablas se detalla la flora y fauna de la REMACH (Ministerio del Ambiente, 2015):

Tabla 27. Flora de la Reserva Mache-Chindul

FLORA DE LA RESERVA MACHE - CHINDUL					
ZONA ÁRIDA	FLORA SILVESTRE	ÁRBOLES	PALMAS	ESPECIES NUEVAS	ZONA SECA
<ul style="list-style-type: none"> - Cactus - Palos santos - Ceibos 	<ul style="list-style-type: none"> - Orquídeas - Lianas 	<ul style="list-style-type: none"> - Canalón - Anime - Tangaré - Caoba - Cuángare 	<ul style="list-style-type: none"> - Pambil - Tagua 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecuadendron (árbol) 	<ul style="list-style-type: none"> - Fernán Sánchez - Guayacán - Tillo - Hobo de monte - Amarillo - Piñon - Muyuyo

Tabla 28. Fauna de la Reserva Mache – Chindul

FAUNA DE LA RESERVA MACHE - CHINDUL				
MAMÍFEROS	CARNÍVOROS	AVES	ANFIBIOS	REPTILES
<ul style="list-style-type: none"> - Monos: Capuchino Aullador Mono Araña de cabeza café (Especie en peligro de extinción) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tigrillos - Guanfandos - Cabezas de mate - Cusumbos - Jaguares 	<ul style="list-style-type: none"> - Colibrí ermitaño - Tucán del chocó - Carpintero carinegro - Carpintero pardo - Tucán paletón - Pavas de monte crestadas - Pavón grande 	<ul style="list-style-type: none"> - Rana mono - Rana nodriza - Rana diablito kiki 	<ul style="list-style-type: none"> - Boa mataballo - Caimán blanco - Tortuga mordedora - iguanas

2.4 MOVILIDAD ENERGÍA Y CONECTIVIDAD

2.4.1 SERVICIOS BÁSICOS

Cojimíes no cuenta con un sistema adecuado de agua potable, por lo que en el estudio realizado se vio que los habitantes consumen el agua de la siguiente manera (Consulmartínez S.A., 2011, p. 149):

Tabla 29. Aprovechamiento de Agua

FUENTE DE AGUA	% DE HABITANTES
Red pública	8%
Pozo	46%
Río, vertiente, acequia o canal	39%
Carro repartidor	5%
Otro (agua lluvia / albarrada)	2%

Tomado de Consulmartínez S.A., 2011, p. 149.

Como se ve en la tabla, el 87 % de los habitantes de Cojimíes no reciben agua de fuentes confiables, además en el país el obtener agua pública no certifica que sea de calidad. Dentro de Cojimíes la falta de agua de fuentes seguras es una de las problemáticas más graves (Consulmartínez S.A., 2011, p. 149).

Por lo general, los habitantes de la parroquia antes de consumir el agua hacen diferentes tratamientos como (Consulmartínez S.A., 2011, p. 149):

- Hervir el agua
- Ponen cloro

- Limpieza a través de filtro
- Ingieren sin realizar tratamiento
- Compran agua purificada

Se conoce que el 39 % de los habitantes implementan los sistemas anteriormente mencionados, con la finalidad de consumir agua purificada. Sin embargo, no se ha podido determinar la efectividad de estos métodos (Consulmartínez S.A., 2011, p. 149).

Otro factor que incluye el sistema saludable de una población, son los servicios higiénicos. En la siguiente tabla se indica los servicios higiénicos utilizados por la población de la parroquia (Consulmartínez S.A., 2011, p. 149):

Tabla 30. Tipos de Servicio Higiénico

TIPO DE BAÑO	% DE VIVIENDAS
Conectado a red pública	0%
Conectado a pozo séptico	35%
Conectado a pozo ciego	28%
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	3%
Letrina	11%
No tiene	23%

Tomado de Consulmartínez S.A., 2011, p. 149.

2.4.2 COMUNICACIÓN

Según el estudio realizado por Consulmartínez (2011, p. 151), la parroquia de Cojimíes no cuenta con una cobertura telefónica convencional extensa. Tan solo el 3 % de los habitantes utilizan el servicio de teléfono convencional.

Por otro lado, el 70 % de los mismos habitantes tienen teléfono celular para comunicarse. Por lo que se deduce, que en la parroquia la mayoría de pobladores prefieren utilizar el teléfono celular como medio de comunicación (Consulmartínez S.A., 2011, p.151).

Otro medio importante de comunicación es el internet, en el estudio se vio que apenas el 2 % de la población de Cojimíes sabe cómo utilizar el internet. Esto es indicador de la falta de desarrollo tecnológico como herramienta de aprendizaje de la parroquia, ya que hoy en día el medio digital se ha convertido fundamental para la enseñanza y el profesionalismo en general (Consulmartínez S.A., 2011, p. 151).

A su vez, se deduce que la mayor parte de habitantes no sabe cómo utilizar el internet, ya que solo el 3 % de la parroquia tiene acceso a una computadora (Consulmartínez S.A., 2011, p. 151).

Otro canal de comunicación es la televisión, en Cojimíes el 6 % de pobladores cuentan con televisión por cable, por lo que el 94 % de la población no tienen acceso a este canal de comunicación (Consulmartínez S.A., 2011, p. 152).

2.4.3 SEGURIDAD

Como seguridad dentro de la parroquia de Cojimíes existe un U.P.C. al ingreso del pueblo, que abastece con la seguridad policial (Consulmartínez S.A., 2011, p. 199).

2.4.4 TRANSPORTE

Existe transporte público directo hacia Cojimíes desde las siguientes ciudades (Consulmartínez S.A., 2011, p. 100):

- Quito
- Guayaquil
- Pedernales

Además, desde Pedernales se ofrece servicio de transporte hacia Cojimíes con frecuencia de una hora. De esta manera se puede conectar con todo el país, ya que hacia Pedernales llegan buses de todas las ciudades (Consulmartínez S.A., 2011, p. 100).

Más adelante en el capítulo III, se habla de detalles más específicos sobre el transporte público de Cojimíes.

2.5 POLÍTICO - INSTITUCIONAL

En la siguiente tabla se puede observar, el porcentaje que representa cada organización dentro de la parroquia de Cojimíes (Consulmartínez S.A., 2011, p. 137):

Tabla 31. Tipo de Organización

TIPO DE ORGANIZACIÓN			
<u>Comité</u>	<u>Aso. Productiva</u>	<u>Cooperativa</u>	<u>Social</u>
35 %	43 %	13 %	9 %

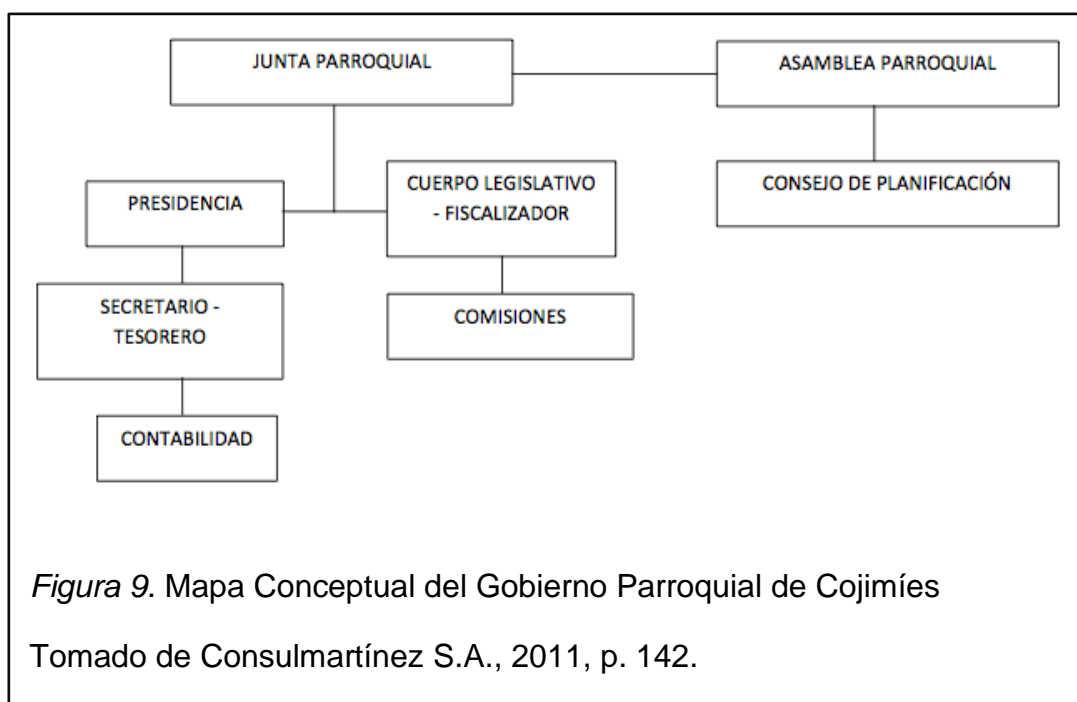
Adaptado de Consulmartínez S.A., 2011, p. 137.

Dentro de Cojimíes la cooperación social se debe a la organización municipal, normalmente la población establece su propia iniciativa de organización. De estas organizaciones nacen los comités o asociaciones (Consulmartínez S.A., 2011, p. 137).

2.5.1 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

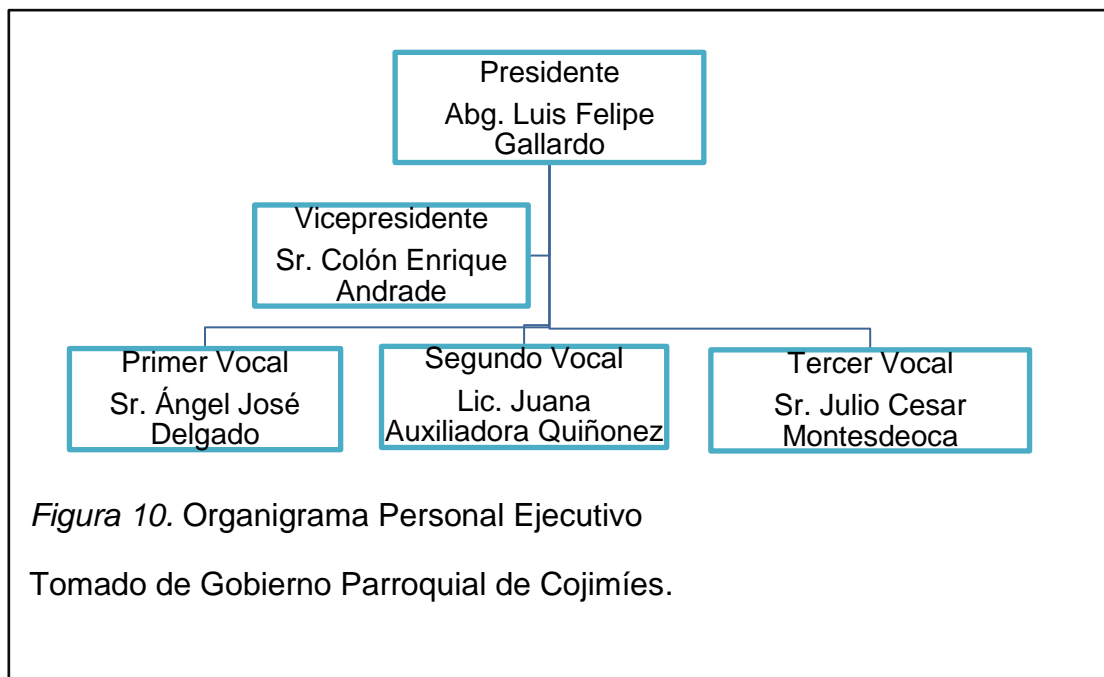
Para lograr una administración eficiente el gobierno parroquial ha tenido que cambiar su modelo de gestión. Implementando sistemas de aprendizaje para la población y desarrollando los recursos adecuadamente. También ha realizado alianzas con gobiernos más grandes para alcanzar metas establecidas por la junta parroquial (Consulmartínez S.A., 2011, p. 141).

A continuación se muestra el mapa conceptual del Gobierno Parroquial de Cojimíes (Consulmartínez S.A., 2011, p.142):

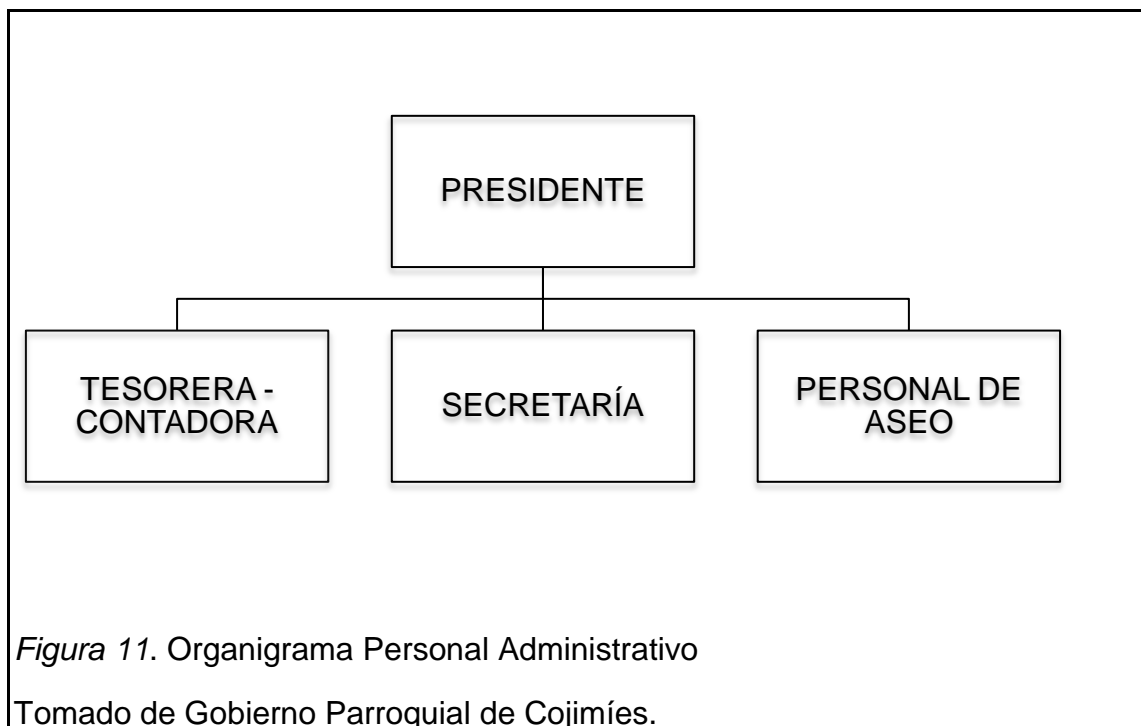


La presidencia se encuentra organizada de la siguiente manera:

Personal ejecutivo:



Personal administrativo:



2.5.2 CAPACIDAD FINANCIERA

El Gobierno Central se encarga de asignar la capacidad financiera a las Parroquias, ya que Cojimíes no es capaz de generar sus propios recursos o al menos los necesarios. El presupuesto que Cojimíes necesita como parroquia para su mejor gestión y desarrollo, sobrepasa el valor asignado, por lo que no es capaz de satisfacer las necesidades de la parroquia (Consulmartínez S.A., 2011, p. 143).

CAPÍTULO III

3. DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO

3.1 EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1.1 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

ENCUESTAS

Con el fin de conseguir datos cuantitativas, se efectuaron encuestas a turistas que acudieron a la parroquia de Cojimíes, buscando determinar las opiniones sobre la promoción turística del sector a través de una página web.

Las encuestas se realizaron de forma auto administrado, con el interés de proporcionar la encuesta directamente a los participantes y así lograr obtener resultados claros e imparciales que ayuden a determinar la situación actual del mercado, al igual que las necesidades de los usuarios y las oportunidades que se pueden presentar en la implementación del proyecto.

(Anexo 1: Formato de las Encuestas)

APLICACIÓN DE LA MUESTRA:

Para la aplicación de las encuestas se considera a los turistas tanto nacionales como internacionales que lleguen a la parroquia de Cojimíes, para esto fue necesario el traslado hacia la parroquia para obtener información real. Una vez en la parroquia se procedió a encuestar a los turistas, se realizaron encuestas en español e inglés para poder encuestar a personas que hablen alguno de los dos idiomas.

En la página 18 de este documento, se encuentra la fórmula de la población y muestra de donde se obtuvo el número total de encuestas.

Se efectuaron 397 encuestas en la parroquia de Cojimíes, compuestas por 12 preguntas grabadas.

TABULACIÓN Y PROCESO DE LA INFORMACIÓN:

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de encuesta a los turistas de la parroquia de Cojimíes:

- Género:

Tabla 32. Genero

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE %
MASCULINO	223	56.17%
FEMENINO	174	43.83%
TOTAL	397	100%

Conocer el género de los encuestados permite determinar que género es el que acude más a la zona. Es importante conocer esta información con el afán de que los resultados sean equitativos entre hombres y mujeres, para no tener un porcentaje marcado que altere los resultados. Se vio en las respuestas que el género que acude más a Cojimíes es el masculino con un porcentaje no tan distante ante el género femenino. Es decir que la diferencia no es muy marcada, por lo que se puede observar que en el momento de dirigirse al público se podría hacer por igual.

- Ciudad o país de origen:

Tabla 33: Ciudad o país de origen

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
QUITO	91	22.92%
PEDERNALES	142	35.77%
GUAYAQUIL	9	2.28%
MANTA	21	5.29%
JAMA	32	8.06%
SANTO DOMINGO	12	3.02%
EL CARMEN	9	2.28%
ESMERALDAS	16	4.03%
PUERTO QUITO	2	0.50%
CHONE	3	0.76%
IBARRA	1	0.25%
ROCA FUERTE	4	1%
FLAVIO ALFARO	1	0.25%
AMBATO	3	0.76%
LATANCUNGA	1	0.25%
MUISNE	7	1.76%
SÚA	5	1.26%
SAME	6	1.51%
MOMPICHE	8	2.02%
QUININDÉ	2	0.50%
COAQUE	2	0.50%

OTAVALO	1	0.25%
COLOMBIA	3	0.76%
PERÚ	2	0.50%
ESTADOS UNIDOS	5	1.26%
FRANCIA	1	0.25%
SUIZA	6	1.51%
ALEMANIA	2	0.50%
TOTAL	397	100%

Saber la ciudad de origen de los turistas que visitan Cojimíes, ayuda a conocer cuáles son las ciudades donde las personas se sienten más atraídas para visitar el destino turístico y ya conocen de él, esto permite realizar estrategias para potenciar más el destino dentro de un entorno donde ya conocen del atractivo. Por otro lado, también ayuda a verificar las ciudades de donde menos acuden y de esta manera saber que se necesita más publicidad en los mismos para atraer más turistas. En las encuestas se pudo ver que los turistas que más acuden al destino provienen de la ciudad de Pedernales por la cercanía al destino, seguido por Quito debido a la cercanía de esta playa a la capital del Ecuador. Sin embargo, las ciudades de donde menos provienen son Latacunga, Ibarra, Otavalo, Flavio Alfaro, Puerto Quito, Coaque y Quinindé. También se pudo obtener información de turistas extranjeros que acudieron al destino con un total de 4.78%, dividido entre Colombia, Perú, Estados Unidos, Francia, Suiza y Alemania.

- Edad:

Tabla 34. Edad

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
18 AÑOS A 24 AÑOS	56	14.11%
25 AÑOS A 30 AÑOS	79	19.90%
31 AÑOS A 35 AÑOS	102	25.69%
36 AÑOS A 40 AÑOS	81	20.40%
41 AÑOS A 45 AÑOS	35	8.82%
46 AÑOS A 50 AÑOS	12	3.02%
51 AÑOS A 55 AÑOS	8	2.02%
56 AÑOS A 60 AÑOS	9	2.27%
61 AÑOS A 65 AÑOS	6	1.51%
66 AÑOS A 70 AÑOS	4	1%
71 AÑOS A 75 AÑOS	2	0.50%
75 AÑOS EN ADELANTE	3	0.76%
TOTAL	397	100%

Conocer el rango de edad de los turistas que acuden al destino nos permite determinar qué tipo de turista es el que visita el destino. Esto se debe a que los turistas con mayor edad suelen tener un presupuesto más elevado que los jóvenes. En Cojimíes se pudo ver que los turistas que más acuden al destino tienen una edad entre 31 a 35 años, seguido por edades entre 25 a 30 años y 36 a 40 años.

Pregunta 1. ¿Es la primera vez que visita Cojimíes?

Tabla 35. Pregunta 1

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
SÍ	171	43.07%
NO	226	56.93%
TOTAL	397	100%

En esta pregunta se puede observar que la mayoría de turistas visitaron por primera vez el destino, sin embargo un gran número ya lo conocía por lo que se puede suponer que han elegido regresar a Cojimíes, por otro lado el promocionar más el destino sería de gran beneficio para el pueblo.

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

Tabla 36. Pregunta 2

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
1	119	29.98%
2	140	35.26%
3	52	13.10%
4	46	11.59%
5	29	7.30%
MÁS	11	2.77%
TOTAL	397	100%

Como se puede observar en la tabla, los turistas suelen viajar a la playa de una a dos veces al año, sin embargo, un gran porcentaje también viaja de 3 a más

veces anualmente. Esto quiere decir que el retorno del turista es constante, debido a que las cifras fueron favorable.

Pregunta 3. ¿Considera que Cojimiés es un destino turístico atractivo para promocionarlo más?

Tabla 37. Pregunta 3

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
TOTALMENTE DESACUERDO	2	0.50%
DESACUERDO	8	2.02%
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	32	8.06%
DE ACUERDO	167	42.07%
TOTALMENTE DE ACUERDO	188	47.35%
TOTAL	397	100%

Según los encuestados Cojimiés es un destino turístico atractivo para promocionarlo más. Esto determina la viabilidad del proyecto al implementar una herramienta de promoción.

Pregunta 4. ¿La implementación de una página web turística para la promoción de Cojimiés, sería factible para que los turistas conozcan del destino y acudan a visitarlo?

Tabla 38. Pregunta 4

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
TOTALMENTE DESACUERDO	5	1.26%
DESACUERDO	12	3.02%
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	44	11.08%

DE ACUERDO	130	32.75%
TOTALMENTE DE ACUERDO	206	51.89%
TOTAL	397	100%

La mayoría de los encuestados opinaron que la implementación de una página web sería factible para su mejor promoción y para la obtención de la información necesaria para realizar un viaje la destino.

Pregunta 5. ¿Considera que la vías de accesibilidad a Cojimíes son buenas?

Pregunta 39. Pregunta 5

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
TOTALMENTE DESACUERDO	10	2.52%
DESACUERDO	40	10.08%
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	101	25.44%
DE ACUERDO	180	45.34%
TOTALMENTE DE ACUERDO	66	16.62%
TOTAL	397	100%

Como se puede ver en la tabla, las vías de accesibilidad a Cojimíes son buenas según la mayoría de los encuestados, sin embargo, existe un porcentaje notorio que piensa que la vías no son buenas o no se encuentran en un buen estado y podrían mejorar.

Pregunta 6. ¿Los establecimientos como hoteles, restaurantes, otros, que se pueden encontrar en Cojimíes ofrecen un buen servicio?

Tabla 40. Pregunta 6

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
TOTALMENTE DESACUERDO	3	0.76%
DESACUERDO	23	5.79%
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	121	30.48%
DE ACUERDO	132	33.25%
TOTALMENTE DE ACUERDO	118	29.72%
TOTAL	397	100%

Los mayor parte de turistas que visitaron Cojimíes establecieron que los hoteles, restaurantes y otros, ofrecen un buen servicio al turista, sin embargo, ciertos turistas no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Esto indica que la calidad en el momento de ofrecer un servicio podría mejorar.

Pregunta 7. ¿Se puede encontrar en Cojimíes variedad de hoteles, restaurantes y agencias de entretenimiento para el turista?

Tabla 41. Pregunta 7

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
TOTALMENTE DESACUERDO	4	1%
DESACUERDO	8	2.02%
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	202	50.88%
DE ACUERDO	115	28.97%
TOTALMENTE DE ACUERDO	68	17.13%
TOTAL	397	100%

Como se ve en la tabla, la mitad de los turistas encuestados se encontraron ni de acuerdo, ni en desacuerdo, en encontrar variedad de hoteles, restaurantes y agencias de entretenimiento para el turista. Por otro lado, con un total de el resto de turistas están totalmente desacuerdo y desacuerdo en que se puede encontrar variedad.

Pregunta 8. ¿Cómo se enteró del destino?

Tabla 42. Pregunta 8

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
TELEVISIÓN	86	21.66%
PERIÓDICO	74	18.64%
PÁGINA WEB	72	18.14%
AMIGOS	148	37.28%
OTROS	17	4.28%
TOTAL	397	100%

El turista indicó en las encuestas que se enteró del destino en su mayoría por amigos y a través de una página, se podría interpretar que la participación de la página web es baja ya que no existe ninguna que proporcione buena información del destino.

Pregunta 9. ¿Que considera que le hace falta a Cojimíes para obtener más turistas?

Tabla 43. Pregunta 9

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
MÁS PUBLICIDAD	281	70.78%
MÁS HOTELES	18	4.53%

CALIDAD EN LOS SERVICIOS	25	6.30%
ENTRETENIMIENTO PARA EL TURISTA	73	18.39%
TOTAL	397	100%

La mayoría de los encuestados consideró que lo que le hace falta a Cojimíes para obtener más turistas es más publicidad y entretenimiento para el turista. Como se ve en la tabla, la diferencia entre los resultados es amplia, por lo que la falta de publicidad es principalmente lo que determina la escasez de turistas en la zona.

Pregunta 10. ¿Cómo planificó el viaje?

Tabla 44. Pregunta 10

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
A TRAVÉS DEL INTERNET	79	19.90%
VÍA TELEFÓNICA	97	24.43%
ACUDIÓ DIRECTAMENTE AL DESTINO	162	40.81%
OTRO	59	14.86%
TOTAL	397	100%

Se le preguntó al turista cómo planificó el viaje y lo que se obtuvo es que la mayor parte de turistas acudieron directamente al destino y un porcentaje menor planeo a través de una página web. En base a esta pregunta se puede realizar la estrategia promocional para que el turista utilice la página web para planificar su viaje.

Pregunta 11. ¿Qué tipo de tecnología usa?

Tabla 45. Pregunta 11

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
TELÉFONO INTELIGENTE	256	64.48%
COMPUTADORA	98	24.69%
TABLET	39	9.83%
OTRO	4	1%
TOTAL	397	100%

Como se puede observar, la mayoría de los encuestados utiliza un teléfono inteligente como principal tecnología. Por lo que la página web se podrá visualizar en los teléfonos inteligentes.

Pregunta 12. ¿Cuál es la red social que más utiliza?

Tabla 46. Pregunta 12

ALTERNATIVA	Nº DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
FACEBOOK	287	72.29%
TWITTER	91	22.93%
INSTAGRAM	13	3.27%
OTRO	6	1.51%
TOTAL	397	100%

La red social que más se utiliza según los encuestados, es el Facebook, por lo que la principal vía de promoción de la página web será la mencionada red social, sin descuidar una presencia moderada en las otras redes.

CONCLUSIÓN

Con la aplicación de la encuesta a los turistas, se ha podido comprobar que los visitantes encuestados si tomarían en cuenta la parroquia de Cojimíes como un destino turístico a visitar y se puede considerar que la página web es una buena táctica para la promoción turística del destino.

Por otro lado, se ha obtenido una gran cantidad de indicadores e información determinante en la toma de decisiones en torno a los diferentes aspectos que se va a encontrar en la página web, como la información que se va a brindar al turista, como va a estar diseñada y las facilidades que va a ofrecer. Se realizará una estrategia de diseño y manejo en función de las necesidades de los clientes, con la información que se ha analizado se busca llenar las expectativas de los clientes y armar un plan de promoción turística que coloque a Cojimíes como un destino seguro en las visitas de turistas a la parroquia.

Además, en las encuestas se pudieron encontrar factores fundamentales que explican las diferencias en las necesidades de los consumidores, como los factores demográficos y factores psicográficos. Los factores demográficos se utilizan como intermediarios en el estudio de las necesidades, ya que son la variables que se utilizan con más frecuencia, dichas variables son el sexo, edad, ingreso, ubicación geográfica, educación, ocupación, tamaño de la familia y clase social, todas estas variables son indicadores vitales fáciles de medir dentro de una sociedad, usualmente un factor demográfico combina algunas variables (Lambin, 2009, p.159). A su vez, los factores psicográficos buscan complementar explicando las diferencias en las necesidades del consumidor a través de los elementos tales como actividades, actitudes, intereses, opiniones, percepciones y preferencias, y de esta manera poder alcanzar un perfil más completo del consumidor (Lambin, 2009, p. 168).

3.1.2 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

ENTREVISTAS

Para obtener mediciones cualitativas, se efectuaron tres entrevistas a profundidad, la primera entrevista se realizó al Presidente de la Junta Parroquial de Cojimíes, la segunda fue para la Gerente del Hotel Coco Solo ubicado en Cojimíes y la tercera y última se la hizo a la profesora de Marketing Turístico de la UDLA. Se escogió a estas personas en base a obtener tres tipos de entrevistas que son: entrevista pública, entrevista académica y entrevista privada. Los tres diferentes tipos de entrevistas buscaron obtener como objetivo, conocer más sobre la parroquia y el turismo de la misma a través de un de un organismo público como el presidente de la junta parroquial, contar con conocimientos y experiencias académicas relacionadas con el tema para el mejor desarrollo del proyecto, y por último, saber el funcionamiento y crecimiento de un establecimiento privado en Cojimíes para contar con la opinión de un posible cliente.

Estas entrevistas permitieron obtener información, que aclare cuál es la situación de los servicios hoteleros y turísticos que se ofrecen en Cojimíes en la actualidad y cómo influiría la página web para la promoción turística del sector.

La estructura de las entrevistas fueron en base a preguntas elaboradas, es decir se hicieron preguntas para cada persona entrevistada, según el puesto que ocupaba. Esto no implicó que durante la entrevista no se haya mantenido un dialogo con el entrevistado.

(Anexo 2: Formato de las entrevistas)

LA TRASCRIPTIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Para poder analizar en detalle la información receptada en las entrevistas, se hizo la transcripción literal de su contenido de cada una de ellas, a través de una ficha que facilite el conocimiento del contenido, terminando con una matriz comparativa de las tres entrevistas para conocer de forma más detallada los puntos analizados.

ENTREVISTA N° 1:**ENTREVISTA PÚBLICA**

MOTIVO DE LA ENTREVISTA: Conocer más sobre la parroquia y las funciones de la junta parroquial con relación al turismo del destino.

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Apellidos: Gallardo Zambrano

Nombre: Felipe

Cargo: Presidente de la Junta Parroquial de Cojimíes

Género: Masculino

País de origen: Ecuador

Lugar donde reside: Cojimíes

Nivel de estudios: Licenciado

DATOS ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 19 de Mayo del 2015

Lugar de la entrevista: Junta parroquial Cojimíes

Duración: 16 minutos

Comentarios: Se dio accesibilidad a toda la información necesitada.

(La transcripción de la entrevista se encuentra en el anexo 3)

ENTREVISTA N° 2:**ENTREVISTA PRIVADA**

MOTIVO DE LA ENTREVISTA: Conocer más sobre los hoteles en la parroquia y la opinión de la competencia y crecimiento hotelero.

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Apellidos: Álvarez

Nombre: Valentina

Cargo: Gerente del Hotel Coco Solo

Género: Femenino

País de origen: Argentina

Lugar donde reside: Cojimíes

Nivel de estudios: Licenciada

DATOS ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 27 de Agosto del 2015

Lugar de la entrevista: Skype (vía internet)

Duración: 8:36 minutos

Comentarios: Fue un poco complicado realizar la entrevista debido a que en las visitas no se encontraba, por lo que se recurrió al Skype.

(La transcripción de la entrevista se encuentra en el anexo 3)

ENTREVISTA N° 3:**ENTREVISTA ACADÉMICA**

MOTIVO DE LA ENTREVISTA: Conocer más sobre la importancia del marketing digital en los destinos turísticos.

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Apellidos: Norma

Nombre: Bock

Cargo: Profesora de Marketing en la Universidad de las Américas

Género: Femenino

País de origen: Ecuador

Lugar donde reside: Quito

Nivel de estudios:

DATOS ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 18 de Agosto del 2015

Lugar de la entrevista: Oficinas Quito Turismo

Duración: 10:56 minutos

Comentarios: fue una entrevista precisa y apporto con ideas optimas y concretas.

(La transcripción de la entrevista se encuentra en el anexo 3)

RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Matriz comparativa de los datos cualitativos:

Tabla 47. Matriz Comparativa

EJE	INSTITUCIÓN		
	PUBLICA	PRIVADA	ACADÉMICA
Persona Entrevistada:	Presidente de la junta parroquial: Felipe Gallardo	Gerente del hotel Coco Solo: Valentina Álvarez	Profesora de Marketing UDLA: Norma Bock
Objetivo:	Conocer el funcionamiento de la parroquia y el desarrollo de servicios básicos y turísticos.	Conocer sobre la perspectiva de la industria hotelera, el crecimiento y su necesidades.	Conocer sobre la importancia de promocionar un destino y las herramientas del marketing online.
Contexto o situación:	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de servicios básicos - Falta de apoyo por entidades gubernamentales más grandes - Falta de publicidad por escasos recurso económicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de servicios básicos - Desconocimiento del potencial turístico de Cojimíes y sus posibilidades de desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de servicios básicos - Exponer éticamente sobre como es el destino

Promoción turística:	A través de eventos, convenios con marcas nacionales y redes sociales.	Por el “Boca a Boca” y la revista “TransPort”.	La página web tiene que estar destinada al perfil del consumidor y al perfil de la industria turística.
Aportes página web:	Una salida más a buscar la difusión de la parroquia, gran posibilidad para atraer turistas.	Tener más opciones de promocionar el destino, atraer más turistas a Cojimíes.	Es una ventana al destino, el turista conoce de los servicios existentes en el para visitarlos.
Conclusión:	La página web sería beneficiosa para la promoción del destino turístico.	La página web ayudaría a atraer más turistas al pueblo.	La página web permitiría dar a conocer al consumidor sobre la oferta turística que existe en el lugar y a venderla de una forma intermediaria.

3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL

3.2.1 OFERTA TURÍSTICA:

Se define a la oferta turística como la suma de productos y servicios turísticos aptos para ser proporcionados por empresas o personas capacitadas del sector, recursos turísticos aplicados como la atracción de turistas hacia un destino y las infraestructuras adecuadas que permiten el crecimiento de la actividad turística, todo lo mencionado debe estar disponible para la utilización de los turistas (Olmos, 2011, p. 23).

Para obtener la oferta turística de Cojimíes se accedió a tres herramientas de o para el levantamiento de información las cuales se detallan en la siguiente triangulación de datos:

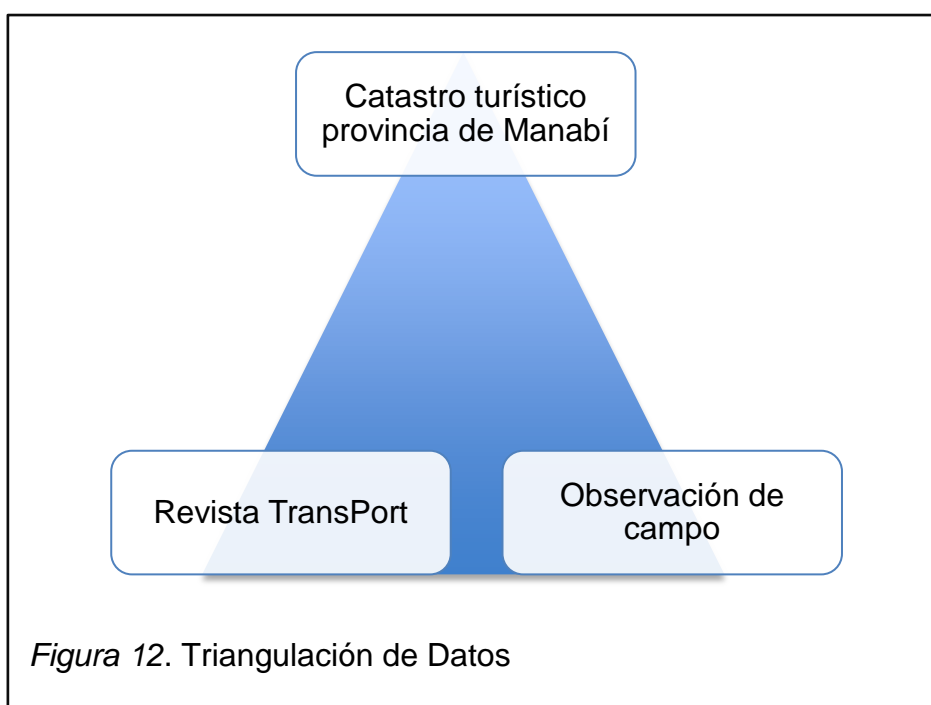


Figura 12. Triangulación de Datos

Se trabajó con el catastro turístico de Manabí del año 2011 ya que este es el último catastro registrado en el Ministerio de Turismo debido a que no existe

una actualización en los últimos años y se pudo ver que solo existen 3 hoteles registrados. En la observación de campo se levantó información tanto de los hoteles como de los restaurantes y atractivos turísticos, donde se registraron 24 hoteles, 4 restaurantes, además de las carpas de comida que existen en la playa y los restaurantes que ofrecen los hoteles, por otro lado algunas de las atracciones que se ofrecen al turista. En la revista "TransPort" una de las guías turísticas más completas e importantes del Ecuador, la cual cuenta con información relevante sobre el turismo nacional y el desarrollo que ha tenido en los últimos años, es utilizada por las agencias de viajes más populares, operadoras, mayoristas, alojamientos hoteleros, aerolíneas y por personas que viajan frecuentemente, la revista permite promocionar servicios turísticos a precios asequibles con gran acogida.

Por lo que se deduce que Cojimíes siendo un destino en desarrollo y crecimiento turístico, en los últimos años ha tenido un crecimiento hotelero acelerado por lo que ahora existen 24 hoteles dirigidos para toda clase de turista.

A continuación se detalla la oferta turística obtenida en el levantamiento de información en la observación de campo.

3.2.2 HOTELES EN COJIMÍES

Dentro de Cojimíes y sus alrededores se puede encontrar 24 servicios de alojamiento entre hoteles, hosterías y hostales, donde los precios varían según los servicios que se ofrecen en los mismos. A continuación se muestran todos los hoteles, hosterías y hostales con los tipos de habitaciones que ofrecen a los clientes, sus respectivos servicios y los precios:

- **La Perla Suiza Resort**

La Perla Suiza se encuentra ubicada en el kilómetro 29, vía a Cojimíes.

Este hotel cuenta con 20 habitaciones entre matrimoniales, dobles, cuádruples y 1 habitación adaptada para discapacitados, el hotel ofrece los siguientes servicios:

Tabla 48. Hotel Perla Suiza

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Televisión con DirecTV - Aire acondicionado - Agua caliente 24 horas - Baño privado 	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante abierto todo el año - Piscina - Bar - Bar en la playa - Carpas - Spa - Wifi - Seguridad 24 horas - Parqueadero amplio - Auditorio para eventos - Organización de eventos (matrimonios, salidas recreativas de empresas, etc.) - Planta de agua potable

Además tiene dos habitaciones con jacuzzi en la terraza con vista directa al mar.

Precio:

Temporada baja: 160 \$ por pareja, incluye impuestos y desayuno.

Temporada alta: 200 \$ por pareja, incluye impuestos y desayuno.

El hotel acepta mascotas y tiene un costo de 5 \$ por mascota.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfonos: (02) 474083 / 0982497845

Oficinas en Quito: Alejandro Ponce N80 – 15 y Fco. Ruiz.

Teléfonos: (02) 2474083 / Celular: 0982497840

Mail: pam@laperlasuiza.com

Página web: www.laperlasuiza.com

Facebook: perlaswissresort

- **Playa Cristal Resort**

Playa Cristal se encuentra ubicada en el kilómetro 17, vía a Cojimíes.

Este hotel cuenta con una capacidad máxima de 64 personas, los tipos de habitación que se pueden encontrar dentro del resort son 12 suites para 2, 3, 4 y 5 huéspedes, 4 habitaciones matrimoniales o dobles y 1 habitación se encuentra adaptada para discapacitados, el hotel ofrece los siguientes servicios:

Tabla 49. Hotel Playa Cristal

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Aire acondicionado - Agua caliente - Televisión con cable - Mini bar - Baño privado 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina - Bar – Restaurante todo el año - Guardia 24 horas - Eventos Sociales (matrimonios, empresariales, cumpleaños, etc.) - Parqueadero - Wifi

Precio:

130 \$ por pareja todo el año, incluye impuestos y desayuno.

60 \$ por persona todo el año, incluye impuestos y desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfonos: (05) 3327281

Oficinas en Quito: 6 de Diciembre y Gaspar de Villaroel E10 – 121, Edificio Plaza 6. Piso 3, Oficina 35.

Teléfonos Quito: (02) 3360464 / 33604665 / 0993702708

Mail: info@playacristal.com.ec

Página web: www.playacristal.com.ec

Facebook: Playa-Cristal

- **Hotel Bocana de Quiximies**

El hotel Bocana de Quiximies se encuentra ubicado en el pueblo de Cojimíes, en la Avenida Principal y Manuel María Olmes.

Este hotel cuenta con 30 habitaciones entre matrimoniales, dobles, triples y 2 suites, también tiene una habitación habilitada para minusválidos y 1 habitación familiar. En el hotel se puede encontrar los siguientes servicios:

Tabla 50. Hotel Bocana de Quiximies

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Aire Acondicionada - Televisión con cable - Agua caliente - Vista privilegiada - Baño privado 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina - Parqueadero privado - Bar - Restaurante abierto todo el año - Wifi - Jacuzzi - Sala de Eventos

Precio:

45 \$ por persona todo el año, incluye impuestos y desayuno

Las suites tienen un costo de 150 \$ por pareja, incluye impuestos y desayunos.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfonos: (05) 2391217 / 0997941404

Mail: reservaciones@labocanadequiximies.com

Página web: www.labocanadequiximies.com

- **Hotel Punta Azul**

El hotel Puerto Azul se encuentra ubicado en el kilómetro 2.8 vía a Cojimíes.

Punta Azul cuenta con un total de 38 habitaciones que se dividen entre: Familiar estándar, Familiar vista al mar, doble estándar, cuádruple, suite con vista al mar, doble superior y doble vista al mar, el hotel ofrece los siguientes servicios:

Tabla 51. Hotel Punta Azul

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Baño privado - Televisión con cable - Aire acondicionado - Minibar - Colchones hipoalergénicos - Sala de estar 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina exterior con vista al mar - Juegos para niños - Restaurante - Bar - Wifi - Parqueadero privado

Precio:

Familiar estándar: 112 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Familiar vista al mar: 150 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Doble estándar: 80 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Cuádruple: 112 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Suite con vista al mar: 150 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Doble superior: 100 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Doble vista al mar: 100 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfonos: (05) 3026973 / 0992102067

Mail: hotelpuntaazul@hotmail.com

Página web: www.hotelpuntazul.com

- **Hotel Cojimíes**

El hotel Cojimíes se encuentra ubicado en la Av. Eloy Alfaro y Malecón (esquina) de la parroquia de Cojimíes.

El hotel cuenta con 32 habitaciones matrimoniales, 16 habitaciones triples y 10 habitaciones cuádruples, el hotel cuenta con los siguientes servicios:

Tabla 52. Hotel Cojimíes

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Aire acondicionado - Televisión con cable - Ventilador - Baño privado - Agua caliente y fría (al pedido) 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina - Wifi - Juegos de mesa (Billar, pin pong, futbolín) - Cancha de tenis - Comida al pedido - Servicio de bar 24 horas

Precio:

Temporada baja: 15 \$ por persona, incluye impuestos, no incluye desayuno.

Temporada Alta: 20 \$ por persona, incluye impuestos, no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (05) 2391164

Mail: hotelcojimies@gmail.com

Página web: www.hotelcojimies.com

- **Hotel Crucero**

El hotel crucero se encuentra ubicado en la parroquia de Cojimíes, en la Av. Rodríguez Lara y Malecón (esquina) frente al mar.

El hotel cuenta con 22 habitaciones que se dividen en dobles, cuádruples, triples y matrimoniales, el hotel cuenta con:

Tabla 53. Hotel Crucero

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Aire acondicionado - Televisión con cable - Teléfono - Baños privados - Ventilador - Agua caliente y fría 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina en la terraza - Wifi - Desayuno

Precio:

Temporada baja: 20 \$ más impuestos, incluye desayuno.

Temporada Alta: 25 \$ más impuestos, incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (05) 2391237 / 0996423791

Email: admin1@hotelcrucero.com

Página web: www.hotelcrucero.com

Facebook: www.facebook.com/hotelcrucero

- **Hotel Santorini**

El hotel Santorini se encuentra ubicado en el pueblo de Cojimíes frente al mar.

El Hotel cuenta con 16 habitaciones divididas en 2 matrimoniales, 5 dobles y 9 familiares, el hotel ofrece:

Tabla 54. Hotel Santorini

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Aire acondicionado - Televisión con cable - Agua caliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Garaje

Precio:

Matrimoniales: 20 \$ por pareja, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Dobles: 10 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Familiares: 60 – 80 \$ por habitación, incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0993779957

Facebook: www.facebook.com/pages/Hotel-Santorini

- **Hotel Coco Solo**

El hotel Coco Solo se encuentra ubicado en el kilómetro 20 ½ vía a Cojimíes.

El hotel cuenta con 30 habitaciones entre 10 matrimoniales, 12 cuádruples y 8 quíntuples, las habitaciones matrimoniales se pueden adaptar para triples, el hotel cuenta con

Tabla 55. Hotel Coco Solo

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Ventiladores - Agua caliente - Baños privados 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina - Juegos de niños - Wifi - Biblioteca - Restaurante y bar abiertos todo el año - Lavandería - Actividades (kayak, canoa, bote a motor) - Pesca deportiva - Visita a los bosques - Se aceptan perros

Precio:

Habitación matrimonial: 65 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Habitación cuádruple: 110 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

Habitación quíntuple: 125 \$ por habitación, incluye impuestos y desayuno.

En feriados: 55 \$ por persona, incluye impuestos, desayuno y cena

Alquiler de kayak o canoa: 16 \$ incluye guía, duración de 3 horas.

Alquiler de bote para pesca deportiva: 110 \$ medio día y 220 \$ todo el día.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfonos: (05) 3020708 / 0999406048 / 0999661794

Email: cocosololodge@gmail.com

Página web: www.cocosololodge.com

Facebook: Cocosolo Eco Lodge

Twitter: @cocosolodge

- **Hotel Toquilla**

El hotel toquilla se encuentra ubicado en el kilómetro 1 antes de llegar a Cojimíes.

El hotel cuenta con 16 habitaciones con capacidad de 3 a 8 personas por habitación, el hotel ofrece los siguientes servicios:

Tabla 56. Hotel Toquilla

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Ventilador - Televisión con cable - Baño privado - Agua caliente 	<p>El hotel tiene un Restaurante que abre solo en feriados y temporadas altas, y cuenta con garaje privado.</p>

Precio:

Temporada alta: 20 \$ por persona, incluye impuestos y desayuno.

Temporada baja:

Matrimonial: 36 \$ por habitación, incluye impuestos.

3 personas: 45 \$ por habitación, incluye impuestos.

4 personas: 60 \$ por habitación, incluye impuestos.

5 personas: 75 \$ por habitación, incluye impuestos.

6 personas: 90 \$ por habitación, incluye impuestos.

7 personas: 105 \$ por habitación, incluye impuestos.

8 personas: 120\$ por habitación, incluye impuestos.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0996079530 / 0988210718

Email: info@toquilla.com

Página web: www.toquillahotel.com

- **Cabañas Restaurant La Mapara**

El hotel La Mapara se encuentra ubicado en el kilómetro 2 ½ vía a Pedernales.

El hotel cuenta con 7 cabañas con capacidad de 5 personas, 1 cabaña con capacidad de 10 personas, 6 habitaciones matrimoniales y 2 habitaciones familiares con capacidad de 5 personas, dentro del hotel se puede encontrar los siguientes servicios:

Tabla 57. Cabañas Restaurante La Mapara

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Ventilados - Agua caliente - Baños privados 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina - Canchas Deportivas - Zona de Camping - Restaurante abierto todo el año - Juegos de niños - Billar - Parqueadero privado

Precio:

Temporada baja: 25 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Temporada alta: 30 \$ por persona, incluye impuestos y desayuno.

Los niños de menores a 10 años pagan la mitad.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0994504767

Facebook: La Mapara Cojimies

- **Hostal Punto Blue**

El hostal se encuentra ubicado en la Calle Ruperto Delgado y Calle Colón, en el pueblo de Cojimies.

El hotel tiene una capacidad para 40 personas, entre 1 Suite para 20 personas, 1 Suite para 8 personas y habitaciones simples, dobles y triples, el hotel cuenta con las siguientes facilidades:

Tabla 58. Hostal Punto Blue

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Cocina - Comedor - Baño con agua fría y caliente - Televisión con DirecTV - Nevera - Ventilador - Balcón - Ventilador 	<ul style="list-style-type: none"> - Mirador a la playa - Área social con parasoles - Mesas de billar - Bar - Karaoke - Hamacas - Duchas exteriores - Garaje privado - Seguridad 24 horas - Servicio de restaurante bajo pedido

Precio:

Temporada baja: 12, 50 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Temporada alta: 20 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (05) 2391147 / 091049561

Teléfono en Quito: (02) 2506930 / 2223468 / 2622896 / 098907822

Página web: www.hostalpuntoblue.com.ec

- **Hostal Edilma's Lodge**

El hostel Edilma's Lodge se encuentra ubicado en la Calle Ruperto Delgado y Av. Colón, en la parroquia de Cojimíes.

El hostel cuenta con 9 habitaciones, 2 matrimoniales y 7 familiares con una capacidad de 3 a 10 personas, el hotel ofrece:

Tabla 59. Hostal Edilma's Lodge

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Televisión con cable - Ventilador - Agua caliente - Baño privado 	<ul style="list-style-type: none"> - Wifi - Servicio de comida

Precio:

Matrimoniales: 20 \$ por pareja, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Familiares: 10 \$ por personas, incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0984018518 / (02) 2470380 / 0987811724 / (05) 2391179

Email: poncepatricio@yahoo.com

Facebook: Edilma´s Lodge

Página web: www.edilmaslodge.com

- **Cabañas Paraíso del Atardecer**

Las cabañas Paraíso del Atardecer se encuentra ubicada en la parroquia de Cojimíes, en la calle Ruperto Delgado.

El hotel cuenta con 16 habitaciones divididas entre 6 matrimoniales, 2 simples y 3 triples, el hotel cuenta con:

Tabla 60. Cabañas Paraíso del Atardecer

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Ventilador - Televisión con cable - Agua caliente - Baño privado 	<ul style="list-style-type: none"> - Wifi - Restaurante todo el año - Piscina - Parqueadero privado - Guía turístico a la reserva - Mache Chindul

Precio:

Habitaciones con aire acondicionado: 20 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Habitaciones sin aire acondicionado: 15 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (05) 391128 / 0990557869

- **Hacienda Hostería La Floriana**

Hacienda Hostería La Floriana se encuentra ubicada en el kilómetro 29 vía a Cojimíes.

El hotel tiene 12 habitaciones entre matrimoniales y familiares, el hotel cuenta con:

Tabla 61.Hacienda Hostería La Floriana

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Aire acondicionado	- Piscina
- Baño privado	- Garaje privado
- Agua caliente	- Salón de eventos
- Televisión con cable	- Paseo en caballos
	- Cancha de volley y fútbol
	- Sala de fútbolín
	- Parque con recreación infantil
	- Paseo de agro – turismo
	- Organización de eventos

Precio:

25 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0993807127 / 0997258792

Facebook: Hacienda Hostería Florianana

- **Los Mangos Hostal**

Los Mangos Hostal se encuentra ubicado en la entrada de Cojimíes, atrás de la UPC de la Policía Nacional.

El hotel cuenta con 10 habitaciones y 5 cabañas, el hotel ofrece las siguientes facilidades:

Tabla 62. Los Mangos Hostal

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Televisión con cable	- Piscina
- Aire acondicionado	- Jacuzzi
- Agua Caliente	- Billar / Fútbolín
- Baño Privado	- Wifi
- Cocina	- Juegos para niños
- Mini nevera	- Restaurante abierto todo el año
- Sala	- Pizzería
- Amplio closet	- Sala de cine
	- Bar / Karaoke
	- Parqueadero privado

Precio:

25 \$ por persona, incluye impuestos y desayuno, todo el año.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (05) 2391165 / (02) 2499658 / 0999225100 / 0984583314 / 0983376296

Email: alejo.vergara@hotmail.com

Página web: www.cojimies-hotel-losmangos.com

Facebook: Los Mangos Cojimies

- **Hostal Los Almendros**

El hostal Los Almendros se encuentra ubicado a 1 kilómetro antes de llegar a la parroquia de Cojimíes.

El hostal cuenta con 4 habitaciones matrimoniales, 3 habitaciones para 6 personas, 1 habitación para 5 personas, 2 habitaciones para 4 personas y 3 habitaciones para 8 personas, el hotel cuenta con:

Tabla 63. Hostal Los Almendros

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Ventilador - Televisión con cable - Baño privado - Agua Caliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Wifi - Comida bajo pedido - Parqueadero

Precio:

Temporada baja: 10 \$ por personas, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Temporada alta: 15 \$ por personas, incluye impuestos y no incluye desayuno.(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0982555183 / 0990895123 / (05) 2391012

Email: hostallosalmendros@outlook.es

Facebook: Hostal Los Almendros Cojimies

- **La Playa Lodge**

La Playa Lodge se encuentra ubicada en el kilómetro 33 vía a Cojimíes.

El hotel tiene capacidad para 47 huéspedes distribuidos en 7 suites: 2 suites de 1 dormitorio, 4 suites de 2 dormitorios y 1 suite de 5 dormitorios y además amplias habitaciones, el hotel cuenta con los siguientes servicios:

Tabla 64. La Playa Lodge

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Sala de estar - Mosquitero - Ventilador - Baño privado con agua caliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina - Parqueadero privado - Juegos - Restaurante abierto todo el año - Wifi

Precio:

Temporada baja: El precio varía según lo que incluye la habitación y la capacidad de personas: entre 30 a 60 \$, no incluye impuestos.

Temporada alta: El precio varía según que incluye la habitación y la capacidad de personas; entre 110 a 310 \$, no incluye impuestos.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (02) 2020422 / 0997253430 / 0999322059

Email: laplayalodge@hotmail.com

Página web: www.laplayalodge.com

Facebook: La Playa Lodge

- **Hostal Villa Lucy**

El hostal Villa Lucy se encuentra ubicado en la Calle Ruperto Delgado y calle Dr. Augusto Álvarez en la parroquia de Cojimíes.

El hotel cuenta con 14 habitaciones entre matrimoniales y dobles, el hotel ofrece:

Tabla 65. Hostal Villa Lucy

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Ventilador	- Parqueadero seguro
- Baño privado	- BBQ
- Agua Caliente	

Precio:

Temporada baja: 10\$

Temporada alta 15\$

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (02) 2911448 / 2679834 / 0994624790

Facebook: Villa Lucy

- **Hostal El Faro**

Hostal El Faro se encuentra ubicado en la entrada de la parroquia de Cojimíes.

El hotel cuenta con los siguientes servicios:

Tabla 66. Hostal El Faro

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Ventilador - Baño privado - Agua Caliente	- Zona de camping - Wifi

Además existe una habitación adaptada para personas minusválidas

Precio:

15 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (05) 2391035 / 0989287573

Email: halonalo@hotmail.com

Facebook: El Faro Hostal

- **Cabañas Sueño de Teo**

Cabañas Sueño de Teo se encuentra ubicado en la entrada de Cojimíes, a lado derecho.

El hotel cuenta con una capacidad de 40 personas, con 5 cabañas ecológicas para 6 personas y 4 habitaciones matrimoniales, el hotel cuenta con:

Tabla 67. Cabañas Sueño de Teo

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Baño privado - Ventilador o aire acondicionado	- Servicios de alimentación en temporada alta - Paseos isla del amor

- Televisión con cable	- Pesca deportiva
- Agua caliente	- Billar y pin pong
	- Bar flotante
	- Cancha de Volley
	- Parqueadero

Precio:

Temporada baja: 10 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Temporada alta: 15 \$ por persona, incluye impuestos y no desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

0980576858

- **Hotel Helenos**

El hotel Helenos se encuentra ubicado en la calle Dr. Augusto Álvarez la Av. Ruperto Delgado en el pueblo de Cojimíes.

El hotel cuenta con 3 habitaciones matrimoniales, 4 habitaciones triples y 1 habitación para discapacitados, el hotel cuenta con:

Tabla 68. Hotel Helenos

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Ventilador o aire acondicionado	- Parqueadero privado
- Baño privado	- Áreas verdes
- Agua caliente	- Restaurante bajo pedido

Precio:

Habitación con aire acondicionado: 20 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

Habitación con ventilador: 15 \$ por persona, incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: (05) 2391176 / 0987812383

Página web: www.campihelenos.com

Facebook: Vacacional Helenos Hotel

- **Cabañas Playa Nuestra**

El hotel Cabañas Playa Nuestra se encuentra en el kilómetro 29 vía a Cojimíes. El hotel tiene una capacidad para 30 personas, entre 8 habitaciones de 2 a 8 personas, 1 cabaña de dos habitaciones para 5 personas, el hotel cuenta con los siguientes servicios:

Tabla 69. Cabañas Playa Nuestra

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Ventilador - Baño privado - Agua caliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante abierto fin de semanas y feriados - Amplio parqueadero - Alquiler de caballos - Pesca deportiva - Playa privada

Precio:

Temporada baja: 20 \$ por persona, incluye impuestos, no incluye desayuno.

Temporada alta: 30 \$ por persona, incluye impuestos y desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0987378493

Email: jorgeintriago66@gmail.com

Facebook: Cabaña Restaurant Playa Nuestra

- **Hostal Isla Bonita**

El hostal Isla Bonita se encuentra ubicado en el malecón de Cojimíes.

El hostal cuenta con 17 habitaciones y ofrece los siguientes servicios:

Tabla 70. Hostal Isla Bonita

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Ventilador	- Restaurante
- Baño privado	- Alquiler de tablas de surf y
- Agua caliente	kayak

Precio:

15 \$ por persona incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0985181887

Facebook: Hostal Isla Bonita de Cojimíes

- **Hostal Cañaverál**

El hostal se encuentra ubicado en el kilómetro 17 vía a Cojimíes.

El hotel cuenta con habitaciones normales y zona para acampar, el hotel ofrece lo siguiente:

Tabla 71. Hostal Cañaverál

HABITACIÓN	INSTALACIÓN
- Ventilador	- Zona de acampar
- Baño privado	- Baños compartidos
- Agua caliente	

Precio:

Habitación: 20\$ por persona incluye impuestos y desayuno.

Camping: 8\$ por persona incluye impuestos y no incluye desayuno.

(Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:

Teléfono: 0984807150

Facebook: Hostal Cañaverál

Email: hostal.canaveral@hotmail.com

A continuación se detalla una tabla, la cual divide a los hoteles en relación a la siguiente base de precios :

Tabla 72. División de Hoteles

0 – 20 \$	20 – 40 \$	40 – en adelante \$
Hotel Cojimíes	Hotel Crucero	La Perla Suiza
Hotel Santorini	Hotel Restaurant La	Playa Cristal Resort
Hotel Toquilla	Mapara	Hotel Bocana de
Hostal Edilma's Lodge	Hacienda Hostería La	Quiximies
Cabañas Paraíso del	Floriana	Hotel Punta Azul
Atardecer	Los Mangos Hotel	Hotel Coco Solo
Hostal Los Almendros	Cabañas Playa	La Playa Lodge
Hostal Villa Lucy	Nuestra	
Hostal El Faro		
Cabañas Sueño de Teo		
Hotel Helenos		
Hostal Isla Bonita		
Hostal Punto Blue		
Hostal Cañaveral		

3.2.3 GASTRONOMÍA EN COJIMÍES

Cojimíes al ubicarse en la región costera del país tiene una gastronomía en base de mariscos, al ser un pueblo que tiene salida al mar tienen acceso a varias especies de pescado, langostinos, cangrejos, entre otros, y también al camarón ya que Cojimíes se caracteriza por ser un pueblo lleno de camaroneras. Sin embargo dentro de la gastronomía de Cojimíes también se puede encontrar carne de aves y de ganado. El plato más famoso por su preparación y sabor dentro de Cojimíes es el encocado y los platos que llevan gastronomía en base de coco ya que en Cojimíes existen hectáreas de plantaciones de palmeras de coco.

Los platos que se ofrecen dentro de Cojimíes son los siguientes:

- Patacones rellenos en salsa de queso
- Patacones rellenos en salsa de camarón
- Chicharrón de pescado
- Ceviches de camarón, pescado, calamar, concha o mixto
- Biche de pescado o camarón
- Chupe de pescado
- Consomé de pollo
- Pollo a la plancha, frito o apanado
- Carne a la plancha, frita o apanada
- Pizzas de diferentes ingredientes
- Encocado de camarón, pescado, calamar o langostino
- Conchas al ajillo
- Langostino en salsa de mariscos
- Langosta a la plancha o al ajillo
- Arroz con mariscos, mixto, camarón, calamar o concha
- Pasta marinera, vegetariana, pomodoro o al pesto
- Pescado a la plancha, frito, apanado, al ajillo, al jugo o pandado

- Camarón a la plancha, frito, apanado, al ajillo, al jugo o pandado
- Calamar a la plancha, apanado o al ajillo
- Langostinos a la plancha, fritos o al ajillo
- Ensaladas
- Postres
- Bebidas

En la parroquia de Cojimíes existen algunos restaurantes que ofrecen la variedad de platos mencionados anteriormente, y se detallan a continuación:

- **Restaurante el Costeñito**
Ubicado en el malecón de Cojimíes
- **Restaurante Sabor Manabita**
Ubicado en el malecón de Cojimíes

- **Comedor Safir**
Ubicado en el pequeño puerto de Cojimíes

- **Café del Mar**
Ubicado frente al GAD de Cojimíes
Contacto: Carlos Barreto 0993497729

Además en el sector del malecón, sobre la playa existen varios comedores adaptados para ofrecer servicio de alimentación y bebidas alcohólicas como no alcohólicas, algunos abren toda la semana y otros abren solo los fin de semanas y feriados.

También se puede encontrar comida dentro de los restaurantes de hoteles que abren todo el año, donde existe variedad de platos nacionales como internacionales. Los hoteles que ofrecen servicios de alimentación durante todo el años son los siguientes:

- Hostería Coco Solo
- Hotel Punta Azul
- Playa Cristal Resort
- La Perla Suiza Resort
- Hotel Bocana de Quiximies
- Hostería Paraíso del Atardecer

El costo por plato varia, pero se puede alimentar con un promedio de 8 dólares por comida al día.

3.2.4 ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN COJIMÍES

La parroquia de Cojimíes cuenta con varios entretenimientos para ofrecer al turista durante su estancia. Cojimíes es conocida por ser una playa tranquila donde uno de sus principales atracciones es que se puede descansar sin el ruido de la ciudad o de una playa llena de gente, esto se debe a que cada hotel tiene prácticamente la playa privada para sus clientes. Además existen varios tours que se ofrecen al turista que se detalla a continuación:

A continuación, se detallan los distintos tours que ofrece Cojimíes:

- **Isla del Amor**

La Isla del amor como lo dice el nombre es una isla de 3 hectáreas que se encuentra ubicada a pocos kilómetros de la orilla del pueblo de Cojimíes donde los turistas pueden ir a pasar el día. Dentro de la isla se puede encontrar una playa virgen, es decir no cuenta con ningún establecimiento que perturbe la naturaleza, solo con tachos de basura para que el turista pueda depositar sus residuos allí, y en el medio existe una laguna formada naturalmente donde se puede ver la observación de pescados. Para llegar ahí se necesita alquilar una lancha a motor, el tiempo estimado es de 15 minutos (Viajando X, 2014).

- **Tour a la Isla de Júpiter**

La isla de Júpiter limita al norte con la bocana de Bolívar y al sur con la bocana de Cojimíes, la isla posee una extensión de 4 kilómetros de largo y aproximadamente 2 kilómetros de ancho. Dentro de la isla se puede encontrar una playa virgen, sin embargo existen pocas viviendas ocupadas por moradores que viven ahí, los turistas suelen ir a pasar el día en forma recreacional. Para llegar ahí se necesita alquilar una lancha a motor, el tiempo estimado es de 50 a 40 minutos (La Revista, 2015).

- **Tour al Estuario de Cojimíes**

El Estuario de Cojimíes tiene una extensión de 32 kilómetros en donde se puede ver diferentes tipos de manglar y especies de aves, los turistas suelen acudir al estuario para realizar pesca deportiva, observación de aves o conocer los manglares de la zona. Para poder visitar el estuario es necesario alquilar una lancha a motor, el tiempo estimado es según lo que quiera el turista, en el caso de observación de aves la duración es de 3 a 5 horas aproximadamente y visitar los manglares tiene una duración de 60 minutos (Viajando X, 2014).

- **Tour a la Reserva Ecológica Mache – Chindul**

La Reserva Ecológica Mache – Chindul se encuentra ubicada al sur de Esmeraldas y al norte de Manabí, tiene una extensión de 119,172 hectáreas de bosque húmedo y seco, los turistas acuden a la reserva por su biodiversidad, sus paisajes y recursos naturales, donde pueden encontrar piscinas naturales y cascadas. También se puede realizar la observación de algunas especies y caminatas para los turistas que les gusta el deporte. Para poder visitar la Mache – Chindul se debe contar con transporte a motor y el tiempo estimado para llegar a la reserva es de 60 minutos (Ministerio de Ambiente, 2015).

- **Tour a la Isla de Portete**

La Isla de Portete ubicada al sur de Mompiche, frente al hotel Royal Decamerón Resort, tiene 6 kilómetros de largo aproximadamente, la playa esta bordeada de cocoteros, es una playa limpia y de aguas cristalinas, sin embargo existe moradores que viven en la isla, los turistas acuden a pasar un día de relajación y saborear la belleza natural que ofrece la isla. Para poder visitar la

isla se debe contratar una lancha a motor y el tiempo estimado es de 1 hora (Ecuador Beaches, 2015).

- **Tour al Bosque Protector Cerro Pata de Pájaro**

El Bosque Cerro Pata de Pájaro se encuentra ubicado a 12 kilómetros al sur de Pedernales, corresponde a un bosque húmedo tropical con una extensión de 4333 hectáreas, los turistas suelen visitar este bosque para la observación de aves o caminatas. Para llegar ahí se necesita tener un automóvil y el tiempo estimado es de 42 minutos (BirdLife International, 2015).

- **Tour Ballenas Jorobas**

El tour de ballenas jorobadas se puede realizar cada año en cierta época, que es de finales de mayo a principios de septiembre, los turistas acuden a los destinos para observar a esta especie de mamíferos. Para poder ver las ballenas es necesario contratar una lancha a motor y la duración es de 2 a 4 horas aproximadamente, esto depende de la facilidad de encontrar a las ballenas (Ministerio de Turismo, 2015).

- **Pesca Deportiva**

Cojimíes es muy conocido por la pesca deportiva, ya que turistas acuden a esta zona para pescar dentro del estuario, incluso Cojimíes forma parte del Festival de Corvina, la duración es depende de la voluntad de los clientes pero normalmente suele durar de 3 a 4 horas.

- **Vuelos de Ultraligero**

En Cojimíes se ofrecen vuelos de ultraligero, se trata de pequeños aviones deportivos que son de poco peso y son utilizados para la recreación turística.

- **Deportes Acuáticos**

Existen la posibilidad de alquilar tablas de surf y skis acuáticos para el entretenimiento del turista, ya que las olas de la zona permiten realizar estos deportes.

Existen varios pobladores de Cojimíes que cuentan con lanchas a motor propias y a parte de la pesca se dedican a realizar tours a los visitantes, dentro

de Cojimíes existe una Asociación de Pescadores la cual tiene establecido un mismo precio para todos los operadores que realicen estos tours, el precio está establecido de la siguiente manera.

Tabla 73. Tabla de Precios Atractivos Turísticos

TABLA DE PRECIOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	
TOUR	PRECIO
Isla del Amor	- Temporada baja: 20 \$ por persona. - Temporada alta: 30 \$ por persona.
Isla Júpiter	- Temporada baja: 20 \$ por persona. - Temporada alta: 30 \$ por persona.
Estuario de Cojimíes	- Temporada baja: 20 \$ por hora. - Temporada alta: 30 \$ por hora.
Isla de Portete	- Temporada baja: 20 \$ por persona. - Temporada alta: 30 \$ por persona.
Pesca Deportiva	- Todas las temporadas 160 \$ por 4 – 5 personas.
Ballenas Jorobadas	- Temporada de Mayo a Septiembre: 20 \$ por persona.
Vuelos Ultraligero	- Todas las temporadas: 60 \$ por persona.
Deportes Acuáticos	- Tabla de Surf: 8 \$ por hora. - Ski Acuático: 20 \$ por hora.

* Precios referenciales al 2015.

* Todos los precios son sujetos a cambios por los operadores de los servicios.

A continuación se detalla una lista de moradores o compañías que pueden realizar estos tours a los turistas y las lanchas tienen una capacidad de 10 personas máximo:

- Compañía Pan de Sal
Contacto:
Ángel Alcívar 0981815722
Antonio Alcívar 0969917202

- Lancha Safir
Contacto:
Pedro Rayo 0982952320

- Lancha Llegofiyol
Contacto:
Clever Farias 0994858196

- Lancha Melissa
Contacto:
Rodolfo Franco 0994980601

- Lancha 6 hermanos
Contacto:
Pablo Napas 0991589489

Además, existen más personas que realizan estos tours.

3.2.5 CÓMO LLEGAR AL DESTINO

Existen varias formas de llegar a Cojimíes, todo depende del punto de partida. Como se pudo ver en las encuestas, las personas que más acuden a Cojimíes vienen de Pedernales, Quito, Manta, Esmeraldas, Jama y Guayaquil, por lo que las indicaciones se basan partiendo de estas ciudades y llegando al destino

indicado, la mayoría de las rutas que parten de otros destinos se juntan con las que se pueden observar en los distintos mapas a continuación:

- Quito – Cojimés

Desde Quito existen dos carreteras que conducen al destino, la más rápida cuenta con 309 kilómetros y la duración es de aproximadamente 5 horas, la ruta sale desde Quito y sigue por Calacalí – Nanegalito – La Concordia – Pedernales, hasta llegar a Cojimés.

A continuación se muestra el mapa:

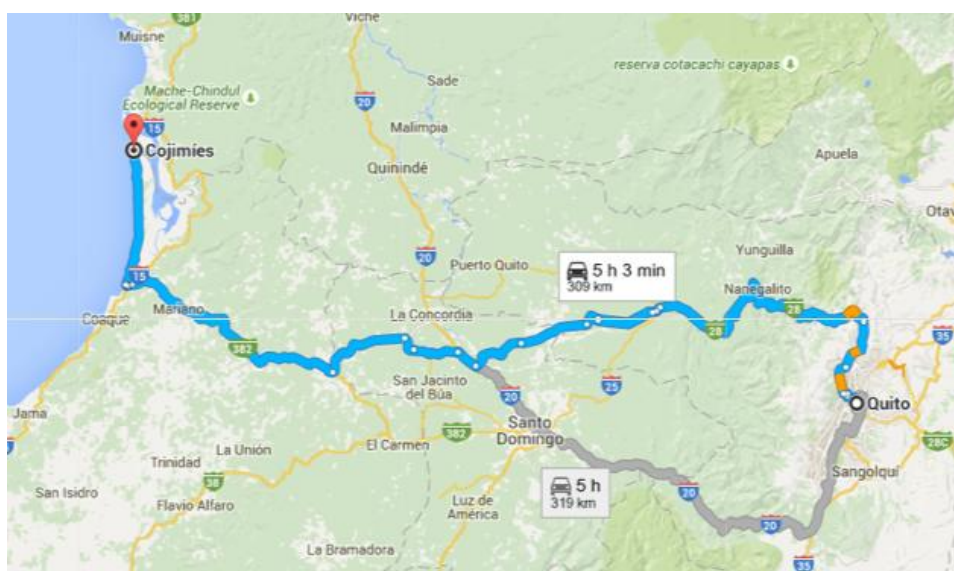


Figura 13. Ruta 1 Quito – Cojimés

Tomado de Google Maps

La segunda ruta que va desde Quito cuenta con 319 kilómetros y la duración es de aproximadamente 5 horas, la ruta sale desde Quito y sigue por Aloag – Santo Domingo – La Concordia – Pedernales, hasta llegar a Cojimés.

A continuación se muestra el mapa:

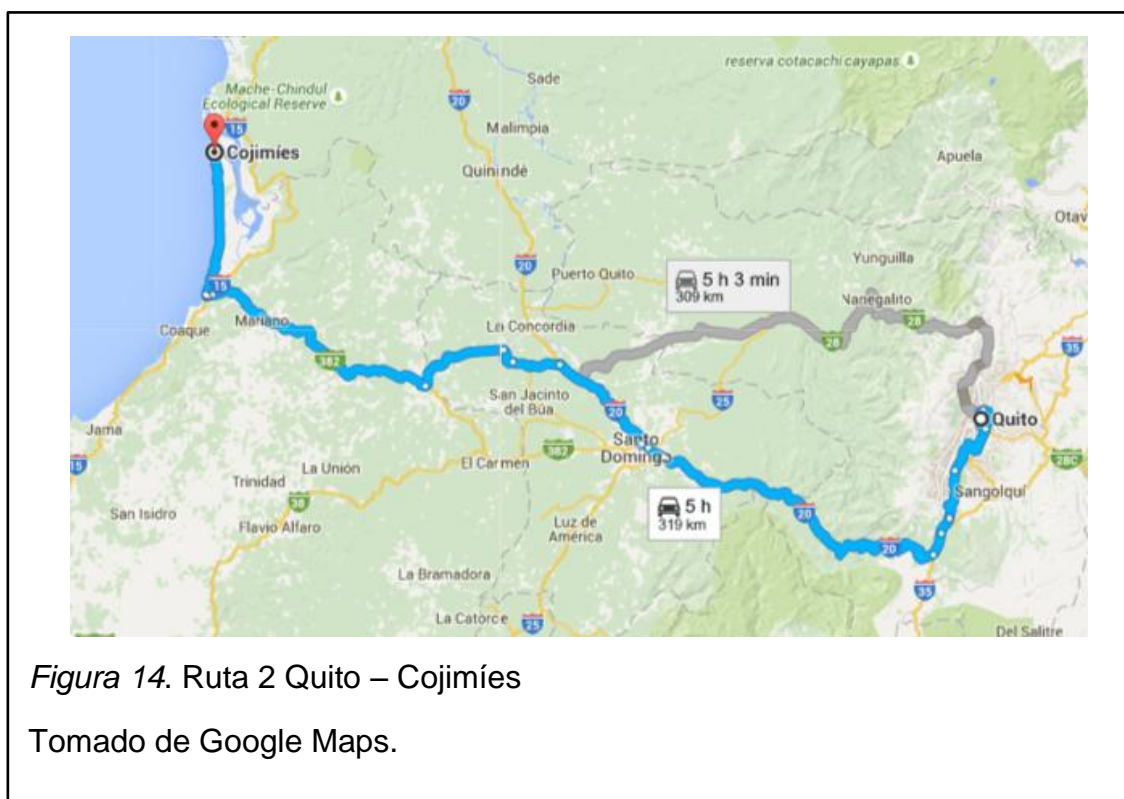


Figura 14. Ruta 2 Quito – Cojimíes

Tomado de Google Maps.

- **Guayaquil – Cojimíes**

Desde Guayaquil hay dos carreteras que conducen a Cojimíes, la más rápida cuenta con 400 kilómetros y la duración es de aproximadamente 6 horas y 20 minutos, la ruta sale desde Guayaquil y se dirige hacia la ruta del sol dirección norte con destino a Montecristi para continuar por Bahía de Caráquez – Jama – Pedernales, hasta llegar a Cojimíes.

A continuación se muestra el mapa:



Figura 15. Ruta 1 Guayaquil – Cojimies

Tomado de Google Maps.

La segunda ruta que va desde Guayaquil cuenta con 441 kilómetros y la duración es de aproximadamente 7 horas, la ruta sale desde Guayaquil y sigue por Babahoyo – Quevedo – Santo Domingo - El Carmen – Pedernales, hasta llegar a Cojimies.

A continuación se muestra el mapa:

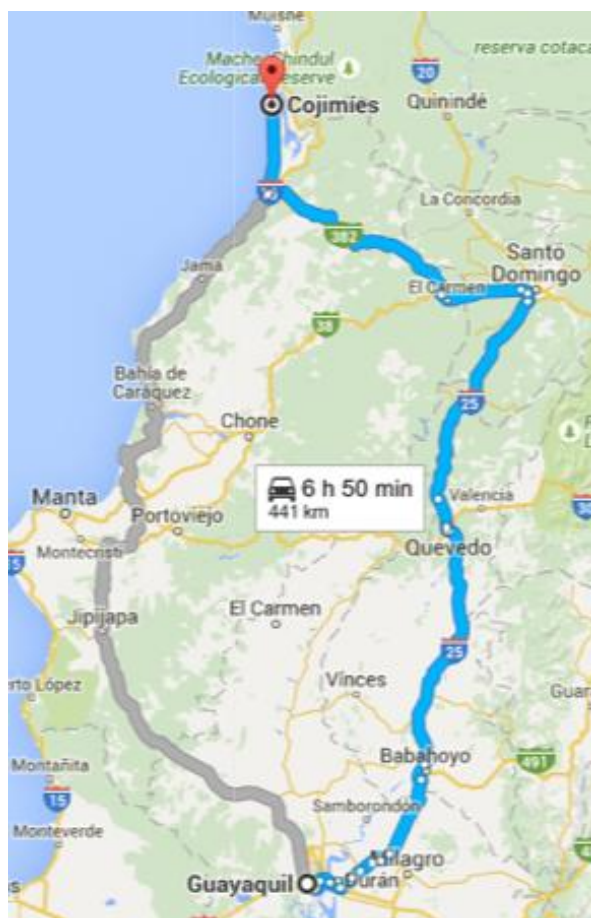
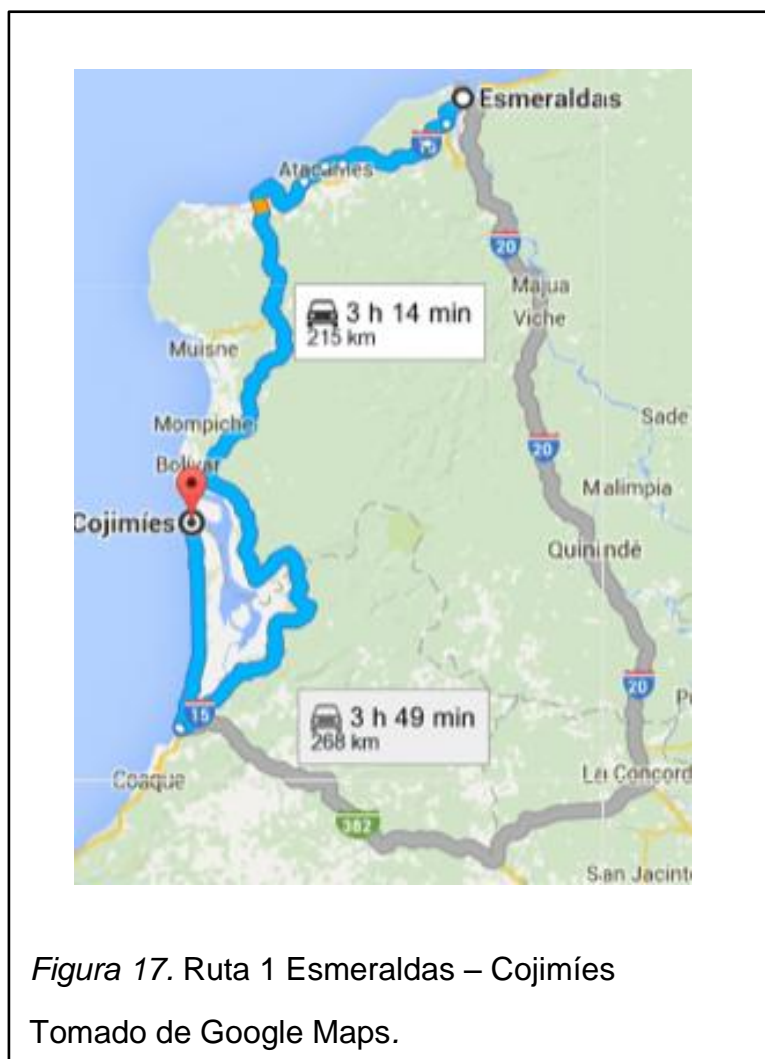


Figura 16. Ruta 2 Guayaquil – Cojimies
Tomado de Google Maps.

- Esmeraldas – Cojimies

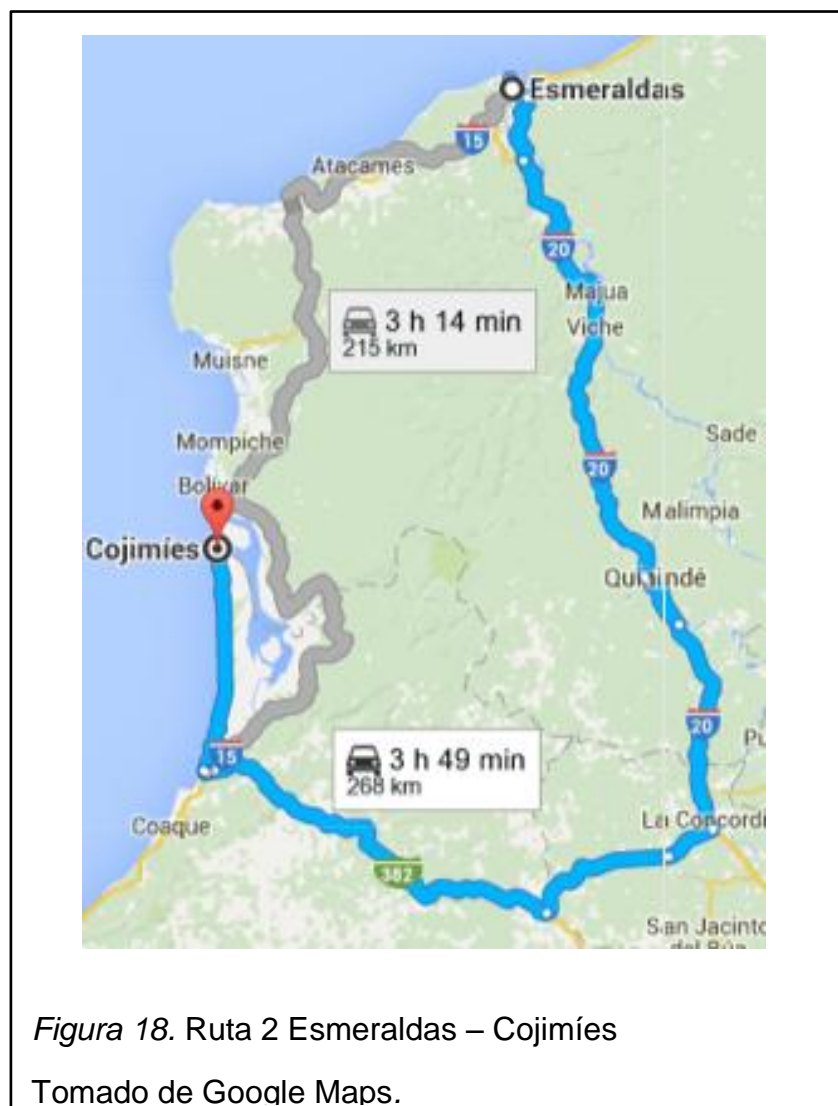
Desde Esmeraldas igual que las demás existen dos rutas, la más rápida tiene 215 kilómetros y la duración es de aproximadamente 3 horas y 30 minutos, la ruta parte desde Esmeraldas y sigue por Atacames, hasta tomar la Ruta del Sol dirección sur hasta Pedernales y se toma la salida hacia Cojimies.

A continuación se muestra el mapa:



La segunda ruta tiene un distancia de 268 kilómetros y la duración es de aproximadamente 4 horas, la ruta parte desde Esmeraldas y sigue por San Mateo – Viche – Quininde – La Concordia – Monterrey – Pedernales, hasta llegar a Cojimies.

A continuación se muestra el mapa:



- Manta – Cojimies

Desde Manta existe una sola ruta, la distancia es de 229 kilómetros y la duración es de aproximadamente 4 horas, la ruta sale desde Manta y se tiene que seguir la ruta del sol dirección norte, la ruta pasa por Rocafuerte – Bahía de Caráquez – Jama – Pedernales, hasta llegar a Cojimies.

A continuación se muestra un mapa:

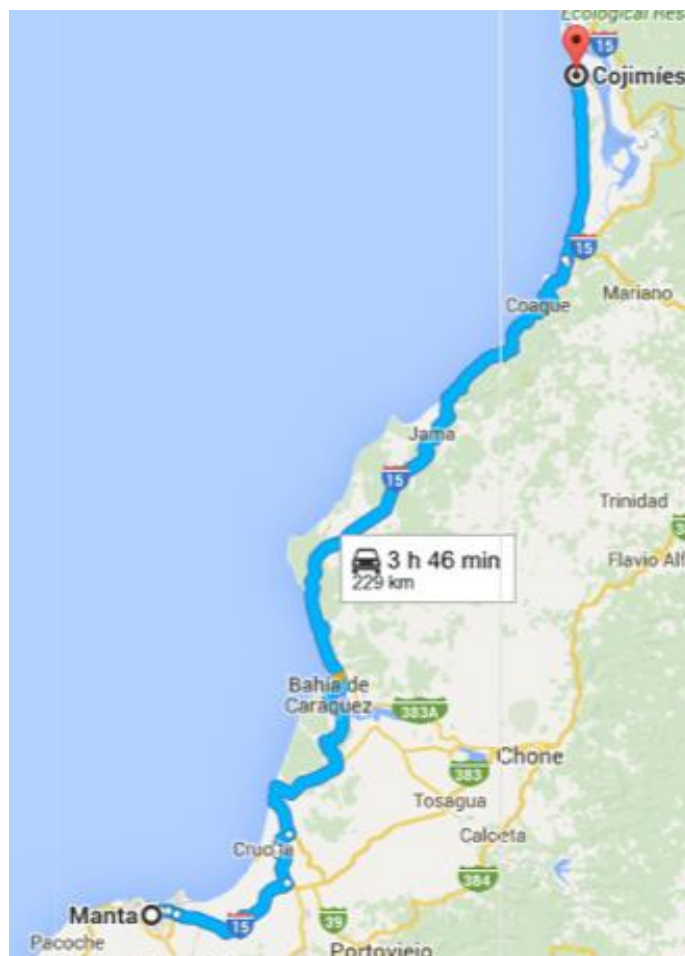


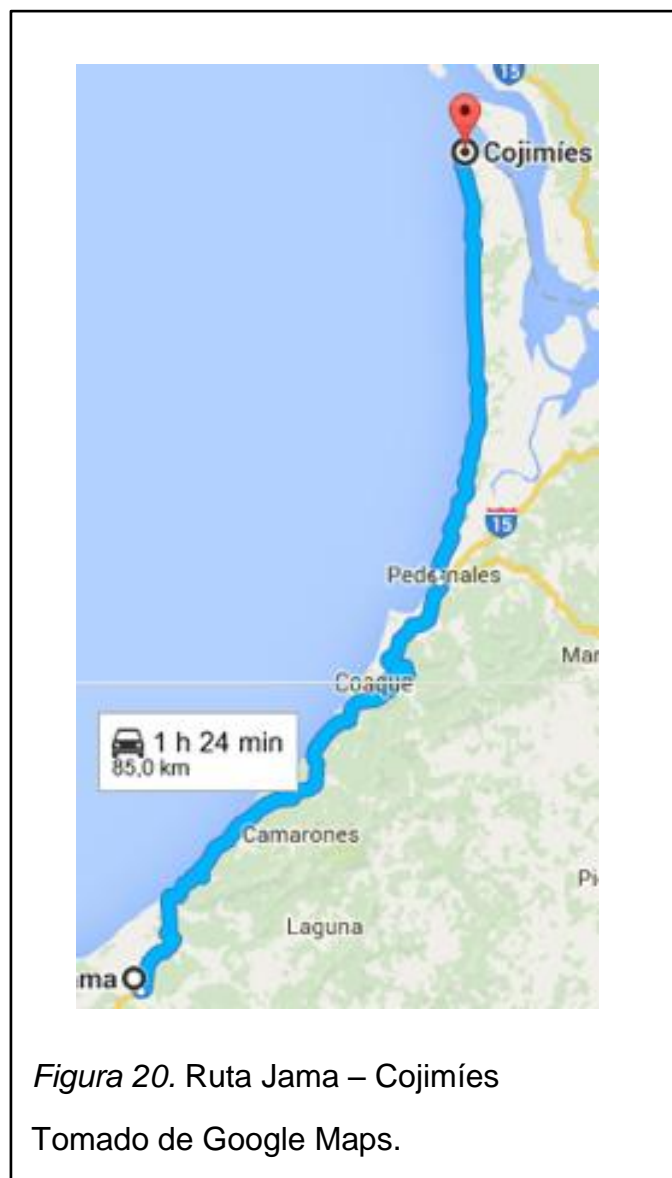
Figura 19. Ruta Manta – Cojimies

Tomado de Google Maps.

- Jama – Cojimies

Desde Jama existe una sola vía para llegar a Cojimies, la ruta cuenta con 85 kilómetros y la duración es de aproximadamente 1 hora y 30 minutos, la ruta parte de Jama y sigue por Coaque – Pedernales, hasta llegar a Cojimies.

A continuación se muestra el mapa:



TURISTAS INTERNACIONALES

Para los turistas internacionales que deseen llegar a Cojimies es necesario que lleguen a cualquiera de los dos aeropuertos internacionales que son en Quito el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y en Guayaquil el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, después seguir las indicaciones partiendo de estas ciudades.

TRANSPORTE PÚBLICO

Para llegar a Cojimíes por transporte público existen varias cooperativas que viajan a Cojimíes.

- Quito – Cojimíes

Desde Quito, se debe tomar un bus de la terminal terrestre Quitumbe de buses ubicada en La Avenida Quitumbe Ñan y Avenida Mariscal Sucre, con destinos a Cojimíes, la duración es de aproximadamente 7 horas y el costo es de 7,50 dólares.

Las Cooperativas que ofrecen este servicio son las siguientes y cumplen con el siguiente horario:

- Cooperativa Alóag, horario de salida: 7:00am.
- Cooperativa Kennedy, horario de salida: 10:00am.

También se puede llegar a Cojimíes tomando un bus hasta Pedernales, en Pedernales se debe tomar otro bus con dirección a Cojimíes, la duración de viaje es de 6 horas de Quito a Pedernales y 1 hora de Pedernales a Cojimíes, el costo es de 6 dólares.

Las cooperativas que ofrecen este servicio son las siguientes y cumplen con el siguiente horario:

- Cooperativa de Transporte Trans Vencedores, horario de salida: 3:45am, 5:45am, 7:00am, 9:00am y 11:30am, 23:35.
- Cooperativa de Transporte Kennedy, horario de salida: 10:00am, 13:30, 17:00.
- Cooperativa de Transporte Reina del Camino, horario de salida: 12:00am, 8:00am.

Una vez en Pedernales se debe coger busetas que parten hacia Cojimíes y el costo es de 1 dólar.

.

- Guayaquil – Cojimíes

Desde Guayaquil se debe tomar un bus de la terminal terrestre Guayaquil, ubicada en La Avenida Benjamín Rosales y Avenida de las Américas, con destino a Cojimíes, la duración es de aproximadamente 7 horas y 30 minutos, el costo es de 10 dólares.

La cooperativa que ofrece este servicio es la siguiente:

- Cooperativa de Transporte Kennedy, horario de salida: 22:00.

También se puede llegar a Cojimíes tomando un bus hasta Pedernales, para después coger busetas que te llevan hacia Cojimíes, el costo del trayecto Guayaquil – Pedernales es de 2 dólares y de la buseta de 1 dólar.

Las cooperativas que viajan desde Guayaquil hasta Pedernales son:

- Cooperativa de Transporte Coactur, horario de salida 7:00am.

3.2.6 EVENTOS Y FESTIVIDADES

Cojimíes al ser una parroquia pequeña y en desarrollo no cuenta con muchos eventos y festividades como otras parroquias, sin embargo existen cuatro eventos que se celebran anualmente los cuales se describen a continuación (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Cojimíes, 2014):

- Fiestas Patronales: se celebra el 4 de Octubre de cada año, en honor a San Francisco de Asís por el patrono de la parroquia.
- Fiestas Parroquiales: se celebra el 14 de Diciembre de cada año, para celebrar un año más de Parroquialización.
- Fiestas culturales:
 - El Festival de la Corvina: El festival de la corvina es organizado por el Gobierno de Cojimíes, empezó hace 15 años y se realiza el mes de Agosto de cada

año, se trata de una competencia de pesca deportiva donde los competidores tienen que pescar la corvina más grande y más pesada, y en la noche se realiza un evento cultural para celebrar a los participantes. El evento en los últimos años a recibido turistas nacionales e internacionales por lo que se le dio la categoría de evento internacional.

- El Festival Coco: El festival del coco es organizado por la Junta Parroquial de Cojimíes, se celebra todos los años el Sábado de gloria en el mes de Abril, se trata de un concurso donde se elige al mejor coco loco añejado, el coco seco más grande, el coco verde que tenga más agua, a la mejor artesanía al mejor plato típico y además el mejor postre elaborado a base de coco.

3.2.7 PLAYAS CERCANAS

- Playa de Pedernales

La playa de Pedernales es la más cercana a Cojimíes, se encuentra ubicada a 45 kilómetros al sur y es la cabecera cantonal del cantón Pedernales, esta playa al ser la cabecera cantonal cuenta con una variedad de hoteles más amplia, al igual que de restaurantes y operadores turísticos. Pedernales es una playa muy visitada por la tranquilidad de sus aguas y por la extensión de aproximadamente 3 kilómetros de playa, también cabe mencionar que la cercanía de la playa a la capital del Ecuador es de gran apoyo para la recepción de turistas. La playa ofrece algunas atracciones a los turistas como practicar la natación, el buceo, el snorkel, el kayak y pesca deportiva, como también la famosa banana y paseos a ver ballenas jorobadas (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Pedernales, 2015).

Pedernales al ser un pueblo un poco más desarrollado de los que conforman el cantón, cuenta con centros de salud, farmacias, supermercados, mecánicas automotrices, instituciones bancarias, instituciones públicas del municipio, tiendas de vestir y entre otras, donde el turista puede encontrar estas facilidades en caso de emergencia o necesidad (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Pedernales, 2015).

- **Playa de Jama**

La playa de Jama se encuentra ubicada a 50 kilómetros de Cojimíes, la duración de viaje depende del tráfico que haya en la ruta, pero varía entre 50 minutos a 1 hora, a pesar que la distancia no es tan cercana los turistas suelen acudir al destino para pasar el día. En Jama las principales atracciones son las playas puras que se pueden encontrar, las cuales son El Matal y Puerto Ballena como las más populares y conocidas entre los turistas, también otras atracciones llamativas dentro de Jama es el estuario y el arco del amor en la playa de Tasaste (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Jama, 2015).

Jama cuenta con una amplia gama de hosterías preferidas por los turistas debido a su ubicación como El Hotel Punta Prieta y El Hotel Punta Blanca, sin embargo también existen más alojamientos para toda clase de turista. La gastronomía de Jama es exquisita por el estuario que permite tener toda variedad de marisco y se pueden encontrar entretenimiento para el turista en cada playa que se visite (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Jama, 2015).

- **Playa de Mompiche**

La playa de Mompiche se encuentra ubicada a 122 kilómetros de distancia en carretera y la duración es de aproximadamente 1 hora 40 minutos, sin embargo los turistas que visitan Cojimíes suelen acudir a esta playa vía marítima alquilando un bote a motor ya que la distancia es más corta y el tiempo también, la distancia en bote es de 40 kilómetros aproximadamente y la

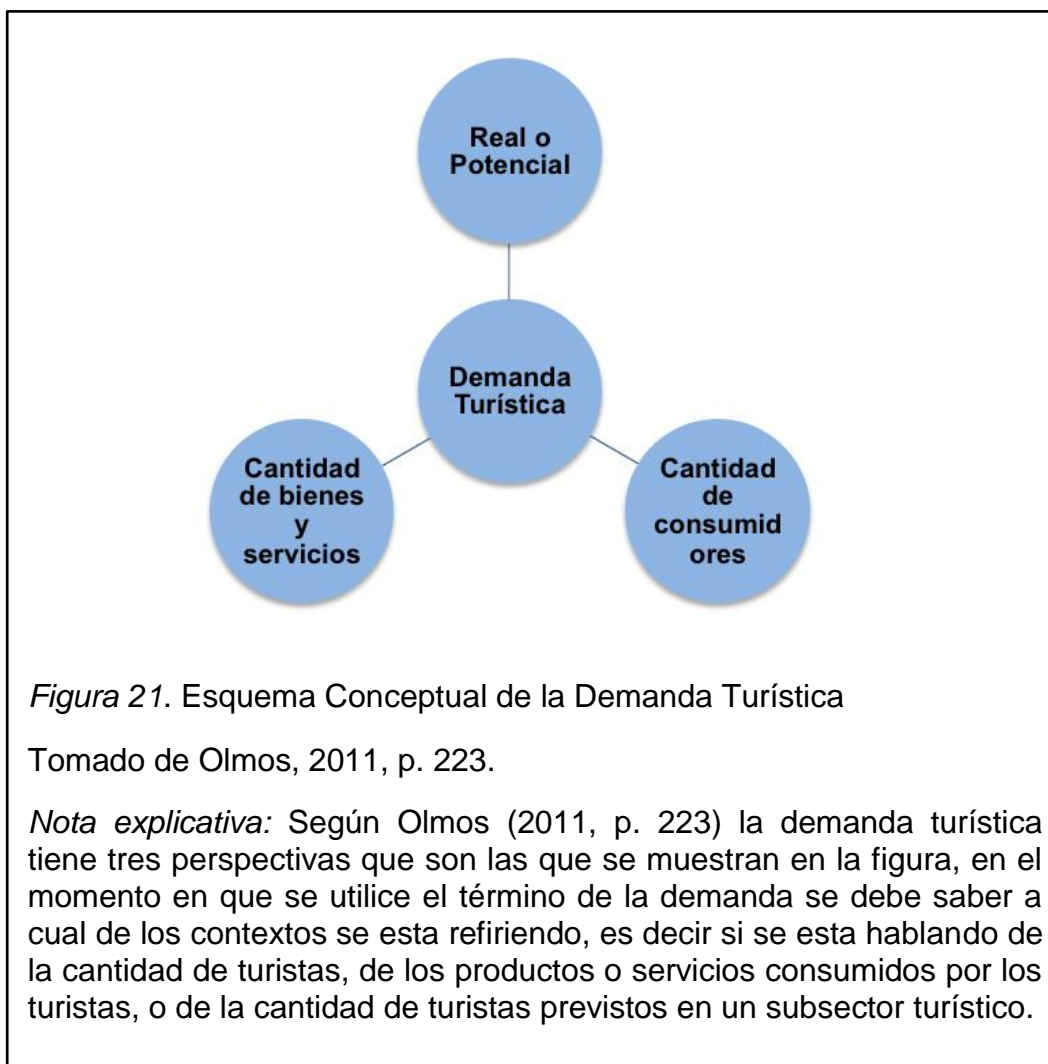
duración de viaje de 1 hora. La playa de Mompiche es conocida por sus cálidas aguas y su exótica playa de arena negra, las principales atracciones que ofrece Mompiche son deportes acuáticos como el surf ya que Mompiche cuenta con olas extensas que se han vuelto irresistibles para las personas que practican este deporte y se ha convertido en un destino internacional de surf, por otro lado las islas como Portete e Isla Bonita a las que se acceden por vía marítima con un recorrido de 15 minutos (Ecostravel, 2015).

Mompiche ofrece a los clientes algunas opciones de alojamiento tipo hosterías debido a su tipo de clientela, sin embargo en esta playa se encuentra una cadena internacional de hoteles que es el Decameron (Ecostravel, 2015).

3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL

3.3.1 DEMANDA TURÍSTICA

Se define como demanda turística al número de consumidores totales de uno o más servicios o productos turísticos. La demanda turística se puede referir a cantidades reales o pronosticadas de bienes y servicios, o a la cantidad de personas que efectúen la compra de un bien o de un servicio turístico específico, también se puede referir a una circunstancia real o a una que se espera obtener, a esto se le denomina demanda real y demanda potencial (Olmos, 2011, p.222 – 223).



3.3.2 DEMANDA TURÍSTICA EN COJIMÍES

Para obtener la demanda turística de Cojimíes se acudió al Ministerio de Turismo de Quito, al Ministerio de Turismo de Manabí, al Gobierno Autónomo Descentralizado de Cojimíes y al GAD de Pedernales.

Cojimíes al ser un pueblo muy pequeño no lleva una estadística real de cuantos turistas entran a la parroquia, por lo que se tuvo que trabajar con el flujo turístico del sistema hotelero de Pedernales, siendo los datos más próximos a la parroquia de Cojimíes.

En el momento de la investigación de datos se intentó obtener el flujo turístico de la entrada de turistas a la provincia de Manabí a través del Ministerio de Turismo de Manabí, pero este mismo indicó que el registro lo llevan por catón, por lo que se acudió al Municipio del cantón Pedernales y se obtuvo el flujo turístico del sistema hotelero de Pedernales. Se pudo observar que existió informalidad el momento de conseguir los datos por parte de las instituciones públicas y costó mucho trabajo conseguir los mismos.

El GAD de Pedernales brindo las estadísticas del flujo turístico del sistema hotelero de los años: 2011, 2012, 2013 y 2014, donde se pudo ver las siguientes estadísticas:

Tabla 74. Tabla Estadística año 2011

AÑO 2011 (Periodo de Enero a Diciembre)					
NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
27373 personas	99.50%	137 personas	0.50%	27510 personas	100%

Adaptada de: Gobierno Municipal de Pedernales, 2015.

(Anexo 4. Tabla Completa de Estadística año 2011)

Tabla 75. Tabla Estadística año 2012

AÑO 2012 (Periodo de Enero a Diciembre)					
NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
31952 personas	99.40%	192 personas	0.60%	32144 personas	100%

Adaptada de: Gobierno Municipal de Pedernales, 2015.

(Anexo 4. Tabla Completa de Estadística año 2012)

Tabla 76. Tabla Estadística año 2013

AÑO 2013 (Periodo de Enero a Diciembre)					
NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
41353 personas	98.21%	755 personas	1.79%	42108 personas	100%

Adaptada de: Gobierno Municipal de Pedernales, 2015.

(Anexo 4. Tabla Completa de Estadística año 2013)

Tabla 77. Tabla Estadística año 2014

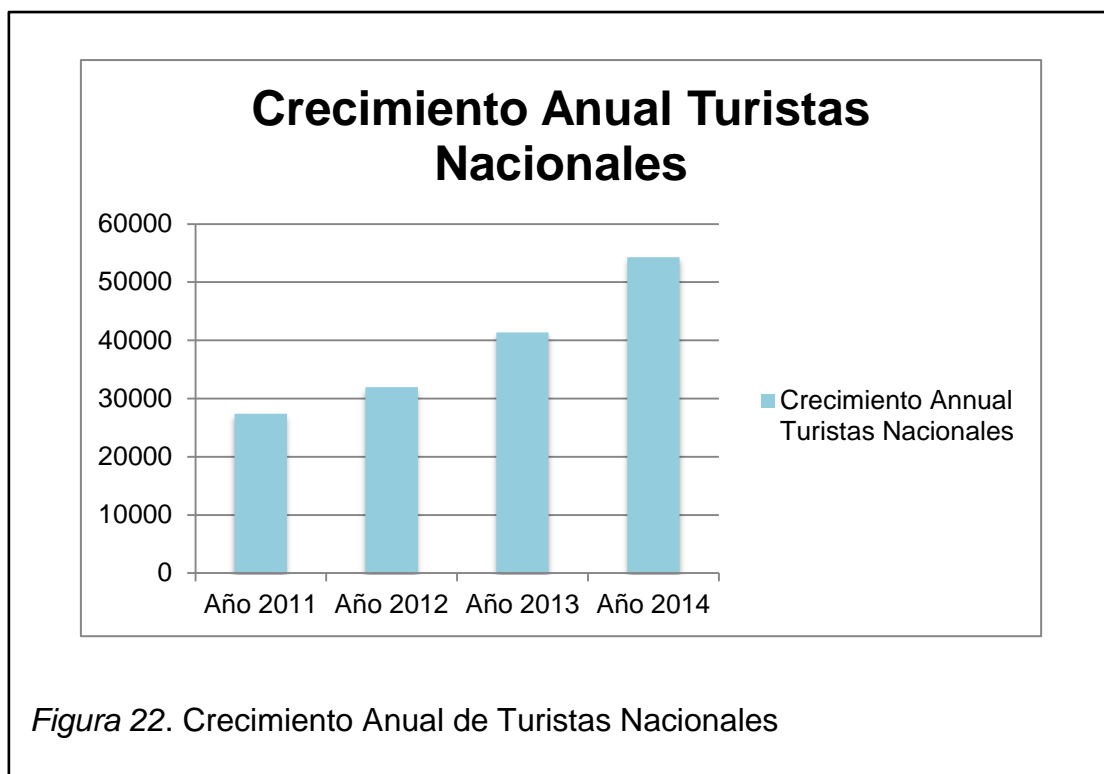
AÑO 2014 (Periodo de Enero a Octubre)					
NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
54285 personas	97.98%	1120 personas	2.02%	55405 personas	100%

Adaptada de: Gobierno Municipal de Pedernales, 2015.

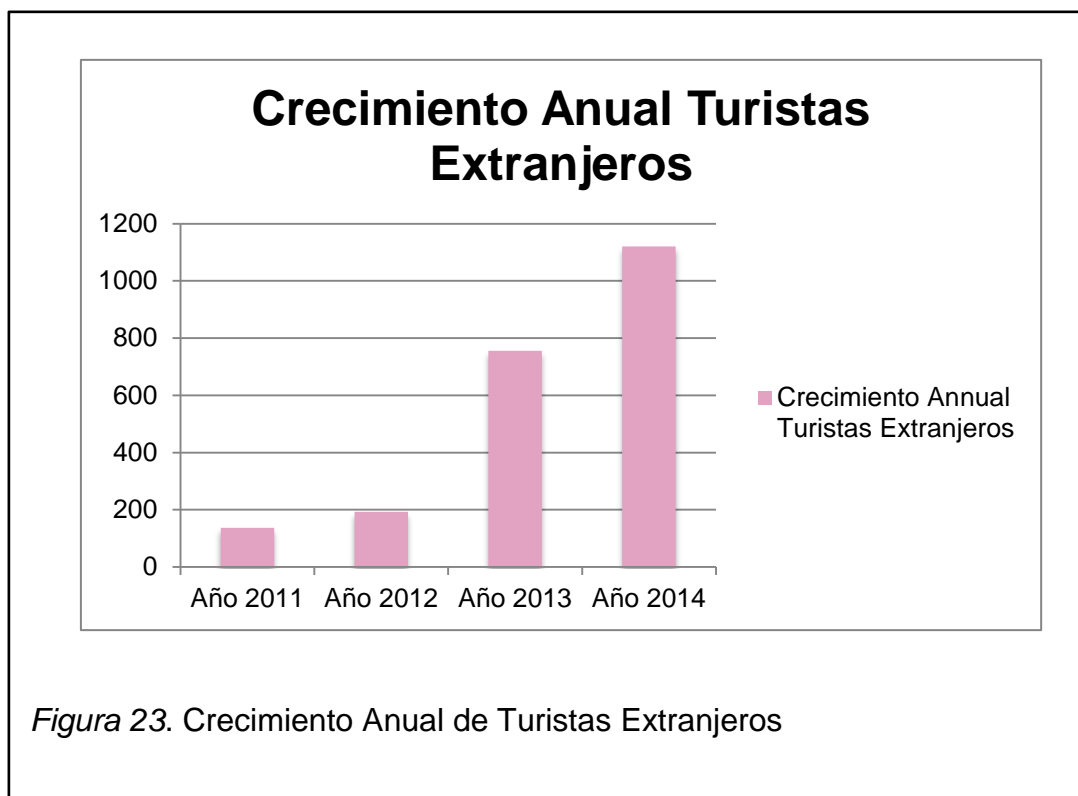
(Anexo #. Tabla Completa de Estadística año 2014)

Como se ve en las tablas, la llegada de turistas al cantón fue aumentando cada año. En el año 2011 existieron 27510 turistas y 3 años después el número se duplicó con un total de 55405 turistas. Las cifras de los turistas nacionales marcan una gran diferencia con los turistas internacionales, ya que el número de llegadas de turistas nacionales es mucho más elevado que los turistas internacionales.

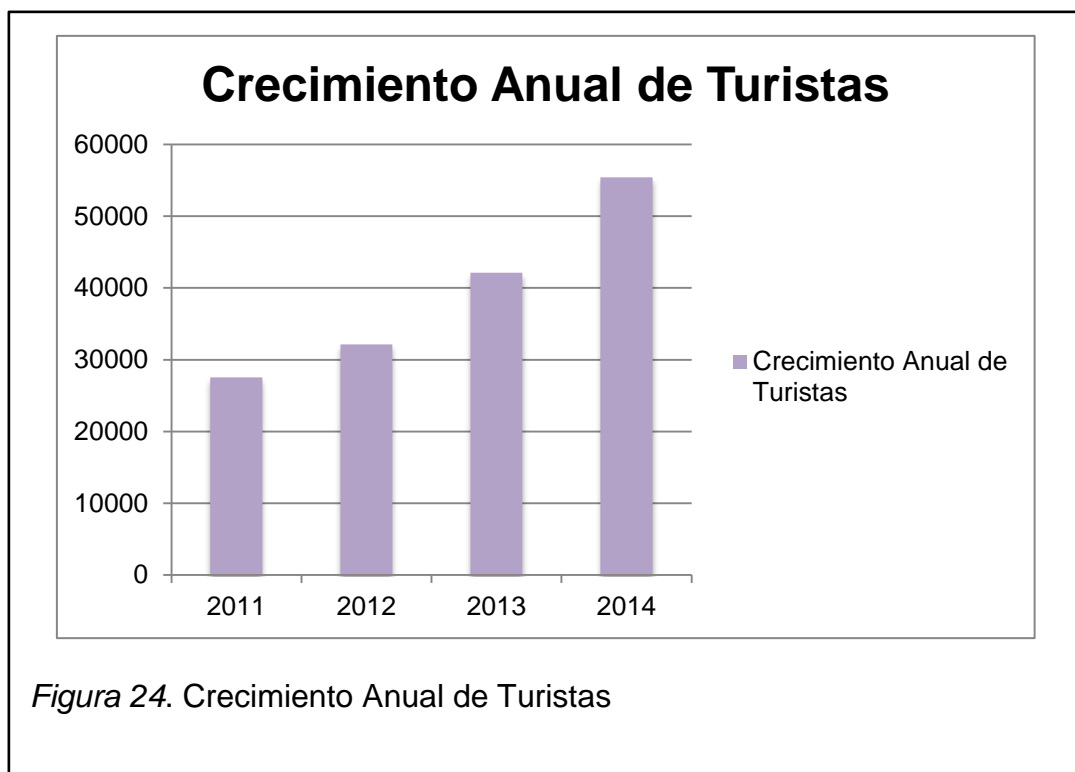
A continuación, se muestran estadísticas del crecimiento anual de los turistas nacionales, internacionales y el total de turistas que ingresaron en los últimos cuatro años al cantón Pedernales:



Como refleja la estadística, cada año el incremento de turistas nacionales en el cantón ha aumentado hasta conseguir el doble de arribos después de cuatro años, eso es un indicador de que el turismo en esta zona del país ha ido tenido un crecimiento notorio por los turistas nacionales.



El crecimiento de turistas extranjeros, como lo indica la estadística, ha tenido gran importancia en los últimos dos años, esto quiere decir que dentro de los años 2013 y 2014 la recepción de turistas internaciones creció más que los años anteriores, esto es bueno para el cantón ya que indica que cada año la presencia de los turistas extranjeros va aumentando y el destino puede contar con más turistas internacionales.



En la estadística del crecimiento total de turistas, se puede ver el notorio incremento de llegada de turistas en los últimos años, esto indica que cada año está existiendo más acogida tanto por turistas nacionales, como turistas internacionales. Estas estadísticas muestran el crecimiento turístico que ha habido en el cantón en los años pasados, por lo que la industria hotelera también tuvo que haber crecido para poder receptor a todos los turistas.

Para calcular la demanda promedio anual de turistas en la parroquia de Cojimíes se hizo lo siguiente:

- Se obtuvo el número de la población establecida de turistas del año 2013 que ingresaron a Cojimíes, este valor fue gestionado por el GAD de Cojimíes. Como se menciona anteriormente esta información fue informal, ya que ellos no llevan una estadística real de los turistas que visitan Cojimíes.
- Se obtuvo el valor total de turistas que ingresaron a Pedernales en el año 2013, este valor fue gestionado por el GAD de Pedernales, a través del flujo turístico del sistema hotelero de Pedernales.

Se aplica la media aritmética para establecer la demanda promedio anual de turistas en la parroquia de Cojimíes, donde:

- La población establecida de turistas que ingresaron a Cojimíes (año 2013) es: 52300
- El valor total de turistas que ingresaron a Pedernales (año 2013) es: 42108.

$$52300 + 42108 = 94408$$

$$94408 / 2 = 47204$$

Se establece que la demanda promedio anual de turistas en la parroquia de Cojimíes es de: 47204.

Esto quiere decir que se espera contar con la demanda de 47204 turistas en Cojimíes para la realización del proyecto.

3.3.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Se hizo una proyección de la demanda turística para proyectar el ingreso de turistas a las parroquia.

A continuación se muestra una tabla con el total de turistas en los años 2011, 2012, 2013 y 2014, y con el porcentaje de crecimiento de turistas durante los cuatro años:

Tabla 78. Crecimiento de Turistas

EJE	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Total Turistas	27510	32144	42108	55405
% Crecimiento	-	14%	24%	24%

(Anexo 5. Formula Crecimiento de Turistas.)

Se aplica nuevamente la media aritmética para obtener el porcentaje promedio del crecimiento de turistas en la parroquia:

$$14 + 24 + 24 = 62$$

$$62 / 3 = 21\%$$

- Se establece que el promedio anual de crecimiento de turistas en la parroquia de Pedernales es del 21%.

A continuación se muestra una tabla con la proyección de 3 años:

Tabla 79. Proyección de la Demanda

EJE	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Total Turistas	55405	67040	81118	98153
% Crecimiento	-	21%	21%	21%

(Anexo 6. Formula Proyección de la demanda.)

3.4 RELEVANCIA DEL TURISMO EN EL TERRITORIO

La relevancia del turismo en Cojimíes es alta, como se muestra en el capítulo 3 en la figura 4 (Corredores Productivos), el principal ingreso para la parroquia de Cojimíes es el turismo seguido por la pesca. Se puede decir que una de las principales atracciones turísticas en Cojimíes es la pesca deportiva, por lo que el turismo y la pesca se combinan para atraer turistas. En el mes de Agosto se celebra el festival de la corvina, el cual consiste en pescar la corvina más grande o más pesada mediante la pesca deportiva, el fin de semana que se realiza este evento Cojimíes recibe varios turistas de diferentes ciudades, siendo el festival más importante y turístico para la parroquia.

Cojimíes a pesar de ser un pueblo pequeño cuenta con una amplia gama de hoteles, hosterías y hostales para toda clase de turista, es decir existe hospedaje para las diferentes clases sociales, de igual manera ofrece distintas atracciones turísticas para el entretenimiento del turista, además de tener los distintos festivales como el famoso “festival de la corvina” y “festival del coco” que se realizan cada año teniendo una gran acogida.

Esto se justifica con la entrevista realizada al Presidente de la Junta Parroquial, que manifestó que el turismo activa la economía de la parroquia, además que el evento del festival de la corvina es el mayor realce de la parroquia por que

del mismo obtienen bastantes ingresos. El presidente manifestó que el principal ingreso económico a Cojimíes es el turismo, la economía de la parroquia se basa en la llegada de turistas que activan el flujo económico, dejando ingresos relevantes para la población.

En la entrevista se habló que al ser un destino de playa, los visitantes acuden más en los meses de Diciembre, Febrero, Julio y Agosto, al ser meses donde la sierra tiene vacaciones. Normalmente la mayoría de los visitantes provienen de Quito ya que la distancia entre ambas ciudades es relativamente corta a comparación con otros destinos de playa, además de que el destino se ha caracterizado por la pesca deportiva. El Presidente reveló que en estos meses es de donde obtiene la mayor parte de los ingresos para la parroquia, a través del turismo.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Dentro de Cojimíes se pueden encontrar varios problemas para la oferta y la demanda turística. El principal problema es la falta de servicios básicos, como agua potable y alcantarillado. En Cojimíes el agua todavía no potable y eso es una deficiencia para la infraestructura hotelera y turística, ya que deben buscar otras formas de obtener agua limpia, como traer agua con tanqueros desde Pedernales. Por otro lado, en época de lluvia existe inundaciones por falta de alcantarillado. El no contar con buenos servicios básicos produce inestabilidad a la parroquia, ya que algunos turistas no acuden al destino por falta de los mismos, por lo se puede definir como una problemática para el destino.

Como problemas secundarios se puede encontrar la falta de servicios de salud, instituciones bancarias, supermercados, instituciones públicas, y entre otros, que no ofrecen un servicio directo en el destino, sin embargo todos estos servicios se pueden encontrar en la parroquia de Pedernales ubicada a 30 minutos de Cojimíes. Sin embargo, los turistas encuentran un problema en el

momento de acudir al destino, ya que si necesitan de estos servicios tiene que viajar para poder obtenerlos.

Por otro lado, la falta de apoyo de instituciones públicas más grandes como el ministerio de turismo es una problemática para el gobierno parroquial, ya que no cuentan con un presupuesto elevado por parte de los mismos por ser un pueblo pequeño. Todas las problemáticas anteriormente se pueden solucionar con un presupuesto más elevado, ya que en el caso que si el Gobierno Parroquial contaría con más apoyo económico podría mejorar la infraestructura pública de la zona y de igual manera los servicios básicos.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA DEL PROYECTO

4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA

La propuesta del presente proyecto es diseñar y crear una página web turística para la promoción de un destino, a través del internet.

Hoy en día, la herramienta de marketing más utilizada es a través del Internet, como explica Olmos (2011, p. 32), el internet esta cambiando la forma de vender los servicios turísticos. Dentro del sector turístico se pueden encontrar las diferentes estrategias de promoción mediante el internet:

- Marketing Directo
- Promoción y venta utilizando portales de internet
- Promoción con la web 2.0.
- Ventas a última hora

A su vez, el internet o más concretamente hablando las páginas web tienen sus ventajas y desventajas. Según Arias (2014, párr. 26-27), las ventajas y desventajas son las siguientes:

Tabla 80. Ventajas y Desventajas de la Página web

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> - Comodidad - Pueden acceder usuarios de todo el mundo en tiempo real - Encontrar los productos más fácil y más rápido - Amplia el mercado - Obtener información de forma rápida y barata - Responder preguntas o dudas a los clientes inmediatamente - Ahorro de tiempo y personal - Mejora la competitividad del producto - Facilidad de crear servicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Algunas veces el servicio puede ser demorado - Puede ser costoso - Desconfianza por parte del cliente - Robo de ideas - Información incorrecta

El marketing digital, es el que permite a los consumidores enterarse de un producto o servicio a través del internet, celular u otros aparatos electrónicos. Las empresas publican y comercializan sus productos por el internet con la finalidad de llegar a los consumidores de manera veloz, eficiente y personalizada. Se puede denominar al marketing digital como: estratégico, económico y operativo, por el efecto que ocasiona que es la distribución de un producto o servicio, de una forma más rápida y eficaz que la tradicional (Arias, 2014, párr. 76).

Por otro lado, Nielsen (1999), describe a la usabilidad de las páginas web como la característica que mide la calidad de la facilidad que es utilizar un sitio web. Es decir, que asemeja usabilidad con facilidad de uso de un producto o servicio

intangibles, este puede ser medido y evaluado. Nielsen asegura que los sitios web tienen que tener las siguientes tipologías: Eficaces, Fáciles de utilizar, Atractivas, Eficientes y que para el cliente sea fácil de recordar.

Además en los últimos años, la tecnología móvil a tenido un avance rápido, por lo que la necesidad de las empresas de emplear un formato para la pantalla pequeña se a convertido en una necesidad. Ahora los clientes prefieren gestionar sus búsquedas desde sus teléfonos celulares y optimizar tiempo, pero para que el cliente se sienta satisfecho manejando una página web desde su móvil, la página tiene que estar correctamente adaptada a la pantalla pequeña y minimizar funciones (Nielsen, 2013, pp. 34-47).

4.2 LA PROPUESTA

La propuesta del proyecto se basa en la creación de una página web para la promoción turística de la parroquia de Cojimíes. La propuesta nace de implementar un sistema novedoso dentro del país, el cual es la creación de una página web turística para promocionar un destino, específicamente de una zona donde no existe mayor cantidad de información y tenga las características para promocionarse turísticamente. Además, que se pueda encontrar toda la información necesaria para la planificación del viaje en un único sitio web.

A continuación, se puede ver la matriz de marco lógico del proyecto:

Tabla 81. Matriz de Marco Lógico

MATRIZ MARCO LÓGICO			
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	INDICADORES	RECURSOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fin: - Promocionar a Cojimíes como destino turístico	La creación de la página web, en un tiempo de 6 meses y costo fue de 2384 dólares.	www.cojimiestravel.com	- Apoyo de Ministerios y Municipios
Objetivo: - La creación y diseño de la página web para la promoción turística de Cojimíes	Levantamiento de información del 100% de las atracciones turísticas, en un tiempo de 3 meses y el costo fue de aproximadamente de 350 dólares.	- Encuestas a turistas que acudieron a Cojimíes - Entrevistas a profesionales de diferentes áreas	Mejor sistema de promoción turística para el destino

<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fundamentar teóricamente todos los atractivos naturales y culturales de la zona - Diagnosticar la situación actual de la zona en cuanto a la actividad turística 	<p>Levantamiento de información del 100% de las atracciones turísticas, en un tiempo de 3 meses y el costo fue de aproximadamente de 350 dólares.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Levantamiento de información - Observación de campo - Entrevistas 	<p>Brindar toda la información necesaria para la planificación de un viaje a la zona en un mismo medio</p>
<p>Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación de la página web 	<p>Levantamiento de información del 100% de las atracciones turísticas, en un tiempo de 3 meses y el costo fue de aproximadamente de 350 dólares.</p>	<p>www.cojimiestravel.com</p>	<p>Encontrar toda la información necesaria para planificar un viaje hacia el destino</p>

4.3 DESCRIPCIÓN TÉCNICA

4.3.1 NOMBRE DE LA PÁGINA WEB

Por las definiciones anteriormente vistas, el nombre de la página tiene que ser llamativa, fácil de recordar y corta, es por eso que el nombre de la página web es:

www.cojimíestravel.com

El nombre se debe a dos puntos:

1. Cojimíes: nombre del destino turístico a promocionar
2. Travel: significa viajar en español, se relaciona a la función de la página y se dirige a un público objetivo que es el extranjero. (Más adelante se explica el público objetivo)

4.3.2 LOGO

El logo de la página será el siguiente:



Para el diseño del logo se tomó en cuenta aspectos destacados de la zona. Primero, en la parte izquierda las palmeras de coco, ya que en Cojimiés las palmeras de coco son las que le distinguen de otras playas, por su cantidad que se pueden observar en la playa. Segundo, el nombre de la página, para que el mismo quede grabado en la mente de los consumidores, por otro lado, se uso el color amarillo para dar un resalte al logo, ya que este color es claro y luminoso, y por ese motivo se lo asocia con el sol.

4.3.3 LA PÁGINA WEB

Como se vio anteriormente, la página debe de ser fácil de utilizar, eficiente y atractiva para el cliente. Es por esto, que para el diseño y creación de la página se contrato a un programador y diseñador de páginas web.

La página web siendo una página turística tiene las siguientes pestañas:

- Hoteles
- Restaurantes/Cafés
- Tours & Atracciones
- Cómo llegar
- Eventos & Festividades
- Galería
- Prensa
- Playas cercanas
- Contacto
- Blog

En la siguiente tabla se puede encontrar la descripción de la información que se va a encontrar en las distintas pestañas:

Tabla 82. Características Página web

PÁGINA WEB	
PESTAÑA	DESCRIPCIÓN
Hoteles	Se va a encontrar información como: su ubicación, tipo de habitaciones, precio, entre otros. de todos los hoteles, hosterías o hostales que se ubican en la zona de Cojimíes
Restaurantes/Cafés	Se va a brindar información de los restaurantes que se encuentran en el pueblo, los hoteles que ofrecen este servicio y los comedores en la playa, con los respectivos platos que se ofrecen.
Tours & Atracciones	Se va a conocer todos los tours y las atracciones turísticas que se pueden realizar en la zona, con los detalles de duración y costo.
Cómo llegar	Se puede obtener información de cómo llegar desde distintas ciudades del país y se va a dar explicaciones del transporte público disponible para Cojimíes
Evento & Festividades	Se va a dar a conocer las festividades y eventos que hay en la parroquia y el calendario del mismo.
Galería	Se va a poder visualizar una amplia gama de imágenes de todo lo que conforma Cojimíes.
Prensa	Se va a dar un espacio a la prensa, para que se publique todas la notas de prensa del destino.
Playas cercanas	Se va a dar información de las playas cercanas y de los servicios básicos que se pueden encontrar

	ahí.
Contacto	Se va a encontrar el contacto de la administración de la página para cualquier pregunta o solicitud de participación en la misma.
Blog	Habrà la opción de que los usuarios que utilicen la página web dejen sus comentarios.

Toda la información de cada pestaña ya se detallo en el capítulo anterior (III), a excepción de prensa, que se encuentra en los anexos de este capítulo.

(Anexo 7. Notas de Prensa)

La página va a estar diseñada y presentada de la siguiente manera:

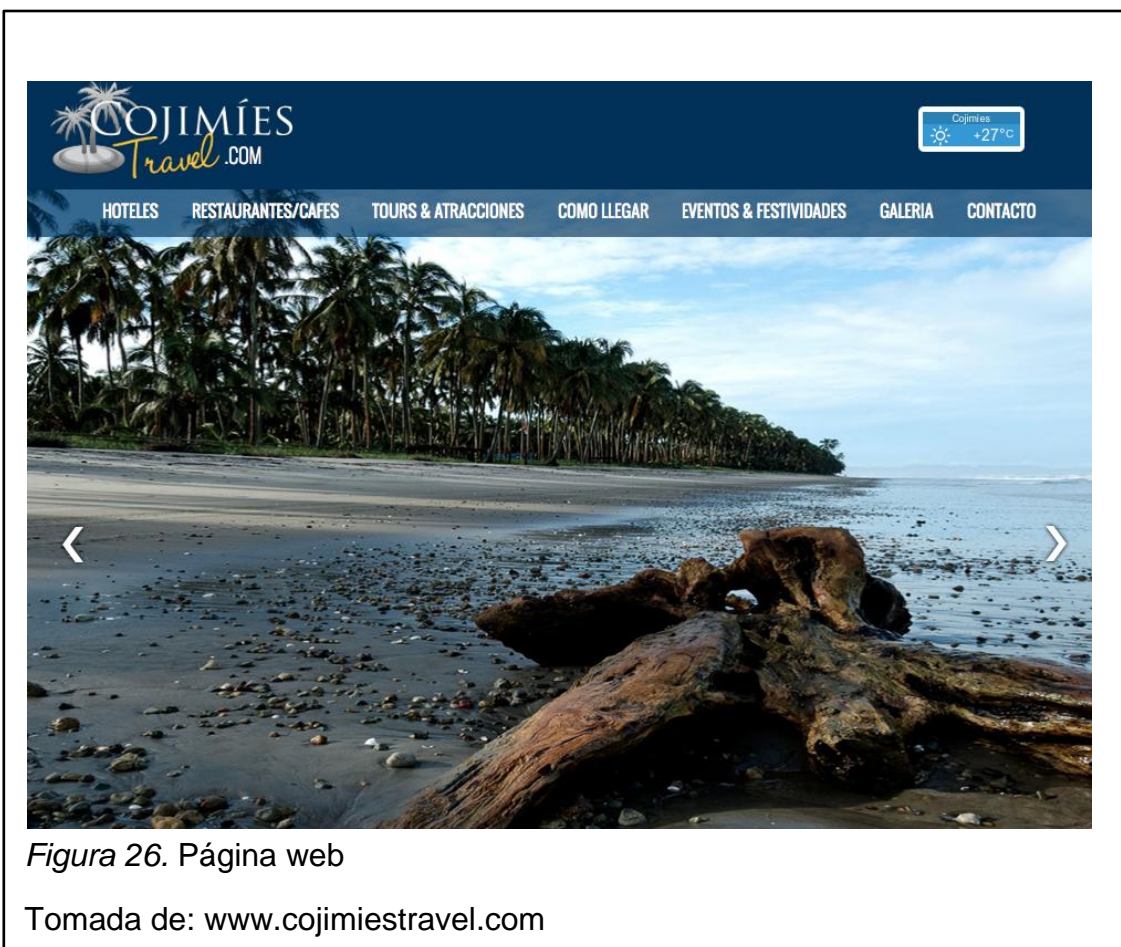


Figura 26. Página web

Tomada de: www.cojimiestravel.com

Una de las pestañas más importantes de la página es “hoteles”, ya que es donde el cliente va a buscar donde alojarse. Cuando el cliente seleccione la pestaña hoteles, va a encontrar una amplia gama de hoteles y va a tener la opción de efectuar la reserva desde la página de una manera rápida y eficaz.

A continuación se ve la presentación de la pestaña hoteles:



COJIMIÉS
Travel .COM

HOTELES RESTAURANTES/CAFES TOURS & ATRACCIONES COMO LLEGAR EVENTOS & FESTIVIDADES GALERIA CONTACTO

Cojimies +26°C

HOTELES

← Regresar

Dentro de Cojimies y sus alrededores se puede encontrar 23 servicios de alojamiento entre hoteles, hosterías y hostales, donde los precios varían según los servicios que se ofrecen en los mismos. A continuación se muestran todos los hoteles, hosterías y hostales con los tipos de habitaciones que ofrecen a los clientes, sus respectivos servicios y precios:

La Perla Suiza Resort:


La Perla Suiza se encuentra ubicada en el kilómetro 29, vía a Cojimies. Este hotel cuenta con 20 habitaciones entre matrimoniales, dobles, cuádruples y 1 habitación adaptada para discapacitados, en cada habitación se puede encontrar los siguientes servicios:

[Leer más](#)

Figura 27. Pestaña Hotel

Tomada de www.cojimiestravel.com/hoteles

A continuación, se puede ver un ejemplo de un hotel de Cojimies, con la opción de efectuar la reserva:



HOTELES

← Regresar
RESERVAR

La Perla Suiza Resort:
 La Perla Suiza se encuentra ubicada en el kilómetro 29, vía a Cojimiés. Este hotel cuenta con 20 habitaciones entre matrimoniales, dobles, cuádruples y 1 habitación adaptada para discapacitados, en cada habitación se puede encontrar los siguientes servicios:

- Televisión con DirecTV
- Aire acondicionado
- Agua caliente 24 horas
- Baño privado

Además tiene dos habitaciones con jacuzzi en la terraza con vista directa al mar.





Por otro lado, el hotel ofrece los siguientes servicios dentro de sus instalaciones:

- Restaurante abierto todo el año
- Piscina
- Bar
- Bar en la playa
- Carpas
- Spa
- Wifi
- Seguridad 24 horas
- Parqueadero amplio
- Auditorio para eventos
- Organización de eventos (matrimonios, salidas recreativas de empresas, etc.)
- Planta de agua potable

Precio:
Temporada baja: \$160 por pareja, incluye impuestos y desayuno.
Temporada alta: \$200 por pareja, incluye impuestos y desayuno.

El hotel acepta mascotas y tiene un costo de 5 \$ por mascota. (Los precios están sujetos a cambios por la administración de cada hotel)

Contacto:
Teléfonos: (02) 474083 / 0982497845
Oficinas en Quito: Alejandro Ponce N80 - 15 y Fco. Ruiz.
Teléfonos: (02) 2474083 / Celular: 0982497840
Mail: pam@laperlasuiza.com
Página web: www.laperlasuiza.com
Facebook: [perlaswissresort](https://www.facebook.com/perlaswissresort)

Desde:

Hasta:

Habitación:

Requerimientos:

Adultos:

Niños:

Nombre:

E-mail:

Teléfono:

Figura 28. Reserva Hotel


Tomada de www.cojimiestravel.com/hoteles

Para dar seguridad al cliente, el mismo recibirá un mail de confirmación, el cual indicara que la reserva fue realizada con éxito y se dará un número de confirmación que el cliente deberá presentar el momento de realizar el check-in en el hotel seleccionado.

En la figura que se encuentra en la siguiente página se puede observar un ejemplo del mail que será recibido por el cliente, el momento de realizar la reserva:

Reservación La Perla Suiza 831-123254 Recibidos x



 **andrea rocco** <info@cojimiestravel.com>
para mí ▾

13:54 (hace 4 minutos) ☆



Estimado Cliente,

Su reserva se encuentra confirmada,

Código de reserva: 831-123254
Tu reserva: 07/12/15 - 11/12/15 (4 noches)
Capacidad: 2 personas (1 habitación)

Dirección del hotel:
Vía a Cojimies Km. 29
Teléfono: 022040170/0982497845

*Los precios de la habitación son establecidos por el hotel, cualquier duda o pregunta contactarse directamente con el establecimiento.

Condiciones de cancelación:
Si cancelas o modificas la reserva hasta 1 día antes de la fecha de llegada, el establecimiento no efectuará cargos. Si cancelas o modificas la reserva fuera de plazo o no te presentas, el establecimiento cargará el 100% de la primera noche.
El alojamiento es el encargado de determinar los cargos de cancelación o de modificación. Cualquier tipo de gasto adicional lo pagarás al alojamiento.

Te deseamos un buen viaje!
Atención al Cliente - Cojimies Travel

Figura 29. Reservación

4.4 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

El presupuesto de inversión se divide en dos:

- Presupuesto Inicial de la Página Web
- Presupuesto de Investigación del Proyecto

El presupuesto inicial de la página web, esta compuesto por el valor total que se necesito para implementar la misma, mientras que el presupuesto de investigación, esta compuesto por las diferentes salidas de campo y el presupuesto que se necesito para la recopilación de toda la información para poder promocionar en la página. Al final los dos presupuestos serán sumados, para conocer la totalidad del presupuesto de inversión.

Tabla 83. Presupuesto Inicial Página Web

PRESUPUESTO INICIAL PÁGINA WEB COJIMÍESTRAVEL.COM	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Registro de Dominio (anual)	24 \$
Hosting Básico (anual)	60 \$
Diseño del sitio (1 sola Vez)	500 \$
Programación con sistema CMS (Content Management System) (1 sola vez)	1200 \$
Sistema de reservas con base de datos (1 sola vez)	600 \$
Office 365 Email (mensual)	5 \$
SEO (Search Engine Optimization) (mensual)	50 \$
Google AdWords (mensual)	50 \$
SEV (Search Engine Visibility) (mensual)	3 \$
Publicidad en Facebook (mensual)	50 \$
Invitaciones de prensa (anual)	500 \$
Lanzamiento Cojimíesttravel.com (1 sola vez)	3000 \$
Publicidad en Revistas (anual)	250 \$
Patente (anual)	100 \$
TOTAL	6392 \$

Tabla 84. Presupuesto de Investigación del proyecto

PRESUPUESTO DE INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Movilización (Quito – Cojimíes)	8	30 \$	240 \$
Hospedaje	12 (noches)	12 \$	144 \$
Alimentación	16 (días)	15 \$	240 \$
Visita a las atracciones turísticas	10 (atracciones)	20 \$	200 \$
TOTAL			824 \$

El presupuesto esta hecho en base a 4 viajes, por lo que se requirió de 8 movilizaciones (Ida – Regreso) a Cojimíes desde la ciudad de Quito, además en cada viaje se permaneció en el destino 4 días y 3 noches, sumando la totalidad de 12 noches y 16 días. Durante los viajes realizados se visito los diferentes atractivos turísticos, por lo que se tuvo que pagar el valor del tour.

Los viajes fueron necesarios para la observación de campo, mencionada en el anterior capítulo. En cada viaje se visitaron los diferentes hoteles para obtener información de lo mismos, tomar fotos para poner en la página web y lo más importante, comentarles del proyecto a los propietarios para saber si estarían interesados en participar en la página web. Además de visitar las atracciones turísticas de la zona y probar la gastronomía de la misma.

Por otro lado, se mantuvo reuniones con la Junta Parroquial de Cojimíes para exponerles el presente proyecto y contar su apoyo en la difusión de la página web.

Tabla 85. Presupuesto de Inversión total

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN TOTAL	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Presupuesto Inicial de la Página Web	6392 \$
Presupuesto de Investigación del Proyecto	824 \$
TOTAL	7216 \$

El presente proyecto necesita un inversión total de 7216 \$ para la iniciación del mismo.

4.5 MODELO DE GESTIÓN

4.5.1 ADMINISTRATIVO

Cojimíestravel.com va a estar administrado por la impulsadora del proyecto, ya que la página web va a necesitar actualizaciones constantes de la información de los establecimientos ofertados en la página o de nuevos productos y servicios. Además de buscar nuevas opciones de promoción que se alineen al objetivo de la página web

La página va a ser manejada de la siguiente manera, con el fin de su rentabilidad:

- A los establecimientos como hoteles se les va a cobrar una membresía anual por participar en la página. Dándoles lo siguientes derechos:
 - Publicidad en Cojimíestravel.com
 - Reservas a través de la página web
- A los establecimiento de comida se les va a cobrar una membresía anual por participar en la página. Dándoles lo siguientes derechos:

➤ Publicidad en Cojimíestravel.com

- A los tour – operadores se les va a cobrar una membresía anual por participar en la página. Dándoles lo siguientes derechos:

➤ Publicidad en Cojimíestravel.com

En la siguiente tabla, se encuentra el valor anual de las distintas membresías:

Tabla 86. Membresía Cojimíestravel.com

MEMBRESÍA COJIMÍESTRAVEL.COM	
ESTABLECIMIENTO	VALOR
Servicios de Alojamiento	720 \$ (anual)
Restaurantes y Cafés	240 \$ (anual)
Operadores turísticos	180 \$ (anual)

Los precios fueron establecidos según reuniones con el Presidente de Junta Parroquial de Cojimíes.

Los precios anuales representan los siguientes gastos mensuales para cada establecimiento:

- Hoteles: 60 \$ (mensual)
- Restaurantes y Cafés: 20 \$ (mensual)
- Operadores turísticos: 15 \$ (mensual)

En la oferta turística (capítulo III) se vio que existen 24 servicios de alojamiento, 4 restaurantes o cafés y comedores informales en la playa, y por último una lista de moradores que realizan los tour (operadores turísticos).

Se van a plantear tres escenarios de participación de los establecimientos turísticos de Cojimíes. El primer escenario va a ser un escenario optimista donde la participación será del 80 %, el segundo va a ser realista y tendrá una participación del 50 % y por último, se planteará un escenario del 30 %, como escenario pesimista.

ESCENARIO OPTIMISTA

Las siguientes tablas son los calculos de los ingresos y egresos de la página web en el escenario optimista:

Tabla 87. Resultados de los Establecimientos de Cojimíes Escenario Optimista

ESTABLECIMIENTO	PORCENTAJE %	TOTAL
Servicios de Alojamiento	80 %	19 hoteles
Restaurantes / Cafés	80 %	3 restaurantes
Operadores Turísticos	80 %	4 operadores

A continuación, se muestra la tabla de los supuestos ingresos anuales de la página web:

Tabla 88. Ingresos Anuales de Cojimíestavel.com Escenario Optimista

INGRESOS ANUALES COJIMÍESTRAVEL.COM		
ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	TOTAL
Servicios de Alojamiento	19	13680
Restaurantes / Cafés	3	720
Operadores Turísticos	4	720
TOTAL		15120

A continuación, se muestran los egresos anuales previstos para Cojimíestravale.com:

Tabla 89. Gastos Anuales Cojimíestravel.com

GASTOS ANUALES DE COJIMÍESTRAVEL.COM	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Mantenimiento de la página web	600 \$
Office 365 Email	60 \$
SEO (Search Engine Optimization)	600 \$
Google AdWords	600 \$
Publicidad en Facebook	600 \$
SEV (Search Engine Visibility)	36 \$
Invitaciones de prensa	500 \$
Hosting básico	60 \$
Registro de Dominio	24 \$
Publicidad en Revistas	250 \$
Patente	100 \$
Contribución Ministerio de Turismo	100 \$
Impuesto a la Renta	3326 \$
IVA	1642 \$
TOTAL	8398 \$

A continuación, se muestra la utilidad anual de la página web Cojimíestravel.com:

Tabla 90. Utilidad Anual Cojimíestravel.com

UTILIDAD ANUAL COJIMÍESTRAVEL.COM	
INGRESOS	15120 \$
EGRESOS	8398 \$
TOTAL	6722 \$

Después de todos los cálculos, se puede ver que en el escenario optimista la utilidad anual sería de 6722 \$.

ESCENARIO REALISTA

Las siguientes tablas son los cálculos de los ingresos y egresos de la página web en el escenario realista, según el porcentaje de acogida por parte de los establecimientos, los gastos serán minimizados para su rentabilidad.

Tabla 91. Resultados de los Establecimientos de Cojimíes Escenario Realista

ESTABLECIMIENTO	PORCENTAJE %	TOTAL
Servicios de Alojamiento	50 %	12 hoteles
Restaurantes / Cafés	50 %	2 restaurantes
Operadores Turísticos	50 %	3 operadores

A continuación, se muestra la tabla de los supuestos ingresos anuales de la página web:

Tabla 92. Ingresos Anuales de Cojimíestravel.com Escenario Realista

INGRESOS ANUALES COJIMIESTRAVEL.COM		
ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	TOTAL
Servicios de Alojamiento	12	8640
Restaurantes / Cafés	2	480
Operadores Turísticos	3	540
TOTAL		9660

A continuación, se muestran los egresos anuales previstos para Cojimíestravale.com:

Tabla 93. Gastos Anuales Cojimíestavel.com Escenario Realista

GASTOS ANUALES DE COJIMÍESTRAVEL.COM	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Mantenimiento de la página web	600 \$
Office 365 Email	60 \$
SEO (Search Engine Optimization)	400 \$
Google AdWords	400 \$
Publicidad en Facebook	400 \$
SEV (Search Engine Visibility)	36 \$
Invitaciones de prensa	500 \$
Hosting básico	60 \$
Registro de Dominio	24 \$
Publicidad en Revistas	150 \$
Patente	100 \$
Contribución Ministerio de Turismo	100 \$
Impuesto a la Renta	2125 \$
IVA	1037 \$
TOTAL	5892 \$

A continuación, se muestra la utilidad anual de la página web Cojimíestravel.com:

Tabla 94. Utilidad Anual Cojimíestravel.com Escenario Realista

UTILIDAD ANUAL COJIMÍESTRAVEL.COM	
INGRESOS	9660 \$
EGRESOS	5892 \$
TOTAL	3768 \$

Después de todos los cálculos, se puede ver que en el escenario realista la utilidad anual sería de 3768 \$.

ESCENARIO PESIMISTA

Las siguientes tablas son los calculos de los ingresos y egresos de la página web en el escenario pesimista, según el porcentaje de acogida por parte de los establecimiento, los gastos serán minimizados para su rentabilidad.

Tabla 95. Resultados de los Establecimientos de Cojimíes Escenario Pesimista

ESTABLECIMIENTO	PORCENTAJE %	TOTAL
Servicios de Alojamiento	30 %	7 hoteles
Restaurantes / Cafés	30 %	1 restaurantes
Operadores Turísticos	30 %	2 operadores

A continuación, se muestra la tabla de los supuestos ingresos anuales de la página web:

Tabla 96. Ingresos Anuales de Cojimíestravel.com Escenario Pesimista

INGRESOS ANUALES COJIMÍESTRAVEL.COM		
ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	TOTAL
Servicios de Alojamiento	7	5040
Restaurantes / Cafés	1	240
Operadores Turísticos	2	360
TOTAL		5640

A continuación, se muestran los egresos anuales previstos para Cojimíestravale.com:

Tabla 97. Gastos Anuales Cojimíestravel.com Escenario Pesimista

GASTOS ANUALES DE COJIMÍESTRAVEL.COM	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Mantenimiento de la página web	600 \$
Office 365 Email	60 \$
SEO (Search Engine Optimization)	250 \$
Google AdWords	250 \$
Publicidad en Facebook	250 \$
SEV (Search Engine Visibility)	36 \$
Invitaciones de prensa	300 \$
Hosting básico	60 \$
Registro de Dominio	24 \$
Publicidad en Revistas	150 \$
Patente	100 \$
Contribución Ministerio de Turismo	100 \$
Impuesto a la Renta	1241 \$
IVA	605 \$
TOTAL	4026 \$

A continuación, se muestra la utilidad anual de la página web Cojimíestravel.com:

Tabla 98. Utilidad Anual Cojimíestravel.com Escenario Pesimista

UTILIDAD ANUAL COJIMIÉSTRAVEL.COM	
INGRESOS	5640 \$
EGRESOS	4026 \$
TOTAL	1614 \$

Después de todos los cálculos, se puede ver que en el escenario pesimista la utilidad anual sería de 1614 \$.

4.5.2 OPERATIVO

La parte operativa comprende la creación y el manejo de la página web. Para la misma fue necesario adquirir las siguientes funciones:

- Dominio
- Hosting Básico
- Diseño de la página
- Programación con sistema CMS (Content Management System)
- Sistema de reserva con base de datos

Las siguientes definiciones, corresponde a las funciones anteriormente mencionadas:

Se denomina como dominio a un nombre el cual se vincula a una dirección electrónica, a través de un dispositivo como computadora o electrónico. La función principal es constituir una dirección de una página web con un nombre que no puede ser repetido (WebGdl, 2015).

Al hosting se lo describe como, el servidor donde toda la información de una página web se almacena (Smartbiz, s.f.).

Programación CMS (Content Management System) es un sistema que permite la creación de una página web, de una manera eficiente y rápida. El sistema deja manejar de manera independiente el contenido de la página y se puede trabajar de manera simultánea (CCM Benchmark group, s.f.).

Por último, se define como sistema de reserva con base de datos, a la función de poder reservar on-line, el sistema recibe los datos de manera digital y efectúa la reserva en la página web solicitada

MANEJO DE LA PÁGINA

La parte operativa del proyecto va a estar manejado por el diseñador y creador de la página web, el será el encargado de dar mantenimiento mensual.

Además, de crear y diseñar la página inicialmente.

(Anexo 8. Cotización página web)

La página tendrá la opción de ser vista desde los teléfonos celulares y tablets, ya que como indica anteriormente en este capítulo, la usabilidad de los teléfonos celulares es indispensable hoy en día, significa comodidad y rapidez para un potencial cliente, y también porque en la investigación cuantitativa del presente proyecto, el 64.48 % de encuestados utiliza un teléfono inteligente como tecnología. Por los indicadores mencionados, se cree que es importante contar con este servicio para que el cliente tenga una mayor satisfacción el momento de utilizar el servicios.

Además, la página web estar disponible en idiomas como: español, inglés, francés y alemán, para que los turistas que hablen estos idiomas puedan manejar la página con facilidad.

4.6 CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Tabla 99. Cronograma del Proyecto

ACTIVIDAD	Mes																											
	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inscripción plan de titulación	■																											
Citas con el profesor guía	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Presentación de proyecto al GAD de Cojimíes		■	■	■																								
Presentación del proyecto a los establecimientos hoteleros				■	■	■																						
Investigación cuantitativa y cualitativa						■	■	■	■																			
Tabulación de la investigación										■	■	■																
Observación de campo (levantamiento de información)													■	■	■	■												
Agrupamiento de la información															■	■	■											
Diseño y creación de la página web																	■	■	■	■								
Estrategias de implementación																					■	■	■					
Reuniones con la Junta Parroquial de Cojimíes		■	■	■				■	■					■	■	■								■	■			
Entrega Final del Proyecto																										■	■	

CAPÍTULO V

5. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

5.1 ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

La implementación de la página web se realizará haciendo las siguientes estrategias:

- Se pagará los siguientes optimizadores de promoción, para aparecer en los primeros motores de búsqueda en google, yahoo, etc.:
 - SEO (Search Engine Optimization)
 - Google AdWords
 - SEV (Search Engine Visibility)

- Se hará publicidad en la redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.
 - Se pagará publicidad en Facebook: Se vio en la investigación cuantitativa que la red más utilizada es el Facebook, por lo que se decidió tomar esta medida como estrategia de implementación.

Al ser una página web, el medio que se tomará más en cuenta para la promoción de la misma será el de digital, a través de las redes sociales.

- Invitación de prensa: se invitarán a distintos periodistas y medios de comunicación tanto nacionales como internacionales, para que realicen notas de prensa, con la finalidad de que publiquen en los medios donde ellos trabajan.

- Lanzamiento de la página: a inicios del año 2016 se llevará a cabo el lanzamiento oficial de la página Cojimíestravel.com. Se invitará a todos los propietarios o gerentes de los diferentes establecimientos de Cojimíes, a los “Gad”, Municipios y Ministerios principales de la zona, a medios de comunicación y personas de interés, para que conozcan del producto.

- El blog que se encuentra en la página web, ya que los comentarios de las experiencias y sugerencias de los usuarios permitirán saber de primera mano las facilidades que Cojimíestravel.com les a brindado el momento de la planificación de su viaje.
- Se trabajará conjuntamente con el GAD de Cojimíes, el Gad de Pedernales y el Ministerio de Turismo de Manabí, para contar con su auspicio y el apoyo de las distintas instituciones públicas.
- La página web tendrá una base de datos. El turista el momento de realizar la reserva deberá registrar su correo electrónico, y el mismo será recopilado para la base de datos, donde posteriormente se enviará publicidad y promociones del destino.
- Se hará publicidad en destacadas revistas turísticas nacionales como extranjeras. Revistas nacionales como: La revista TransPort, Revista Ecuador Infinito, Ecuador Costa Aventura, Ecuador Turístico, Destino Ecuador, entre otros.

El público objetivo es el internacional, ya que el destino tiene metas de obtener turista extranjeros, es por esto que el nombre de la página se lo puso en inglés.

Más adelante, se tratará de trabajar conjuntamente con la campaña “All you need is Ecuador”, y pertenecer a la página web allyouneedisecuador.travel, para la mejor promoción de Cojimíestravel.com.

5.2 VIABILIDAD DEL PROYECTO

Para cubrir la inversión inicial y ver la rentabilidad del proyecto se hará una proyección de 3 años o más, iniciando en el año 2016, en los diferentes escenarios:

ESCENARIO OPTIMISTA

Tabla 100. Ingresos y Egresos Año 2016 (escenario optimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2016	
INVERSIÓN	7216 \$
INGRESOS	15120 \$
EGRESOS	8398 \$
TOTAL	- 494 \$

La página fue creada en el año 2015, pero va a estar abierta al público en el año 2016, es por esto que en el presupuesto de inversión y los egresos anuales cuentan con varios gastos similares.

Como se contextualiza en la última tabla, la inversión no se recupera en el primer año, por lo que se recuperará el segundo año como indica la siguiente tabla:

Tabla 101. Ingresos y Egresos Año 2017 (escenario optimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2017	
INGRESOS	15120 \$
EGRESOS	8398 \$
INVERSIÓN AÑO 2015	494 \$
TOTAL	6228 \$

Tabla 102. Ingresos y Egreso Año 2018 (escenario optimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2018	
INGRESOS	15120 \$
EGRESOS	8398 \$
TOTAL	6722 \$

A continuación se puede observar la utilidad neta de los 3 años:

Tabla 103. Utilidad Neta (escenario optimista)

UTILIDAD NETA	
Año 2016	- 494 \$
Año 2017	6228 \$
Año 2018	6722 \$

ESCENARIO REALISTA

Tabla 104. Ingresos y Egresos Año 2016 (escenario realista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2016	
INVERSIÓN	7216 \$
INGRESOS	9660 \$
EGRESOS	5892 \$
TOTAL	- 3448 \$

La página fue creada en el año 2015, pero va a estar abierta al público en el año 2016, es por esto que en el presupuesto de inversión y los egresos anuales cuentan con varios gastos similares.

Como se contextualiza en la última tabla, la inversión no se recupera en el primer año, por lo que se recuperará el segundo año como indica la siguiente tabla:

Tabla 105. Ingresos y Egresos Año 2017 (escenario realista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2017	
INGRESOS	9660 \$
EGRESOS	5892 \$
INVERSIÓN AÑO 2015	3448 \$
TOTAL	320 \$

Tabla 106. Ingresos y Egreso Año 2018 (escenario realista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2018	
INGRESOS	9660 \$
EGRESOS	5448 \$
TOTAL	4212 \$

A continuación se puede observar la utilidad neta de los 3 años:

Tabla 107. Utilidad Neta (escenario realista)

UTILIDAD NETA	
Año 2016	- 3448 \$
Año 2017	320 \$
Año 2018	4212 \$

ESECENARIO PESIMISTA

Tabla 108. Ingresos y Egresos Año 2016 (escenario pesimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2016	
INVERSIÓN	7216 \$
INGRESOS	5640 \$
EGRESOS	4026 \$
TOTAL	- 5602 \$

La página fue creada en el año 2015, pero va a estar abierta al público en el año 2016, es por esto que en el presupuesto de inversión y los egresos anuales cuentan con varios gastos similares.

Como se contextualiza en la última tabla, la inversión no se recupera en el primer año, por lo que se recuperará los años siguientes como indican las siguientes tablas:

Tabla 109. Ingresos y Egresos Año 2017 (escenario pesimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2017	
INGRESOS	5640 \$
EGRESOS	4026 \$
INVERSIÓN AÑO 2015	5602 \$
TOTAL	- 3988 \$

Tabla 110. Ingresos y Egreso Año 2018 (escenario pesimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2018	
INGRESOS	5640 \$
EGRESOS	4026 \$
INVERSIÓN AÑO 2015	3988 \$
TOTAL	- 2374 \$

Tabla 111. Ingresos y Egreso Año 2019 (escenario pesimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2019	
INGRESOS	5640 \$
EGRESOS	4026 \$
INVERSIÓN AÑO 2015	2374 \$
TOTAL	- 761 \$

Tabla 112. Ingresos y Egreso Año 2020 (escenario pesimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2020	
INGRESOS	5640 \$
EGRESOS	4026 \$
INVERSIÓN AÑO 2015	- 761 \$
TOTAL	853 \$

Tabla 113. Ingresos y Egreso Año 2021 (escenario pesimista)

INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2021	
INGRESOS	5640 \$
EGRESOS	4026 \$
TOTAL	1614\$

En el escenario pesimista el presupuesto de inversión toma cuatro años en ser recuperado.

A continuación se puede observar la utilidad neta de los 7 años:

Tabla 114. Utilidad Neta (escenario pesimista)

UTILIDAD NETA	
Año 2016	- 5602 \$
Año 2017	- 3988 \$
Año 2018	- 2374 \$
Año 2019	- 761 \$
Año 2020	853 \$
Año 2021	1614\$

5.3 VISIÓN A FUTURO

Toda empresa siempre tiene planes a futuro para brindar más opciones al turista y tener mayor rentabilidad. Cojimíestravel.com tiene los siguientes planes a futuro:

Agroturismo: Como se vio en el capítulo II, Cojimíes y sus alrededores cuentan con una amplia variedad de corredores productivos relacionados con la industria agrícola, se debe a esto, la iniciativa de emplear el agroturismo en la zona una vez que la propuesta inicial se encuentre estabilizada. De esta manera el turista puede experimentar experiencias diferentes como es el mundo rural.

Paquetes turísticos: En el futuro se ofrecerán paquetes turístico, en los cuales incluyan alojamiento, alimentación y atracciones turísticas, para mayor comodidad del mismo.

Venta de terrenos: Cojimíes al ser un destino en desarrollo tiene terrenos en venta. Por lo que se considera importante incluir en la página web la venta de terrenos, y así ganar comisiones por una venta realizada a través de la página web.

Aplicación móvil: cuando la empresa este económicamente más estable, se invertirá en una aplicación móvil para la mayor comodidad de los clientes.

Se venderán espacios publicitarios en la página para tener otro apoyo de ingreso económico.

5.4 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento se va a realizar con cada hotel, restaurante u operador que participe en la página web periódicamente.

Una vez al mes el encargo de la página web va a tener reuniones con cada instalación que tenga el servicio para actualizar información y realizar el seguimiento del servicio dado.

El seguimiento se basará en dos puntos: en las reservas que se realicen a través de la misma, y en la satisfacción de los clientes. Es importante conocer cuántas reservas se realizan mediante la página web para que los clientes de Cojimíestravel.com sientan que el valor por el que están pagando es remunerado, y también para llevar un control de las facilidades que la página ofrece. Por otro lado, conocer la satisfacción de los clientes es importante para conocer en que es lo que se podría mejorar e incluso obtener aportes novedoso para el crecimiento de la página.

Los clientes de la página van a tener la opción de cambiar, agregar o actualizar la información de su negocio las veces que sean necesarias, se tendrán que comunicar con la administración de la página web para solicitar el cambio.

Para la evaluación se van a realizar encuestas cada 6 meses a los clientes de Cojimíestravel.com para conocer la satisfacción del servicio adquirido, además se va a conversar directamente con los dueños para ver en que se puede mejorar, recibir críticas constructivas y de esta manera brindarles un mejor servicio. También se va a evaluar el sitio web a través de preguntas digitales, el momento que el usuario se encuentre utilizando la página web va a aparecer en la pantalla una pregunta que el usuario debe responder para evaluar la

satisfacción y si fue una facilidad para el interesado, de esta manera se va a conocer si el sitio web esta cumplimiento los objetivos del negocio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La investigación tuvo una estructura metodológica que permitió que la creación y diseño de la página web tenga un proceso de desarrollo con elementos teóricos y técnicos, que dan como resultado una propuesta sólida que aportará a la diversificación de la oferta de turismo en la parroquia de Cojimíes.

El medio digital en los últimos años ha tenido una influencia exitosa sobre los consumidores, ya que ha facilitado la búsqueda de información y la obtención de bienes y servicios, así como ha permitido conocer de nuevos destinos.

Se pudo observar en el análisis de la parroquia de Cojimíes, que la zona es rica en paisajes y además, que cuenta con la infraestructura adecuada para la consolidación de la página web, justificando que esta actividad podrá brindar un alto impacto al entorno turístico de la zona.

La página web Cojimíestravel.com, permitirá fortalecer la economía de la parroquia en el sector turístico, ya que normalmente se ha desarrollado económicamente en el turismo, la agricultura y la pesca, siendo los tres sectores que han sobresalido y se han convertido en los más importantes para activar la economía en la zona.

Cojimíes es una parroquia que articula una amplia variedad de hoteles, gastronomía y ocio para el turista, que aunque ya son visitados no contaban con información certera o necesaria que permitan al turista obtener información suficiente para acudir al destino. La página web “Cojimíestravel.com” conseguirá potenciar la riqueza de la zona como un destino digno de ser visitado, ofreciendo todos los servicios y productos que existen, así como todo lo necesario para planificar un viaje hacia el destino.

La página web está dirigida a turistas nacionales e internacionales, por lo que el público objetivo es de carácter internacional. Cojimíestravel.com podrá ser

visualizada en varios idiomas para que este abierta a todo público que desee utilizar la misma.

Como parte del estudio, se realizaron investigaciones cuantitativas y cualitativas, obteniendo resultados positivos para la implementación de la página web como una herramienta novedosa, fácil y eficiente para la promoción de Cojimíes.

Así mismo, se mencionó en que uno de los mayores retos de la parroquia de Cojimíes es contar con servicios básicos de calidad, con el fin de satisfacer a las necesidades básicas de los turistas y de los habitantes de la parroquia.

Por otro lado, la dificultad de encontrar o manejar estadísticas oficiales sobre destinos pocos desarrollados en el Ecuador, puede dificultar el emprendimiento de nuevos negocios turísticos que necesiten partir de datos reales, para calcular cifras importantes como la demanda o la acogida que va a tener un producto o servicio turístico.

La propuesta del presente proyecto es sostenible, ya que la inversión es recuperada dentro de los primeros años. Además, de contar con la participación de los diferentes establecimientos turísticos y el apoyo de los distintos gobiernos parroquiales o municipales.

RECOMENDACIONES

- El ecosistema es un punto favorable para la visita de los turistas, sin embargo es necesario tener una buena gestión de aseo, para mantener en buena condición los recursos que serán utilizados por los turistas.
- Es necesario que la información turística del destino sea actualizada constantemente, para que la información en la página web sea certera.
- Es necesario que exista más apoyo de instituciones públicas del sector turístico, para que la parroquia puede tener un mejor desarrollo.
- Capacitar a los establecimiento turísticos de Cojimíes, para la correcta difusión y utilización de la página web.
- Ejecutar un plan de acción que permita mejorar el transporte público, especialmente desde las ciudades principales del país hacia Cojimíes.
- Elaborar estrategias de promoción sobre la página web de carácter internacional.
- Realizar alianzas estratégicas con operadores turísticos importantes del país, para la mejor difusión de Cojimíestravel.com.
- Fortalecer el sistema nacional y municipal de estadísticas del sector turístico.
- Gestionar la calidad en los servicios básicos, como agua potable y alcantarillado, del destino de manera urgente.
- La página web debe posicionarse en las primeras posiciones dentro de los motores de búsqueda en el internet.

REFERENCIAS

- Arias, A. (2014). *Marketing Digital y SEO en Google*. Estados Unidos.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Editorial Pearson.
- BirdLife International. (2015). *Important Bird Areas factsheet: Bosque Protector Cerro Pata de Pájaro*. Recuperado el 26 de Julio del 2015, de <http://www.birdlife.org>
- CCM Benchmark group. (s.f.). *CMS (sistema de gestión de contenido)*. Recuperado el 11 de septiembre del 2015.
- Consulmartinez S.A.. (2011). *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cojimíes del cantón Pedernales*. Ecuador: Consulmartinez S.A..
- Departamento de Matemáticas, UDLA. (2014). *Fórmula para el tamaño de muestra*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- EcosTravel. (2015). *Playa de Mompiche*. Recuperado el 31 de Agosto del 2015), de <http://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/esmeraldas/mompiche.php>
- Ecuador Beaches. (2015). *Isla de Portete*. Recuperado el 25 de Julio del 2015, de <http://ecuadorbeaches.org/es/beaches/esmeraldas-beaches/isla-portete/>
- Escobar, A. (2011). *Marketing turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Federación Española de Municipios y Provincias. (2013). *Modelos de Gestión Turística Local*. España: Editorial Federación Española de Municipios y Provincias.
- Femenía, O. (2010). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. España: Editorial B – Olga Femenía Millet.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Cojimíes. (2014). Recuperado el 30 de Agosto del 2015, de <http://gadcojimies.gob.ec/manabi/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Jama. (2015). Recuperado el 30 de Agosto del 2015, de <http://www.jama.gob.ec>

- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Pedernales. (2015). Recuperado el 30 de Agosto del 2015, de <http://www.pedernales.gob.ec>
- Gobierno Municipal de Pedernales. (2015). Flujo Turístico del Sistema Hotelero de Pedernales. Ecuador: Gobierno Municipal de Pedernales.
- IndexMundi. (2015). *Ecuador Producto Interno Bruto (PIB)*. Recuperado el 10 de Septiembre del 2015, de [http://www.indexmundi.com/es/ecuador/producto_interno_bruto_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/ecuador/producto_interno_bruto_(pib).html)
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Editorial Pearson Educación.
- Lambin, J. (2009). *Dirección de marketing, Gestión estratégica y operativa del mercado*. México D.F.: Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V..
- La Revista. (2015). *Descubriendo Júpiter*. Recuperado el 24 de Julio, de <http://www.larevista.ec/viajes/viajemos/descubriendo-jupiter>
- Marketing Publishing. (2007). *El marketing mix: concepto, estrategia y aplicaciones*. España: Editorial Díaz Santos.
- Mendes, G. M., Biz, A. A., & Gándara, J. M. G. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(1), 102+. Recuperado el 10 de diciembre del 2014, de http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA340423210&v=2.1&u=ume_cons&it=r&p=GPS&sw=w&asid=6f75eab54c97ff963895235b12fee29
- Ministerio de Turismo. (2015). *Inicia en Ecuador la Temporada de avistamiento de ballenas jorobadas*. Recuperado el 26 de Julio del 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/inicia-en-ecuador-la-temporada-de-avistamiento-de-ballenas-jorobadas/>
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Reserva Ecológica Mache-Chindul*. Recuperado el 11 de Agosto del 2015, de

<http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-protegidas/reserva-ecologica-mache-chindul>

- Ministerio del Ambiente. (2015). *Reserva Ecológica Mache-Chindul*. Recuperado el 25 de Julio del 2015, de <http://www.ambiente.gob.ec/reserva-ecologica-mache-chindul/>
- Neri, F. (2013). Jerarquía de las necesidades humanas o pirámide de Malow en Marketing. En *Branding, Casos de estudio, Marketing*. Recuperado el 10 de Noviembre del 2014, de <http://felipenerimkt.com/2013/07/08/jerarquia-de-las-necesidades-humanas-o-piramide-de-maslow-en-marketing>
- Nielsen, J. (1999). *Designing Web Usability*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- Nilsen, J. (2013). *Usabilidad en Dispositivos Móviles*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- Olmos, L. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Editorial Ediciones Paraninfo, SA.
- Smartbiz. (s.f.). *Que es Hosting*. Recuperado el 10 de septiembre del 2015, de <http://smartbiz.ec/preguntas-frecuentes/40-que-es-hosting>
- SurveyMonkey. (2014). *Explicación sobre la escala Likert*. Recuperado el 11 de Diciembre del 2014, de <https://es.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>
- Viajando X. (2014). *Playa de Cojimíes*. Recuperado el 25 de Julio del 2015, de <http://www.viajandox.com/manabi/playa-cojimies-pedernales.htm>
- Viajando X. (2014). *Isla del Amor*. Recuperado el 25 de Julio del 2015, de <http://www.viajandox.com/manabi/playa-cojimies-pedernales.htm>
- Vignati, F. (2009). *Gestión de Destinos Turísticos: Cómo atraer personas a polos, ciudades y países*. México: Editorial Trillas.
- WebGdl. (2015). *¿Qué es un Dominio?*. Recuperado el 10 de Septiembre del 2015, de <http://web-gdl.com/servicios/dominios/que-es-un-dominio/>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta



ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN AL TURISTA SOBRE LA PARROQUIA DE COJIMÍES

Edad: _____

Género: M F

Ciudad de origen: _____

Ocupación: _____

1. ¿Es la primera vez que visita Cojimíes?

Sí No

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

1 2 3 4 5 Más

Instrucciones: En las siguientes preguntas se va a pedir que valore de forma general algunos aspectos sobre el turismo y la publicidad del destino, en una escala del 1 al 5, donde:

- 1 Totalmente desacuerdo
- 2 Desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

3. ¿Considera que Cojimíes es un destino turístico atractivo para promocionarlo más?

1 2 3 4 5

4. ¿La implementación de una página web turística para la promoción de Cojimíes, aportaría para que los turistas conozcan del destino y acudan a visitarlo?

1 2 3 4 5

5. ¿Considera que las vías de accesibilidad a Cojimíes son buenas?

1 2 3 4 5

6. ¿Los establecimientos como hoteles, restaurantes y otros, que se pueden encontrar en Cojimíes ofrecen un buen servicio?

1 2 3 4 5

7. ¿Se puede encontrar en Cojimíes variedad de hoteles, restaurantes y agencias de entretenimiento para el turista?

1 2 3 4 5

Instrucciones: seleccione solamente una de las alternativas presentadas a continuación:

8. ¿Cómo se enteró del destino?

Televisión Periódico Página web
Amigos Otros

9. ¿Que considera que le hace falta a Cojimíes para obtener más turistas?

Más publicidad Más hoteles Calidad en los servicios
Entretenimiento para el turista

10. ¿Cómo planificó el viaje?

A través del Internet Vía telefónica
Acudió directamente al destino Otro

11. ¿Qué tipo de tecnología usa?

Teléfono inteligente Computadora
Tablet Otro

12. ¿Cuál es la red social que más utiliza?

Facebook

Twitter

Instagram

Otro

¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO!

(Abstract)



RESEARCH SURVEY ON TOURIST FROM COJIMIES

Age: _____

Gender: M F

Hometown: _____

Occupation: _____

1. Is this the first time you visit Cojimías?

Yes No

2. How often do you travel to the beach pear year?

1 2 3 4 5 more

Instructions: The following questions will be asked to generally assess some aspects of tourism and destination advertising on a scale of 1 to 5, where:

1 Strongly disagree

2 Disagree

3 Neither agree nor disagree

4 According

5 Strongly agree

3. Do you think Cojimías is an attractive destination to promote it more?

1 2 3 4 5

4. The implementation of a tourism website to promote Cojimías, bring tourists to know the destination and come to visit?

1 2 3 4 5

5. Do you think the roads has good access to Cojimíes?

1 2 3 4 5

6. Establishments such as hotels, restaurants and others that can be found in Cojimíes provide good service?

1 2 3 4 5

7. Can you found in Cojimíes a variety of hotels, restaurants and entertainment agencies for tourists?

1 2 3 4 5

Instructions: choose only one of the alternatives presented below:

8. How did you hear about Cojimíes?

TV Newspaper Web Page

Friends Other

9. What do you think Cojimíes need to have more tourists?

More publicity more hotels Quality services

Entertainment for tourists

10. How do you plan the trip?

Via the Internet by telephone

Went directly to the destination Other

11. What type of technology do you use?

Smartphone Computer

Tablet Other

12. What is the social network you use the most?

Facebook Twitter

Instagram

Other

THANKS FOR YOUR TIME!

Anexo 2. Formato de las entrevistas

Entrevista 1:



ENTREVISTA PÚBLICA

Guión de temas de interés para la entrevista:

1. Datos personales: nombre, apellido.
2. Fecha y lugar de la entrevista.
3. Cargo del entrevistado: ¿desde cuándo lo desempeña?
4. ¿Cuál a sido su gestión para la promoción turística del destino?
5. ¿Cuál es la importancia de promocionar Cojimíes?
6. ¿Cuál es la necesidad actual de recibir más turistas en el destino?
7. ¿Cuáles son los principales factores que impiden a Cojimíes tener una buena publicidad?.
8. ¿Cómo y de que forma a mejorado la promoción turística en los últimos años en Cojimíes?
9. ¿Existen servicios de hospedaje y alimentación adecuados para toda clase de turistas?, ¿Cómo se podría mejorar?
10. ¿Existen servicios básicos para brindar al turista todo el año?
11. ¿Existe colaboración de otras instituciones tanto públicas como privadas para promocionar el destino?, ¿Cuáles?
12. ¿Cuál sería la mejor forma para promocionar el destino?
13. ¿La implementación de la página web sería factible y benefactora para promocionar Cojimíes?
14. ¿De que manera la página web facilitaría la visita del turista al destino, desde su perspectiva?

Entrevista 2:



ENTREVISTA PRIVADA

Guión de temas de interés para la entrevista:

1. Datos personales: nombre, apellido.
2. Fecha y lugar de la entrevista.
3. ¿Cuántos años brinda servicio de hospedaje en Cojimíes?
4. ¿Por qué eligió Cojimíes para asentar su negocio?
5. ¿Cómo se ha visto el crecimiento hotelero y turístico?
6. ¿Cómo le ve hoy en día al destino, se podría potenciar más?
7. ¿Cómo encuentra a la competencia en el destino?
8. ¿En qué época acuden más los turistas?
9. ¿De dónde provienen la mayoría de sus clientes?
10. ¿Cómo se promociona actualmente su hotel?
11. ¿Cuál es su necesidad de recibir más clientes?
12. ¿Estaría interesada en la implementación de la página web para la promoción del destino?
13. ¿En qué y cómo le beneficiaría?.
14. ¿Estaría dispuesta a pagar un valor razonable para la promoción de su negocio en la mencionada página web?

Entrevista 3:



ENTREVISTA ACADÉMICA

Guión de temas de interés para la entrevista:

1. Datos personales: nombre, apellido.
2. Fecha y lugar de la entrevista.
3. Cargo del entrevistado: ¿desde cuándo lo desempeña?
4. ¿Cómo describe el marketing de destinos turísticos?
5. ¿Hoy en día, cuál es la herramienta más utilizada para promocionar destinos turísticos?
6. ¿Qué importancia tiene en la actualidad el marketing digital?
7. ¿Cuáles son las principales herramientas que se utilizan en el marketing digital?
8. ¿Qué es lo que atrae a los clientes a utilizar medios electrónicos para conocer de un destino?
9. ¿Considera que las páginas web promocionan adecuadamente un destino?
10. ¿Qué debería tener una página web para promocionar de forma adecuada un destino turístico?
11. ¿Cuál es la principal facilidad que se ofrece al turista a través del marketing digital?
12. ¿La implementación de una página web sería factible y beneficiosa para promocionar un destino como Cojimíes?
13. ¿De qué manera la página web facilitaría la visita del turista a un destino, desde su perspectiva?
14. ¿Cómo se podría promocionar una página web para que sea utilizada?

Anexo 3. Transcripción de las entrevistas

Entrevista 1:

Sr. Felipe Gallardo, Presidente de la Junta Parroquial de Cojimíes.

¿Desde cuándo desempeña el cargo de Presidente de Junta Parroquial?

Desempeño el trabajo de Presidente de la Junta Parroquial desde el año 2014 en el mes de mayo, tenemos 1 año de administración a cargo de la gestión dura para sacar adelante la parroquia.

¿En este años como se a sentido usted a cargo de la Junta Parroquial?

Por las necesidades que tiene la parroquia de Cojimíes es un trabajo muy fuerte, son muchos sueños que tenemos por cumplir, es muy lamentable la situación de Cojimíes, nosotros esperamos unir fuerzas con el municipio que es una de las entidades que tenemos que tener como aliados, son muchas las competencias que tienen y estando tan cerca a nuestra parroquia, nosotros no contamos con agua potable, muy lamentable, contamos con agua entubada, es una competencia del municipio que ya les estamos haciendo las observaciones necesarias para que ellos intervengan con recursos, porque es un servicio básico que no lo tenemos, alcantarillado lamentablemente tampoco tenemos y es una competencia municipal que también hemos hecho las peticiones necesarias e inclusive en este año se ha dejado un rubro contemplado en el POA, pero lamentablemente es muy poco la inversión que esta haciendo el municipio con nuestra parroquia porque vamos a intervenir solamente con el estudio y tal vez ese recurso no alcanza ni para hacer el estudio de alcantarillado y tenemos más cosas que las vamos hacer poco a poco porque son muchas necesidades que tenemos.

¿Cómo ha apoyado el Gobierno Nacional?

El gobierno nacional esta haciendo un aporte muy enorme hacia esta parroquia, tenemos acá un UPS que no lo teníamos anteriormente, tenemos un CBB que acoge la cantidad de 100 niños y es un aporte muy grandes para las

amas de casa porque pueden tener un trabajo adicional, tenemos un subcentro de salud tipo B el cual esta pronto de inaugurarse el mes de Julio y esperamos contar con muchos más aportes, en la parte alta se esta haciendo una unidad del milenio que va a albergar muchísimos niños donde van a realizar sus estudios básicos y es un aporte enorme a la educación, un subcentro tipo C en la comunidad de arriba que es un aporte grandísimo que hace la revolución ciudadana a la parroquia de Cojimíes.

¿Cuál a sido su principal gestión para la promoción turística del destino?

El evento más fuerte, el que se realiza con mayor realce en la parroquia es evento del festival de la corvina, es el mayor evento que tiene la parroquia de Cojimíes, es un evento internacional, donde vienen concursantes de diferentes países, el año anterior tuvimos 34 personas que se inscribieron de otros países como Perú, Venezuela, también asistió gente de la sierra de Quito, pero es un evento donde tiene mucho realce la parroquia de Cojimíes, es uno de los eventos más importantes para activar la economía, otro evento con relace es el festival del Coco, y seguir adelante con la realización de estos eventos y aportar con la creación de nuevas programaciones, el año anterior por primera vez se hizo en moto encuentro en agosto, este año también se va a realizar, hay personas que vienen de otros países con sus motos, ya se están preparando para este evento, y poco a poco la gente esta apostando a Cojimíes para realizar estas programaciones.

¿Para usted cual es la importancia de promocionar Cojimíes más?

La importancia para atraer más turistas es activar la economía , es importante siempre que se realizan estos eventos, se activa la economía de la parroquia, nosotros somos 100% turismo por el estuario, pero también queremos ver otra manera, otro ingreso porque no solo del turismo podemos vivir, es así como estamos apostando a otra forma de ingresos, nosotros como GAD parroquial otro proyecto productivo, que es la crianza del pollo criollo ya que es beneficioso para la comunidad, queremos implementar la crianza del cerdo y ver poco a poco ver otra forma de producir.

¿Cuáles son los principales factores que impiden a Cojimíes recibir una cierta cantidad de turistas?

Pienso que los turistas tienen baja deficiencia, a pesar de que en carnaval, en el festival de la corvina, en el festival del coco, los turistas vienen bastante, pero si tenemos observaciones como los servicios básicos que no contamos, tenemos una agua de pésima calidad, es lamentable decirle a usted eso pero no hay agua potable, algunos hoteles tienen la opción de traer tanqueros de agua de Pedernales, y todo esto encárese la estadía en un hotel por la falta de servicios básicos, también se sufre mucho de inundaciones por falta de alcantarillado.

¿Cómo y de que forma a mejorado en los últimos años la promoción turística en Cojimíes?

Cada vez notamos el error de que no se hacia una buena difusión en los eventos, empezamos hacer una difusión por medios electrónicos como el Facebook, hay más aporte, también hemos salido a gestionar a través de pilsener, bhrama, tía, mucha gente quiere promocionar Cojimíes, porque es muy importante para que se active la economía de esta parroquia.

¿Existen servicios de hospedaje y alimentación adecuados para toda clase de turistas?

Hay para todo gusto, hay registrados en Pedernales porque es el cantón que lleva el registro, hay 34 hoteles registrados, están algunos con buenos servicios otros con medios servicios, pienso que hay para todo gusto, tenemos una nueva creación que se ha hecho en Cojimíes, un hotel muy lindo en el que apuestan mucho los turistas extranjeros que es el hotel Bocana de Quiximies es muy hermoso, una inversión muy fuerte que hicieron personas extranjeras y nacionales, es uno de los mejores, y se hace esta inversión porque ven a Cojimíes como uno de los puntos más fuerte que tiene la provincia de Manabí.

¿Existe colaboración de otras instituciones tanto públicas como privadas para promocionar el destino?

Poco es el apoyo que tenemos del ministerio de turismo, no tenemos ese aporte, tal vez nos hace falta un poco de gestión para llegar allá, son pocas las salidas que tenemos a la ciudad de Quito, lo hicimos en la prefectura, hicimos a través del departamento de turismo del municipio, pero sabemos que con un poco más de gestión lograremos promocionar más lo que es Cojimíes.

¿Para usted cual es la mejor forma de promocionar el destino?

Para promocionar a Cojimíes la mejor forma sería contar con servicios básicos, contar con mejor infraestructura, la gente que da el servicio de alimentación solicito un malecón el cual le hemos solicitado al municipio, y ya existe un rubro para mejorar las cabañas, este año esperamos que ya se ejecute con el presupuesto que se a dejado, hay espacios que tienen q ser mejorados y ahora nos queda trabajar muchísimo con el municipio.

¿Cree que la implementación de la página web sería factible y benefactora para Cojimíes, para promocionarlo más?

Sería importantísimo, nos da una salida más a buscar la difusión de nuestra parroquia, tener una página web solo para Cojimíes seria importante, para promocionar en algunos lugares que nosotros nos podemos llegar, es una gran posibilidad para atraer más turistas.

¿Usted piensa que el GAD de Cojimíes brindaría apoyo la página web?

Sí, todo el espacio del GAD parroquial estaría disponible para brindarles cualquier tipo de información y apoyar a la Página web.

Entrevista 2:

Sra. Valentina Álvarez, Gerente del Hotel Coco Solo.

¿Cuántos años brinda servicio de hospedaje en Cojimíes?

El hotel se abrió en el año de 1982, es decir tiene 33 años como hotel siendo uno de los hoteles con más antigüedad de la zona, desde entonces el hotel trabaja de manera familiar, hemos visto crecer al pueblo de Cojimíes desde casi su nacer, hemos tenido clientes de muchas partes del mundo que se quedan enamorados de la playa y siempre regresan, incluso algunos años después, el hotel al ser tan antiguo es un poco duro en lo que se puede decir de mantenimiento, hemos tenido que hacer algunas remodelaciones y mejoras para que el cliente se sienta más cómodo.

¿Por qué eligió Cojimíes para asentar su negocio?

Se hizo en Cojimíes debido a que la familia tenía tierras aquí, ese fue la principal razón, pero más allá de eso porque desde un principio vieron el potencial que tenía esta playa al ser virgen y tener un paisaje casi extranjero, de ahí nació la idea de crear un negocio en un lugar donde en ese entonces no había casi nada.

¿Cómo se ha visto el crecimiento hotelero y turístico?

A partir de la construcción del carretero ha existido mucho crecimiento, antes como la ruta no era tan buena no habían empresarios que busquen formar negocios en Cojimíes, una vez que el carretero fue construido muchas personas pusieron los ojos en Cojimíes justamente por lo que no existía una amplia competencia aquí, pero a partir de eso el crecimiento hotelero se ha desarrollado de una manera muy grande, ahora se encuentra hoteles para todo tipo de gustos y también de clase social.

¿Cómo le ve hoy en día al destino, se podría potenciar más?

Yo pienso que Cojimíes es un destino totalmente propicio para potenciarlo más al desarrollo turístico, cuenta con varias atracciones que se puede ofrecer al

turista, además de que el destino es un lugar relajante e ideal para alejarse de lo cotidiano y tomar un descanso, sin embargo pienso que aun hay mucho por hacer, desde más servicios básicos, hasta un poco más de opciones de ocio.

¿Cómo encuentra a la competencia en el destino?

Existe bastante competencia para ser un destino tan pequeño, también se podría decir que depende del target del turista más, digo esto porque existen bastantes hoteles o hostales baratos que son los que se generan mas competencia entre sí y con nosotros también, a veces el turista al ser un destino no tan desarrollado en servicios básicos se va por lo más barato para no gastar tanto.

¿En que época acuden más los turistas?

La temporada más larga de trabajo para nosotros es la temporada de vacaciones de la sierra, es donde tenemos más clientes, sin quitar los feriados de carnaval y año nuevo.

¿De dónde provienen la mayoría de sus clientes?

Al ser nuestra temporada de trabajo más larga la sierra, los turistas que más nos visitan provienen de lo antes mencionado, la hostería al tener ya bastante años es bien conocida por los serranos por la cercanía de la playa, sin embargo también tenemos la presencia de turistas internacionales, más europeos.

¿Cómo se promociona actualmente su hotel?

Nuestro negocio desde su inicio se a promocionado por la publicidad boca a boca, y hasta ahora lo sigue haciendo así, cuando llegan clientes acá siempre nos mencionan que fueron recomendados por alguien, y eso es bueno para nosotros ya que sabemos que los clientes quedan contentos, pero de manera profesional nos promocionamos en la revista TransPort que es una revista tipo guía turística entre las más conocidas en el Ecuador, también contamos con una página web del hotel que sería por medio digital.

¿Cuál es su necesidad de recibir más clientes?

Toda la industria hotelera de Cojimíes necesita un turismo más estable, ya que prácticamente nosotros tenemos bastante movimiento 6 meses y de ahí es tiempo muerto, incluso algunas hosterías llegan a cerrar por esa temporada ya que recibir pocos turistas no les da lo suficiente para lo que sería mantener el hotel.

¿Estaría interesada en la implementación de la página web para la promoción del destino?

Por supuesto que si, siempre es bueno tener más opciones de promocionar el destino ya que eso es un beneficio para nosotros, creemos que Cojimíes es un destino que es poco promocionado nacional como internacionalmente, nosotros como hoteleros a veces se nos hace muy difícil promocionar más que nuestro propio negocio, pero creo que Cojimíes siendo el destino que es y el encanto que tiene sobre los turistas tendría bastante acogida dentro de cualquier promoción que se haga sobre el destino.

¿En qué y cómo le beneficiaría?

Principalmente en atraer más turistas para acá, cuando se trae turistas para Cojimíes nos ayuda en que ellos nos buscan para hospedarse aquí, así generan ingresos a nosotros como empresas turísticas.

¿Estaría dispuesta a pagar un valor razonable para la promoción de su negocio en la mencionada página web?

Yo creo que si, ya que nosotros a través del internet solo contamos con nuestra propia página web, pero que brinda información básica, sí es la página adecuada y como usted lo menciona, si estaríamos interesados en participar ella principalmente para que el turista en el momento que vea la página para planificar su viaje hacia acá nos escoja y sepa de nuestro hotel.

Entrevista 3:

Sra. Norma Bock, Docente de la UDLA.

Cargo del entrevistado: ¿desde cuándo lo desempeña y de que se trata?

Yo en la UDLA e vuelto a ser residente como se puede decir, volver a dar clases del tema de promoción turística y relaciones públicas, y en Quito Turismo regrese para hacer todo el área de manejo de la ciudad para hacer eventos internaciones, que se lo conoce como meeting industrie que son todos los congresos, eventos, ferias y convenciones, entonces soy encargada de traer todo eso acá y promocionar la ciudad solo para ese segmento.

¿Cómo describe el marketing de destinos turísticos?

El marketing de destinos turísticos, lo que yo describo es la manera en que una ciudad o un país se promociona tanto a nivel nacional o internacional para atraer más turistas, esto normalmente es manejado o liderado por las empresas metropolitanas públicas que existen como Quito Turismo, sin embargo las DMO's que viene a ser lo que es Quito Turismo, que significa destination manager organization, ya deben manejar directamente la promoción y marketing, es decir de que involucrar a todos los actores y que todos vayan a la promoción de un destino.

¿Hoy en día, cuál es la herramienta más utilizada para promocionar destinos turísticos?

Hay varias acciones de mercadeo, digamos en el tema de promoción turística tienes tres públicos objetivos, los periodistas que son la prensa, el trail que vendría a ser la industria turística, y luego el consumidor que somos nosotros los turistas, entonces dentro de cada uno de esos tienes varias acciones o herramientas de mercadeo, solo como un ejemplo están los periodistas para prensa, que hay viajes de prensa que los invitas acá para que levanten información, para en el trail haces ferias internacionales, viajas, y como consumidor tienes el tema de publicidad en revistas y todo, y internamente ya están empezando a hacer el tema en vez de traer un periodista de prensa, te

traen un blogero entonces es un tema más digital, en el tema de consumidor esta tripadvisor, airbnb, digamos ellos mismos te ayudan a promocionar los destinos, en airbnb tienes una casa espectacular y solo por la casa vas y ya estas promocionando un destino, y el tema de las ferias están existiendo nuevas tecnologías para el tema de vender online en ese momento los tours como booking.

¿Qué importancia tiene en la actualidad el marketing digital?

Bastantisima, mucha importancia ósea es algo que se esta moviendo mucho en el tema no solamente de turismo sino todas las industrias, hoy por hoy tenemos, te cuento hay un emprendimiento súper grande de aquí del Ecuador con el tema de marketing digital y de venta digital para turismo y a nivel internacional eso ya es un boom, ósea la gente ya se esta moviendo y sobretodo por la nueva generación que viene, que son los milenium, que son ustedes si no me equivoco, es la población más grande y ustedes exigen cambios en todos los aspectos y entre esos es justamente la venta o la promoción de un destino de una manera diferente, ustedes ya lo pueden chequear desde el celular, puedes hacer un booking sagaz, los antiguos van a una agencia de viajes.

¿Cuáles son las principales herramientas que se utilizan en el marketing digital?

Es la promoción y la información en ese momento, a tiempo real, eso es lo más importante, esas son las facilidades y a veces puedes tener una que otra desventaja, no todo el mundo es muy ético y a veces te pueden subir fotos de cosas espectaculares y cuando tu llegas no es verdad, entonces eso tampoco es muy ético, hay que pensarlo bien.

¿Qué es lo que atrae a los clientes a utilizar medios electrónicos para conocer de un destino?

Yo creo el hecho de que si hablamos de un blog es saber la opinión de las otras personas que han venido, ósea yo te puedo decir Quito es hermoso, pero

si viene un gringo y me dice Quito es hermoso va a ser mucho mejor que lo diga el, a que un Ecuatoriano te lo diga, entonces yo creo que es mucho más fácil en un medio digital.

¿Considera que las páginas web promocionan adecuadamente un destino?

Sí, pero en este caso para promocionar bien tienes que hacer que la página web vaya dirigida al perfil del consumidor o al perfil de prensa o al del trail, solamente si tu vez ahora en la página web de Quito Turismo vas a tener una parte que dice prensa, entonces dentro de eso se suben todos los boletines o todo lo que ha dicho la prensa que nosotros hemos invitado pero también por ejemplo hay otra área que dice inversiones porque nosotros como Quito Turismo que promocionamos la ciudad turísticamente, buscamos inversionistas que traigan hoteles acá, entonces si yo te pongo una página donde dice todo lo bello que puedes hacer en Quito, al inversionista no necesariamente le va a interesar ver eso, entonces el hecho de que tu tengas una página web dividida para los perfiles del público que tienes, va a ser mucho más fácil que se venda la ciudad, te va ayudar en varios aspectos, entonces la páginas es la ventana a tu ciudad, entonces tienes que hacerle súper bien, tienes que hacerle sumamente dinámica, tienes que buscar al público que quieres llegar, en el área mía que es captación de eventos internacionales yo tengo que hacer un área en la que sea solo para los organizadores de eventos internacionales que pueden venir acá hacer eventos, porque eso solamente les interesa si es que tienes hoteles, tienes seguridad, si tienes transporte y tienes espacios para hacer eventos, no más, pero alguien que quiere hacer por ejemplo, observar aves ¿dónde le pondrías tú? Ósea en el caso que tu estés haciendo para Cojimíes, tienes que levantar también un inventario turístico y que es lo chévere que tiene y que es lo que ofrece Cojimíes, y de ahí poner en la página web una pestaña de prensa e invitar a los de prensa para que levanten información promocional.

¿Qué debería tener una página web para promocionar de forma adecuada un destino turístico?

Andrea: Me voy a saltar esta pregunta porque ya me respondió en la anterior.

¿Cuál es la principal facilidad que se ofrece al turista a través del marketing digital?

La información que existe en tiempo real, el tema visual que es mucho más fácil chequear y verlos y además como te digo el hecho de que tengas todo al mismo tiempo, es la facilidad más grande que tienes.

¿La implementación de una página web sería factible y beneficiosa para promocionar un destino como Cojimíes?

Sí, ósea empezarías con algo así, igual hay un montón de cosas atrás que se tienen que hacer para el destino no, porque claro si no tienes las facilidades turísticas igual no sirve, si no tienes ni agua ni luz ósea no te sirve ni nada por el estilo, la página web es una ventana como te digo al destino en donde tiene que ser súper realística y decir esto es Cojimíes, esto tenemos, a donde vas y todo, en el tema de Cojimíes ósea el hecho de que pongas ahí: Donde comer, y pongas la huecas o algo por estilo y paulatinamente tienes que hacer una capacitación a la gente que esta ahí, pero si es importante lo que la gente puede saber como, donde esta ubicado, que se puede hacer, y lo genial sería que se aliñe a la marca turística o a la campaña que tiene ahorita Ecuador que es All You Need is Ecuador, no que se lance sola sino que ponga la marca, que ponga que también forma parte, es un tema ya de comercialización.

¿De qué manera la página web facilitaría la visita del turista a un destino, desde su perspectiva?

Sí, totalmente, yo personalmente me encantaría conocer más de Cojimíes, ósea e ido pero hace años y no e vuelto, pero si te serviría mucho, ahora digamos tu puedes poner en tripAdvisor, en booking.com, en diferentes lugares Cojimíes y te va a salir algo pero no te sale toda la información que es la ciudad la que te tiene que poner, en este caso esta población de Cojimíes, pero sí, si te ayuda muchísimo, también tienes que poner la categoría de los hoteles, mira ahorita se esta moviendo bastante Ecuador en el tema de atraer bodas acá al

Ecuador, Cojimíes debe tener una playa o algo, un hotel que puede hacer una boda, entonces tu puedes generar eso, y no hay mucho un inventario, entonces cada ciudad o cada zona debería levantar su inventario, obviamente ver que más ofrecen y también permitirles que estén dentro de esa plataforma que es la página web para que también se vendan.

¿Cómo se podría promocionar una página web para que sea utilizada?

Para que sea utilizada, a ver en el caso de Cojimíes a mi se me ocurre que primero tiene que ser pensada al ente mayor de turismo que es el Ministerio de Turismo y al resto de ciudades como parte pública, y luego a toda la industria turística, a todos aquellos que son tour operadores que venden productos de viaje y venden el destino tienen que saber que existe esa página, por que ellos a su vez cogen y venden el destino como producto interno solo que el tour operador hace el paquete turístico, sería eso y también darte una rueda de prensa para decir que Cojimíes cuenta con una página web, ósea tendrías que lanzar todo, aparte las redes sociales como Facebook, twitter diciendo que estas ahí, pero avisando a la parte pública y privada.

Anexo 5. Crecimiento de Turistas

Formula 1: (año 2012 – año 2011) x 100 / año 2012

$$(32144 - 27510) \times 100 / 32144 = 14\%$$

Formula 2: (año 2013 – año 2012) x 100 / año 2013

$$(42108 - 32144) \times 100 / 42108 = 24\%$$

Formula 3: (año 2014 – año 2013) x 100 / año 2014

$$(55405 - 42108) \times 100 / 55405 = 24\%$$

Anexo 6. Proyección de la demanda.

Formula 1: (año 2014 x 21%) + año 2014

$$(55405 \times 21\%) + 55405 = 67040$$

Formula 2: (año 2015 x 21%) + año 2015

$$(67040 \times 21\%) + 67040 = 81118$$

Formula 3: (año 2016 x 21%) + año 2016

$$(81118 \times 21\%) + 81118 = 98153$$

Anexo 7. Notas de Prensa

Nota de prensa 1:

Nombre del Artículo: No se pierda Cojimíes, un sitio para pasear o descansar.

Fecha de Publicación: 19 de Junio del 2010.

Extraído del “Diario El Comercio”.

Nota de prensa 2:

Nombre del Artículo: Festival de la Corvina se afianza en Cojimíes.

Fecha de Publicación: 26 de Agosto del 2014.

Extraído de “La gente de Manabí. Revista de Ecuador”.

Nota de prensa 3:

Nombre del Artículo: Realizan octavo festival del coco en Cojimíes.

Fecha de Publicación: 22 de abril del 2011.

Extraído de “El Diario Ecuador”.

Nota de prensa 4:

Nombre del Artículo: Realizarán festival de la corvina el 26 y 27 de este mes en Cojimíes.

Fecha de Publicación: 21 de Agosto del 2011.

Extraído del “El Diario Ecuador”.

Nota de prensa 5:

Nombre del Artículo: 28 libras pesó corvina ganadora en festival.

Fecha de Publicación: 1 de Septiembre del 2011.

Extraído de “El Universo”

ECUADOR (1)

Actualidad · Ecuador

No se pierda Cojimíes, un sitio para pasear o descansar



Redacción Santo Domingo · 19 de June de 2010 00:00

Una piscina natural en medio de una solitaria playa, rodeada de arena blanca, engancha a los turistas. Los pescadores la bautizaron como la Isla del Amor y lo promocionan como destino para vacacionar, descansar, pescar y para divertirse.

La Isla del Amor está frente a las playas de Cojimíes, parroquia de Pedernales (Manabí). Para ir allá, primero hay que llegar a Cojimíes, un poblado de calles arenosas y casas de madera. Su gente es amable.

Este lugar se formó en 1947 y allí viven 12 000 personas. Está en el norte de Manabí.

Arribar al sitio es una travesía de paisajes. Se pasa por Pedernales, a 135 kilómetros desde de Santo Domingo, o a 268 kilómetros desde Quito.

Desde Pedernales a Cojimíes se recorren 35 kilómetros por una vía recién asfaltada. Ya en la playa, la actividad obligatoria es visitar la Isla del Amor. Se toma un bote y en 10 minutos se llega. El destino es un amplio y solitario arenal, donde terminan pequeñas olas. Solo se siente tranquilidad. La isla no está poblada.

Los pescadores de Cojimíes son los guías. Uno de ellos, Amado Baeza, es el presidente de la Asociación de transportistas turísticos. Este gremio tiene 23 integrantes.

Baeza dice que cuando los turistas desembarcan en el sitio, lo

primero que hacen es quedarse descalzos. “A los ecuatorianos y extranjeros les encanta sentir la suave arena blanca en sus pies”.

La experiencia no es completa sino se nada en la alberca junto a los peces. La brisa fresca se siente todo el tiempo.

Pero la aventura continúa. El tour fluvial incluye un paseo por el estuario. En este recorrido se observan los bosques de mangle.

En algunos pequeños islotes de arena se observan bandadas de patos cuervo, garzas y aves migratorias. Al paso de los botes, estas especies emprenden un breve vuelo como para distraer a los navegantes.

Aquí, además, se puede practicar pesca deportiva de corvina y róbalo. Una experiencia adicional es la recolección de conchas y cangrejos, con la ayuda de los guías.

De regreso a las playas de Cojimíes lo ideal es hidratarse con agua de coco helado y para calmar el hambre está la especialidad de la zona: el encocado de corvina, que es un manjar para el paladar del turista.

Lo que debe saber para su viaje

Las especies. En las playas de la zona puede ver cangrejos blancos (foto), gaviotas, pelícanos, garzas, cangrejos, patillos, entre otros. Estos habitan, principalmente, en la zona del estuario y en la Isla del Amor.

Cómo llegar. Hay buses desde Quito a Cojimíes. La cooperativa Alóag sale a las 07:00 y la Kennedy, a las 10:00. El pasaje cuesta USD 7,50. Esta última cooperativa también tiene viajes desde Guayaquil a Cojimíes a las 22:00. Vale USD 10. Desde El Carmen en Manabí (USD 6,50). Desde Pedernales a Cojimíes hay busetas, USD 1.

Hospedaje. La hostería El sueño de Teo es uno de los lugares más tradicionales. Hay cabañas con techo de paja toquilla. El costo por cada una, en época alta, fluctúa entre USD 40 y 60, para ocho y cinco personas, respectivamente. En época baja, el precio es de USD 7 por persona. También hay habitaciones de cemento a USD 30 para cuatro personas. En los hoteles el costo fluctúa entre USD 12 y 15 por persona.

Alimentación. Los restaurantes de la playa ofrecen almuerzos desde USD 2. Los platos a la carta se los encuentra a partir de los USD 4. Además hay familias que preparan comida bajo pedido. Elena Mera es conocida por eso. Ella prepara gallina criolla, encocado de langosta, arroz con camarón, etc.

Otros detalles

Alquiler de botes. El tour en un bote con capacidad para 10 personas cuesta USD 20. El valor no sube si una pareja o una familia desea quedarse en la Isla del Amor. El canoero les deja en este sitio y regresa más tarde, según las instrucciones de los turistas.

La recreación. En Pedernales y su parroquia Cojimíes se promociona el ecoturismo. Se hacen recorridos por los manglares y comunidades que viven de la recolección de la concha y el cangrejo.

La playa. Los cocotales son tradicionales en Cojimíes y de la Isla

Figura 30. Nota de Prensa 1

Tomado de www.elcomercio.com.

Festival de la Corvina se afianza en Cojimíes

Deportes

mar 26 ago 2014

Atrae a concursantes y espectadores de algunas partes del mundo, que celebran con los ganadores en la fiesta de premiación.



Una impresionante cantidad de espectadores de varias partes del mundo tuvo el **XIV Festival de la Corvina y el Robalo**, realizado el 23 de agosto en la Parroquia Cojimíes del Cantón Pedernales, en la provincia ecuatoriana de Manabí.

Este festival, organizado por el Gobierno parroquial de Cojimíes, empezó hace 14 años con una idea de **Jorge Reveli** realizada por **Teodoro Olives** y el progenitor de **Harold Cedeño**, quien ha participado de este evento diseñando y tallando el trofeo, que hoy es un orgullo para quienes lo alcanzan.

El XIV festival lo ganó **Paolo Rodríguez**, de Quito, con una corvina de 27 libras que pudo pescar acompañado de sus hermanos **Pepe, Jorge Rodríguez y Juan Salazar**.

El festival nació como una competencia



El ganador con su corvina.

El récord de la corvina más grande y pesada lo conserva IV festival, que lo ganó **Harold Cedeño**. Al año siguiente lo alcanzó la pesca de un señor de apellido **Franco**, pues su pescado también tuvo ese mismo peso, lo que ha quedado como un empate del récord, recordó Cedeño.

Este año el XIV festival tuvo una impresionante asistencia de turistas nacionales e internacionales. El alcalde de Manta, **Jorge Zambrano** y su esposa también concurren invitados a este certamen, participando en la pesca con un grupo de amigos de Manta.

Además del mandatario porteño, estuvo allá el **Grupo Folklórico Municipal de Manta**, conformado por niñas y niños que hicieron una lúcida presentación.

FUENTE:

de pesca deportiva local, que poco a poco ha alcanzado participaciones de pescadores nacionales y hoy es un certamen internacional con la participación de pescadores que vienen desde Europa, EE.UU. y el continente asiático.

Boletín informativo y fotos: Periodista David Ramírez, director del departamento de Comunicación del GAD-Manta.- MANTA, agosto 25 de 2014.

Figura 31. Nota de Prensa 2

Tomado de La Revista de Ecuador.

Nota de prensa 3:

PEDERNALES

Realizan octavo festival del coco en Cojimies

Viernes 22 Abril 2011 | 20:33

Me gusta [Twitter](#) [g+1](#) [Imprimir](#)

Hoy mañana a las 10h00 en la parroquia Cojimies se realiza el octavo festival gastronómico y artesanal del coco.

El evento es realizado por la Junta Parroquial y estarán presentes las autoridades municipales, parroquiales y del Ministerio de Turismo. Se elegirá el traje fantasía elaborados con la palma de coco, la elección de la Reina, el concurso del mejor coco loco añejado, el del coco seco más grande, del coco verde que tenga más agua, a la mejor artesanía de coco y mejor platos típico. Además, se premiará al mejor postre a base de coco y habrá presentaciones de grupos musicales.<

Figura 32. Nota de Prensa 3

Tomado de El Diario.

Nota de prensa 4:

Pademalco

Realizarán festival de la corvina el 26 y 27 de este mes en Cojimies

Domingo 21 Agosto 2011 | 00:00

Me gusta < 0

Twitter

+1

Imprimir

La junta parroquial de Cojimies está organizando el XI festival internacional de la pesca deportiva de corvina.

El evento comprende dos fases; la primera a realizarse el viernes 26 con una murga que empezará a las 09h00, y en la noche habrá un encuentro cultural.

Mientras que el sábado 27 desde las 06h00 se receptorán las inscripciones de los participantes quienes saldrán hacia alta mar a las 06h45, indicó Fabián Intriago, presidente de la junta parroquial.

Los concursantes sólo podrán pescar dentro del estuario de Cojimies.

Está previsto que los pescadores arriben a las 17h20, a las 17h30 serán pesados los mariscos y se hará la premiación.

Intriago explicó que si se capturan especies como robalo también será premiado el más grande, al igual que pargos y al pez más raro.

Mientras los hombres están en alta mar, habrá concursos para que los niños construyan castillos y figuras de arena, rehata de canoa a vela, campeonato de 40, concursos de platos típicos, natación infantil, juvenil y senior y a las 14h00 elección de la reina del XI festival.<

Figura 33. Nota de Prensa 4

Tomado de El Diario.

Nota de prensa 5:

Publicado en *El Universo* (<http://www.eluniverso.com>)

28 libras pesó corvina ganadora en festival

Fecha de publicación: Jueves, 1 de Septiembre, 2011 - 13h50

Juan Bosco Zambrano

COJIMÍES, Manabí.- Diez horas fue el tiempo que tuvieron los 41 grupos que participaron en el concurso de pesca realizado el sábado pasado en el XI Festival de la Corvina, en Cojimíes, cantón Pedernales, evento que tiene como objetivo promocionar los lugares turísticos de este balneario.

En el malecón, los pescadores exhibieron las especies capturadas, pues la finalidad del concurso era premiar a la corvina y el robalo más grandes, el pez más raro y al grupo con mayor libraje pescado.

El jurado declaró ganador al grupo Rapala, al haber pescado la corvina más grande, con 28 libras, por lo que ganó el trofeo La Diosa Cojimíes y \$ 400. También obtuvieron el primer lugar en volumen de pesca y la captura del robalo más grande, con 25 libras.

Unas 9 mil personas asistieron al evento y disfrutaron de la presentación de grupos de danza y cantantes, de la comida típica y otros concursos.

Figura 34. Nota de Prensa 5

Tomado de www.eluniverso.com.

Anexo 8. Cotización página web

DANIEL BATTLE DISEÑADOR	Descripción	Cantidad	Valor
	Diseño página web	1	440
	Dominio	1	21.12
	Hosting Básico	1	52.80
	Programación CMS	1	1056
	Sistema de Reserva	1	528
		SUBTOTAL	2097.92
		DESCUENTO 0%	
		IVA 12%	286.08
		TOTAL	2384