



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**Tema:**

**Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual**

**Autoras:**

**Arteaga López Martha Lissette  
García Cedeño Madeleine Kennís**

**Tutora:**

**Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno, Mgs.**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Martha Lissette Arteaga López** y **Madeleine Kennis García Cedeño** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTORA**

---

**Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**Declaración de Responsabilidad**

**Yo, Martha Lissette Arteaga López**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación del **Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**La Autora**

---

**Martha Lissette Arteaga López**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**Declaración de Responsabilidad**

**Yo, Madeleine Kennís García Cedeño**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación del **Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**La Autora**

---

**Madeleine Kennís García Cedeño**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Martha Lissette Arteaga López**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación del **Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**La Autora**

---

**Martha Lissette Arteaga López**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Madeleine Kennís García Cedeño**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación del **Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**La Autora:**

---

**Madeleine Kennís García Cedeño**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual**, presentado por las estudiantes **Arteaga López Martha Lissette y García Cedeño Madeleine Kennís**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows a web browser window displaying the URKUND interface. The browser tabs include Outlook.com, Inicio - UCSG - Universidad, and Correo: ELSIE RUTH ZERDA. The address bar shows the URL: https://secure.orkund.com/view/21065306-554824-540928#q1bKLVayio7VUSrO. The URKUND logo is visible at the top of the page. Below the logo, there is a table with the following information:

|                |  |
|----------------|--|
| Documento      | <a href="#">TRABAJO DE TITULACION ARTEAGA-GARCIA -.docx</a> (D21374404)          |
| Presentado     | 2016-08-11 13:35 (-05:00)  |
| Presentado por | elsie.zerda@cu.ucsg.edu.ec   |
| Recibido       | elsie.zerda.ucsg@analysis.orkund.com   |
| Mensaje        | TRABAJO DE TITULACIÓN ARTEAGA-GARCIA <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> |

Below the table, a green box highlights the text: **0%** de esta aprox. 43 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.

---

**Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno, Mgs.  
PROFESOR GUÍA O TUTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero dar gracias a Dios por ser quien me ha dado las fuerzas de seguir día a día, a mis padres Pedro y Liliana, quienes me han apoyado siempre incondicionalmente en cada paso dado, a mis profesores quienes me han guiado durante mi carrera universitaria, a mi compañera de tesis Madeleine quien me ha acompañado durante mi trayectoria de la misma y con quien compartí momentos gratos, a mi tutora Ing. Zerda Barreno Elsie Ruth, Mgs. Por ser paciente para la elaboración de nuestro proyecto. A la Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs quien nos brindó su ayuda incondicionalmente y por ultimo a Víctor quien me ha dado su mano en cada momento sin nada a cambio. Gracias a todos.

**Martha Lissette Arteaga López**



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres Clark y Alicia por su amor, confianza, motivación y apoyo incondicional. Por todos y cada uno de sus sacrificios, por ser cómplices de mis sueños y no cortar mis alas todo lo que soy es gracias a Uds., no me alcanzara la vida para agradecerles, les debo tanto.

A mi tía Carmen gracias por todo este tiempo compartido, por abrirme las puertas de su hogar, por su afecto y por ser una segunda madre para mí.

A mis abuelitas Alfredina por siempre consentirme, por ayudarme a mantener los pies en la tierra, y por enseñarme que la humildad, perseverancia, así como el amor y respeto hacia los demás jamás pasaran de moda. Rosa hace mucho que no estas a mi lado, pero se lo feliz que estarías al saber que culmino una etapa importante de mi vida... eres ese ángel que a pesar de la distancia me acompaña en mis buenos y malos días. Siempre vivirás en mi...siempre existirá un mismo cielo que nos una. Gracias por ser parte fundamental de mi crianza y regalarme los mejores recuerdos de mi infancia.

A mis dos grandes tesoros mis hermanas Clarissa y Anahí por ser mi fortaleza y debilidad al mismo tiempo, gracias por creer en mí, por acolitar mis aventuras, pero sobre todo por ser mis compañeras de vida y por alegrar mis días con sus sonrisas, abrazos, ocurrencias y cariño sincero.

A esa hermana que me regalo la vida mi mejor amiga Helen por siempre esperarme del otro lado del túnel, por llorar mis tristezas, por celebrar mis logros, pero sobre todo por motivarme a continuar sacando siempre lo mejor de cada situación. Gracias por ser la amiga que nunca falla... que no desiste y que siempre logra sacarme una sonrisa.

A mi compañera de tesis Lissette gracias por su entrega en la realización de este plan, su amistad durante la etapa universitaria y a su distinguida familia por su acogedora calidez.

A mi tutora Ing. Zerda Barreno Elsie Ruth, Mgs. quien me ha guiado para la elaboración de este proyecto por su motivación y paciencia. Y a la Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs por su constante ayuda y predisposición para la culminación del mismo muchas gracias.

Y al último, pero siempre primero al motor que dirige mi vida y que pase lo que pase jamás suelta mi mano a Dios por la vida que me obsequio y por su infinito amor y misericordia.

**Madeleine Kennís García Cedeño**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi investigación a Dios quien me dio las ganas y fuerzas para llegar a esta meta, quien me dio la oportunidad de despertar cada mañana para seguir luchando y no rendirme, a mis padres Pedro Arteaga y Liliana López, que siempre estuvieron apoyándome incondicionalmente, sacrificando muchas cosas para convertirme en lo que soy, los únicos que han estado dándome sus hombros para levantarme y no caer, a mis hermanos Carlos Arteaga y Pedro Arteaga quienes me han dado voz de aliento y me han brindado apoyo incondicionalmente, a tres seres queridos que ahora están en el cielo mi hermana Gema Arteaga, tía María López y mi tío Ramón Arteaga quienes sé que están orgullosos de mi por haber alcanzado este logro con mucho esfuerzo, a cada persona que me brindaron una mano para ser lo que soy ahora y sobre todo a mis profesores quienes me impartieron sus conocimientos para obtener mi éxito profesional.

**Martha Lissette Arteaga López**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación está dedicado a todas las personas que se esfuerzan cada día por hacer de este mundo un sitio diferente en el que prevalezca la paz, respeto justicia y equidad, a todos quienes han contribuido por medio de sus conocimientos a mi formación desde la etapa escolar hasta ahora, y a mis personas favoritas quienes son el pilar de mi vida mi familia: a mis padres Clark García por su apoyo y motivación para que sea una mejor persona cada día y Alicia Cedeño por ser mi fiel soporte, a mis abuelitas Alfredina Bermúdez por su infinito amor y Rosa Olaya por ser el ángel que me cuida desde el cielo, a mi tía Carmen García por todas las oportunidades brindadas, a mis hermanas Clarisa García por animarme constantemente a continuar y aprender de cada tropiezo y Anahí García por ser ese rayito de luz que continuamente ilumina y alegra mis días, a mi mejor amiga Helen Franco por su persistente motivación y amistad sincera e incondicional, a la parroquia de Cojimés un hospitalario y hermoso lugar el cual tuve la grata e inolvidable oportunidad de conocer, a quien se adueñó de mi corazón y llego a divertirme con sus locuras y travesuras mi Kayser y al último pero siempre primero mi motor incondicional quien guía mis pasos y perdona mis fallas Dios.

**Madeleine Kennís García Cedeño**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno, Mgs.**

**TUTOR**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**DECANO O DIRECTOR DE CARRERA**

---

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs**

**COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA**

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**OPONENTE**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**CALIFICACIÓN**

| <b>Apellidos y Nombres</b>            | <b>Nota Final del Tutor</b> |
|---------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Martha Lissette Arteaga López</b>  |                             |
| <b>Madeleine Kennis García Cedeño</b> |                             |

---

**Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno, Mgs.**

**TUTORA**

## ÍNDICE GENERAL

|   |       |
|---|-------|
| ÍNDICE DE TABLAS .....                              | xvi   |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....                              | xviii |
| RESUMEN .....                                       | xx    |
| ABSTRACT.....                                       | xxi   |
| INTRODUCCIÓN .....                                  | 1     |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                    | 2     |
| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....     | 3     |
| JUSTIFICACIÓN .....                                 | 3     |
| OBJETIVO GENERAL.....                               | 5     |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS .....                         | 5     |
| PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....                    | 5     |
| CAPÍTULO I .....                                    | 6     |
| Marco teórico .....                                 | 6     |
| Sistema turístico.....                              | 6     |
| Destinos turísticos .....                           | 8     |
| Tipos de turistas .....                             | 9     |
| Oferta y demanda turística .....                    | 11    |
| Plan de promoción turística.....                    | 12    |
| Marketing turístico.....                            | 14    |
| Análisis de situación del programa promocional..... | 16    |
| Desarrollo del plan integral .....                  | 18    |
| Marco Conceptual .....                              | 20    |
| Playas.....   | 20    |
| Producto turístico .....                            | 20    |
| Destino turístico .....                             | 20    |
| Crecimiento económico .....                         | 20    |
| Promoción.....                                      | 20    |

|   |    |
|---|----|
| Reserva ecológica .....   | 20 |
| Planta turística.....   | 21 |
| Plan de desarrollo.....   | 21 |
| Operador turístico .....  | 21 |
| Turismo.....  | 21 |
| Tipos de turismo: .....   | 21 |
| Marco Legal .....   | 26 |
| La Constitución.....  | 26 |
| La Ley Nacional de Turismo.....   | 27 |
| El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” .....             | 27 |
| El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017 .....  | 28 |
| Marco Referencial.....  | 29 |
| Promoción turística del Balneario de Banchal, Parroquia Cascol, Cantón Paján, Provincia de Manabí. .... | 29 |
| Plan de Desarrollo Turístico para la Parroquia de Chaltura en la Provincia de Imbabura. ....            | 30 |
| Guía para la Formulación de Planes de Desarrollo Turístico en Territorios Rurales .....                 | 30 |
| <b>CAPÍTULO II</b> .....  | 31 |
| Situación Actual.....   | 31 |
| Clima .....   | 33 |
| Temperatura .....   | 33 |
| Precipitación anual .....   | 33 |
| Topografía.....   | 34 |
| Gastronomía.....  | 34 |
| Población .....   | 35 |
| Actividades Turísticas.....   | 39 |
| Fiestas .....   | 39 |
| Manifestaciones culturales de la parroquia Cojimíes .....   | 41 |
| Atractivos naturales y turísticos de la parroquia.....  | 42 |

|  |    |
|--|----|
| Catástro de la planta turística .....  | 50 |
| Transporte .....   | 55 |
| Acceso .....   | 55 |
| Estado de carreteras .....   | 55 |
| Tasa de analfabetismo .....  | 55 |
| Análisis Pest.....   | 57 |
| CAPITULO III.....  | 62 |
| Metodología de la investigación.....   | 62 |
| Enfoque de investigación .....   | 62 |
| Tipo de investigación .....  | 62 |
| Fuentes de investigación .....   | 63 |
| Estudio de mercado.....  | 63 |
| Objetivo del estudio de mercado .....  | 64 |
| Población .....  | 64 |
| Muestra .....  | 64 |
| Cálculo de la muestra.....   | 65 |
| Tipo de muestreo.....  | 66 |
| Muestreo aleatorio simple .....  | 66 |
| Técnica para recolección de datos.....   | 66 |
| Análisis e interpretación de datos.....  | 67 |
| Análisis de los resultados .....   | 67 |
| Análisis de entrevistas.....   | 77 |
| CAPITULO IV .....  | 83 |
| Propuesta.....   | 83 |
| Título de la propuesta.....  | 83 |
| Objetivo General.....  | 83 |
| Implementar un plan promocional de Cojimíes utilizando estrategias de marketing a fin de contribuir con el desarrollo turístico..... | 83 |
| Objetivos específicos .....  | 83 |



|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| Análisis FODA .....               | 83  |
| Estrategias de Marketing.....     | 84  |
| Presupuesto anual de costos ..... | 103 |
| CONCLUSIONES .....                | 105 |
| RECOMENDACIONES .....             | 106 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....  | 107 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Población parroquia Cojimíes.....                      | 35 |
| Tabla 2. Población parroquial por sexo.....                     | 36 |
| Tabla 3. Auto identificación cultural.....                      | 36 |
| Tabla 4. Pobrezas por ingresos económicos.....                  | 37 |
| Tabla 5. Ficha de inventario de atractivos turísticos.....      | 48 |
| Tabla 6. Ficha de inventario de manifestaciones culturales..... | 49 |
| Tabla 7. Catástro de alojamiento.....                           | 50 |
| Tabla 8. Alimentación.....                                      | 50 |
| Tabla 9. Categoría de restaurantes.....                         | 51 |
| Tabla 10. Esparcimiento.....                                    | 51 |
| Tabla 11. Otros servicios relacionados.....                     | 51 |
| Tabla 12. Instalaciones.....                                    | 52 |
| Tabla 13. Señalización.....                                     | 52 |
| Tabla 14. Sanidad.....  | 53 |
| Tabla 15. Agua a consumir.....                                  | 53 |
| Tabla 16. Eliminación de basura.....                            | 53 |
| Tabla 17. Salud.....  | 54 |
| Tabla 18. Energía.....  | 54 |
| Tabla 19. Producto interno bruto estimado de Cojimíes.....      | 54 |
| Tabla 20. Tasa de analfabetismo.....                            | 56 |
| Tabla 21. Disponibilidad de teléfono convencional.....          | 60 |
| Tabla 22. Disponibilidad de teléfono celular.....               | 60 |
| Tabla 23. Disponibilidad de internet.....                       | 60 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 24. Disponibilidad de computadora.....    | 61  |
| Tabla 25. Disponibilidad de tv por cable.....   | 61  |
| Tabla 26. FODA.....                             | 83  |
| Tabla 27. Producto que ofrece Cojimíes.....     | 85  |
| Tabla 28. Actividades de playa y diversión..... | 94  |
| Tabla 29. Producto de ecología y comunidad..... | 95  |
| Tabla 30. Medios de comunicación.....           | 97  |
| Tabla 31. Costeo.....                           | 103 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Ubicación Geográfica.....              | 32 |
| Figura 2. Gastronomía Manabita.....              | 34 |
| Figura 3. Encocado de pescado.....               | 34 |
| Figura 4. Comerciante de la playa Cojimíes.....  | 35 |
| Figura 5. Flujo turístico de Pedernales.....     | 37 |
| Figura 6. PIB parroquial por subcomponente ..... | 38 |
| Figura 7. Actividades Turísticas.....            | 39 |
| Figura 8. Festival de coco.....                  | 40 |
| Figura 9. Festival de la corvina.....            | 40 |
| Figura 10. Playa Cabeza de Vaca.....             | 39 |
| Figura 11. Playa Carrizal.....                   | 43 |
| Figura 12. Playa de Cojimíes.....                | 43 |
| Figura 13. Estuario de Cojimíes.....             | 44 |
| Figura 14. Rancho Pablito.....                   | 44 |
| Figura 15. Cascada de Tiwa Arriba.....           | 45 |
| Figura 16. Cascada de Chindul.....               | 45 |
| Figura 17. Ecoturismo Rio Cuasa.....             | 46 |
| Figura 18. Reserva Ecológica Mache Chindul.....  | 47 |
| Figura 19. Isla del Amor.....                    | 47 |
| Figura 20. Edad de encuestados.....              | 67 |
| Figura 21. Visita a Manabí.....                  | 68 |
| Figura 22. Preferencia de viajar.....            | 68 |
| Figura 23. Dias de estancia.....                 | 69 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 24. Factor motivador.....                 | 69  |
| Figura 25. Actividades a realizar.....           | 70  |
| Figura 26. Modo de informarse.....               | 71  |
| Figura 27. Pago por viaje .....                  | 71  |
| Figura 28. Conocimiento de Cojimíes.....         | 72  |
| Figura 29. Calificación de Cojimíes.....         | 72  |
| Figura 30. Recomendaciones.....                  | 72  |
| Figura 31. Servicios Turísticos adecuados.....   | 73  |
| Figura 32. Atractivos Turísticos Naturales ..... | 74  |
| Figura 33. Medios de transporte.....             | 74  |
| Figura 34. Señalización de rutas.....            | 75  |
| Figura 35. Días de estadía en Cojimíes.....      | 75  |
| Figura 36. Últimos años de visita.....           | 76  |
| Figura 37. Playa de Cojimíes.....                | 86  |
| Figura 38.. Reserva Mache Chindul.....           | 91  |
| Figura 39. Ultraligeros.....                     | 95  |
| Figura 40. Slogan.....                           | 99  |
| Figura 41. Página web.....                       | 100 |
| Figura 42. Página Facebook.....                  | 101 |

## RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo analizar la influencia de la promoción turística en la identificación de la parroquia Cojimíes como destino turístico. Se utilizó un estudio para caracterizar la oferta y demanda del mercado turístico en cuestión, la investigación es de tipo descriptivo, con enfoque cualitativo y cuantitativo, se aplicó encuestas con la intención de obtener información sobre los gustos, necesidades y preferencias de los potenciales visitantes, los resultados obtenidos sobre la tendencia de disfrute de sol y playa, del goce de la naturaleza, con disposición sobre el turismo de aventura, también con la aplicación de entrevistas a representantes de la oferta turística como de Gobiernos Seccionales para conocer sobre las expectativas, facilidades y planta turística disponible para el turista. Se pudo concluir que, por falta de acción mancomunada entre el sector público y privado sobre productos turísticos, el desconocimiento de Cojimíes y sus recursos naturales marcan el bajo nivel de actividad turísticas en la parroquia, lo que determinó la presentación de una propuesta de un Plan de Promoción Turística que recoge estrategias de marketing turístico con el fin de captar turistas de forma masiva, atraídos por la diversidad de atractivos turísticos.

**Palabras clave: Destino turístico, turismo aventura, promoción turística, marketing turístico, recursos naturales.**

## **ABSTRACT**

This research has as main goal analyze the influence of the tourist promotion in the identification of the parish Cojimías as touristic destination. A study was used to characterize the offer and demand of the tourist market in question, the research has a descriptive, qualitative and quantitative approach, applied surveys with the intention to learn about tastes, needs and preferences of potential visitors, the results obtained on the tendency to enjoy Sun and beach, enjoyment of nature , with provisions for adventure tourism, also with the implementation of interviews with representatives from the tourism and sectional governments to learn about the expectations, facilities and tourism plant. One could conclude that because of lack of joint action between the public sector and private about tourist products, ignorance of Cojimías and its natural resources mark the low level of tourist activity in the parish, which determined the presentation of a proposal for a Plan of tourism promotion collecting tourism marketing strategies to attract tourists on a massive scale attracted by the diversity of tourist attractions.

**Keywords: tourist destination, tourism adventure, tourism promotion, tourism marketing, natural resources.**

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que capta la atención del turista por encontrarse en la Mitad del Mundo y ser un paraíso natural; es mega diverso en cuanto a cultura, patrimonio, tradiciones, recursos naturales y gastronomía. Muchas de sus playas son conocidas a nivel nacional como internacional, es por eso que estas áreas costeras del país tienen una gran afluencia de turistas, pero no todas cuentan con esta gran ventaja ya que además algunos balnearios no poseen una adecuada infraestructura turística y hotelera, incluyendo al servicio del cliente para efecto de la calidad del mismo.

Los ecuatorianos siempre disfrutan al tener un momento de esparcimiento ya sea en compañía de amigos o familia es por eso que buscan la tranquilidad y belleza de la zona costera. Una de ellas es la provincia de Manabí, tierra de encanto, de gente trabajadora, generosa y hospitalaria. Cuenta con un sin número de recursos naturales como las playas, manglares, cascadas, bosques entre otros atractivos, esta zona también goza de una considerable gama de servicios turísticos a ofertar al turista. Su famosa y deliciosa gastronomía propia de la tierra manabita ya que nunca puede faltar en sus platos la sal prieta, cuajada, plátano, mariscos, dulces, entre otros. Milenaria cultura llena de tradiciones, haciendo hincapié en sus hermosas y a la vez acogedoras playas dignas de ser admiradas y visitadas. Lamentablemente no todas son conocidas masivamente por los turistas debido a la poca promoción y difusión como es el caso de la parroquia de Cojimíes alejada un poco del centro urbano, así como también de playas que son muy concurridas.

Esta parroquia está rodeada de una hermosa playa con arena gris y con olas muy calmadas, posee un agradable clima, un estuario que además permite contemplar sus manglares, palmeras, camaroneras, también realizar avistamiento de aves y visitar la famosa Isla del Amor que está a diez minutos en lancha, en donde se pueden realizar diversas actividades como camping, pesca deportiva, caminatas, deleitarse con la deliciosa gastronomía manabita o disfrutar de la paz y tranquilidad del lugar por sus atractivos naturales y poseedor de una amplia biodiversidad. Además, uno de los tesoros que posee este sitio es su gente, muy sencilla, agradable en su trato y que brinda mucha confianza al visitante.

En la actualidad la industria turística o también llamada industria sin chimeneas es uno de los principales motores impulsores del desarrollo económico y social del país ya que genera muchísimas fuentes de trabajo, mueve negocios de



manera sustentable y sostenible sin afectar mayormente el medio ambiente. Debido al eminente efecto propagador que causa su demanda, y al significativo resultado de la inversión.

Este trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I, comprende las diferentes teorías seleccionadas con el fin de sustentar esta investigación.

Capítulo II, muestra la situación actual en la que desarrolla sus actividades los habitantes de la parroquia Cojimíes.

Capítulo III, presenta el diseño de la metodología empleada así el tipo de estudio, enfoques de la investigación y los resultados de las técnicas de recolección de información.

Capítulo IV, consiste en la evaluación de resultados y presentación de la propuesta para la promoción turística de la parroquia Cojimíes, provincia de Manabí. Se despliega las diferentes conclusiones y recomendaciones.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los grandes balnearios del mundo por lo general son el fruto del desarrollo, implementación y potenciación de verdaderos planes y proyectos de promoción turística que amplían todos los aspectos de la misma, es decir, difunden los recursos del patrimonio natural y cultural, optimizan la planta turística, los servicios de apoyo y la infraestructura.

La falta de promoción turística a la parroquia de Cojimíes es lo que ha afectado tanto al ámbito económico, social y el más importante al ámbito turístico ya que las autoridades pertinentes al sector se han dedicado a promocionar los mismos lugares de siempre que todos conocemos y se han visitado frecuentemente, dejando de lado destinos que también merecen la misma promoción turística por parte de estos organismos. Un ejemplo claro es la campaña de All You Need Is Ecuador que promociona nacional e internacionalmente al país mediante comerciales en los cuales destacan lugares turísticos que ya están posesionados en el mercado.

En realidad, la promoción de un balneario como destino turístico debería ser la suma de los esfuerzos del sector público y privado, en tal sentido se ven deficiencias que nacen de ambos sectores y que están provocando el bajo nivel de actividad turística en la parroquia Cojimíes.

La Municipalidad no ha establecido un plan de acción que conlleve al desarrollo productivo y turístico para esta localidad y las condiciones adicionales para que este pueda concretarse, lo cual está dentro de sus competencias constitucionales y además la Junta Parroquial no ha gestionado los recursos ante organismos de Cooperación y Ayuda para fomentar el desarrollo de Cojimíes dentro del ámbito que le corresponde.

Dentro del Plan de Desarrollo Cantonal no se establece los nexos y las condiciones de cooperación y apoyo que debería brindar el Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedernales a las empresas y operadores turísticos, ni tampoco a las asociaciones y familias emprendedoras que tendrían que ser elemento indispensable de un plan turístico integral.

La parroquia no tiene las condiciones físicas adecuadas para que las empresas turísticas puedan establecerse y para que los turistas puedan llegar, permanecer y disfrutar de una estadía segura y satisfactoria. En este sentido se observa cortes frecuentes en el suministro de agua potable y electricidad, no existe red de alcantarillado sanitario y se verifica la ausencia de construcción de varias obras de infraestructura básica.

Por último, se evidencia poca presencia de empresas de alojamiento y de servicios de alimentos, transportación y diversión, debido a los problemas antes mencionados. Una parroquia con tantos recursos de patrimonio natural, cultural y ambiental debería a través del turismo convertirse en un lugar de buen nivel de desarrollo económico y turístico.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo se desarrollaría un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual?

## **JUSTIFICACIÓN**

El sector turístico en Ecuador posee diversidad en sus recursos naturales, encontrando balnearios, bosques, montañas, selvas, islas, entre otros los cuales proporcionan numerosas oportunidades de ingresos mediante la explotación de los mismos, incluyendo la pesca, fabricación de artesanías, práctica de deportes extremos, degustación de sus platos típicos y otras actividades realizadas en los

mismos. De tal manera que beneficia a las comunidades, tomando en cuenta como prioridad las necesidades de los visitantes.

Se puede declarar que este trabajo está justificado porque dará como resultado un plan integral para el mejoramiento turístico basado en una investigación amplia y metodológicamente elaborada, el cual será de mucha utilidad al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pedernales y al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cojimíes como insumo para elaborar sus futuros planes oficiales de desarrollo.

Principalmente será de mucha utilidad para los habitantes del lugar cuando el mismo se aplique por parte de las Autoridades debido a que será un motor de reactivación económica mucho más luego de la afectación generada por el reciente terremoto. De la mano de la reactivación económica viene la mejora en la calidad de vida en todos sus aspectos.

También está justificado por el beneficio que recibirán los turistas que hoy se privan de disfrutar de los encantos naturales y la experiencia inolvidable de visitar Cojimíes y al mismo tiempo se beneficia las empresas turísticas cuando se ejecute este plan que será para ellos el vehículo para instalarse en la Parroquia y obtener grandes utilidades.

Cabe indicar que se contribuirá con el logro de los objetivos nacionales 2, 3, 8 y 10 del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV). En concordancia con las políticas del Objetivo 2 del PNBV auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad. Se puede indicar que la propuesta propenderá a ayudar en los esfuerzos para erradicar la pobreza, la redistribución solidaria y equitativa de la riqueza y al buen vivir rural mediante la superación de las desigualdades sociales con armonía entre los espacios rurales y urbanos.

Luego respecto al Objetivo 3 mejorar la calidad de vida de la población. Se puede determinar que se estaría ayudando a la preservación y manejo sustentable del patrimonio natural, cultural y la biodiversidad de Cojimíes ya que la propuesta será integral porque este aspecto es un principio fundamental del ecoturismo.

En relación al Objetivo 8 consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Se está ayudando con ideas de cómo invertir los recursos públicos para generar crecimiento económico desde la propuesta de desarrollo turístico, y de articulación del Estado con el sector privado, principalmente con el

sector Hotelero que está esperando que se concreten las condiciones económicas, legales y organizativas para invertir en el sector.

En el marco del Objetivo 10 se da un impulso a la transformación de la matriz productiva ya que la idea de promoción turística incluye una diversificación de la oferta incrementando así el valor agregado de los bienes y servicios que tradicionalmente se ha producido en la parroquia.

Por último, desde el enfoque de la línea de la carrera brindando una iniciativa de desarrollo y crecimiento económico a la parroquia mediante esta investigación de potenciación turística.

## **OBJETIVO GENERAL**

Identificar el perfil del consumidor actual de la parroquia Cojimíes para desarrollar un plan de promoción turística que permita poner en valor los recursos y atractivos actuales de este destino.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

\* Caracterizar las condiciones actuales de plantas turísticas, infraestructuras, vías de acceso de parroquia Cojimíes como destino turístico.

\* Realizar un estudio de mercado mediante encuesta y entrevistas a fin de obtener información sobre gustos y preferencias de los visitantes actuales.

\* Elaborar un plan de promoción turística de la parroquia de Cojimíes, poniendo en valor sus atractivos y recursos turísticos

## **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

1. ¿Cuáles son los principales atractivos que ofrece la parroquia Cojimíes para ser considerada un punto de visita obligatorio por turistas nacionales?

2. ¿Cómo se podría mejorar la oferta turística actual de Cojimíes para así fomentar la visita de turistas en Cojimíes?

3. ¿Qué actividades turísticas se pueden realizar y promocionar en la parroquia Cojimíes para convertirse en una potencia turística?

# CAPÍTULO I

## **Marco teórico**

Existen muchas experiencias de desarrollo turístico alrededor del mundo y aportaciones profesionales valiosas sobre las cuales se ha establecido las legislaciones nacionales y las normativas internacionales para posteriormente establecer planes, programas y proyectos de desarrollo de las diferentes formas de turismo como medio para el desarrollo socio económico de las ciudades y países.

Partiendo de esto se abordará al turismo en primer lugar de forma conceptual mediante investigación bibliográfica de varios autores y luego se enfocará en la realidad de Cojimés obtenida de información primaria y secundaria obtenida tanto del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedernales, Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y la Observación registrada por las investigadoras de esta problemática.

### **Sistema turístico**

Sergio Molina (2000) concibe al turismo como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios: el sistema importa insumos que al ser procesados emergen al entorno en forma de productos.

El sistema turístico tiene un evidente enfoque de destino y está integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común.

### **Caracterización del sistema turístico**

De acuerdo con la propuesta de Molina (2000) el sistema turístico de un destino tiene las siguientes características:

a. es un sistema abierto, de manera que intercambia energía, materia e información con su entorno, lo cual permite su supervivencia. En el sistema turístico de un municipio o una comunidad, por ejemplo, el entorno está dado por las condiciones (o supra sistemas) sociales, políticos, económicos y ambientales que afectan al turismo —algunas veces fuertemente, por ejemplo, en el caso de crisis

económicas o desastres naturales— pero que no forman parte directa de la actividad. Estas condiciones pueden estar dentro de la localidad o fuera de ella, es decir, que pueden ser regionales, nacionales o internacionales.

b. Tiene límites, a pesar de ser un sistema abierto, es posible definir dónde se acaba el sistema y empieza el entorno. Esta delimitación puede ser de tipo territorial y conceptual. La primera delimitación está dada por los límites políticos del territorio o destino que se va a planificar, mientras que los límites conceptuales se refieren a qué elementos vamos a dejar dentro o fuera del sistema turístico y, por ende, nos marcan qué tipos de estudios vamos a realizar.

c. Está compuesto por seis elementos o subsistemas que lo caracterizan. cada uno de los elementos tiene una función específica y son gobernanza, comunidad receptora, demanda, infraestructura, oferta de servicios y atractivos naturales y culturales. estos elementos serán descritos más adelante y cada uno de ellos está compuesto a su vez por elementos más pequeños que también deben examinarse.

d. Tiene un objetivo o un propósito. el objetivo común de todo sistema turístico es atraer y mantener a la demanda, pero a veces este objetivo puede afinarse durante la planificación turística en función de los intereses locales: mejora de la calidad de vida, conservación ambiental, crecimiento de la oferta, incremento del gasto turístico, entre otros.

e. Tiene un funcionamiento, es decir, el sistema total “funciona” para cumplir con su propósito. El funcionamiento está dado por la interrelación de las funciones que cumple cada uno de los elementos que lo conforman y consta de cuatro pasos: 1. Ingreso de insumos (materia, energía o información provenientes del entorno), 2. Procesamiento de insumos al interior del sistema; 3. Egreso del producto turístico terminado y listo para su consumo por parte de la demanda y 4. Retroalimentación

El sistema turístico está compuesto por seis elementos a los que llamaremos subsistemas que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad.

a. Gobernanza. Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo

turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.

b. Demanda. Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.

c. Comunidad receptora. De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.

d. Atractivos. Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

e. Oferta de servicios. Incluye a los servicios propiamente turísticos como la Alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

f. Infraestructura. Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transportes vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

### **Destinos turísticos**

“El destino turístico es el sitio geográfico al cual el turista decide ir atraído por su oferta de recursos turísticos” (Marujo 2012)

Según Valls (2013) afirma que el destino turístico es la unidad base de gestión para las políticas turísticas y considera una serie de características que lo configuran:

- Un espacio territorial homogéneo: en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Esto significa que "además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o estados.
- Centralidad: criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia sí. (En este punto es de vital importancia el concepto de capacidad de carga)
- Una oferta estructurada de atractivos: resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista. También puede entenderse como la puesta en valor del territorio y su ordenación de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes.
- Una marca integradora: el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados.
- Una comercialización conjunta: "resulta imprescindible la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre una visión estratégica. Valls (2013)

De acuerdo a la concepción de Valls se determina que la localidad objeto de estudio tiene una estructura administrativa que está representada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cojimíes y además por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedernales por lo cual es objeto de ser planificado y es más, ambas instancias tienen un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, el mismo que debería incluir un plan de largo plazo para el desarrollo turístico dentro del cual se incluya programas y proyectos que ayuden a apuntalar el crecimiento de este sector.

### **Tipos de turistas**

Según la Teoría de Plog (1977) en toda sociedad hay un centro que representa el nexos carismático de sus valores morales supremos. De acuerdo a Plog los turistas pueden dividirse en cinco categorías:



- **Alocéntricos.** Del inglés “allocentric”, son aquellos turistas que se sienten atraídos por los destinos desconocidos, en donde no hay desarrollo turístico previo y pueden mantener gran contacto con los habitantes del lugar.

- **Para-alocéntricos.** Del inglés “nearallocentric”, son turistas que gustan de los destinos poco visitados, pero desean poder contar con instalaciones creadas, al menos precariamente, para los turistas.

- **Psicocéntricos.** Del inglés “psychocentric”, busca destino conocidos, instalaciones estándar creadas para el turismo, no quiere correr riesgos y no tiene mayor interés en interactuar con los nativos.

- **Para-psicocéntricos.** del inglés “near-psycocentric”, son aquellos turistas que, si bien buscan destinos conocidos y con instalaciones turísticas, tienen una actitud un poco más abierta hacia el entorno y con los habitantes del lugar.

- **Céntricos.** Del inglés “centric”, de acuerdo a Plog, la mayor parte de los turistas se inscriben en esta categoría. Oscilan entre las categorías de “alocéntricos” y “psicocéntricos” de acuerdo a sus necesidades y gustos.

Para Smith (1989), los turistas pueden ser divididos en:

- **Exploradores.** Se trata de un pequeño número de personas, que no desea ser identificado como turistas, que se involucran activamente con el entorno y la población local, y prefieren visitar lugares poco explorados. Por lo general aceptan modificar su estilo de vida para adaptarla al entorno local.

- **Turistas de elite.** También llegan a los destinos en grupos pequeños, y se adaptan a las condiciones locales de vida, pero de manera temporal. Demandan algunas instalaciones más cómodas.

- **Turistas “off-beat”.** Se trata de aquellos turistas que gustan de salir de las rutas turísticas más tradicionales y acercarse a lugares poco visitados, ya que valoran conocer nuevos lugares. En guías como la Lonely Planet, las recomendaciones agrupadas bajo los títulos “Off the beaten track” se dirigen a este tipo de turista independiente.

- **Turistas inusuales.** Compran tours o paquetes de viajes, pero para visitar grupos étnicos determinados y observar “culturas auténticas”. A pesar de este interés, demandan comodidades usuales en los países más desarrollados, y no correr riesgos en esta interacción.

- Turistas masivos incipientes. Una corriente de turistas no demasiado importante en número, pero que ya demanda de manera abierta comodidades estándar en los países más desarrollados.
- Turistas masivos. Demandan de manera abierta comodidades que tienen en sus países de origen, y esperan que los empleados de hoteles y restaurantes los atiendan en su propio idioma.
- Turistas de charters. Llegan en tours comprados por poco tiempo, prácticamente no tienen mayor contacto con los nativos locales, y demandan prestaciones de alta calidad

### **Oferta y demanda turística**

Sectur (2016) define a la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.

Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes sean turistas.

Reck (2013) indica que la demanda turística se clasifica en 2 grupos:

- Demanda efectiva o actual: es el número real de personas que participan de la actividad turística, es decir que efectivamente viajan. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar que considera el acierto de los viajes turísticos en una población determinada.
- Demanda no efectiva: es el sector de la población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo tenemos la demanda potencial que se refiere a aquellos que viajarán en el futuro cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales; y, la demanda diferida que es aquella cuando no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta.

También Gunther (2013) dice que “Se realiza una distinción estableciendo dos conceptos nuevos: la sustitución de la demanda cuando se sustituye una actividad

por otra, y la desviación de la demanda se produce cuando se cambia la localización del destino.”

En efecto la sustitución puede surgir cuando no hay suficiente capacidad de recepción en los alojamientos del lugar elegido y por tanto se debe buscar otro destino, o se esté dando un conflicto armado y se ve precisado el turista a escoger otro destino.

La desviación de la demanda en cambio puede surgir cuando se debe cambiar el lugar de visita por motivos de fuerza mayor tales como des habilitación de la carretera de acceso, falta de transporte, etc. En este caso cabe destacar que la principal carretera de acceso a la localidad luego del terremoto sufrió daños e indicar que tuvo varias averías y socavamientos, y la infraestructura básica y hotelera sufrió grandes daños, entonces esto ha provocado una desviación de la demanda.

Lucero (2013) señala que “Los principales factores que inciden en la demanda turística son el ingreso de los consumidores, los precios, los gustos del consumidor, el tipo de cambio, las condiciones tecnológicas, las condiciones de infraestructura, la publicidad, el clima”

### **Plan de promoción turística**

La elaboración de un plan de promoción turística debiera hacerse sobre la base de un enfoque metodológico generalmente aplicado por la institucionalidad pública.

Se estima que la propuesta de la construcción de un plan de promoción turística deba ser conocida por todos los actores de la sociedad del sector, y esto tendría dos finalidades: dar a conocer el rol que cada sector de la población tendría y luego, ganar el apoyo y empoderamiento de la ciudadanía hacia este plan.

Cuando los ciudadanos perciben que son tomados en cuenta en los planes de desarrollo de su ciudad o parroquia adquieren un sentimiento de pertenencia hacia los mismos generándose una sinergia de trabajo junto a las autoridades que potencia los objetivos planteados.

Luego una vez presentado el plan, tendría que efectuarse un análisis previo del territorio que incluya un inventario de todos los recursos naturales, históricos, culturales, sociales, económicos y humanos con que se cuenta y que serán el aspecto fundamental de la oferta turística y que luego en la formulación del plan serán

complementados con una serie de servicios y atenciones que maximicen el disfrute del turista.

Posteriormente se hará un diagnóstico del territorio levantando una línea de base conformada por indicadores que reflejen la situación actual de todos los aspectos del desarrollo turístico del lugar.

Este análisis previo y diagnóstico serán la base para establecer un plan de acción que contenga procesos y proyectos conducentes a alcanzar los objetivos del plan y que además necesita de una estructura orgánica funcional para llevar adelante los procesos y actividades planteadas.

Y para finalizar se necesita un sistema de gestión del plan que considere el manejo administrativo y técnico de los diferentes procesos y proyectos contenidos en la formulación del Plan de acción. Tómese en cuenta que es fundamental que la gestión cuente con un sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación que garantice el cumplimiento de los objetivos.

Muñiz (2016) Un plan de promoción debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Análisis del plan de marketing
- Análisis de la situación del programa promocional
- Análisis del proceso de comunicación
- Determinación del presupuesto
- Desarrollo del plan integral
- Monitoreo y evaluación del plan integral

Como primer aspecto se tiene el análisis del plan de marketing y esto es que se debe partir de un análisis del plan actual si lo hubiera. Se analizará el plan actual, su estructuración y la pertinencia de su contenido; se determinará si en el mismo se encuentran contenidas todas las estrategias de marketing, si fueron ejecutadas en un plan de acción metodológico y evaluar el resultado que produjeron.

Luego de esto se habrá de construir la estructura para nuestro plan de marketing empezando por los objetivos que se espera alcanzar para lo cual es necesario conocer el esquema moderno de este plan.

“El plan de marketing debe constar de 4 etapas:

- Análisis de la situación
- Determinación de objetivos

- Elaboración y selección de estrategias
- Plan de acción” (Muñiz 2016)

Esto es que se debe revisar la situación de la promoción turística realizada en el balneario de Cojimíes comenzando por el plan de marketing turístico para luego en vista de su validez actual y de sus avances plantear nuevos objetivos para dicho plan.

Estos objetivos deben considerar todos los aspectos, necesidades, fortalezas y amenazas de la parroquia como destino. También es de indicar que el plan de marketing encuentra su principal interés en las estrategias de marketing, las mismas que son las de producto, precio, distribución y comunicación.

### **Marketing turístico**

Coutin (2010) afirma el marketing turístico permite conocer y alcanzar al mercado para llegar a adquirir una oferta verdaderamente atractiva, competitiva, capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto o servicio y a dichos clientes. Involucra igualmente a estar al tanto de la competencia para conseguir mejor posicionamiento en el mercado, incrementar o mantener su cuota y aprender de los mejores servicios.

En efecto el marketing turístico ha de conseguir incentivar la demanda para que decida por la oferta turística de Cojimíes y aquí reside la importancia de fijar y desarrollar acertadamente las estrategias de marketing mencionadas.

Coutin (2010) indica que:

#### **Estrategias de producto**

Son las que se refieren a la calidad y el impacto visual del mismo. Para un destino turístico el producto son todas las opciones de disfrute que le pueda ofrecer al turista, por ello en el lanzamiento del producto deben estar contenidos aspectos como sus atributos, beneficios, modos de utilización.

El producto debe ser atractivo al cliente por el grado de satisfacción que la gente perciba de él y por tanto la presentación de la imagen es fundamental, ya que no es lo mismo promover a la parroquia como un destino en el cual hay extensas playas y darlo a conocer como un balneario de playas junto con un considerable conjunto de servicios complementarios que van a magnificar el disfrute del turista.

Coutin (2010) afirma que:

### **Estrategias de precio**

El precio es tal vez el factor más sensible de la demanda y en cuanto a estas estrategias las hay variadas, desde las que consideran un precio bajo con el fin de penetrar con el éxito en el mercado y posicionarse hasta las que prefieren optar por un precio alto con el afán de competir por criterios de calidad de servicios. En el caso de la oferta turística la estrategia de precios debería ser específica para cada producto que se vaya a ofrecer, pero en todos los casos debe tomar en cuenta los segmentos de clientes que optan por ese destino. En este caso la gran mayoría de turistas son los que hacen turismo interno, y según la encuesta de estratificación del nivel socioeconómico del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) en 2011 se establece que el 81% de los ecuatorianos pertenecen al nivel medio, por lo cual se tomará en cuenta este factor para la determinación de los precios.

Coutin (2010) sostiene que:

### **Estrategias de distribución**

Hace referencia a los lugares de venta del producto y a la forma de distribuirlo hacia dichos lugares. De manera frecuente se suele recurrir al uso de mayoristas o minoristas para alcanzar una mayor cobertura, también se recurre establecer puntos de venta con locales propios, hacer convenios con establecimientos para colocar el producto, establecer un local por internet a través del cual se hagan todas las transacciones.

En marketing turístico el cliente puede comprar el paquete turístico en su lugar de residencia o en varios puntos fijados alrededor del país, y también se da mucho el caso de compras de tickets y paquetes por internet a las agencias y operadores.

Coutin (2010) establece que:

### **Estrategia de comunicación**

Se encarga de comunicar a los potenciales clientes la disponibilidad de los productos de una manera estratégica, es decir que consiga convertirlos en clientes efectivos.

Aquí se considera la presencia de promociones, ofertas, descuentos, obsequios especiales, sorpresas y todas las estrategias que causen impacto en la

mente de los turistas; en efecto los operadores turísticos, agencias y hoteles suelen acompañar su oferta de interesantes opciones de enganche como promociones de 2x1, opciones de todo incluido por un único pago, afiliación temporal o permanente, obsequios y descuentos a las primeras personas que adquieran determinados paquetes, etc.

### **Análisis de situación del programa promocional**

Luego de definir este plan de marketing se tiene la tarea de analizar la situación del programa promocional, y se refiere a la capacidad en talento humano, recursos económicos y recursos materiales con que se cuenta para llevar adelante este Plan.

### **Análisis interno**

Entonces para abordar este asunto se debe primero dejar claro que la promoción de un destino turístico le corresponde a la Institucionalidad que lo representa. Los Gobiernos locales que administran los recursos de Cojimíes son el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Pedernales y el GAD Parroquial de Cojimíes.

El Gobierno local que tiene la competencia de fomento al desarrollo productivo es la Municipalidad, por lo cual corresponde a esta elaborar el plan de promoción, pero con la colaboración del GAD Parroquial debido a que éste conoce más de cerca la realidad y necesidades de la localidad y por supuesto que mediante un convenio, el GAD Municipal puede delegar al GAD Parroquial algunas responsabilidades dentro de la ejecución del plan.

Entonces para determinar las capacidades institucionales se debe conocer si al interior del Municipio existe el departamento encargado del desarrollo turístico. Tiene que haber la necesaria estructura orgánica para poder elaborar el documento que queremos. El departamento de turismo es quien debe encabezar la elaboración del plan propuesto teniendo el talento humano técnico y suficiente para poder diseñar cada aspecto del mismo.

El Director de Turismo con la asesoría y acompañamiento del Ministerio y del GAD Parroquial de Cojimíes debe construir el esquema o formato del plan y en base de éste establecer el personal que necesita para desarrollar cada etapa. Seguramente necesitará contratar servicios de agencias de marketing y publicidad.

Luego de esto se debe identificar los recursos económicos y materiales. En este sentido cabe mencionar que el presupuesto de los Gobiernos locales suele ser limitado y en realidad para el fomento productivo se destinan pocos recursos, y de forma principal por esto es que no se desarrollan verdaderos planes integrales de desarrollo turístico.

Parte de este estudio es el análisis de los indicadores y metas alcanzadas por el plan promocional actual y que esta información se convierta en la línea base del nuevo documento.

### **Análisis externo**

En el análisis externo se analiza las preferencias y tendencias de consumo de los visitantes, los segmentos de clientes y de mercado y el posicionamiento conseguido del destino.

Es importante examinar cuáles son las tendencias del comportamiento del turista, con ellas se puede formular un plan de marketing adecuado para cada segmento de clientes, el cual debe ser fijado en base de la información del diagnóstico del plan de desarrollo turístico de la parroquia.

El posicionamiento es fundamental estudiarlo para conocer en qué nivel de recepción estamos y sobre esto identificar las falencias que nos impiden tener un posicionamiento o participación de mercado mucho mayor.

### **Análisis del proceso de comunicación**

La finalidad de este análisis es verificar la captación del mensaje de la comunicación por parte de la ciudadanía y en especial de los clientes potenciales. Tiene que observarse cómo ha reaccionado el receptor a la comunicación del plan anterior, cuáles fueron sus impresiones y utilizando esta información se podrá decidir cuál es el mensaje efectivo que debe llegar al receptor y los medios de comunicación adecuados.

### **Determinación del presupuesto**

En esta instancia está en capacidad para calcular y determinar un presupuesto del plan porque analizado cómo llevar a cabo el plan de marketing y el plan comunicacional, que son los aspectos más significativos por lo cual se puede informar a la Institución a cuánto ascendería el monto necesario para elaborar y ejecutar el plan.



En este momento tener la respuesta Institucional de si es posible o no la puesta en marcha y por tanto la necesidad o no de continuar con su formulación. En caso de que la Institución requiera una disminución del presupuesto, se puede rediseñar el plan con nuevos objetivos y metas, pero a la vez con menor impacto y aspiraciones de captación de turistas.

### **Desarrollo del plan integral**

#### **Objetivos**

Entonces ahora en capacidad de elaborar el plan integral de promoción primero definiendo el propósito y los componentes, también conocidos como objetivos específicos.

Los objetivos del plan deberán guardar concordancia con el desarrollo y metas de cada uno de sus componentes, es decir, del análisis situacional, del plan de marketing y del plan comunicacional.

#### **Presupuesto**

Luego de esto se elabora el presupuesto definitivo tomando en cuenta los costos de los mencionados planes y también de la organización del talento humano que estará involucrado en el desarrollo. El presupuesto tomará en consideración un valor por contingencias y deberá ser aprobado por la dirigencia institucional. Por último, ha de prepararse un formato de presupuesto clasificado por objetivo, por componentes del plan y por fuentes de financiamiento. Todo esto para hacer posible un seguimiento y evaluación de la ejecución del plan y cumplimiento en la asignación y uso del presupuesto.

#### **Mensaje**

El contenido y forma del mensaje se debe hacer analizando el impacto que tuvo el mensaje del plan anterior en el turista. Basados en la receptividad que tuvo el mensaje se anota las falencias que serán la línea base para diseñar la nueva estrategia de comunicación y por tanto el mensaje.

## **Estrategia**

En la estrategia se debe incluir la preparación y producción de los anuncios, contratar espacios de publicidad en los diversos medios de comunicación, implementar iniciativas de mercadotecnia, elaborar del material de promoción como son afiches, pancartas, guías, tarjetas, invitaciones, spots, videos y presentaciones para campañas por internet, convocatorias e invitaciones para talleres de difusión y un programa de relaciones públicas.

“Las relaciones públicas son una herramienta de administración destinada a influir favorablemente en las actitudes hacia la organización, sus productos y sus políticas. Es una forma de promoción que muchas veces se ignora”. (Stanton 2014)

Las Instituciones se relacionan con los actores involucrados con su quehacer diario y en el caso de la promoción turística de un destino, es menester que el Gobierno local efectúe en programa de relaciones con todas las Instituciones públicas, privadas, sociales y comunitarias a fin de dar a conocer el plan de promoción y apuntalen su desarrollo y el alcance de sus objetivos.

Se puede incluir talleres de trabajo con instituciones y empresas que pueden influir o potenciar las estrategias del plan, por ejemplo, medios de comunicaciones locales y nacionales, establecimientos comerciales, representantes de los sectores productivos, los mismos que desde el ámbito de su actividad pueden aportar para la difusión e impacto de este plan.

## **Seguimiento y evaluación del Plan**

Es necesario crear un sistema de seguimiento y evaluación, de esta forma se puede monitorear el avance de cada estrategia y cada etapa del mismo, y en el caso de presentarse retrasos o paralizaciones de una o varias actividades pues el Coordinador del proceso de promoción puede tomar a tiempo las decisiones conducentes a volver a un nivel de ejecución normal.

En cambio, la evaluación se realiza una vez se ha desarrollado la totalidad del plan y con ella se busca determinar en qué medida el mismo alcanzó sus objetivos globales y cuál fue su impacto en los receptores.

Para que un sistema de seguimiento sea exitoso ha de contarse ante todo con el objetivo general y los específicos del plan. Dentro de cada objetivo específico se debe colocar las estrategias que llevarán a alcanzar ese objetivo; luego de esto se

definirá por cada estrategia un indicador que sea el instrumento de medición de su cumplimiento y finalmente un sistema de calificación que permita saber en qué grado se alcanzó cada uno de los objetivos específicos y por tanto en qué grado se logró el objetivo general.

## **Marco Conceptual**

### **Playas**

Martínez (2012) lo conceptualiza como “Franja de arena que se encuentra entre los límites inferiores y superiores de las mareas bajas y altas.”

### **Producto turístico**

Acerenza (2011) dice que es un “Conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.”

### **Destino turístico**

Beltrán (2015) lo exponen como “Región o localidad que despierta el interés de ser visitado por el turista”

### **Crecimiento económico**

Zermeño (2014) afirma que “Es un incremento sostenido del producto per cápita o por trabajador. Así pues, desde este planteamiento, sería un aumento del valor de los bienes y servicios producidos por una economía durante un período de tiempo.”

### **Promoción**

Beltrán (2015) explican que es una “Actividad del proceso de comunicación integrada cuya función principal es la comunicación persuasiva”

### **Reserva ecológica**

Beltrán (2015) pronuncian que es “Aquella área de superficie variable que contiene uno o más ecosistemas inalterados o parcialmente alterados por la acción

del hombre en los cuales las especies animales y vegetales requieren protección especial.”

### **Planta turística**

Plana (2012) dice que se trata de un “Subsistema que elabora los servicios que se vende a los turistas y está integrado por dos elementos: equipamiento e instalaciones”

### **Plan de desarrollo**

Beltrán (2015) lo exteriorizan como un “Estudio que analiza varias áreas a desarrollar en conjunto y a través de una serie de etapas cuya finalidad es la de coordinar las acciones de los sectores de la economía que influirán en el proceso.”

### **Operador turístico**

Beltrán (2015) afirma que son “personas o empresas que organizan un viaje a través de un producto turístico.

### **Turismo**

Según la Organización Mundial de Turismo OMT (2014) Esta actividad conocida como “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

### **Tipos de turismo:**

Quesada (2011) indica:

- **Turismo cultural:** se lo llama a los viajes que se realizan con el fin de disfrutar y conocer aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.
- **Turismo deportivo:** viajan por motivos de: participar como espectadores, disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva y participar en competiciones deportivas.
- **Turismo de salud:** este lo realizan las personas que viajan a un destino caracterizado por sus especiales condiciones y ventajas para el descanso y la

recuperación, o para recibir un tratamiento o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general que las alejan.

- **Turismo rural:** propicia un estrecho e íntimo contacto de los turistas con sitios donde se combinan los factores naturales y agrestes locales, con los productivos y las tradiciones propias de una comunidad rural.
- **Turismo ecológico:** realizado por personas que se sienten atraídas o motivadas por conocer, disfrutar de los recursos naturales.
- **Turismo de aventura:** son actividades recreativas que involucran un nivel de habilidades físicas-deportivas con riesgo identificado y en contacto directo con la naturaleza.
- **Turismo comunitario:** son los servicios o paquetes turísticos que son proveídos por un grupo organizado o comunal.

La importancia del *turismo ecológico* se profundizó en la magnitud del mismo a partir de la creación o apareamiento del Desarrollo sustentable o sostenible el cual fue pactado y perfeccionado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU (1987) y fue elegido en el mencionado “Informe Brundtland”. (Quiroga 2012)

Alrededor del mundo se cuentan con experiencias exitosas en ecoturismo tales como la Isla de Palau famosa por el buceo y su exuberante mundo submarino, los bosques tropicales, playas y especies de Costa Rica, los Fiordos noruegos llenos de cascadas, nevados y fauna salvaje, los bosques protegidos de Kerala en India, entre otros.

En el país se tiene el proyecto Isla Santay, el Parque Nacional Cajas, Reserva biológica Marina de Galápagos, la Reserva ecológica Cofán Bermejo, el Área Nacional de Recreación Parque Lago, etc.

Honey (2011) menciona: El verdadero ecoturismo tiene que garantizar a los posteriores principios tanto para los consumidores o usuarios, así como para quienes son los proveedores de servicios:

- Disminuir los impactos negativos que pueda producir dicha actividad tanto para el entorno y la colectividad;
- Cimentar el respeto y la consciencia ambiental y cultural. Para así fomentar la sustentabilidad entre la comunidad y los visitantes;

- Proveer de experiencias positivas tanto a los visitantes como a la colectividad (anfitriones);
- Facilitar mediante beneficios financieros los cuales aporten directamente a la conservación y preservación del lugar;
- Aportar por medio de beneficios financieros y mejorar e incentivar la colaboración de la colectividad en la toma de resoluciones en beneficio de la comunidad local;
- Fomentar comprensión hacia el clima ambiental, social y político de las naciones anfitrionas;
- Defender y avalar los derechos humanos universales y también las leyes laborales.

En este sentido es preciso encontrar un equilibrio entre la oferta de servicios de diversión y la preservación del ambiente, tomando en cuenta que dentro de los atractivos turísticos de Cojimíes está el avistamiento de animales silvestres y especies florísticas, la reserva ecológica Mache Chindul, cascadas y playas y un plan de desarrollo turístico tiene que incluir la conservación y manejo adecuado de estas riquezas patrimoniales.

El cuidado de la fauna se refiere de una forma específica como no hacer ruidos considerables en su hábitat, los turistas no deben compartir alimentos con ellos porque puede originarles problemas de salud, no acercarse mucho ni tocarlos. Todo esto con el afán de que puedan permanecer y desarrollarse con normalidad lejos de factores externos negativos.

Luego también la importancia de preservar la naturaleza evitando tirar desperdicios en ella y principalmente los generadores de sustancias tóxicas para el medio ambiente como los aerosoles; además no se debe contaminar las fuentes de agua, reutilizar los envases que sea posible y si es necesario utilizar electricidad debe haber preferencia por sistema de generación de bajo impacto como por ejemplo la energía fotovoltaica.

Además, se debe incluir el ingreso financiero con la finalidad de propender a esta mencionada conservación y preservación ambiental y cultural y también al sostenimiento económico de las Comunidades afincadas en el sector, las mismas que podrían ofrecer al turista un conjunto de productos de alimentación tradicional,

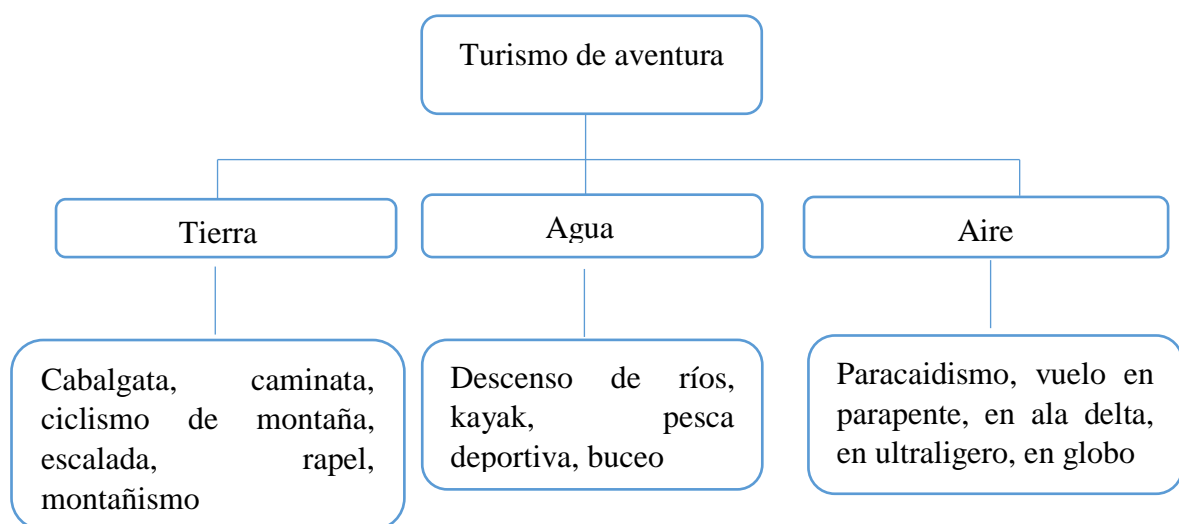
expresiones culturales y actividades de recreación divertidas y amigables con el ecosistema.

Según Budowski (2012) Las poblaciones locales o cercanas al recurso natural no perciben los recursos económicos adecuados o a su vez son muy escasos. Es decir, se consideran relegadas frente al incremento de los ecoturistas visitantes y observan como la rentabilidad económica beneficia a ciertas agrupaciones y con escasas implicaciones para las Comunidades de la zona.

De igual forma en lo concerniente al cuidado de los recursos histórico-culturales habrá de evitarse que se socaven las estructuras y monumentos y la sustracción de piezas arqueológicas.

Todo lo anterior debería tener como punto de partida un servicio de guía de turistas con el afán de enseñar, guiar y conducir al visitante hacia la forma óptima de disfrute del lugar.

Según Zamorano (2012) el *turismo de aventura* tiene como principal característica que permite al turista promover su condición física y mejorar su estado emocional al momento de tener retos impuestos por la naturaleza y por sí mismo, por lo que quedan excluidas del rubro aquellas actividades extremas en donde los retos son contra el tiempo o contra el hombre mismo.



Como aspecto importante del sistema no puede faltar el seguimiento y control de las autoridades competentes a las empresas y operadoras, las mismas que deben ser evaluadas constantemente en base a una norma técnica que incluya cada fase del servicio.

En lo referente al turismo de aventura es importante su estudio ya que la parroquia Cojimíes ofrece al turista la posibilidad de la práctica de varias actividades deportivas tales como el vuelo en ultraligeros, el alquiler de motos acuáticas y tablas de surf para practicar el esquí acuático y practicar la pesca deportiva en botes

Así como Acerenza (2005) también explica que “La promoción turística debe lograr que los consumidores conozcan los atractivos y la infraestructura existente en el lugar, lo cual hará que se diferencie el destino de su competencia y brinde confianza al momento de seleccionar el destino a comprar.”

Y por último Kotler (2011) afirma que “Una de las fundamentales herramientas del marketing es la promoción, la cual es entendida como las acciones que comunican los atributos de los productos y persuaden a los consumidores para que compren dicho producto”.

Se dice que el marketing busca estimular el incremento de la demanda basado en un conjunto de estrategias que deben incluir el producto, el precio y los canales de distribución.

### **Turismo comunitario**

Santana (2014) afirma Turismo comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural del desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios ganados.

World Wide Fund for Nature (2001) el turismo comunitario es “el tipo de turismo en el cual la comunidad local da su participación en su desarrollo y manejo de actividades, y una cierta porción de los beneficios se hacen parte de la comunidad”.

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2009), el concepto de turismo comunitario es la “relación que se da entre la comunidad y los visitantes desde una apariencia intercultural en el desarrollo de viajes planeados con la participación de sus miembros, con el manejo adecuado de los recursos naturales, la apreciación de los patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución de beneficios”

Orgaz (2013) sostiene Los Ejes del turismo comunitario son:



1. Organización: consolidación, mediación, resolución de conflictos y el tejido de estructuras organizativas en las comunidades, organizaciones o emprendimientos de turismo comunitario.

2. Cultura: valorar, concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades y comuneros con relación a su territorio.

3. Ambiente: capacitación, conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos, y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo por parte de las comunidades.

4. Economía: dinamización, integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria motor de los emprendimientos de turismo comunitario.

## **Marco Legal**

Esta investigación se establece sobre el marco legal nacional e internacional actual y sus correspondientes cuerpos legales se indican a continuación:

### **La Constitución**

Está vinculada con el tema a través de los siguientes artículos:

**Artículo 14:** se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantice la sostenibilidad y el buen vivir sumak kawsay. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético, la preservación del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

**Artículo 24:** Las personas tienen derecho a la recreación y esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

**Artículo 31:** Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural.

**Artículo 71:** La naturaleza o Pacha mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

**Artículo 73:** El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o alteración permanente de los ciclos naturales.

**Artículo 83:** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley. Literal 6.: Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

**Artículo 395,** inciso 2: Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

### **La Ley Nacional de Turismo**

Está vinculada con la investigación a través de los siguientes artículos:

**Artículo 3:** Son principios de la actividad turística los siguientes. Inciso d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país. Inciso e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana con su cultura y tradiciones, preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos en los términos previstos en esta ley y su reglamento.

**Artículo 46:** Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de protección del turista.

**Artículo 57:** Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

### **El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”**

Se relaciona con el tema de la siguiente forma:

Recomendaciones para la gestión de los próximos pasos del PLANDETUR 2020:

Soporte al turismo sostenible en áreas protegidas y al turismo comunitario como diferenciales: Se deberá abrir espacios de trabajo y facilitación de convenios de los actores del turismo comunitario con Instituciones públicas, privadas, de cooperación al desarrollo y académicas del sector turístico para crear el marco de trabajo apto para potenciar el turismo comunitario del Ecuador.

Creación de fondos y sistemas financieros de soporte al desarrollo e inversión al turismo sostenible: También resulta indispensable la existencia de los sistemas de financiamiento a micro emprendimientos turísticos directos y relacionados para dar soporte a sectores de la población con buenas oportunidades en turismo.

Realización de acciones de marketing: Se recomienda el mantenimiento de acciones de marketing según los planes actuales y los próximos a desarrollar ya que el éxito de la creación de productos turísticos está en que estos puedan ser vendidos. Las acciones de marketing deben ser más prácticas y funcionales que políticas.

### **El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017**

Se articula a la investigación a través del siguiente Objetivo nacional:

**Objetivo 3:** Mejorar la calidad de vida de la población.

Este objetivo se articula con esta investigación mediante las siguientes políticas:

**3.7:** Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población.

**3.11:** Garantizar la preservación y protección integral del patrimonio cultural y natural y de la ciudadanía ante amenazas y riesgos de origen natural y antrópico.

**Objetivo 7:** Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.

Este objetivo se relaciona con nuestro trabajo mediante las siguientes políticas:

**7.1** Asegurar la promoción, la vigencia y la plena exigibilidad de los derechos de la naturaleza.

**7.2** Conocer, valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre, acuática continental, marina y costera con el acceso justo y equitativo a sus beneficios.

**7.7** Promover la eficiencia y una mayor participación de energías renovables sostenibles como medida de prevención de la contaminación ambiental.

**Objetivo 8:** Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

Este estudio guarda relación con las siguientes políticas del objetivo 8:

**8.1:** Invertir los recursos públicos para generar crecimiento económico sostenido y transformaciones estructurales.

**8.10:** Profundizar las relaciones del Estado con el sector privado.

**Objetivo 10:** Impulsar la transformación de la matriz productiva

Las políticas relacionadas son:

**10.1:** Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.

**10.5:** Fortalecer la Economía Popular y Solidaria (EPS), y las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mypimes) en la estructura productiva.

## **Marco Referencial**

El presente estudio ha tomado como referencia varios trabajos de investigación los cuales por su alto valor académico y la pertinencia de su contenido en la temática de desarrollo turístico han sido considerados en la estructuración de la presente tesis.

### **Promoción turística del Balneario de Banchal, Parroquia Cascol, Cantón Paján, Provincia de Manabí.**

Analuisa (2012) dice que la Promoción turística del Balneario de Banchal. Este proyecto se relaciona con la presente investigación en lo siguiente:

1. Busca la difusión masiva de los atractivos turísticos del Balneario de Banchal sobre la base de un inventario e identificación de los mismos.

2. Establece los impactos negativos que puede generar el turismo para en base de ello incluir en la propuesta del plan de promoción aspectos de sustentabilidad del patrimonio natural y cultural del sector.

3. Analiza las manifestaciones culturales para incluirlas en el plan de desarrollo turístico y con esto hacer participar a todos los segmentos de la población en el proceso.

### **Plan de Desarrollo Turístico para la Parroquia de Chaltura en la Provincia de Imbabura.**

López (2014) explica que la relación que se verifica con este trabajo es la siguiente:

1. Tiene una visión de desarrollo económico para la parroquia lo cual es compartido en el objeto de este estudio ya que se piensa que el desarrollo turístico desde una perspectiva de crecimiento económico para el Sector y por tanto de desarrollo socio económico para sus habitantes.

2. Incluye la propuesta gastronómica como un pilar del plan de desarrollo y por tanto de progreso de muchas familias que participarán de la misma. En este trabajo de la Parroquia Chaltura, la oferta gastronómica está elevada a la categoría de componente del plan.

3. Aborda la problemática turística de la Parroquia Chaltura como un asunto de competencia de los Gobiernos nacional y seccionales por lo cual incluye propuestas de políticas públicas, legislación nacional, planes de desarrollo locales y ordenanzas municipales.

### **Guía para la Formulación de Planes de Desarrollo Turístico en Territorios Rurales**

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014) lo relaciona con este trabajo de la siguiente manera:

1. Se comparte la idea de la participación de todos los actores sociales en cada una de las etapas de la elaboración y desarrollo del Plan. La experiencia indica que todo plan, programa y proyecto que cuente con la participación y empoderamiento de todos los segmentos de la sociedad está abocado al éxito,

sin embargo, esta acción participativa tiene que ser organizada y dirigida con una metodología adecuada.

2. Se practica el diagnóstico elaborado mediante indicadores de línea base que grafiquen la situación actual para luego construir un plan que tome en cuenta los mismos indicadores y al final medir los resultados arrojados por el desarrollo del plan de promoción.

3. Se concibe el plan como un proceso que deba tener estrategias de intervención administrativas y además también proyectos y programas que propendan a conseguir los objetivos deseados.

4. Se piensa que el desarrollo turístico de los sectores fruto de nuestra investigación tiene que también contribuir al desarrollo cantonal, provincial y nacional y por ello se plantea que los objetivos del Plan de promoción turística estén articulados con los objetivos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia y del Cantón Pedernales y también con los Objetivos nacionales consignados en el Plan Nacional del Buen Vivir.

5. Se comparte la idea de establecer un modelo de gestión administrativa y una estructura orgánica funcional que conduzca a buen término las acciones del Plan.

## **CAPÍTULO II**

### **Situación Actual**

La parroquia tiene variedad de alternativas que se deben perseguir, optimizar los productos actuales y desarrollar nuevos que pueden llegar desde la diversificación de la producción gastronómica y artesanal de las familias de la localidad hasta la aplicación de los principios del ecoturismo, turismo de aventura y comunitario.

El criterio de centralidad resulta ser un elemento fundamental porque se requiere conocer cuál es la capacidad de carga de la localidad y la misma es baja porque tiene apenas un hotel con alrededor de 100 plazas y unos pocos alojamientos más de menor nivel los cuales poseen cerca de 400 plazas; esto es, Cojimíes actualmente no podría crecer considerablemente en el rubro turismo por su poca capacidad de recibir turistas.

En cambio, en oferta de atractivos tiene una interesante variedad, pero sin embargo no está estructurada en un conjunto integrado de servicios que es un tema que se construye en un plan de promoción. Un conjunto estructurado de bienes y servicios le da a la demanda potencial una imagen completa de todos los beneficios de visita a la localidad.

Luego en el asunto de la marca identificadora de la parroquia como destino turístico tampoco se ha trabajado en lo que se refiere el aspecto más visible del plan de promoción. La fabulosa playa de Cojimíes se encuentra a 45 kilómetros de la Playa de Pedernales Manabí y es el lugar ideal para disfrutar en familia o con la compañía de amigos. Cojimíes tiene una extensa playa para disfrutar de diferentes deportes y poner su tienda de campaña para regocijarse del sol y de una espectacular vista del mar.

Tiene también una discreta infraestructura hotelera, los precios de habitación en los hoteles son cómodos y accesibles para todos los turistas nacionales y extranjeros.

En realidad, pocos conocen la totalidad de los encantos naturales de la Parroquia y las variadas actividades que se puede realizar, y estos van desde actividades de deportes de aventura hasta el disfrute de la observación de la riqueza natural. La infraestructura local y la hotelera también son un eje fundamental de la oferta turística, ya que si no hay suficiente capacidad de alojamiento y además adecuado a la capacidad y preferencia de consumo de los visitantes tampoco se puede lograr obtener un incremento de la demanda que es lo que se busca.

Cojimíes ofrece un conjunto de recursos naturales e histórico-culturales amplio que se detalla con cifras más adelante pero que de forma general combina playas, paisajes, cascadas, rancho, reserva ecológica, variada fauna silvestre y flora; su conjunto de empresas turísticas consta de unas pocas hospederías que deberán incrementarse dentro del desarrollo de un plan turístico y un solo restaurante.

En cuanto a infraestructura tiene pocos accesos a la parroquia, el servicio de luz y agua no es permanente, se encuentra establecimientos adecuados para el desarrollo de actividades productivas que fomenten el turismo por parte de asociaciones de artesanos, de pescadores y de familias que ofrecen platos alimenticios típicos, servicio de transporte, de guianza, entre otros.

La parroquia Cojimés es parte del Cantón Pedernales, se encuentra situada al Noroeste de la provincia de Manabí, limita al:

- Al Norte. - con la Provincia de Esmeraldas.
- Al Sur. - con el Cantón Pedernales.
- Al Este. - con el Cantón Chone y parte de la Provincia de Esmeraldas.
- Al Oeste. - con el Océano Pacífico



**Figura 1: Ubicación Geográfica**

**Fuente: Manabí Gobierno Provincial (2015)**

### **Clima**

Tiene un clima tropical húmedo en las partes elevadas, y tropical seco árido en las zonas bajas. La temperatura fluctúa entre los 0 grados centígrados. Presenta dos estaciones climáticas bien definidas: invierno (enero a abril) y verano (mayo a diciembre).

### **Temperatura**

En verano los vientos modifican el clima y su temperatura oscila entre los 23 y 28 grados centígrados, mientras que en invierno alcanza los 34 grados centígrados.

### **Precipitación anual**

El promedio de precipitación va de 1 000 a 2 000 mm



## **Topografía**

La Topografía de la parroquia Cojimíes va desde el nivel del mar hasta elevaciones que bordean los 400 m.s.n.m. Esta característica propia de su condición de territorio costanero colindante con elevaciones importantes, brinda una serie de factores que contribuyen a la diversidad tanto en lo que respecta a zonas biológicas como a sistemas de sostenimiento económico por parte de sus pobladores. La diversidad observada en la parroquia se refleja en las diferentes actividades económicas de los sectores productivos ya que va desde la pesca artesanal hasta la agricultura sin dejar de lado zonas de explotación ganadera. Plan De Desarrollo Y De Ordenamiento Territorial De La Parroquia Cojimíes Del Cantón Pedernales (2014)

## **Gastronomía**

Manabí cuenta con una gastronomía muy variada y satisface a todos los paladares. Por lo regular se utiliza el horno de madera, colmado de ceniza con comales u ollas de barro utilizando carbón o leña para encenderlo, donde más se utiliza son en las casas de campo y donde se dice que cocinando en hornos la comida sabe mucho más rica y donde se engendra el Manabí profundo. Los ingredientes que más se utilizan en la cocina, sin duda son el plátano y el maní con ellos se pueden preparar cualquier variedad de platos como ejemplo: viche, bollos, corviches, caldo de bolas etc...

También se encuentra lo que son mariscos preparando platos como: Ceviche de camarón, camarón apanado, bandeja marinera, corvina frita, cangrejos al ajillo, entre muchos y exquisitos platos.



## Figura 2: Gastronomía Manabita

Fuente: Solnacientenews s.f.

Entre tantos platos típicos encontramos al delicioso y tradicional Encocado de corvina. La palmera de coco se incorpora a la cultura criolla de la campiña local. Desde la provincia vecina se han difundido varios elementos que se han incorporado exitosamente al modo de vida del poblador rural de Manabí. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



## Figura 3: Encocado de pescado

Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)

### Población

Tabla 1. Población Parroquia Cojimíes

| Rango edad   | Hombre       | Mujer        | Total         |
|--------------|--------------|--------------|---------------|
| 0 – 4        | 1 021        | 1 012        | 2 033         |
| 5 – 11       | 1 522        | 1 447        | 2 969         |
| 12 – 17      | 1 005        | 949          | 1 954         |
| 18 – 24      | 757          | 728          | 1 485         |
| 25 – 64      | 2 602        | 2 094        | 4 696         |
| + 64         | 334          | 237          | 571           |
| <b>Total</b> | <b>7 241</b> | <b>6 467</b> | <b>13 708</b> |

Fuente: Junta Parroquial Cojimíes – Plan de Desarrollo (2014)

Sus habitantes son personas, amables, trabajadoras, honestas y luchadoras. Poseen una alegría y hospitalidad única para con sus visitantes. Sacando adelante a su familia dando lo mejor de ellos día a día a pesar de obstáculos. Son unidos y

solidarios dedicándose a la pesca y el turismo para el crecimiento económico de su comunidad



**Figura 4: Comerciante en la playa de Cojimíes**

**Fuente: el comercio (2016)**

**Tabla 2. Población Parroquial por sexo**

| Sexo         | Casos         | %          |
|--------------|---------------|------------|
| Hombre       | 7 241         | 52,82      |
| Mujer        | 6 467         | 47,18      |
| <b>Total</b> | <b>13 708</b> | <b>100</b> |

**Fuente: Junta Parroquial Cojimíes – Plan de Desarrollo 2014-2019**

Del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Junta Parroquial de Cojimíes (PDyOT) se obtiene la información de la población, de la cual es preciso destacar que en su mayoría está conformada por hombres y que la población económicamente activa (PEA) es de 6 752 personas, lo cual a su vez es relevante conocer porque en base de esto el Municipio de Pedernales en conjunto con la Junta Parroquial de Cojimíes y el Ministerio de Turismo pueden establecer un plan de desarrollo turístico que incluya la participación de todas las personas en capacidad de trabajar en proyectos de oferta de servicios varios a los turistas con lo que mejorará la situación socioeconómica de las familias.

Cabe resaltar que también un plan de mejoramiento debe incluir actividades productivas que promueva los derechos de los grupos de atención prioritaria tales como personas con discapacidad, mujeres embarazadas, personas de tercera edad, migrantes.

**Tabla 3. Auto identificación cultural**

| <b>Autoidentificación</b> | <b>Casos</b> | <b>%</b> |
|---------------------------|--------------|----------|
| <b>Indígena</b>           | 27           | 0,10     |
| <b>Afro ecuatoriano</b>   | 337          | 2,00     |
| <b>Negro</b>              | 456          | 3,00     |
| <b>Mulato</b>             | 252          | 2,00     |
| <b>Montubio</b>           | 644          | 0,05     |
| <b>Mestizo</b>            | 11 514       | 84,00    |
| <b>Blanco</b>             | 462          | 3,00     |
| <b>Otro</b>               | 16           | 0,10     |
| <b>Total</b>              | 13 708       | 100      |

**Fuente: Junta Parroquial Cojimés – Plan de Desarrollo (2014-2019)**

Conocer la composición de la población de la parroquia partiendo de la auto identificación de sus habitantes también es información digna de resaltar porque la oferta turística dentro de un plan de desarrollo debería contener el componente de interculturalidad expresado en la oferta gastronomía, actividades culturales, entre otros. Se evidencia que la población es predominantemente mestiza.

**Tabla 4. Pobreza por ingresos económicos**

| <b>Indicador</b>       | <b>Medida</b>  | <b>%</b> |
|------------------------|----------------|----------|
| <b>Extrema pobreza</b> | % de población | 34,90    |
| <b>Pobreza</b>         | % de población | 65,10    |

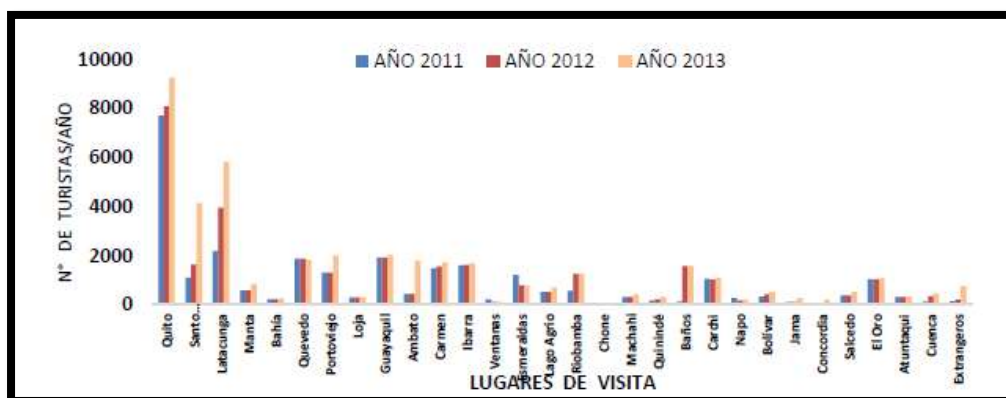
**Fuente: SIISE (2012)**

La población de Cojimés se encuentra dentro de los quintiles de pobreza uno y dos, esto es pobreza y extrema pobreza lo cual es un reflejo del bajo nivel de actividad económica tanto en el subcomponente turismo como en los de pesca y camarón. Muchas familias tienen sus emprendimientos de alimentación, servicio de

transporte, artesanías elaboradas con concha y coral, entre otros, sin embargo, el desarrollo urbano y turístico no les permite obtener ganancias considerables.

En Cojimíes hay comunicación celular, sin embargo, no hay suficiente oferta hotelera, no se encuentra agencias bancarias y como se ha dicho antes se presentan cortes recurrentes de electricidad.

Cojimíes tiene una riqueza natural, faunística, patrimonial y cultural de gran magnitud, la misma que ha sido caracterizada en esta investigación, sin embargo, la cantidad de turistas que recibe es baja y solo basta con mencionar los principales orígenes de los visitantes que han llegado al Cantón en el período 2011-2013.



**Figura 5: Flujo turístico a Pedernales**

**Fuente: PDyOT – GAD Pedernales (2014)**

Al Cantón Pedernales en dicho período han llegado 25 030 turistas provenientes de Quito, 11 930 de Latacunga, de Santo Domingo 6 881 y de Guayaquil 5 830 y con el resto de ciudades se llega a 90 000 visitantes en esos 2 años.

Solo una fracción de ellos llegan a Cojimíes y por esto el turismo representa apenas el 1,1% del PIB parroquial con una cifra de \$671 220 en 2014.

| SUBCOMPONENTE | MONTO ANUAL   |
|---------------|---------------|
| AGRICOLA*     | N/D           |
| PECUARIO      | N/D           |
| TURISMO       | 671.220,00    |
| CAMARÓN       | 61'464.494,00 |
| PESCA         | 571.000,00    |
| TOTAL         | 62'706714,00  |

**Figura 6: PIB Parroquial por subcomponentes**

**Fuente: PDyOT Cojimíes (2015)**

Esto demuestra la baja influencia que tiene el turismo en el desarrollo de Cojimíes, y esto se debe a varios factores, de forma particular al hecho de que no existe un plan de promoción turística integral que enfoque todos los aspectos del desarrollo turístico, es decir a la riqueza natural del balneario no se ha acompañado un trabajo de posicionarlo como un brillante destino turístico como en cambio sí se ha hecho con otras localidades con menor inventario de recursos.

Por ello se plantea contribuir con la Parroquia con la realización de un plan de promoción turística que sea de utilidad para las Autoridades locales y a través del mismo puedan favorecer al desarrollo económico de sus habitantes.

### **Actividades Turísticas**

Se pueden realizar varias actividades para la distracción de adultos y niños que van desde caminatas en la playa, pesca deportiva, recorrido por el estuario, camping en la Isla del amor, visita a la cascada Mache Chindul, degustación de la deliciosa y tradicional gastronomía de esta comunidad, voleibol, esquí acuático, otros.



**Figura 7 :Actividades turísticas**  
**Fuente: Ecuador- Turístico (2013)**

### **Fiestas**

Se celebran dos festivales famosos y tradicionales el del Coco para Semana Santa en el cual 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 mejores platos típicos.

Además, se premiará al mejor postre a base de coco y habrá presentaciones de grupos musicales. Es preciso destacar que en el año 2007 se instituyó la actividad cultural denominada “Festival de la Corvina” en el mes de agosto donde se escoge la corvina más grande y los mejores platos hechos a base del mismo, lo cual ha provocado un incremento en los ingresos de la población en condiciones de trabajar. Otra fecha de importancia es el 4 de octubre día en que se celebra su fiesta patronal en honor a San Francisco de Asís y el 14 de diciembre cuando se celebra su aniversario de parroquialización.



**Figura 8: Festival de coco**  
**Fuente: GAD Parroquial Cojímies (2016)**



**Figura 9: Festival de corvina**  
**Fuente: Diario Extra s.f.**

## **Manifestaciones culturales de la parroquia Cojimíes**

Las manifestaciones culturales son el insumo para el desarrollo del turismo cultural, el mismo que nace del interés del turista por la riqueza histórica-cultural de una localidad expresada en actividad de museos, formaciones antiguas, zonas arqueológicas, riqueza gastronómica, esculturas, etc.

### **Zona Arqueológica de Beche bajo**

A 16 Km de Pedernales se localiza el Río Beche, el cual alberga un recinto de poco tiempo de formación. Los habitantes explotan un pequeño balneario formado por un singular mercado en un ángulo recto que forma el río, la reciente determinación de la existencia de una Tola ceremonial y un remanente de Bosque Tropical cercano a nuevas expectativas de beneficios turísticos. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)

### **Leyenda “El Rivel” de Cojimíes**

También la tragedia da lugar a una tradición oral que parece haberse originado un poco más al norte, en Esmeraldas. Se trata de la aparición fantasmagórica de una pequeña canoa que mantiene una luz destellante, la cual enmarca una silueta, la misma que se aparece en noche sin luna a los navegantes desprevenidos del estuario. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)

### **Escultura El Encorvado de Cojimíes**

Un matrimonio serrano sufre la pérdida de un hijo a consecuencia de un ahogamiento. El cadáver nunca fue localizado, en memoria de ello los padres deciden cimentar en el lugar un Cristo de la misericordia. Estatua antropomórfica enhiesta con brazos extendidos y vuelta frontalmente hacia el mar, en gesto compasivo, colocado sobre una atalaya natural, se localiza aproximadamente a 15 Kilómetros de la carretera Pedernales- Cojimíes. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)

### **Bebida Coco Loco**

Los cicales forman parte integral del paisaje litoral. La palmera de coco se incorpora a la cultura criolla de la campiña local. El coco es el ingrediente principal



con el alcohol de caña recién extraída. Se hace un orificio al coco seco una vez abierto se retira el agua y se la reemplaza con alcohol de caña esta es la fórmula más original. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)

### **Atractivos naturales y turísticos de la parroquia**

Un aspecto muy importante de la oferta turística es el análisis y promoción de los atractivos naturales más relevantes del balneario por lo cual se encuentra en información proporcionada por el Departamento de Turismo de Pedernales un inventario de los mismos. Estos atractivos de Cojimíes están directamente relacionados con el turismo ecológico, de avistamiento de fauna y flora, de aventura y cultural.

Otros atractivos de la parroquia están conformados por un conjunto de playas, rancho, cascadas, reserva ecológica ideales para pasar una estadía de relajación, actividades de ecoturismo, pero también para practicar una variedad de deportes entre los cuales se identifican al vuelo en ultraligeros, esquí acuático, voleibol y pesca deportiva.

**Playa Cabeza de Vaca:** Playa abierta y despejada, presenta una pendiente muy leve. El frente de la playa está caracterizado en la parte sur de la línea de costa (colindante con Pedernales) con acantilados bajos y en el centro y norte con palmeras. Se evidencio abundante presencia de basura de origen marino (palos y troncos). Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 10: Playa Cabeza de Vaca**

**Fuente: Atractivos turísticos cantón Pedernales (2015)**

**Playa Carrizal:** Playa abierta y de horizonte despejado. La parte de la playa que sigue a la zona pasiva es moderadamente elevada con presencia de matorrales, y está muy cerca de la llanura de inundación del estuario del Río Cojimíes, en esta zona donde se ha implementado gran cantidad de piscinas camaroneras. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 11: Playa Carrizal**

**Fuente: Atractivos turísticos cantón Pedernales (2015)**

**Playa Cojimíes:** Se aprecia una playa con predominancia de régimen oceánico, sin embargo, también tiene influencia de aguas estuarina. En la denominada Punta de Cojimíes que es la que entra al estuario del mismo nombre se asienta la población de Cojimíes. En época de lluvias se presenta gran cantidad de restos de árboles en las playas. El PMRC (Programa de Manejo de Recursos Costeros) ha construido en la punta un muro escollera con la finalidad de proteger a la población del efecto del oleaje y eventos como aguajes. En la parte estuarina de la



playa se desenvuelve el puerto de entrada al estuario. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)

**Figura 12: Playa de Cojimíes**

**Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)**

**Estuario del Río Cojimíes:** Es un sistema conectado con el mar por una sola entrada que contiene varias islas deshabitadas o escasamente habitadas. La menor parte del estuario pertenece a la provincia de Esmeraldas y el resto a la de Manabí. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 13: Estuario de Cojimíes**

**Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)**

**Rancho Pablito:** Este atractivo forma parte de la Reserva Mache - Chindul, posee un remanente de bosque primario de aproximadamente 20 ha., Además de las cascadas que incrementan el atractivo turístico del lugar; en el bosque existe muchas plantas de diversas especies que pertenecen a la familia Aráceas. Existen un conjunto de cascadas que dan una excepcional belleza escénica al lugar, siendo un suministro importante de agua dulce al sector. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 14: Rancho Pablito**

**Fuente: turisteandoecuador (2015)**

**Cascada de Tiwa Arriba:** Están formadas por piedras o suelo pedregoso, producto de la erosión de rocas grandes que se han desprendido en épocas anteriores; así también hay orillas con sustrato arcilloso. Ésta área se encuentra dentro de la Reserva Mache Chindul. Forma un entorno con una belleza escénica, debido a la combinación de la flora del sector con el cuerpo de agua que forma la cascada; tiene un gran potencial para el desarrollo turístico. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 15: Cascada de Tiwa Arriba**

**Fuente: turisteandoecuador (2015)**

**Cascada de Chindul:** Forma parte de la Reserva Mache-Chindul, ubicado en dirección sureste desde Pedernales a Esmeraldas, al ser un atractivo muy visitado presenta algo de deterioro e intervenido con la presencia constante de turistas que se

bañan en el lugar; la presencia de la flora también se ve disminuida en el sitio. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 16: Cascada De Chindul**

**Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)**

**Ecoturismo Río Cuasa:** A orilla o en las cercanías del río Cuasa, en este sector se ubica una Hostería, que según su edificación les da un toque pintoresco a los atractivos, con su ubicación muy cerca del cauce de este curso de agua que tiene en cierta manera una calidad de agua aceptable con buena transparencia; además en los márgenes del río se conserva vegetación típica de la zona acrecentando la calidad del lugar como atractivo turístico. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 17: Ecoturismo Río Cuasa**

**Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)**

**Reserva Ecológica Mache Chindul.** El área tiene tres zonas bioclimáticas: una con precipitaciones moderadas en las zonas de transición del Bosque Seco Pre

montano al Húmedo Tropical, especialmente en una elevación donde nace el río Cuaque; otras adyacentes con precipitaciones que promedian entre los 800 y 1 000 milímetros cúbicos; y la tercera en la parte alta de la cordillera, con fuertes precipitaciones que oscilan entre los 2 500 y 3 000 milímetros cúbicos con pocas variaciones durante el año. Las precipitaciones en la parte alta de la cordillera, permiten a la mayoría de los nos mantener su caudal todo el año, inclusive del río Cuaque que se ubica al suroriente de la Reserva. Departamento de Turismo GAD

Pedernales (2014)



**Figura 18: Reserva Ecológica Mache Chindul**

**Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)**

**La Isla del Amor:** Lugar sereno ideal para compartir en total relax. Tiene arena blanca, caracoles y una piscina en forma de corazón. Al norte de Pedernales en el estuario de Cojimíes frente al pueblo. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)



**Figura 19: Isla del Amor**

**Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)**







## Catástro de la planta turística

**Tabla 7: Catastro de Alojamiento**

| ALOJAMIENTO        | NÚMERO | PLAZAS |
|--------------------|--------|--------|
| Hoteles            | 1      | 74     |
| Hosterías          | 3      | 117    |
| Hostales           | 7      | 330    |
| Moteles            | ---    | ---    |
| Pensiones          | 4      | 97     |
| Hospederías        | ---    | ---    |
| Camping            | ---    | ---    |
| Cabañas            | 3      | 134    |
| Hostal residencias | 2      | 29     |

**Fuente: Catástro de Establecimientos Cojimíes- GAD Pedernales (2016)**

De acuerdo con el catástro de hoteles en Cojimíes lo que más se puede encontrar son hostales con aproximadamente 330 plazas, además ofrece variedad de lugares para pernoctar de acuerdo a las preferencias del consumidor para su comodidad.

El servicio de alojamiento es clasificado por tipología o propiedad de acuerdo a las necesidades de cada segmento de clientes incluyendo el alojamiento comunitario para los amantes del turismo rural.

La información del Departamento de Turismo de Pedernales da cuenta de que existen muy pocos centros de alojamiento y en particular cabe destacar la presencia de un solo hotel, lo cual demuestra la baja presencia de turistas y de personas que visitan la Parroquia por diversos motivos.

**Tabla 8: Alimentación**

| ALIMENTACIÓN       | NÚMERO | PLAZAS |
|--------------------|--------|--------|
| Restaurantes       | 5      | 74     |
| Cafeterías         | ---    | ---    |
| Fuentes de soda    | ---    | ---    |
| Bares              | ---    | ---    |
| Cantinas           | ---    | ---    |
| Quioscos de comida | ---    | ---    |
| Otros: Paradero    | ---    | ---    |

**Fuente: Catástro de Establecimientos Cojimíes- GAD Pedernales (2016)**

Existen restaurantes suficientes en los cuales se ofrece comida típica de esta parroquia para el deleite y disfrute de los visitantes.

**Tabla 9. Categoría de Restaurantes**

| Categoría del restaurante | Cantidad |
|---------------------------|----------|
| <b>Primera</b>            | 0        |
| <b>Segunda</b>            | 0        |
| <b>Tercera</b>            | 5        |
| <b>Total</b>              | <b>5</b> |

**Fuente: Municipio Pedernales – Departamento de Turismo (2014)**

En este cuadro se evidencia la carencia de lugares de comida y solo se puede encontrar puestos de tipo rústico que no brindan todas las condiciones que espera el turista para disfrutar de la riqueza gastronómica del sector.

La restauración es relativa al consumo de bebidas el cual debe ser dado por las iniciativas privadas de parte de empresas y también de parte de los actores de la economía popular y solidaria.

**Tabla 10: Esparcimiento**

| ESPARCIMIENTO            | NÚMERO |
|--------------------------|--------|
| Discotecas               | 1      |
| Cines/teatros            | ---    |
| Instalaciones deportivas | 1      |
| Bingos                   | ---    |
| Otros                    | ---    |

**Fuente: Catástro de Establecimientos Cojimíes- GAD Pedernales (2016)**

En lo referente a actividades de esparcimiento se encuentran discotecas ubicadas alrededor de la playa, así como también en el centro de Cojimíes, además de instalaciones deportivas aptas para los turistas y residentes.

**Tabla 11: Otros servicios relacionados**

| OTROS SERVICIOS RELACIONADOS | NÚMERO |
|------------------------------|--------|
| Agencias de viaje            | ---    |
| Información al turista       | 1      |
| Alquiler de equipos          | ---    |
| Guías de turismo             | ---    |
| Bancos                       | ---    |
| Cajeros automáticos          | ---    |
| Otros                        | ---    |

**Fuente: Catástro de Establecimientos Cojimíes- GAD Pedernales (2016)**

La Junta Parroquial ofrece información a los turistas sobre los diferentes atractivos y actividades que se realizan para así sacar el mayor provecho de su estadía en la comunidad y sus alrededores

**Tabla 12: Instalaciones**

| IDENTIFICACIÓN DE INSTALACIONES TURÍSTICAS EXISTENTES |   |  |                      |   |                       |   |  |
|---|---|--|----------------------|---|-----------------------|---|--|
| De agua y playa                                       |   |  |                      |   |                       |   |  |
|   |   |  |                      |   |                       |   |  |
| 1. Marinas  |   |  | 4. Carpas o tiendas  | X | 7. Reposeras          |   |  |
| 2. Espigones  |   |  | 5. Sombrillas        | X |                       |   |  |
| 3. Muelles  | X |  | 6. Palapas o ramadas |   |                       |   |  |
|   |   |  |                      |   |                       |   |  |
| De montaña  |   |  |                      |   |                       |   |  |
|   |   |  |                      |   |                       |   |  |
| 1. Miradores  |   |  | 3. Funiculares       |   | 5. Teleféricos        |   |  |
| 2. Senderos   | X |  | 4. Refugios          |   | 6. Ski lift           |   |  |
|   |   |  |                      |   |                       |   |  |
| Generales   |   |  |                      |   |                       |   |  |
|   |   |  |                      |   |                       |   |  |
| 1. Piscinas   |   |  | 4. Tenis             |   | 7. Pasarelas, puentes |   |  |
| 2. Vestuarios   |   |  | 5. Otro deportes     |   | 8. Baños públicos     | x |  |
| 3. Juegos infantiles                                  | X |  | 6. Golf              |   |                       |   |  |

**Fuente: Catástro de Establecimientos Cojimíes- GAD Pedernales (2016)**

Existe variedad en cuanto a los establecimientos turísticos con los que cuenta la parroquia y todos están al alcance de los futuros visitantes.

**Tabla 13: Señalización**

| SEÑALIZACIÓN | SI | NO |
|--------------|----|----|
| Vial         | x  |    |
| Turística    | x  |    |

**Fuente: PDYOT Pedernales (2014)**

Las vías de acceso hacia la parroquia de Cojimíes se encuentran con la debida señalización vial, al igual que turística indicando donde se encuentra cada sitio turístico y la distancia.

**Tabla 14: Sanidad**

| SERVICIO             | SI | NO | % DE LA POBLACIÓN QUE TIENE EL SERVICIO |
|----------------------|----|----|---|
| Red de agua entubada | x  |    | 8%                                      |
| Alcantarillado       |    | x  |   |

**Fuente: PDYOT Pedernales (2014)**

El 8 % de la parroquia cuenta con el servicio de agua entubada, y aún no cuenta con el servicio de alcantarillado el cual según las autoridades está próximo a concretarse.

**Tabla 15: Agua a consumir**

| TIPO DE AGUA QUE CONSUME | SI | NO |
|--------------------------|----|----|
| <b>Red pública</b>       |    |    |
| Pila o llave pública     | X  |    |
| Otra fuente por tubería  |    |    |
| Carro repartidor         | X  |    |
| Triciclo                 |    |    |
| Pozo                     | X  |    |
| Río, vertiente, acequia  | X  |    |
| Agua lluvia              | X  |    |
| Otro                     |    |    |

**Fuente: PDYOT Pedernales (2014)**

Hay algunas maneras de obtener el agua para el consumo de la comunidad. De tal manera que todos cuentan con este servicio, ya que es necesario para el uso diario de las personas.

**Tabla 16. Eliminación de basura**

| ELIMINACIÓN DE BASURA | SI | NO |
|-----------------------|----|----|
| La queman             | x  |    |
| Carro recolector      | x  |    |
| Entierran             | x  |    |
| Tiran al río          | x  |    |

**Fuente: PDYOT Pedernales (2014)**

Existen algunas maneras de deshacerse de la basura ya sea mediante el carro de basura, que la quemen, entierren, o por alguna razón la tiren al río sin tomar en cuenta la contaminación de este.

**Tabla 17. Salud**

| INSTANCIAS DE SALUD     | NÚMERO | INSTANCIAS DE SALUD | NÚMERO |
|-------------------------|--------|---------------------|--------|
| Parteras capacitadas    |        | Hospital público    |        |
| Parteras no capacitadas |        | Dispensario público |        |
| Promotores de salud     |        | Unidad móvil        |        |
| Curandero tradicional   |        | Consultorio privado |        |
| Chamán                  |        | Clínicas            |        |
| Botiquín comunitario    |        | Hospital privado    |        |
| Sub-centro de salud     | x      | Farmacia            | X      |
| Centro de salud         |        | Otro                |        |

**Fuente: PDYOT Pedernales (2014)**

Se encuentra sub centros de salud, los cuales son de mucha ayuda ya que el hospital más cerca es en el cantón de Pedernales, también hay pequeñas farmacias en toda la parroquia.

**Tabla 18. Energía**

| SERVICIO          | SI | NO |
|-------------------|----|----|
| Energía eléctrica | x  |    |
| Gasolinera        |    | x  |

**Fuente: PDYOT Pedernales (2014)**

La parroquia cuenta con el servicio energía eléctrica mediante red pública, aun no hay gasolineras, solo en pedernales a 20 minutos de distancia.

**Tabla 19. Producto Interno Bruto estimado de Cojimíes**

| Subcomponente       | Monto          |
|---------------------|----------------|
| <b>Agropecuario</b> | No determinado |
| <b>Camarón</b>      | 61 464 494     |
| <b>Turismo</b>      | 671 220        |
| <b>Pesca</b>        | 571 000        |
| <b>Total</b>        | 62 706 714     |

**Fuente: MAGAP y Municipio Pedernales – DDC (2014)**

En el cuadro anterior se puede apreciar los elementos que conforman la producción en la parroquia; el turismo ocupa la segunda ubicación con alrededor del 10% de peso que tiene la principal actividad que es el camarón. De aquí también se puede deducir que la actividad turística necesita más empuje como actividad creadora de ingresos.

### **Transporte**

En cuanto al transporte público tipo: rutas, horarios, frecuencia, conflictos. El transporte de la cabecera parroquial a la cabecera cantonal es realizado por vehículos tipo furgonetas con una frecuencia de una hora entre turnos. Estas facilidades no se observan en el transporte entre las comunidades y la cabecera parroquial ya que no existe transportación regular.

### **Acceso**

Para viajar a Cojimíes tiene que primero saber que deberá pasar por Pedernales, la cual queda a 135 kilómetros de Santo Domingo y a 268 kilómetros de Quito. Si va a viajar desde la ciudad de Quito, deberá dirigirse a la terminal terrestre de Quitumbe en la cual deberá preguntar por el bus de la Cooperativa Aloag y la Cooperativa de transporte Kennedy, estos buses le llevaran a su destino.

Y si se encuentra en la ciudad de Guayaquil deberá acercarse a la terminal terrestre y coger el bus de la Cooperativa Kennedy la cual le llevará directamente a Cojimíes.

### **Estado de carreteras**

Cabe destacar que sus vías de acceso principal están en muy buen estado, pese al terremoto del pasado 16 de abril del 2016, sin embargo, las vías dentro de la parroquia actualmente se encuentran en mantenimiento para así poder ofrecer un mayor acceso y disfrute de los visitantes y comunidad.

### **Tasa de analfabetismo**

Partiendo desde lo básico, la tasa de analfabetismo de la parroquia Cojimíes se ubica en el 21,81%.

Contextualizando este índice tenemos la siguiente tabla:

**Tabla 20. Tasa de analfabetismo**

| PARROQUIA    | ANALFABETISMO |
|--------------|---------------|
| 10 de agosto | 24,97%        |
| Cojimíes     | 21,81%        |
| Atahualpa    | 20,30%        |

**Fuente: Inec Censo De Población Y Vivienda (2010)**

Como se observa, la parroquia Cojimíes se encuentra en segundo lugar de las parroquias rurales de Pedernales en lo que respecta a la tasa de analfabetismo, se encuentra muy distante del promedio cantonal ubicado en el 9,46%. La tasa de analfabetismo, para un correcto análisis de sus implicaciones debe ser correctamente contextualizada. El mayor o menor porcentaje de personas que no tienen acceso a la lectura y escritura en una circunscripción determinada, implica mayor o menor facilidad para la implementación de propuestas de desarrollo. Sabiendo que uno de los componentes comunes de cualquier propuesta de intervención es la capacitación y formación de los grupos beneficiarios, la tasa de analfabetismo cobra mayor importancia como una herramienta para disminuir los niveles de vulnerabilidad de los grupos poblacionales menos favorecidos.

El análisis cualitativo de este indicador arroja datos como que apenas el 10,29% de las personas que no saben leer ni escribir asistieron a un centro de alfabetización. Al analizar las causas de esta poca cobertura se determinó que las principales eran: el desconocimiento de la existencia de los programas de alfabetización, la vergüenza de asistir y que sepan los demás que no sabía leer ni escribir y el sentir que no es necesario el saber leer ni escribir para desarrollar las actividades diarias.

En lo que respecta al analfabetismo funcional, en primer lugar, se establece un concepto: La tasa de analfabetismo funcional es el número de personas de 15 años cumplidos y más que tienen tres años o menos de escolaridad primaria, nivel 1 según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE), expresado como porcentaje de la población total de dicha edad.

Se denomina analfabetismo funcional a la condición de las personas que no pueden entender lo que leen, o que no se pueden dar a entender por escrito, o que no pueden realizar operaciones matemáticas elementales. Para propósitos de medición, se considera como analfabetos funcionales a aquellas personas que han asistido a la escuela primaria tres años o menos. Como quedó expresado líneas arriba, el

analfabetismo puro y el analfabetismo funcional dificultan la implementación de propuestas de desarrollo que contengan, entre sus componentes, acciones de formación y/o capacitación. La tasa de analfabetismo funcional en Cojimíes es de 50%, siendo la segunda en el cantón Pedernales cuyo promedio en este indicador es del 43,70%. Cabe destacar que la meta del Plan Nacional del Buen Vivir es de lograr que la tasa de analfabetismo funcional llegue al 10% para el año 2013. Departamento de Turismo GAD Pedernales (2014)

### **Análisis Pest**

Se va a realizar un análisis de las situaciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas que incidirán en la ejecución de un plan de desarrollo turístico en Cojimíes y por tanto merecen un análisis individual.

### **Político**

En el Ecuador existe un sistema descentralizado de Gobierno mediante el cual las Provincias, Cantones y Parroquias tienen sus propios Gobiernos locales, lo cual permite tener una planificación de desarrollo integral en cada una de estas jurisdicciones. Esta planificación deberá estar plasmada en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) que además cuenta con recursos económicos, humanos y materiales para su realización. Sin embargo, a pesar de esto, los Prefectos, Alcaldes y Presidentes de Juntas Parroquiales no respetan los procesos y programas contenidos en estos PDyOT y los ajustan a las circunstancias políticas, problemas financieros del Gobierno seccional o a realizar contrataciones no planificadas por lo cual el Plan de Desarrollo en pocos casos alcanza sus objetivos estratégicos para el que fue elaborado.

Por otra parte, a nivel de legislación el Estado ha promulgado un conjunto de leyes y articulados que propenden a la preservación y conservación del patrimonio natural y cultural y por otro lado a impulsar el desarrollo productivo. Estas leyes se encuentran en la Constitución Política y Ley de Turismo y Plan Nacional del Buen Vivir. Esta legislación sirve como marco jurídico para el mejoramiento de los Planes de Desarrollo locales, para el crecimiento y regulación de la actividad empresarial vinculada al turismo y como orientadora de la utilización del aparato productivo nacional de forma que se pueda alcanzar los objetivos contenidos en el Plan Nacional



del Buen Vivir de forma particular en lo referente a la transformación de la matriz productiva.

La concordancia de este aspecto político con la presente investigación radica en que el Plan de desarrollo turístico tiene que ser parte del PDyOT de Pedernales. Por tanto, sus objetivos de este Plan y del PDyOT deben estar alineados a la respectiva competencia municipal así mismo el referido Plan turístico debe alinearse a lo contemplado en la legislación de protección y conservación del patrimonio local. Plan de Desarrollo Cojimíes (2015)

### **Económico**

El terremoto ha afectado de forma significativa la situación económica de Cojimíes y toda la provincia de Manabí, con esto, es mucho menor la cantidad de recursos que el Gobierno nacional, así como los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provincial, Municipal y Parroquial pueden destinar a la realización de un Plan de desarrollo turístico y su ejecución.

La actividad hotelera se vio drásticamente afectada por la pérdida total o parcial de muchos establecimientos, la ausencia de turistas nacionales y extranjeros y los servicios complementarios de turismo. Por lo que los esfuerzos de estos entes de Gobierno están ahora enfocados en la reconstrucción de las estructuras e infraestructuras del cantón Pedernales. La parroquia Cojimíes no fue devastada por el terremoto por lo que los esfuerzos de los entes están orientados a impulsar la reactivación social y económica de sus habitantes con el apoyo al turismo del sector.

Como si lo anterior fuera poco el país venía desde el año pasado enfrentando una fuerte crisis económica que provocó que el Gobierno por una parte recorte de forma muy considerable el presupuesto para el Ministerio de Turismo y por otra incurra en retrasos en los pagos de las asignaciones mensuales a los Municipios con lo cual estos ni siquiera podían cubrir sus gastos básicos administrativos y operativos.

Como una medida de ayuda por los efectos del terremoto, la Asamblea aprobó el proyecto de Ley denominado “Ley de solidaridad y corresponsabilidad Ciudadana por las afectaciones del terremoto del 16 de abril de 2016” enviada por el Ejecutivo la cual contempla elevar el IVA al 14%, aporte de un día de sueldo dependiendo del salario, entrega de 3% de utilidades de las empresas, contribución del 0.9% del patrimonio mayor a 1 millón de dólares, impuesto del 0,8% de los

bienes de empresas off-shore, exoneración de impuestos a los contribuyentes domiciliados en Manabí, exoneración de impuestos por 5 años de todas las inversiones privadas que se hagan en Manabí.

Dentro de este análisis económico se indica que un plan de desarrollo turístico tal como se plantea tendrá inconvenientes en su elaboración oficial y en su ejecución. Debido a que existe carencia de recursos dentro de lo establecido en los Presupuestos Municipales para desarrollo productivo y turístico. Las medidas gubernamentales tomadas favorecen a la zona de estudio para su reactivación económica, turística y social. Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2016)

### **Social**

Existe una gran oportunidad de desarrollo social en un Plan de Desarrollo Turístico en el país ya que las políticas públicas del Gobierno y la legislación dan un fuerte impulso al desarrollo económico basado en el bienestar del ser humano; es decir, de forma general en todos los Planes de desarrollo se debe considerar la participación activa y el beneficio para todos los sectores de la Sociedad de forma muy especial a los grupos vulnerables que son los conformados por los grupos raciales, étnicos y gremiales históricamente excluidos tales como los afroamericanos, indígenas, amazónicos, entre otros y por los grupos de atención prioritaria que son los niños, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, adultos mayores y personas en situación de movilidad.

También se da en la Constitución de la República una importancia especial en los planes, programas y proyectos de desarrollo social y productivo a la participación de los actores de la economía popular y solidaria conformada por las asociaciones, cooperativas y grupos de familias.

Por tanto, la relación del trabajo con el contexto social está en que todo este conglomerado humano se beneficiará de la ejecución de un plan de desarrollo turístico con la participación en todas las esferas del mismo y producto de ello mejorarán sustancialmente sus condiciones de vida familiar, en lo económico, situación de salud, situación alimenticia y desarrollo personal en todas sus formas. Plan de Desarrollo Cojimés y Ordenamiento Territorial (2014)

## Tecnológica

Los recursos tecnológicos tienen que ser masificados como una acción que mejore la competitividad de la parroquia como destino turístico.

**Tabla 21: Disponibilidad de Teléfono Convencional**

| Dispone de Teléfono Convencional |       |       |
|----------------------------------|-------|-------|
| Si                               | No    | Total |
| 85                               | 2 809 | 2 894 |

**Fuente: Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cojimíes del Cantón Pedernales (2014)**

Uno de los servicios con menor cobertura en la parroquia es el de telefonía fija llegando apenas a 85 familias lo que representa el 2,94%

**Tabla 22: Disponibilidad de Teléfono Celular**

| Dispone de Teléfono Celular |     |       |
|-----------------------------|-----|-------|
| Si                          | No  | Total |
| 1.927                       | 967 | 2 894 |

**Fuente: Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cojimíes del Cantón Pedernales (2014)**

El 66,59% de las familias tienen acceso a la telefonía celular como mecanismo de comunicación.

**Tabla 23: Disponibilidad de internet**

| Dispone de Internet |       |       |
|---------------------|-------|-------|
| Si                  | No    | Total |
| 50                  | 2.844 | 2 894 |

**Fuente: Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cojimíes del Cantón Pedernales (2014)**

Apenas 50 familias que representa el 1,73% tienen acceso a internet, esto establece un factor que contribuye a la disparidad en el acceso a los servicios complementarios sobre todo en lo que se refiere a la facilidad para los procesos de enseñanza aprendizaje en los estudiantes de la parroquia. No se puede dudar que el

contar con acceso a internet facilita la labor de los estudiantes y maestros en la posibilidad de establecer un proceso enseñanza aprendizaje de calidad.

**Tabla 24: Disponibilidad de Computadora**

| <b>Dispone de Computadora</b> |           |              |
|-------------------------------|-----------|--------------|
| <b>Si</b>                     | <b>No</b> | <b>Total</b> |
| 76                            | 2 818     | 2 894        |

**Fuente: Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cojimíes del Cantón Pedernales (2014)**

Otro de los factores que contribuye al mejoramiento del proceso de enseñanza aprendizaje es el acceso a tecnología a través de contar con un equipo de computación como herramienta estudiantil en el hogar. Con estas consideraciones el que en la parroquia apenas el 2,63% de las familias tengan acceso a este tipo de equipos es un factor que determina la disparidad con otras realidades.

**Tabla 25: Disponibilidad de Tv por Cable**

| <b>Dispone de Tv por Cable</b> |           |              |
|--------------------------------|-----------|--------------|
| <b>Si</b>                      | <b>No</b> | <b>Total</b> |
| 168                            | 2 726     | 2 894        |

**Fuente: Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cojimíes del Cantón Pedernales (2014)**

Siendo la televisión uno de los entretenimientos más comunes utilizados sobre todo por la población infantil, su calidad tendrá un impacto directo en su percepción, por lo que el acceso a televisión por cable, que amplía las posibilidades de acceso a información es otro factor a ser considerado. En el caso de la Parroquia, apenas el 5,81% de las familias cuentan con este servicio.

Los recursos tecnológicos tienen que ser masificados como una acción que mejore la competitividad de la Parroquia como destino turístico. El contexto tecnológico mencionado se relaciona con el estudio porque el acceso a internet, a televisión por cable y servicio de telefonía celular es necesario para la inclusión de un Plan Turístico integral y exitoso para la difusión de las actividades contempladas en dicho Proyecto. Plan de Desarrollo Cojimíes (2014)

## **CAPITULO III**

### **Metodología de la investigación**

El método que se utiliza es el deductivo. Será deductivo porque partiendo de conceptos, principios y teorías ya establecidas y consignadas en el marco teórico se dará lugar a una estructura de promoción turística concreta.

“Método deductivo es un método de inferencia basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido e inductivo en sentido contrario”. (Morán 2011)

### **Enfoque de investigación**

El enfoque de la investigación es cualitativo y cuantitativo. “Se utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afirmar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Sampieri 2012)

El carácter de cualitativa le da el hecho de que mediante la observación y registro de la problemática turística de Cojimíes y la entrevista a personalidades con respetabilidad en la temática abordada se puede realizar un análisis técnico de las necesidades y falencias de la situación turística de la localidad y esto será un pilar para estructurar la propuesta la cual es el motivo de este trabajo.

“Se usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Sampieri 2012).

Se indica que será cuantitativo porque se utilizará la recolección de datos numéricos para efectuar un análisis estadístico de la realidad turística de la Parroquia en base de los resultados de la encuesta y esto será un insumo básico para establecer conclusiones generales y poder construir la propuesta.

### **Tipo de investigación**

#### **Descriptiva**

Con la visita a la parroquia se ha logrado observar la realidad turística de la misma y describir su situación social, económica, ambiental y patrimonial obteniendo datos valiosos utilizados durante el desarrollo de este proyecto.

“En las investigaciones descriptivas se hace una caracterización de un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores”. (Rodea 2012)

### **Fuentes de investigación**

#### **Fuentes primarias**

Para Losantos (2011) son aquellas que contienen información nueva u original, de primera mano. El término original no se refiere a la novedad, a que nadie haya tratado antes el tema, sino a que es el documento origen de la información, que en él se contiene toda la información necesaria, no remite ni necesita completarse con otra fuente.

Esta fuente se relaciona con el proyecto de tal manera se realizó mediante observación, también se tomó información de documentos de las instituciones públicas, además de entrevistas y encuestas.

#### **Fuentes secundarias**

Losantos (2011) dice que Las fuentes secundarias son aquellas que no tienen como objetivo principal ofrecer información sino indicar que fuente o documento nos la puede proporcionar. Los documentos secundarios remiten generalmente a documentos primarios. Son fuentes secundarias los catálogos, las bibliografías, los repertorios, otros.

Por lo tanto, para realizar este proyecto se tomó información de libros, revistas y artículos de internet y de otros medios los cuales fueron de suma ayuda para la realización del mismo.

#### **Estudio de mercado**

Mediante encuestas a turistas que visitan Cojimíes y a otros que realizan frecuentemente turismo hacia las provincias costeras del Ecuador se consultará e investigará detalles de sus preferencias de consumo de bienes y servicios turísticos, de los factores que influyen en la demanda de estos productos y luego sobre sus opiniones acerca de la oferta turística de un destino con las características de la parroquia.

“El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.” (Muñiz 2011)

### **Objetivo del estudio de mercado**

El objetivo del estudio de mercado es estudiar la oferta y la demanda del mercado turístico de Cojimíes. Por una parte, se investiga los elementos que influyen en la demanda de los visitantes que llegan a disfrutar de sus riquezas y de otras personas que visitan en la costa ecuatoriana destinos parecidos a la parroquia. Esto es decir se indaga los aspectos económicos, sociales, culturales, de infraestructura y servicios que influyen en la decisión de visitar el destino.

Y por otro lado se investiga la oferta, todos los aspectos del producto turístico global de Cojimíes, es decir, sus atractivos naturales, los servicios asociados al disfrute de estos atractivos, el alojamiento y en sus servicios complementarios, los servicios de comunicaciones, de transporte, de alimentación, la situación de seguridad ciudadana y más detalles que conforman la oferta de la parroquia.

### **Población**

Según Arias (2012) la define como el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes.

En la ciudad de Quito hay 2 239 191 habitantes. Estos argumentos quedan verificados con la información del INEC. Los turistas que tradicionalmente han visitado Cojimíes han sido los manabitas y quiteños de acuerdo a datos, pero debido a las consecuencias de la reciente catástrofe por el fenómeno natural, existe una manifiesta intención de los ecuatorianos a realizar actividades para la reconstrucción de la provincia de Manabí y Esmeraldas. Razón por la cual se considera como la población objetivo a la ciudad de Quito la que constituye el mercado que se pretende captar debido a su número de habitantes, ocupa el primer lugar en cuantos turistas que han visitado la Parroquia según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cojimíes. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cojimíes (2014)

### **Muestra**

López (2013) considera que la muestra está formada por un grupo pequeño de individuos de una población y para poder ser representativa debe estar formada por el 30% de dicha población como mínimo.

La muestra será esa parte de la población a la cual se realizará la encuesta cuyos resultados nos llevará a conocer los aspectos que habrá que considerar para la elaboración de un plan de promoción turística exitoso.

### **Cálculo de la muestra**

El tamaño de la muestra será calculado con la fórmula de la población finita que presentamos a continuación:

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

En la cual:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

P = proporción esperada (95%)

Q = 1 - P

e = error muestral

z<sup>2</sup> = constante (1.96)

Se indica con precisión el significado de varios elementos de la fórmula.

(P) representa la proporción de personas de la población que poseen las características del estudio, esto significa que la población que está estudiando tiene que tener mínimo un 95% de homogeneidad entre sus miembros.

(Q) representa al número de personas que no tienen las características de estudio.

El (e) error muestral resulta ser la diferencia que se obtiene comparando los resultados de preguntar a una muestra de la población y preguntar a toda la población. Por una exigencia de precisión hemos determinado que el error muestral sea del 5%.

La (z) es el nivel de confianza, esta variable representa la probabilidad de certeza de los resultados. Tomando en cuenta el análisis que hemos realizado en cuanto a los antecedentes y desarrollo del objeto de investigación, se afirma que el nivel de confianza será del 95%, y esto equivale a un valor constante de 1,96.

La encuesta será realizada a 384 que es el tamaño muestral y la ficha de encuesta será elaborada con preguntas preparadas metodológicamente que busquen



obtener las respuestas que se espera recabar acerca de los gustos y preferencias de consumo de servicios turísticos y con ello poder realizar un adecuado estudio de mercado y un buen plan de promoción turística.

### **Tipo de muestreo**

#### **Muestreo aleatorio simple**

Se utilizará en muestreo aleatorio simple.

“El muestreo aleatorio simple consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista de forma que cada miembro tiene igual oportunidad de ser elegido.” (Casal 2012)

Utilizando este muestreo se escogerá a las personas de la muestra al azar, pero luego de estratificarlos por grupos de edades. De cada estrato de personas se escogerá un número igual y con eso se tendrá un resultado compacto.

### **Técnica para recolección de datos**

Las técnicas para recolección de datos serán la ficha de encuesta y la entrevista.

García (2013) afirma una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

En cambio, las entrevistas son instrumentos de recolección de información cualitativa. Realizaremos las entrevistas a tres personas con alta respetabilidad en el tema del desarrollo turístico y que además sean de la Provincia de Manabí para asegurarnos que sean personalidades que dominan la realidad del turismo en Cojimíes. Esos profesionales pueden ser de la Dirección Provincial de Turismo y de la Dirección de Turismo de Pedernales.

Según Díaz, Martínez, Torruco y Varela (2013) Una entrevista es una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar, es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos

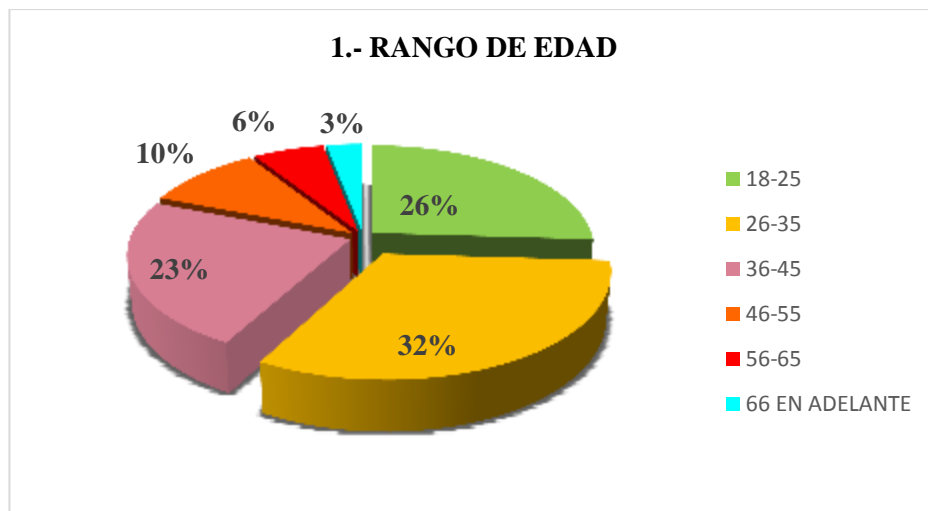
### **Análisis e interpretación de datos**

Se efectuará una tabulación y gráfica de los resultados de las encuestas por cada pregunta. Luego con estos datos ordenados se hará un análisis e interpretación estadísticos del significado de las respuestas de los encuestados y las conclusiones respectivas que nos permitirán realizar un correcto plan de promoción turística.

Con las respuestas de las entrevistas se hará un apartado para establecer conclusiones específicas por cada pregunta las cuales también permiten sustentar el objeto de estudio y será un pilar para construir el plan de promoción turística.

### **Análisis de los resultados**

Las encuestas tienen como mercado objetivo a la ciudad de Quito debido a que en Manabí hay mayor variedad de playas de destino para visitar y las habitantes de Manabí no están en condiciones económicas ni emocionales para realizar actividades turísticas por los efectos del terremoto del 16 de abril del presente año, y es por esto que planteamos presentar a Cojimíes como destino turístico explotando sus recursos y atractivos



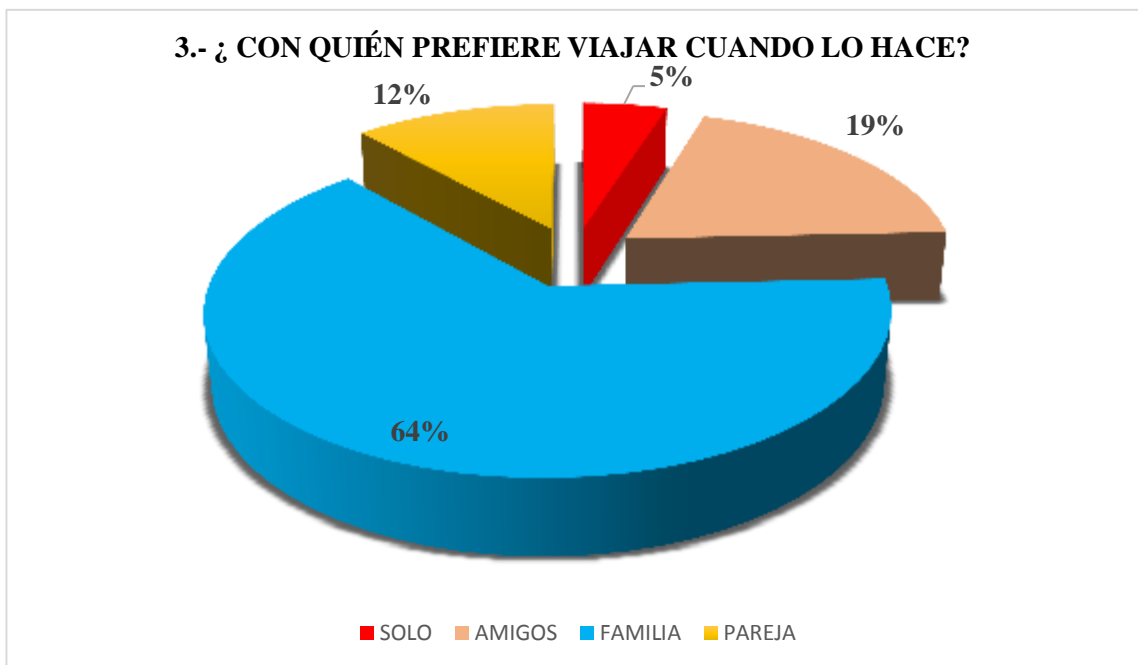
**Figura 20: Edades de los encuestados**

La mayoría de las personas que viajan a la costa ecuatoriana están en el rango de las edades de 26 A 35 años con un porcentaje de 32%, mientras las que menos viajan son las de 66 años en adelante. Por lo tanto, los que más viajan son personas jóvenes, por lo que se pueden enfocar más en promocionar actividades para este tipo de personas.



**Figura 21: visita a Manabí**

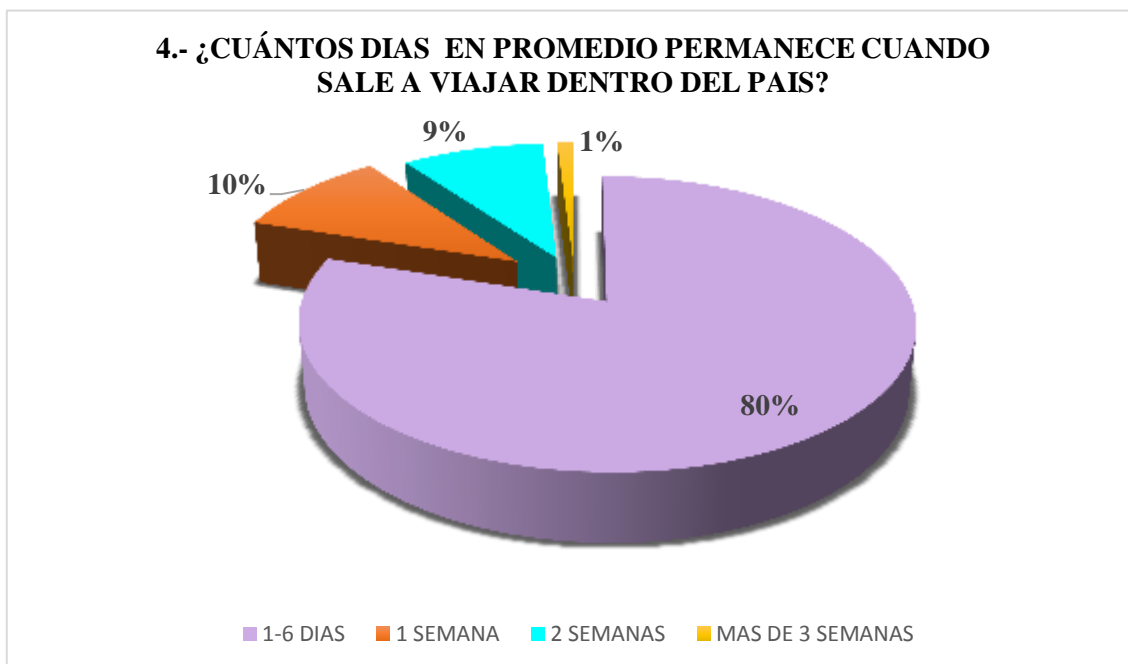
La encuesta nos indica que el 96% de encuestados han visitado las playas de Manabí, por lo tanto, esto es muy interesante ya que al promocionar Cojimíes será un destino nuevo para quienes no lo conocen que es 4% de los encuestados



**Figura 22: Preferencia al viajar**

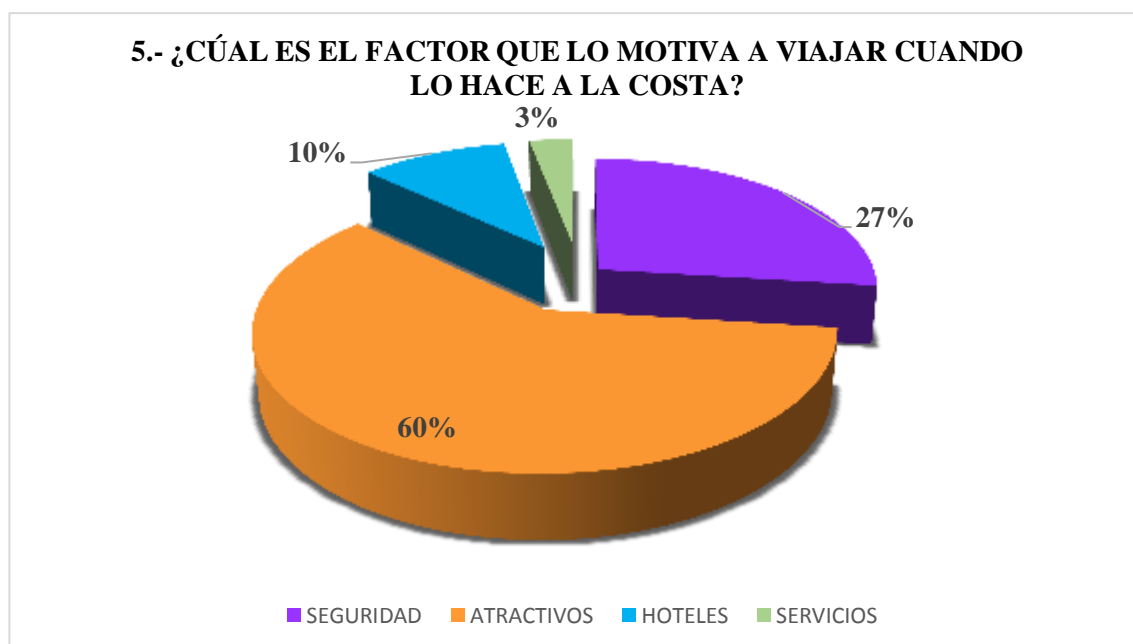
Se observa que por lo regular las personas que viajan más por lo general van en compañía de su familia notándose un resultado del 64%, mientras que un 19% lo hacen junto a sus amigos, el 12% lo hacen en pareja y un 5% prefieren viajar

solos. Por lo tanto, se puede realizar más actividades de esparcimiento, ocio y diversión para familia y amigos.



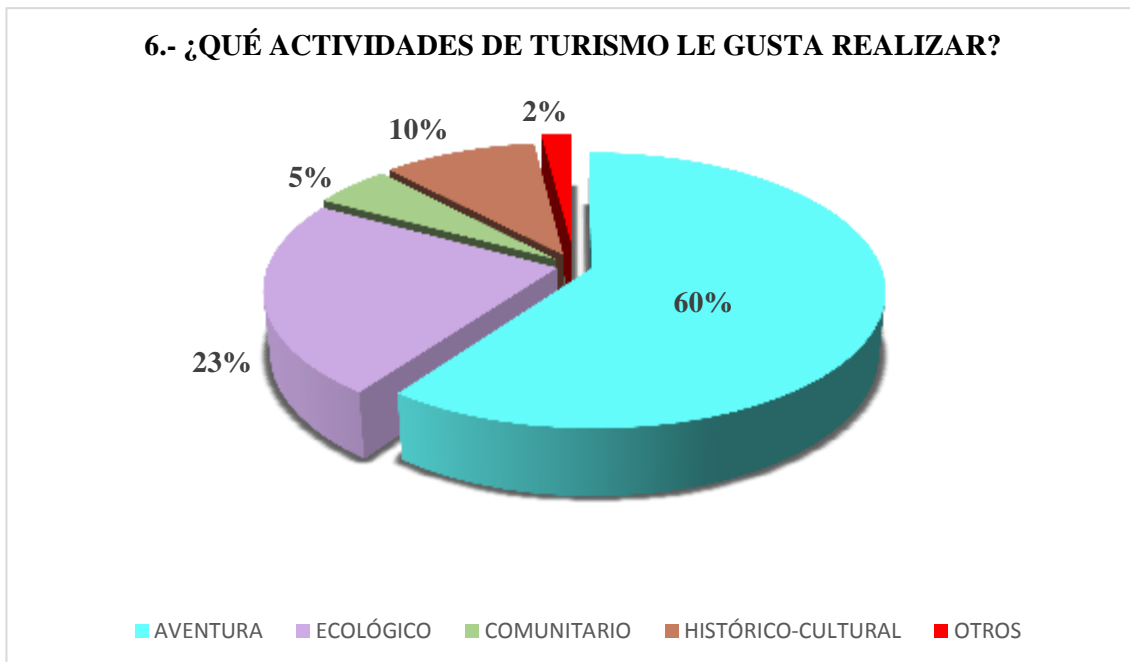
**Figura 23: Días de estancia**

El 30% de los encuestados prefieren pasar de 1 a 6 días, el 10% viaja por una semana, el 9% por dos semanas y el 1% más de 3 semanas. En si la mayoría de personas optan por viajar pocos días y realizar actividades para su relax y esparcimiento.



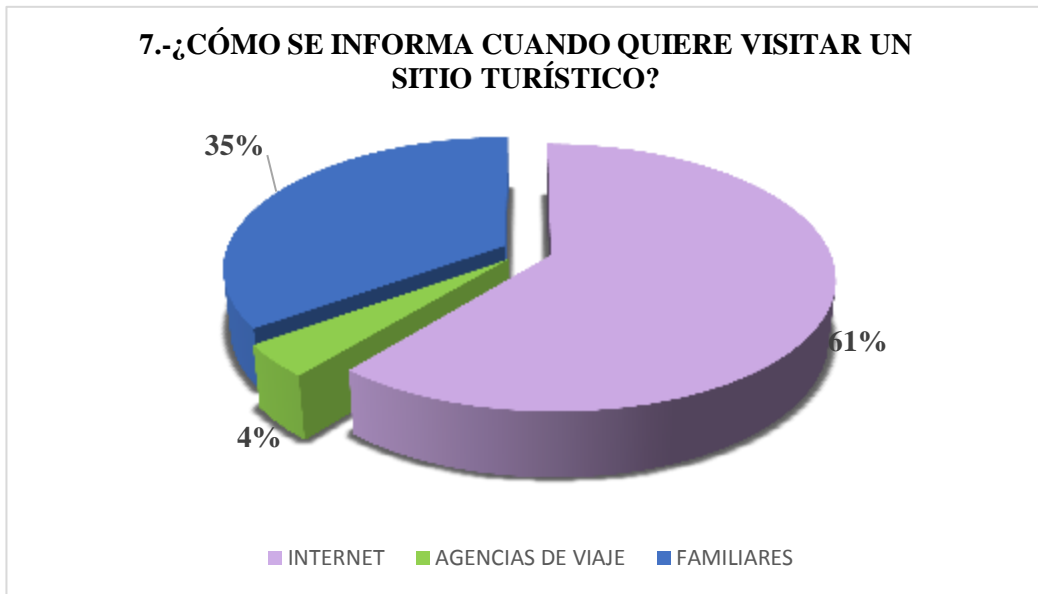
**Figura 24: Factor motivador**

El 60% de los encuestados indican que el motivo por el cual viajan es por los atractivos, esto quiere decir que les gusta conocer y contactarse con la belleza natural que posee el destino, por lo tanto se puede observar que el 27% lo hace tomando como punto principal la seguridad que también es importante para los turistas debido a que la mayoría viaja con su familia y lo que desea es tener una estadía relajada, acogedora y disfrutar sanamente con los suyos, seguido por 10% de hoteles y por ultimo con 3% de servicios



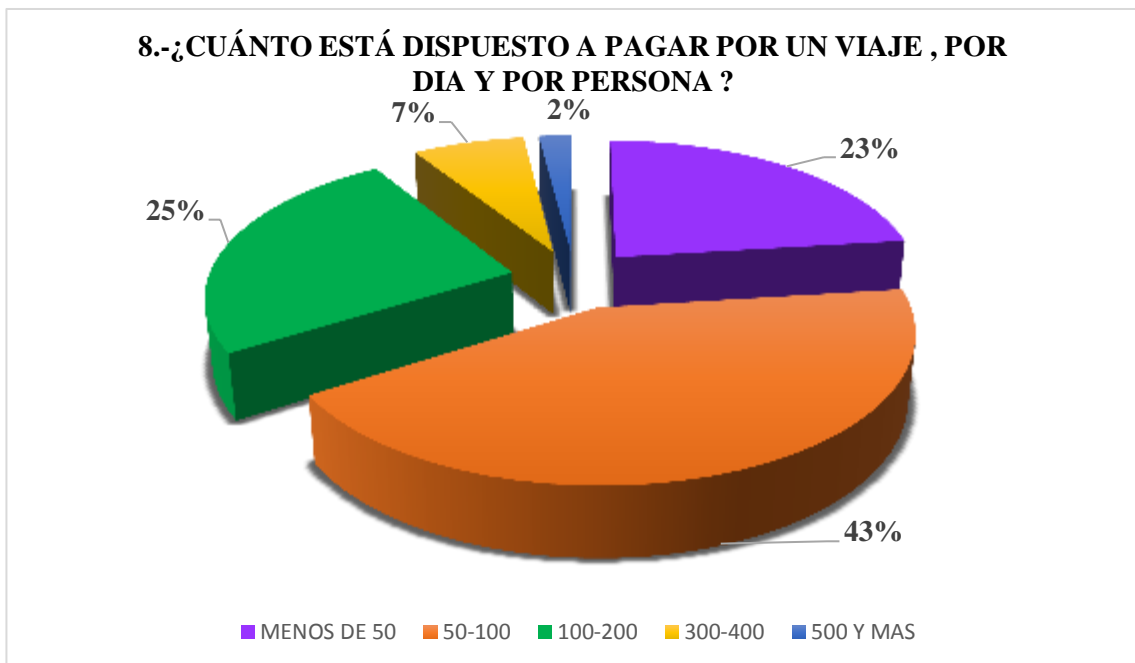
**Figura 25: Actividades a realizar**

A muchos de los encuestados les gusta realizar el turismo de aventura, disfrutar de los atractivos naturales lo cual tiene un porcentaje de 60%, seguido por los que prefieren recrearse con la biodiversidad que ofrece el turismo ecológico con 23%, luego los de turismo histórico cultural con porcentaje de 10%, seguido por el turismo comunitario el cual realizan con la motivación de aportar al crecimiento y reactivación económica del lugar con un total de 5% y por último prefieren realizar otro tipo de turismo con un porcentaje de 2% Esta información es importante ya que los encuestados prefieren las actividades al aire libre, contacto con la naturaleza.



**Figura 26: Modo de informarse**

Los porcentajes son los siguientes: internet con 61% por lo general muchas personas buscan información mediante internet por lo que es algo a favor porque se realizará promociones por la misma, como redes sociales y otras páginas además es una manera más rápida de informar, seguido por los que se informan por medios de familiares o amigos con un porcentaje de 35%. Y por último por agencias de viajes con un porcentaje de 4%.



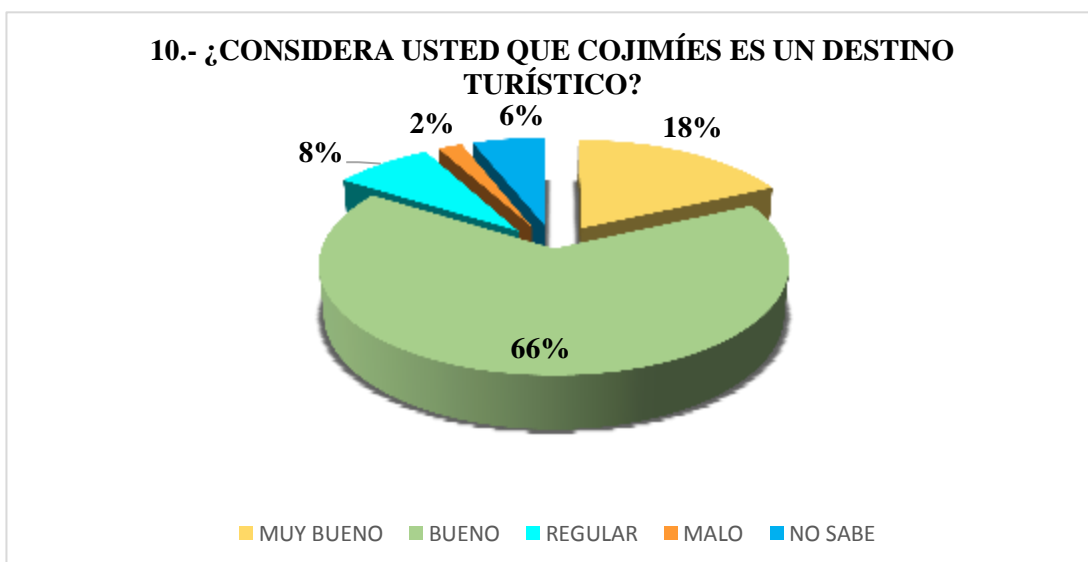
**Figura 27: Pago por viaje**

El 43% de los encuestados prefieren gastar de 50-100 dólares, en si es un valor medio el cual es suficiente gastar, seguido por los que están dispuesto a pagar de 100-200 con un 25%, el por el 23% los que gastarían menos de 50 dólares, el 7% gastaría de 300-400 dólares y al finalizar con un porcentaje de 2% gastar más de 500 dólares. Los turistas manifiestan su capacidad de pago destinados para realizar el turismo en este destino.



**Figura 28: Conocimiento de Cojimies**

De los encuestados el 92% conoce Cojimies y el 8%no. La ciudad de Quito es una de las ciudades que más visitan esta parroquia, pero sin embargo se pueden realizar un plan para motivar a los que no acuden al sitio.



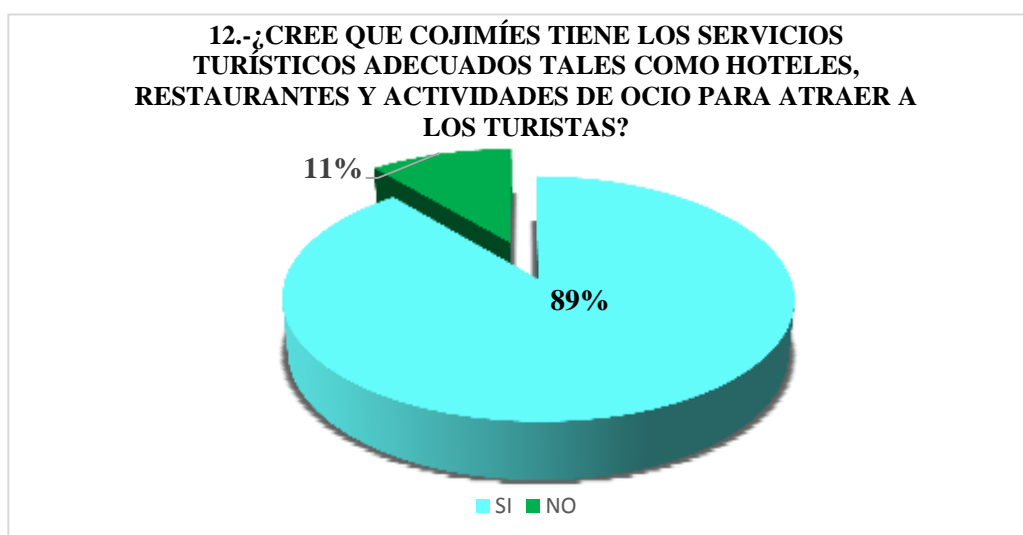
**Figura29: Calificación de Cojimies**

De las personas que han visitado Cojimíes el 66% de los encuestados les parece que es un destino turístico bueno, por lo tanto, se piensa que Cojimíes puede atraer a más turistas y llevarse una muy bonita experiencia, todo está en promocionarlo, además de que el 18% les parece que es muy bueno, el 8% dijo que era regular, el 6% no supo que decir, y el 2% le pareció un sitio malo. Con estos resultados se tiene datos para proponer mejorar en la atención en esta Parroquia



**Figura 30: Recomendaciones**

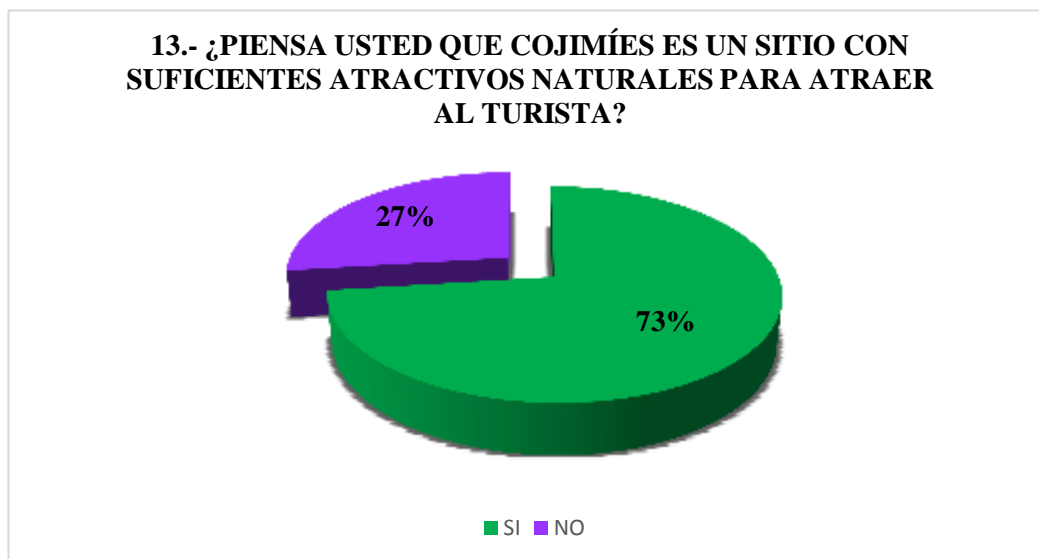
El 68% de los que conocen Cojimíes si recomendarían visitarlo, porque cuenta con las características necesarias para visitarlo (atractivos, hoteles, vías de acceso, seguridad, otros) y si valdrá la pena hacerlo, 20% piensan que tal vez, y un 12% señalan que no recomendarían visitar Cojimíes.



**Figura 31: Servicios turísticos adecuados**

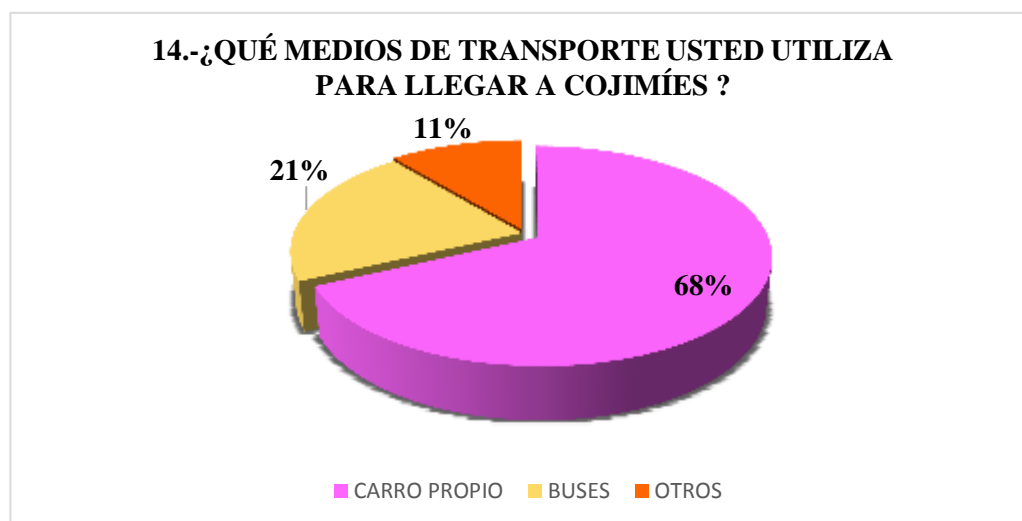


El 89% de los encuestados que conocen Cojimíes indican que, si posee los servicios turísticos necesarios, mientras que el 11% dice lo contrario. En si Cojimíes cuenta con la infraestructura y atractivos suficientes para deleitarse de unos días de descanso, y para salir de la rutina por un rato.



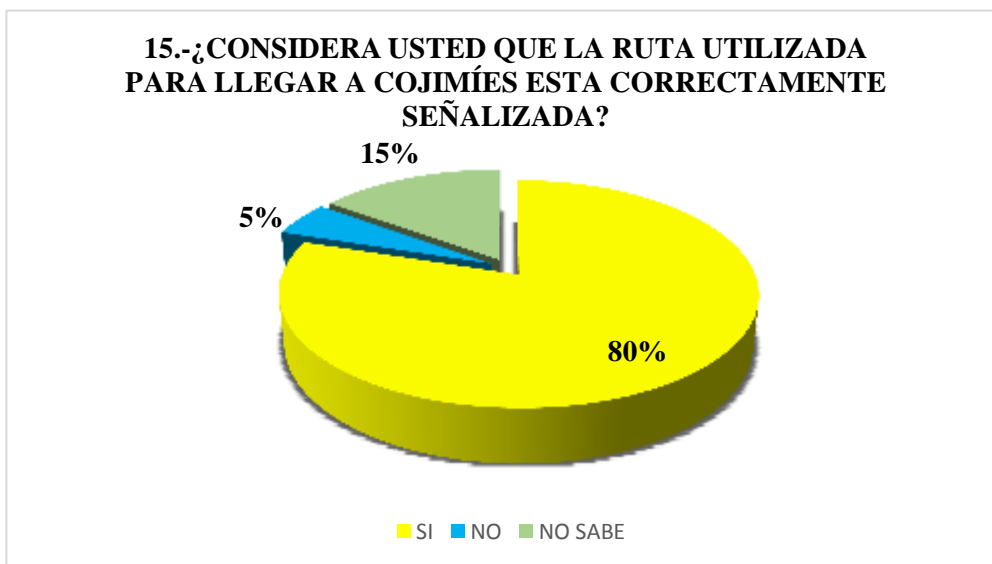
**Figura 32: Atractivos turísticos naturales**

A los encuestados que si conocen Cojimíes el 73% dicen que, si tiene los suficientes atractivos naturales para cautivar al turista, mientras que el 27% respondió que no. En si Cojimíes es un lugar con abundantes recursos naturales, tiene una hermosa playa, un estuario y otros sitios de suma importancia que vale la pena visitar, por eso debe promocionarse para que lo conozcan y gocen de su belleza natural.



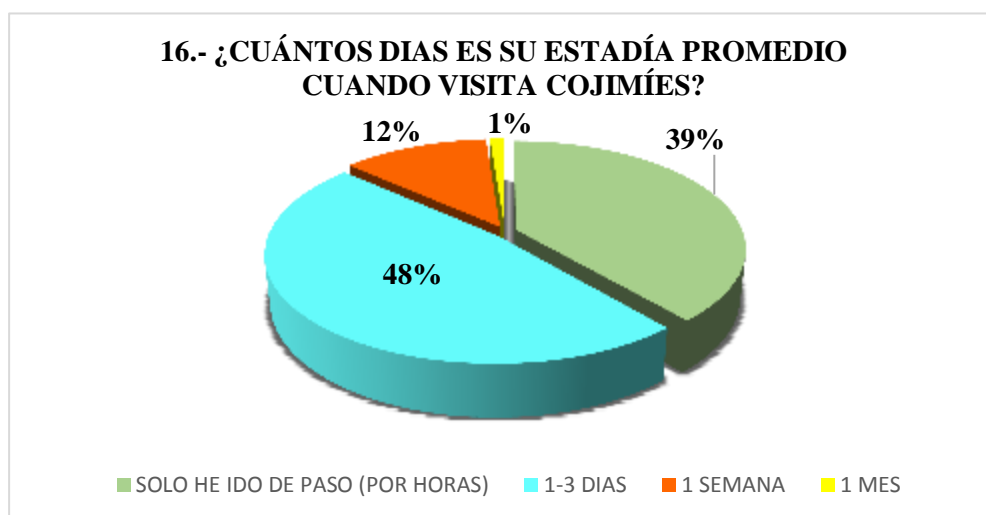
**Figura 33: Medios de transportarse**

De los encuestados que conocen Cojimíes dijeron 68% que andan en carro propio, el 21% anda en transporte público y el 11% utilizan otros medios de transportación. Las personas viajan por lo regular en su carro propio, para ellos existen garajes suficientes y tomando en cuenta la seguridad de estos. Se demuestran de cierta manera el interés y la capacidad socio-económica para optar por el turismo.



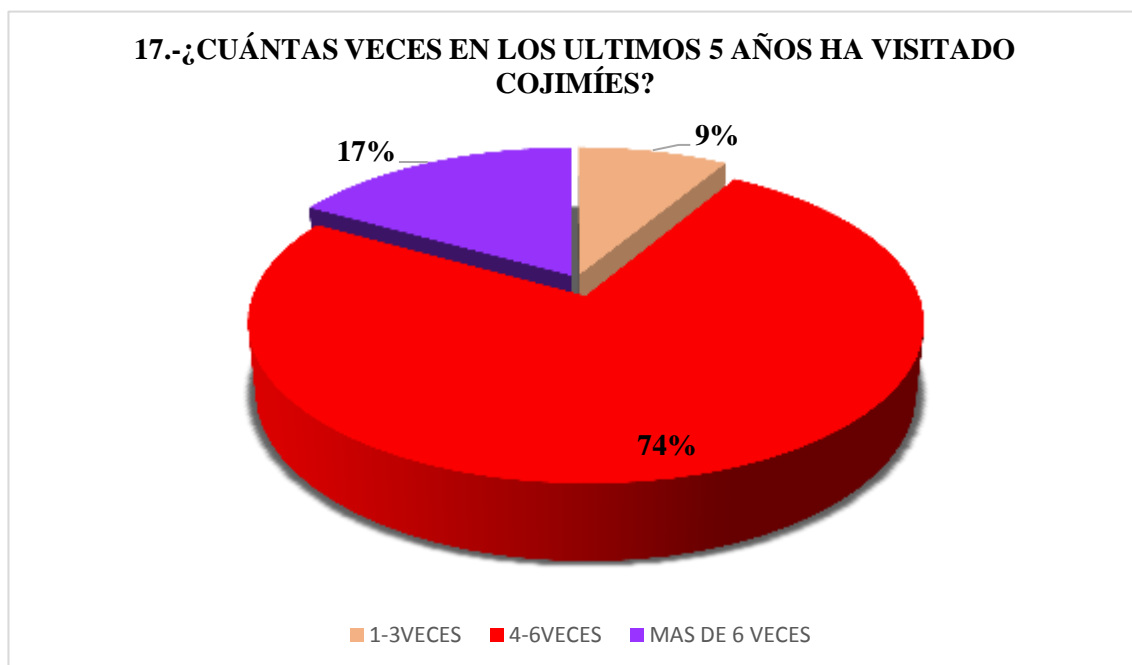
**Figura 34: Señalización de carreteras**

El 80% respondió que sí está debidamente señaladas las rutas para llegar a Cojimíes y el 15% respondió que no sabe, y el 5% respondió que no. Por lo tanto, en un aspecto positivo para los que visitan Cojimíes para los que van por primera vez y para los que conocen, porque tienen la facilidad de llegar gracias a las carreteras recientemente inauguradas y en buen estado.



**Figura 35: Días de estadía**

El 48% de los encuestados prefieren quedarse de 1-3 días, el 39% eligió que solo va de paso, el 12% por una semana y por último solo el 1% respondió un mes. En si para la mayoría de personas prefieren viajar pocos días y realizar actividades para su relax y ocio



**Figura 36: Últimos años de visita a Cojimiés**

El 74% ha visitado de 4 -6 veces en los últimos 5 años Cojimiés, el 17% lo ha visitado más de 6 veces, y el 9% de 1-3 veces. Esto quiere decir que muchas personas les gustan viajar muy seguida la parroquia.

En conclusión, mediante las encuestas se ve los resultados, los viajes los prefieren realizar con la familia, en la época de invierno. A algunos de los turistas les gusta aventurar por lo regular estos son turistas de edad joven, disfrutar de la naturaleza porque aparte del turismo de aventura también prefieren el ecológico Por lo tanto se puede promocionar los recursos naturales que posee esta atractiva parroquia para mantener al turista satisfecho, porque no hay nada mejor que disfrutar de un lugar tranquilo, seguro, de gente hospitalaria y estar en contacto con la naturaleza.

## **Análisis de entrevistas**

Se escogió como técnica de recolección de información la entrevista para saber las opiniones de personas de la parroquia Cojimíes.

### **Entrevistas a autoridades seccionales**

**Nombre: Lcda. Indira Puertas**

**Cargo: Directora de Turismo de Pedernales**

**Después del terremoto ¿Qué decisiones han sido adoptadas con relación al Turismo en la Parroquia Cojimíes?**

Se ha realizado un levantamiento fotográfico para promocionar Cojimíes como destino.

**¿La solidaridad manifestada por la ciudadanía y el gobierno representa una oportunidad para que Cojimíes sea considerado un destino turístico?**

Cojimíes está siendo observada como potencial turístico para ser un destino y se necesita cumplir con una serie de requisitos, por ser la playa, el paisaje que tiene, toda la geografía en sí de Cojimíes permitía que lleguen muchos turistas extranjeros entonces ya estaba siendo considerado como un importante punto turístico y en cuanto a la solidaridad bueno se ha dado más en la zona cero que era Pedernales la gente ha estado más enfocada en cuanto a solidaridad.

**¿Qué factores considera Ud. que influyen en los turistas al momento de promocionar a Cojimíes como opción turística del norte de Manabí?**

La tranquilidad es un lugar muy tranquilo. El extranjero es el que más busca esta playa por ese tema y los adultos mayores entonces ellos son como los que se enfocan en llegar a este lugar a descansar es un turismo de relax, de descanso. Hay opciones muy buenas, hay hoteles que son buenos no se llaman spa, pero tiene mucho parecido a este tipo de hoteles igual que por la categoría que mandaba antes el Ministerio aún no están considerados aún como hoteles.

El clima, los paisajes, el ambiente el cual brinda las condiciones. Cojimíes tiene la playa la cual cuenta con duchas gratuitas que es lo que el turista desea.

**¿Qué actividades como gobierno seccional proyectan realizar para dar seguridad al a turista?**

Se están considerando, bueno ya se desarrolló un plan de contingencia con nuevas rutas de evacuación en vista de todo lo que sucedió porque por más que estábamos ya con algo organizado en realidad nos dimos cuenta que no estábamos preparados para la catástrofe entonces actualmente si ya está en desarrollo junto con el Dpto. de Gestión de Riesgos nuevamente señalar todo o sea la señalética es muy importante y nuevamente rutas de evacuación, mapas y todo este tipo de cosas que incluso estamos por promocionarlo por lanzarlo por todos los medios y prepararnos para una eventualidad futura.

**¿Para usted oriunda de este lugar que diría a los propios y extraños sobre los atractivos de Cojimíes y por qué es importante este lugar?**

Cojimíes en su momento hace muchos años era un puerto, o sea era el puerto transitado para salir de esta zona, puerto que llevaba los barcos hasta Bahía de Caráquez y de ahí para allá, entonces era como la única ruta que tenía la zona para salir, entonces en cuanto a eso era un potencial referente al tema de puertos, pero por cuestiones políticas todo el puerto se fue alejando, no se quedó incluso ni en Bahía, sino que fue a dar a Guayaquil. Pero tiene muchos atractivos naturales independientemente de la potencia que fue en su momento, actualmente Cojimíes sigue teniendo el estuario que sirve para avistamiento de aves, tiene la Isla del Amor la cual incluso está en un proyecto con el Ministerio de Turismo que está por concretarse, se realiza pesca deportiva, incluso se realiza un Festival Internacional de la Corvina. En cuanto a la economía también es un punto muy importante para las camaroneras que están ahí.

**Nombre: Ab. Felipe Gallardo Zambrano**

**Cargo: Presidente J. Parroquial**

**¿Cuáles son los nuevos planes para potenciar turísticamente a Cojimíes?**

Los nuevos planes que tenemos, conversando con el Ministro de Turismo, Jorge Madera, nos acaban de decir que van hacer una publicidad mucho más agresiva de la Parroquia y que quieren definir los festivales que realizan aquí y conjuntamente con el cantón porque quiere irse ya definiendo fechas, los meses que se van a programar e inclusive como agosto es el mes del turismo y de la cultura ancestral en el cantón se va a recibir ayuda por el ministerio. Se han sincerado con nosotros y han

visto que es poco lo que se ha hecho en los años anteriores, sin embargo, este año a pesar de esta desgracia que hemos tenido ellos van a sumar más apoyo con el cantón y sus parroquias, nos van ayudar con publicidad, canales locales, nacionales e internacionales para que conozcan al Ecuador y a Manabí.

**¿Qué actividades piensan implementar para atraer turísticamente, debido a que aún persiste el temor por parte de propios y extraños?**

Tal vez tenemos una ventaja , la parroquia ha sufrido muy poco con la situación del terremoto del 16 de abril, pero esta parte no la conoce todo el Ecuador con el sector hotelero se piensa hacer una campaña a través de radio , televisión de que vengan a visitar a Cojimíes , que la infraestructura está buenas condiciones para atenderlo , así como la parte del malecón, la Isla del Amor , tenemos reservas, sus gastronomía con platos típicos como la corvina, que tiene una diferencia que puede cautivar al turista, sabemos que uno de los eventos de que motiva al turista es el del Festival de la Corvina donde asistirán más de 10 000 personas, hace dos años que tengo como Presidente de la Junta y es uno de los eventos que motiva a los servidores turísticos, en este festival las personas puede de alguna manera activar su economía , ellos pueden mejorar estos días aprovechar este mes porque después de la producción camaronera el siguiente es el turismo y hay que fomentarlo muchísimo , necesitamos mucho más el apoyo de parte del ministerio de turismo y sabemos la situación económica que está pasando el país, nos acaban de decir que tal vez sería una promoción en canales del país en vallas publicitarias pero hasta ahí , en cuestiones de artistas ellos no van a ver agendas sino en manifestaciones culturales

**¿Actualmente cuentan con el apoyo de las autoridades para fomentar y potenciar a Cojimíes como un destino turístico?**

No tenemos el apoyo la situación tiene que ver en cuanto al bajo presupuesto y más aún se siente ese color político, en esa situación que llegas y quieres hacer todo por tu Parroquia pero no son los sentimientos iguales de las otras autoridades, no tenemos el apoyo, llegamos rogando casi implorando una ayuda para el turismo pero nos han cerrado las puertas , ahora tenemos la visita por lo que ha sucedido sino pasaba esto jamás hubieran venido , hemos querido establecer diálogos, una clases de convenio , porque tenemos presupuesto reducido lamentablemente la situación económica no permite. Tenemos 3 parroquias el cantón Cojimíes es uno de los

hombros más fuerte que tiene Pedernales en cuanto el turismo, pero lamentablemente no hemos tenido ni una clase de ayuda. Todo evento toda publicidad todo es en base de gestiones. , en empresas privadas, operadores turísticos han visto que no hay ayuda y no se quieren quedar atrás , ese es el apoyo que ellos hacen y que realizan día a día, aunque es un trabajo levantarse ellos no pierden la esperanza de que en algún momento nos tomarán en cuenta y hasta que llegue ese momento ellos han optado por una u otra manera para publicitar por medios de comunicación , salir en periódicos y que conozcan Cojimíes pero hasta el momento no hemos tenido ni una clase de ayuda

**¿Para Ud. oriundo de esta tierra manabita cual es la importancia turística hablando que posee este sitio y por qué lo recomendaría para ser visitado?**

Recomendaría y sé que le va a gustar a las personas que van a venir a ver atractivos naturales que poseen Cojimíes como palmeras , Isla del Amor que de alguna u otra manera ya hay un proyecto presentados por esta situación nos han aprobado uno , los turistas van a tener senderos ecológicos , casetas naturales elaborados a base de materiales de la zona , se va a mejorar el malecón , la parte de la reserva ecológica Mache Chindul , las cascadas están mejorando la situación para ofrecer algo al turista , estamos creciendo pero se necesita apoyo de las visitas de turistas , no se van arrepentir una vez que lo visiten , conocer la hospitalidad de la gente, carecemos de todo pero tenemos mucho que brindar , la naturaleza es lo que nos da para sobrevivir , tenemos que cuidarla, es algo que no necesita inversión sino mejora poco a poco para brindar un servicio al turista. Su gastronomía es muy rica, tenemos más de 34 km de playa, cascadas. Esperemos que los turistas nos estén visitando con lo que nos está ofreciendo el Ministerio de Turismo con campañas de publicidad

#### **Entrevista Hostal**

**Nombre: Sra. Surina Bailón**

**Cargo: Administradora Hostal Punto Blue**

**¿Cuáles con sus expectativas al potenciarse turística esta Parroquia?**

Que den a conocer lo que es de Cojimíes ya que de esa manera se puede ayudar más a todo el pueblo porque la gente de aquí dependemos de lo que es el turismo porque si no conocen la mayoría de las personas estos lugares entonces no nos pueden venir a visitar. Y queremos que nos ayuden de esa manera que busquen medios de hacer publicidad para dar a conocer este lugar.

**¿Considera Ud. que Cojimíes cuenta con todas las facilidades y planta turística aptas para considerarse un destino turístico?**

Muchos palparon lo que se vivió el 16 de abril fue algo que nadie esperaba con la naturaleza y aquí hasta el Presidente cuando vino dijo que era bendecido por Dios porque no pasó nada, los hoteles la mayoría está estable en cuanto a su infraestructura, están en buenas condiciones; solo se vive un poco con el temor de los movimientos. Y también tenemos una linda playa, una ría, la isla del amor frente del pueblo, además de otros lugares bonitos y cerca de este sector.

**¿La afluencia o llegada de turistas a raíz del terremoto del pasado abril ha disminuido o aumentado?**

Se puede decir que si ha disminuido bastante porque por esta época el hostel aquí permanecía lleno y teníamos la agenda bastante copada porque nos llamaban los clientes y ahora se ve muy poco y más que todo como le vuelvo a repetir aquí vivimos del turismo. La mayoría de los habitantes vivimos de las visitas de turistas para así obtener un medio de trabajo y poder seguir adelante.

**¿Usted cree que lo del pasado 16 de abril se podría considerar de esa desgracia una oportunidad para Cojimíes ya que hasta que Pedernales se levante pueden pasar algunos años?**

Claro que si incluso hace unas semanas estuvieron aquí del Dpto. de Turismo de Pedernales y mencionaron que Cojimíes ahora era la fuente de poder ayudar a levantarse a Pedernales. Además, aquí con los hoteles no ha sucedido nada y estamos en condiciones de poder recibir a los turistas.

### **Interpretación de encuestas y entrevistas**

Se puede decir que mediante las entrevistas y encuestas se llega al mismo punto la necesidad de dar a conocer y promocionar la parroquia de Cojimíes mediante un plan que impulse el desarrollo turístico, económico y social de este



lugar. Hoy por hoy Cojimíes tiene la oportunidad de posicionarse como un nuevo, seguro, tranquilo y atrayente destino para nacionales y extranjeros. Cabe destacar que mediante la reactivación económica este lugar será quien a corto y mediano plazo ayude a su cabecera cantonal Pedernales a levantarse luego del desastre ocurrido en abril pasado.

A pesar de ser un destino no tan concurrido posee una infraestructura hotelera, vías de acceso en buen estado, gente hospitalaria y sobre todo atractivos realmente hermosos dignos de ser conocidos. El mercado objetivo son los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil ya que así se está fomentando el turismo humanitario.

El turismo es una de sus principales actividades la cual brinda fuentes de empleo a sus habitantes y también permite la recuperación de su identidad.

## CAPITULO IV

### Propuesta

#### Título de la propuesta

Elaboración de un Plan de Promoción Turística para la Parroquia Cojimíes

#### Objetivo General

Implementar un plan promocional de Cojimíes utilizando estrategias de marketing a fin de contribuir con el desarrollo turístico.

#### Objetivos específicos

- Diseñar un conjunto de estrategias marketing turística como parte del plan de promoción.
- Elaborar el presupuesto del plan de promoción

#### Análisis FODA

Se realizará una identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la localidad como un destino turístico para observar los puntos críticos para el análisis de las estrategias.

**Tabla 26. FODA**

| FORTALEZAS  | DEBILIDADES   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Riqueza patrimonio histórico</li><li>• Diversidad de atractivos turísticos</li><li>• Belleza natural</li><li>• Diversidad faunística</li><li>• Práctica de deportes de aventura</li><li>• Deliciosa gastronomía típica</li><li>• Nativos motivados al cambio</li><li>• Hospitalidad de los pobladores</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bajo presupuesto cantonal para desarrollo turístico</li><li>• Deteriorado sistema de distribución de agua y de alcantarillado</li><li>• Ineficiente servicio de recolección de basura</li><li>• Insuficiente capacidad hotelera</li><li>• Lugares de comida no atractivos</li></ul> |

| <b>OPORTUNIDADES</b>  | <b>AMENAZAS</b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de Gobierno Parroquial y Cantonal</li> <li>• Apoyo de la Institucionalidad pública y privada de turismo y de fomento productivo</li> <li>• Punto de la ruta del sol</li> <li>• Posibilidad de conformar cooperativas y asociaciones para dar servicios</li> <li>• Optimización de los productos turísticos de la Parroquia</li> <li>• Oportunidad de acceder a cooperación internacional</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incidencia de desastres naturales</li> <li>• Modificación de planes de desarrollo</li> <li>• Insuficiencia de recursos por crisis económica</li> <li>• Depredación de los recursos naturales</li> <li>• Deterioro del patrimonio tangible</li> <li>• Lento avance de la reconstrucción</li> <li>• Desinterés de operadores y agencias turísticas</li> </ul> |

### **Estrategias de Marketing**

Las estrategias de marketing están conformadas por los siguientes elementos:

- Estrategia de producto
- Estrategia de precios
- Estrategia de distribución
- Estrategia de comunicación

### **Productos turísticos**

Antes de determinar las estrategias cabe trabajar en listar los productos turísticos que puede ofrecer Cojimíes, y para ello se necesita en primer lugar tener claro qué tipos de turismo principalmente se puede realizar para luego agrupar los productos en su respectiva forma de turismo.

Entonces de acuerdo a la información investigada y plasmada en este documento se puede declarar que en Cojimíes se puede realizar turismo de aventura, turismo comunitario y turismo ecológico

### **Estrategia de producto**

Se va a definir los productos a ofrecer por parte del destino Cojimíes y sus características; para esto se utilizará la siguiente ficha técnica de elaboración de productos turísticos:

**Tabla 27. Productos que ofrece Cojimíes**

| <b>COMPONENTE</b>                                | <b>DETALLE</b>   |
|--|--|
| <b>Producto</b>                                  | Nombre del producto  |
| <b>Descripción</b>                               | Explicación detallada del producto   |
| <b>Actividades</b>                               | Explicación de las actividades, servicios y atenciones que ofrece el producto  |
| <b>Propuesta de valor</b>                        | Beneficios en términos de satisfacción dado por el producto al turista   |
| <b>Beneficios para habitantes locales</b>        | Beneficios socioeconómicos que reciben los pobladores de la Parroquia por efecto del desarrollo del producto   |
| <b>Temporada de desarrollo</b>                   | Las épocas del año en las que se puede disfrutar del producto turístico  |
| <b>Establecimientos y servicios involucrados</b> | Detalle de todos los establecimientos e instituciones involucradas en la oferta del producto y sus actividades explicando además los servicios que brinda cada una de ellas. |

### **Turismo de aventura**

#### **Producto No. 1: Playas y diversión**

##### **Descripción**

Disfrute de los 30 kilómetros de playas engalanadas con un marco de palmeras de coco, arena de textura fina y oleaje apacible en las cuales se puede realizar divertidas actividades para el disfrute pleno con familia y amigos.



**Figura 37: Playa de Cojimíes**

**Fuente: Skyscrapercity (2012)**

### **Actividades**

#### **Disfrutar de las hermosa y acogedoras playas**

- Nadar y tomar baños de sol: puede disfrutar del mar, el sol y la arena adornados por un encantador entorno natural en las playas Cabeza de Vaca, Carrizal, Cojimíes y en la Isla del Amor

#### **Deportes para entretenimiento de los visitantes**

- Realizar vuelos: en aviones deportivos ultraligeros y tener una observación única de la parroquia
- Practicar deportes: voleibol, esquí acuático y pesca deportiva. El esquí y la pesca se realizan con instructores de instituciones privadas que se encargan de todos los aspectos de estos servicios. Un evento muy concurrido es el Festival de la Corvina, el mismo que se realiza mediante un concurso de pesca

deportiva en el cual los participantes salen hacia altamar a capturar corvinas, y a su regreso se da un premio al pescador de la corvina más pesada.

- Efectuar paseos en bote: son paseos a lo largo de la playa para poder apreciar la belleza paisajística, las camaroneras circundantes y las haciendas del sector.

### **Espectáculos y entretenimientos gratuitos**

- Participar en espectáculos artísticos: se realiza programas artísticos con la presentación de grupos que interpretan variados géneros musicales.
- Sesiones de aeróbico y baile terapia: podrá participar en las clases brindadas por instructores del Gobierno Parroquial, en las cuales se realiza actividades de estiramiento, ejercitación general y se aprende varios ritmos de baile.
- Juegos cooperativos y gymkanas: divertidos juegos tales como construir el mejor castillo de arena, carreras en pareja y otros juegos interfamiliares con diversas estrategias para integrar a los miembros de las familias y amigos. Estos juegos están dirigidos por anfitriones del Gobierno Parroquial.

### **Saborear la deliciosa y famosa comida manabita**

- Degustar comida típica: Disfrutar de una variada oferta gastronómica típica de la localidad y la provincia y bebidas expendidos en el conjunto de restaurantes, salones y kioscos acreditados por la Municipalidad que se encuentran en la superficie de la playa.

### **Eventos**

- Ferias y exposiciones: se organizan eventos de promoción de productos manufacturados por habitantes de la localidad y de diferentes expresiones culturales del conglomerado étnico establecido en Cojimfés

### **Esparcimiento**

- Diversión nocturna: podrá disfrutar del conjunto de discotecas, bares y establecimientos de alimentación acreditados por la Municipalidad.

## **Propuesta de valor**

Los visitantes recibirán los siguientes beneficios o aportes de valor:

### **Beneficios familiares**

- Integración familiar, de compañeros y amigos a través de las distintas actividades grupales.
- Descanso y relajación en un entorno rural y natural.
- Diversión sana e intensa con la participación en novedosos juegos y actividades deportivas.
- Optimización de la salud mental y física con la realización de actividad física con aire puro.
- Precios accesibles en general en los productos y servicios
- Satisfacción de disfrutar de un producto con alta calidad
- Servicios de alojamiento diseñado para satisfacer las preferencias de cada segmento de clientes.
- Eficiente Institucionalidad pública y privada de ayuda y emergencia.
- Ambiente de hospitalidad y alegría
- Conocer un nuevo destino turístico

### **Beneficios socioeconómicos para los residentes**

Los residentes también serán sujetos de recibir beneficios que en su caso son socioeconómicos:

- Ofrecer servicios al turista en las áreas de transporte, guianza turística, actividades de pesca deportiva, alimentación, venta de manufacturas, alojamiento, diversión nocturna, expendio de productos de uso diario, entre otros.
- Oportunidades de trabajo en establecimientos hoteleros y comerciales en general, en actividades de servicios al turista dado por las asociaciones y cooperativas de prestadores, en la Municipalidad que tiene que ampliar su talento humano para atender a la creciente demanda turística de forma eficiente.

- Mejoramiento de la calidad de vida por efecto de la reactivación económica impulsada por el incremento del empleo y de la actividad de la actividad comercial.

### **Temporada de desarrollo**

La temporada de desarrollo de este producto es todo el año calendario debido a que no existe factores internos ni externos que obliguen a suspender una sola de las actividades en algún momento del año.

### **Establecimientos y Servicios involucrados**

Los establecimientos, compañías e instituciones involucradas que prestan los servicios de este producto están en su totalidad ya establecidas en la localidad en las actividades y son:

- **Municipalidad de Pedernales:** participa en la acreditación y supervisión de los establecimientos comerciales y prestadores de servicios. También participa en labores de vigilancia, mantenimiento y preservación de los recursos naturales y el medioambiente. Es un punto de atención al turista.
- **Gobierno Parroquial de Cojimíes:** participa en la vigilancia del normal desarrollo de las actividades turísticas, capacita y coordina con los instructores y anfitriones de las actividades físicas, deportivas y grupales que se ofrecen en la playa. Es también un punto de atención al turista.
- **Centro de Información Turística:** Establecimiento Municipal encargado de ofrecer al turista toda la información sobre las alternativas de diversión en la parroquia, servicios de alojamiento, rutas turísticas a visitar, itinerarios de salida a las diferentes rutas, tiempos de traslado, medios de transporte, información detallada sobre los prestadores de servicio incluyendo costos y referencias de calidad de los mismos, servicios institucionales de la Parroquia, entre otros.
- **Compañía “Skylander”:** esta empresa brinda el servicio de efectuar los vuelos con duración de 1 hora en naves ultraligeras en el cual viaja el turista y el piloto. Se observa las bondades naturales de la localidad, su geografía y se puede tomar fotografías desde una perspectiva especial. Para



esta actividad se requiere que el cliente sea mayor de edad y que confirme su aptitud física para volar.

- **Compañía “Ola7”:** brinda el servicio de la práctica del esquí acuático. Alquila los implementos por un espacio de 30 minutos y entre estos están los esquís, chaleco salvavidas y el bote y adicionalmente las recomendaciones del instructor.

- **Cooperativa de pescadores:** dan el servicio de pesca deportiva. Se adentran en el mar en sus lanchas y un grupo máximo de 5 personas a los cuales dotan de caña y carrete mientras reciben la instrucción del instructor. Esta actividad tiene una duración de 1 hora por cada grupo.

- **Restaurantes, salones, kioskos:** expenden variedad de bebidas y comidas típicas alineados con un protocolo de atención al turista difundido por la Dirección de Turismo del Municipio y cuentan con los debidos permisos de funcionamiento del Ministerio de Turismo, de Bomberos y de la Municipalidad.

- **Asociación de artesanos:** se encargan de organizar en coordinación con la Municipalidad eventos de presentación y promoción de sus trabajos de manufacturas con concha y coral de las playas locales y de toda la Provincia de Manabí con diferentes materiales.

- **Organizaciones étnicas:** organizan eventos de presentación de sus expresiones artísticas de danza y cultura musical y sus productos alimenticios tradicionales y naturales de salud.

- **Establecimientos de hospedaje:** hotel, cabañas, hostales, residenciales y pensión conforman los sitios de alojamiento que presentan ofertas para todos los segmentos de clientes. Cuentan con documentos legales de funcionamiento, capacitación por parte de la Cámara provincial de turismo de Manabí en protocolos de atención al cliente y estándares de calidad del servicio.

- **Cooperativas de moto-taxis:** transporte para traslados dentro de la Parroquia muy utilizado por su bajo costo y por ser una expresión del folclore local. Cuentan con unidades seguras, debidamente equipadas y capacitadas en servicio de transporte. Cuentan con los permisos respectivos y son parte de una

cadena de servicios formada por los hoteles, locales de diversión, locales comerciales, Instituciones públicas.

- **Cooperativas de taxis:** brindan el servicio de traslados cortos dentro de la parroquia, pero también de traslados a las diferentes playas y otros puntos del Cantón Pedernales. Reciben la capacitación de atención al turista de parte de la Municipalidad y cuentan con dispositivos de seguridad satelital para capturar la confianza del usuario.

- **Cooperativa de transporte de pasajeros:** Buses que posibilitan el acceso a la parroquia desde el interior de la Provincia de Manabí y también a pasajeros de todo el país y del extranjero.

- **Cámara de Turismo de Manabí:** es una red de empresas hoteleras y de servicios turísticos que tiene la misión de preservar la actividad económica de sus afiliados, ofrecerles capacitación en todos los aspectos de la atención y servicios turísticos, informar a los visitantes, ciudadanía e instituciones información requerida sobre los operadores y datos estadísticas sobre la situación pasada y actual que explica el desarrollo del sector.

### **Turismo ecológico y comunitario**

#### **Producto: Ecología y comunidad**

#### **Descripción**

Disfrute de la belleza natural y patrimonial de la reserva ecológica “Mache Chindul”, la cascada “Tiwa Arriba” y un singular momento de convivencia con las Comunidades de estos sectores.



**Figura 38: Reserva Mache Chindul**

**Fuente: Quitoadventure s.f.**

## **Actividades**

### **Mache-Chindul**

- Recorrido, conocimiento y apreciación con la dirección de guías turísticos comunitarios certificados por la Municipalidad de las más de 1.400 especies florísticas, 130 especies faunísticas y 3 zonas bioclimáticas con lo cual el turista podrá disfrutar de la biodiversidad del bosque húmedo y bañarse en las piscinas naturales y cascadas. También se tendrá un encuentro con la Comunidad para aprender su modo de vida, costumbres, tradiciones, expresiones culturales y se podrá realizar labores del trabajo diario junto a los comuneros.

### **Cascada Tiwa Arriba**

- Recorrer y disfrutar bajo la conducción de guías comunitarios de su laguna, el asentamiento prehispánico, la cascada y una considerable diversidad de fauna silvestre y flora. Se podrá compartir con las familias del lugar para conocer sus formas de subsistencia, cultura y tradiciones.

- Degustación de comida tradicional de las Comunidades.

### **Propuesta de valor**

- Integración familiar, de compañeros y amigos a través de las distintas actividades grupales.

- Descanso y relajación en un entorno rural y natural.

- Experiencia nueva al conocer de cerca la vasta biodiversidad de los sectores.

- Satisfacción de disfrutar de un producto de alta calidad

- Precios accesibles en los productos y servicios

- Ambiente de hospitalidad y alegría

- Satisfacción por conocer la ruralidad mediante el disfrute de un día de convivencia con las familias de las Comunidades y compartir sus labores de vida.

### **Beneficios socioeconómicos para los residentes**

- Reciben el dinero recaudado por el servicio de recorrido y disfrute de la biodiversidad de ambos sectores.
- Ofrecer servicios de guía turístico a los visitantes.
- Comercialización de comidas y bebidas típicas y tradicionales.
- Ofrecer servicio de parqueo y guardianía a los visitantes
- Mejoramiento de la calidad de vida por efecto de la actividad económica.
- Obtención de recursos para iniciativas y proyectos de conservación y sostenibilidad ambiental.

### **Temporada de desarrollo**

La temporada ideal es el segundo semestre del año debido a que las precipitaciones no afectan de forma significativa al normal acceso de transportes a estos sitios ni al recorrido interno de los turistas

### **Establecimientos y servicios involucrados**

- Municipalidad de Pedernales: Participa en labores de vigilancia, mantenimiento y preservación de los recursos naturales y el medioambiente. Es un punto de atención al turista.
- Gobierno Parroquial de Cojimíes: participa en el acompañamiento del normal desarrollo de las actividades turísticas, es también un punto de atención al turista.
- Ministerio de Turismo: realiza la supervisión de las actividades dentro de estos sectores y controla el cumplimiento de la ley de Turismo en lo referente a la práctica del Turismo Ecológico.
- Centro de Información Turística: Establecimiento Municipal encargado de ofrecer al turista toda la información sobre las alternativas de diversión en la Parroquia, servicios de alojamiento, rutas turísticas a visitar, itinerarios de salida a las diferentes rutas, tiempos de traslado, medios de transporte, información detallada sobre los prestadores de servicio incluyendo

costos y referencias de calidad de los mismos, servicios institucionales de la parroquia, entre otros.

- Asociación de familias de los sectores: organizan y desarrollan los recorridos, dan el servicio de guía turística, dan el servicio de parqueo y vigilancia para los vehículos y administran la preparación y expendio de comidas tradicionales.
- Cooperativas de taxis: brindan el servicio de traslados a los sectores de este producto. Reciben la capacitación de atención al turista de parte de la Municipalidad y cuentan con dispositivos de seguridad satelital para capturar la confianza del usuario.
- Cooperativa de transporte de pasajeros: Buses que posibilitan el acceso a la Parroquia desde el interior de la Provincia de Manabí y también a pasajeros de todo el país y del extranjero.
- Establecimientos de hospedaje: hotel, cabañas, hostales, residenciales y pensión conforman los sitios de alojamiento que presentan ofertas para todos los segmentos de clientes. Cuentan con documentos legales de funcionamiento, capacitación por parte de la Cámara Provincial de Turismo de Manabí en protocolos de atención al cliente y estándares de calidad del servicio.

### Estrategia de precios

#### Estrategia de precios para Producto “Playas y diversión”

Ha de fijarse un precio por cada actividad que se realice tomando en consideración que varias actividades son de disfrute gratuito como el acceso a las playas y actividades libres.

**Tabla 28. Actividades de playa y diversión**

| ACTIVIDAD             | PRECIO (\$)       | DURACIÓN   | SUSTENTACIÓN   |
|-----------------------|-------------------|------------|--|
| Vuelo en ultraligeros | 60                | 1 hora     | Precio inferior a los de los destinos que son competencia directa con una finalidad de penetración y posicionamiento exitoso |
| Esquí acuático        | 50                | Media hora | Precio de penetración, inferior a la competencia   |
| Pesca deportiva       | 75 por grupo de 5 | 1 hora     | Precio de penetración  |

|   |                               |                         |   |
|---|-------------------------------|-------------------------|---|
|   | personas                      |                         | que asegura una ganancia razonable para la cooperativa de pescadores        |
| <b>Aeróbicos y bailoterapia</b>         | gratuito                      | 1 hora                  | Actividad de atracción de turistas ofrecida por la Municipalidad            |
| <b>Tour acuático</b>                    | 50 por grupo de 10 personas   | 40 minutos              | Precio que asegura una ganancia razonable para la cooperativa de pescadores |
| <b>Juegos y Gymkanas</b>                | Gratuito                      | Tiempo libre indefinido | Actividad de atracción de turistas ofrecida por la Municipalidad            |
| <b>Acceso a espectáculos</b>            | Gratuito                      | Tiempo libre indefinido | Actividad de atracción de turistas ofrecida por la Municipalidad            |
| <b>Acceso a ferias y exposiciones</b>   | Gratuito                      | Tiempo libre indefinido | Actividad de atracción de turistas ofrecida por la Municipalidad            |
| <b>Degustación de comidas y bebidas</b> | Definido por los expendedores |                         | El teniente político hará un control de precios                             |



**Figura 39: Ultraligeros**  
**Fuente: Ecuador-Turístico (2013)**

### **Estrategia de precios para producto “Ecología y Comunidad**

En este apartado se tomará en cuenta los principios del turismo ecológico y del turismo comunitario en referencia al beneficio socioeconómico que deben percibir las familias de las Comunidades que son parte de los proyectos turísticos.

**Tabla 29. Productos de Ecología y Comunidad**

| <b>ACTIVIDAD</b>                           | <b>PRECIO (\$)</b> | <b>DURACIÓN</b> | <b>SUSTENTACIÓN</b>                                |
|--|--------------------|-----------------|--|
| <b>Recorrido por reserva Mache Chindul</b> | 12                 | 4 horas         | Precio equiparado con otras zonas ecológicas y que |

|   |                              |                              |   |
|---|------------------------------|------------------------------|---|
|   |                              |                              | asegura una ganancia razonable a la Comunidad   |
| <b>Zona de cascada Tiwa Arriba</b>        | 8                            | 2 horas                      | Precio equivalente al tiempo de recorrido y a la magnitud del inventario patrimonial. Asegura ganancia razonable a la Comunidad |
| <b>Servicio de guías</b>                  | Colaboración del turista     |                              | Queda a consideración del turista de acuerdo a su satisfacción por el servicio  |
| <b>Servicio de y parqueo y vigilancia</b> | 1 por vehículo               | Tiempo que dure el recorrido | Precio razonable por el servicio recibido   |
| <b>Servicio de alimentación</b>           | Definido por las Comunidades |                              |   |

Como nota importante los precios se respetarán y en el cual se establece en que tiene que fijarse valores preferenciales para las personas de los denominados Grupos de Atención Prioritaria (GAP) que están conformados por los niños, mujeres embarazadas, personas de tercera edad, personas con discapacidad, personas en situación de movilidad y personas con enfermedades catastróficas.

### **Estrategia de distribución**

Se facilitará al turista información acerca de los lugares y actividades turísticas a realizarse en la parroquia mediante un Centro de Información la cual será gratuita y en pro del desarrollo y posicionamiento turístico de la Parroquia para así permitir el desarrollo económico y social de la misma.

También los puntos de información tendrán la labor de la venta de los productos turísticos y por tanto en este aspecto trabajarán en coordinación con los productores y dueños de las actividades.

Los propietarios de los servicios podrán distribuir información acerca de las actividades a efectuarse, así como también ofrecer sus servicios y actividades turísticas por canales electrónicos y agentes de venta dentro y fuera del Cantón con los que tenga convenio, siempre y cuando esta última opción no incremente el precio

de los servicios dado que éstos son parte de la estrategia global de promoción de la Parroquia. Además, las ventas se pueden hacer de forma anticipada para asegurar la disponibilidad de cupos para los días que el turista haya planificado visitar la parroquia.

En casos fortuitos de imprevistos de parte del turista que le impidan hacer uso de los tickets ya adquiridos, estos podrán ser utilizados en días o meses posteriores que no sobrepase un año desde su adquisición y por el contrario si el oferente del servicio se ve por cualquier circunstancia a suspender el servicio ya contratado por los visitantes se deberá de inmediato reembolsar el dinero previo la presentación de los comprobantes emitidos.

## Estrategia de comunicación

### Preparación del material

Elaborar el material promocional impreso y de audio, así como para los spots publicitarios que se van a contratar en los diferentes medios de comunicación, también los afiches, catálogos, pancartas, guías y el contenido para campañas virtuales.

Es preciso crear la imagen visual y de los productos, es decir la marca Cojimíes como uno de los aspectos más potentes en las estrategias de comunicación.

### Publicidad masiva

Contratar espacios publicitarios en los siguientes medios de comunicación

**Tabla 30. Medios de comunicación**

| Tipo de medio | Medio              | Origen     | Producto                                 |
|---------------|--------------------|------------|--|
| Diario        | El Diario Manabita | Portoviejo | Anuncio promocional: Cojimíes Tu Destino |
| Diario        | La Marea           | Manta      | Anuncio promocional: Cojimíes Tu Destino |
| Diario        | Comercio           | Quito      | Anuncio promocional: Cojimíes Tu Destino |
| Diario        | El Universo        | Guayaquil  | Anuncio promocional: Cojimíes Tu Destino |
| Diario        | Extra              | Guayaquil  | Anuncio promocional: Cojimíes Tu Destino |



|               |                          |                   |  |
|---------------|--------------------------|-------------------|--|
| <b>Diario</b> | Mercurio                 | Cuenca            | Anuncio promocional:<br>Cojimés Tu Destino |
| <b>Radio</b>  | Sono Onda                | Portoviejo        | Anuncio promocional:<br>Cojimés Tu Destino |
| <b>Radio</b>  | Manabí                   | Manta             | Anuncio promocional:<br>Cojimés Tu Destino |
| <b>Radio</b>  | Bahía Stereo 90.5        | Bahía de Caráquez | Anuncio promocional:<br>Cojimés Tu Destino |
| <b>Radio</b>  | Canela Radio 107.3<br>FM | Guayaquil         | Anuncio promocional:<br>Cojimés Tu Destino |
| <b>Radio</b>  | Sonorama 104.5 FM        | Quito             | Anuncio promocional:<br>Cojimés Tu Destino |
| <b>TV</b>     | TV Manabita              | Manta             | Spot “Cojimés: Tu<br>Destino”              |
| <b>TV</b>     | Capital Televisión       | Portoviejo        | Spot “Cojimés: Tu<br>Destino”              |
| <b>TV</b>     | ECTV                     | Quito             | Spot “Cojimés: Tu<br>Destino”              |
| <b>TV</b>     | Ecuavisa                 | Quito             | Spot “Cojimés: Tu<br>Destino”              |

El anuncio publicitario “Cojimés Tu Destino” para prensa escrita tendrá un espacio de 20 cm \* 20 cm, promocionará la marca Cojimés como destino y los productos de su oferta, se lo publicará en los diarios escogidos a colores el primer domingo de cada mes durante 1 año a partir de octubre de 2016.

El anuncio publicitario “Cojimés Tu Destino” para emisoras de radio tendrá una duración de 30 segundos en los cuales se difundirá los productos de este plan y sus respectivas actividades y atractivos. Se contratará 12 espacios a ser difundidos en los meses de octubre, noviembre y diciembre del presente año.

El spot “Cojimés Tu Destino” para televisión comunicará la marca Cojimés como destino turístico, las imágenes, tomas de sus productos, actividades y la propuesta de valor de las mismas. Cada spot tendrá una duración de 45 segundos y será difundido en 8 ocasiones durante los meses de noviembre y diciembre de este año.

Se escogieron estos medios de comunicación debido a que son los más representativos de la provincia de Manabí en función a la cantidad de unidades vendidas por día y al alcance de la difusión que le ofrece este proyecto.



**Figura 40: Slogan**

#### **Comunicación por medios electrónicos**

**Sitio web:** Se creará un sitio dentro de la página web Municipal de Pedernales dedicado a la promoción y difusión de los productos turísticos dentro del cual se insertará un video del spot “Cojimíes Tu Destino” y artículos que comuniquen los eventos, actividades y momentos especiales del desarrollo turístico de la Parroquia. Además, el sitio web será un punto de información al turista e incluirá una aplicación de contacto interactivo con los ciudadanos, mensajería instantánea y números telefónicos y correos de contacto personal. El incremento del enlace dentro de la página web se lo hará mediante el servicio profesional de un ingeniero en sistemas con especialidad en creación y diseño de la página web, el mismo que hará un diseño profesional, articulado con la propuesta de marketing y con los lineamientos señalados de este apartado.



**Figura 41: Página Web**

**Facebook:** Se creará una página publicitaria de Facebook (fan page) a la cual se dará difusión gratuita pero también publicidad pagada a través del sistema “Facebook ads” según el cual se anuncia la fan page en el interior de muchos miles de páginas de otros usuarios por lo cual la compañía Facebook cobra un valor de \$0,08 por la colocación en cada cuenta de usuario. La página deberá contener la imagen de la marca Cojimies como destino turístico, las imágenes de los diferentes productos, servicios y atenciones junto con una descripción estratégica de cada uno. Las fotografías e imágenes deberán incrementarse cada mes para informar permanentemente el desarrollo de la actividad turística y la creciente llegada de turistas. También la página será un punto de información de todas las atracciones que ofrece Cojimies y tendrá los números y correos de contactos de las personas encargadas de dar un guía personalizado. Para esto se contratará a un Ingeniero diseñador y desarrollador de páginas web y publicitarias en Facebook con la finalidad de que realice el diseño profesional de esta página dentro del marco de las directrices anteriormente señaladas.



**Figura 42: Página en Facebook**

El uso de la tecnología ha crecido mundialmente de manera rápida, Ecuador no es la excepción, la tecnología es una de la manera más rápida de ventas de un producto o servicio turístico, un ejemplo de ello es la herramienta Internet, correos electrónicos, redes sociales entre otras.

Basándose en el resultado de las encuestas el cual señala que el 61% de las personas se informan a través de redes sociales. Esto significa que debe haber una mayor y masiva campaña a través de las mismas aprovechando el bajo costo, así como también la facilidad y rapidez para dar a conocer y promocionar un destino turístico.

#### **Participación en eventos**

Presentación con ponencias, stands y entrega de material promocional en eventos turísticos como:

- Feria Internacional de Turismo en Ecuador (FITE)
- Conferencias de Turismo Interno
- Congreso de Ciudades Turísticas
- Ferias Ciudadanas
- Convención de las Cámaras de la Producción
- Espectáculos artísticos en Quito, Guayaquil, Cuenca, Portoviejo y Manta

## **Relaciones públicas**

Las actividades de Relaciones públicas irán dirigidas a todos los actores sociales relacionados con esta iniciativa de promoción para asegurar el vínculo con ellos y conseguir su apoyo y fidelidad permanentes sobre la base de un consenso en todas las acciones que se vaya a emprender.

Estos actores son en primer lugar las Autoridades del Cantón y Parroquia, los Funcionarios Municipales y Parroquiales que trabajan de forma directa en el desarrollo de este plan, luego al sector empresarial que ofrece los servicios y productos al turista, las asociaciones y cooperativas que son parte de la oferta turística, los Comités barriales y comunitarios por ser parte importante de la imagen de la localidad por ser los gestores de la hospitalidad, amabilidad colaboración y calidez que el turista demanda, los Directores de Instituciones Públicas por ser parte de la Red de apoyo a este plan, las cámaras de la producción por el rol que tienen de brindar asistencia técnica en cada una de las fases de la promoción y la prensa local y nacional por ser el principal medio de difusión de estas estrategias.

Boletines informativos: El GAD Municipal elaborará y expedirá folletos mensuales para dar a conocer a la ciudadanía local y a los turistas las actividades institucionales efectuadas dentro del plan de desarrollo turístico. Por este medio se le dará apertura al GAD para así fomentar conjuntamente la promoción y desarrollo de esta parroquia a futuro.

Organización de eventos: estos eventos tendrán la finalidad de socializar y promover la oferta turística.

1. Se realizará talleres de trabajo con los actores sociales involucrados con la actividad turística en Cojimíes y Pedernales tales como Empresarios hoteleros, Directores de Instituciones Públicas, Gerentes de Empresas, Representantes de Asociaciones y Cooperativas, Líderes barriales y comunales, Representantes de gremios y grupos clasistas, la Cámara de Comercio de Manabí, Cámara de Turismo de Manabí y Autoridades Municipales y Parroquiales.

2. Organización de eventos artísticos y culturales para lo cual se invitará a Operadores Turísticos, Cámaras de Turismo Provinciales, Autoridades de los cantones de Manabí y de las Ciudades más grandes del país, personalidades del quehacer público, entre otros.

3.Organizar ruedas de prensa: con el afán de difundir e informar los detalles de cada una de las actividades a realizarse dentro de la Planificación Municipal dentro del Plan de Desarrollo Turístico.

4. Reuniones de promoción: se enviará solicitudes de reunión con Representantes de todos los sectores turísticos para explicarles el contenido del Plan de Promoción e invitarles a brindar su apoyo con la difusión del mismo y con su participación en las diferentes actividades de mercadeo.

5.Transferencia de experiencias y conocimientos: este componente tiene el afán de promover el Plan de Desarrollo Turístico con la mayor cantidad de destinos nacionales pero también nutrirse de las experiencias de los demás Cantones en el ámbito turístico por lo cual se realizará reuniones de trabajo con los Directores de Turismo de los Cantones de Manabí pero también de los Cantones que conforman la franja costera nacional para aprender de ellos prácticas, ordenanzas, principios, actividades y demás estrategias que puedan enriquecer el desarrollo de la Parroquia.

#### **Presupuesto anual de costos**

Se realizó un costeo anual de las estrategias a utilizarse:

**Tabla 31. Costeo**

| <b>Estrategia</b> | <b>Rubro</b>  | <b>Costo Unitario</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de medida</b>             | <b>Costo total</b> |
|-------------------|---|-----------------------|-----------------|-------------------------------------|--------------------|
| Producto 1        | Instructores de aeróbicos y bailo terapia             | 800                   | 4               | No. de Instructores                 | 3 200              |
|                   | Anfitriones de juegos cooperativos y gymkanas         | 800                   | 4               | No. de Anfitriones                  | 3 200              |
|                   | Implementos para juegos cooperativos                  | 800                   | 1               | kit de implementos                  | 800                |
|                   | Espectáculos artísticos musicales                     | 3 000                 | 3               | No. de eventos                      | 9 000              |
|                   | Festival de la corvina                                | 3 500                 | 1               | No. de Festivales                   | 3 500              |
|                   | Organización de ferias y exposiciones                 | 1 500                 | 3               | No. de eventos                      | 4 500              |
|                   | Limpieza de Playa                                     | 500                   | 12              | No. de actividades de limpieza      | 6 000              |
|                   | Mantenimiento de infraestructura Municipal de Turismo | 400                   | 12              | No. de actividades de mantenimiento | 4 800              |
| Producto 2        | Mantenimiento del patrimonio natural                  | 500                   | 12              | No. de actividades de mantenimiento | 6 000              |

|              |  |       |       |                                     |                  |
|--------------|--|-------|-------|-------------------------------------|------------------|
|              | Mantenimiento del patrimonio histórico y cultural            | 150   | 12    | No. de actividades de mantenimiento | 1 800            |
| Distribución | Funcionamiento de los Centros de información                 | 1 000 | 3     | No. de centros                      | 3 000            |
| Comunicación | Elaboración de spot "Cojimíes Tu Destino"                    | 4 000 | 1     | No. de spot                         | 4 000            |
|              | Difusión de spot en tv                                       | 1 500 | 8     | No. de pautas                       | 12 000           |
|              | Diseño del logo promocional de Cojimíes                      | 1 000 | 1     | No. de logos                        | 1 000            |
|              | Diseño e impresión de afiches                                | 30    | 200   | No. de afiches                      | 6 000            |
|              | Diseño e impresión de catálogo de servicios                  | 5     | 1 000 | No. de catálogo                     | 5 000            |
|              | Elaboración de pancartas promocionales para eventos          | 20    | 50    | No. de pancartas                    | 1 000            |
|              | Diseño e impresión de guía turística                         | 40    | 2 000 | No. de guías                        | 80 000           |
|              | Diseño de página web de información y difusión               | 300   | 1     | No. de sitios web                   | 300              |
|              | Diseño de fan page de difusión en Facebook                   | 100   | 1     | No. de fan page                     | 100              |
|              | Colocación de stands en eventos turísticos                   | 300   | 10    | No. de eventos                      | 3 000            |
|              | Boletines informativos mensuales                             | 20    | 12    | No. de boletines                    | 240              |
|              | Talleres de trabajo de difusión del Plan de Promoción        | 500   | 2     | No. de talleres                     | 1 000            |
|              | Actividades de transferencia de experiencias y conocimientos | 150   | 4     | No. de actividades                  | 600              |
|              | <b>TOTAL</b>   |       |       |                                     | <b>\$160 040</b> |

El costeo es por año y puede ser llevado a cabo por el GAD de Pedernales, Ministerio de Turismo o alguna entidad pertinente las mismas que asignarán los valores que crean convenientes para el mismo, así como también los sueldos y números de empleados o servicios a contratar.

## CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación se puede concluir de la siguiente manera:

- Se realizó una caracterización de Cojimíes en base de sus recursos naturales, demográficos, socioeconómicos, patrimoniales e histórico-culturales.
- Así mismo se efectuó una descripción de la planta turística de Cojimíes la misma que está conformada por el conjunto de hospederías, infraestructura turística pública, riqueza paisajística, servicios de entretenimiento y diversión, de transporte, de conectividad, de alimentación, y los servicios complementarios que contratan los establecimientos de alojamiento.
- En el aspecto metodológico se ha utilizado un enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo, un método de estudio deductivo e inductivo, un tipo de investigación descriptiva y la aplicación de encuestas y entrevistas como técnicas de recolección de datos.
- Se estableció como población objetivo a la población de la ciudad de Quito por ser la localidad que mayor cantidad de turistas aportara a Cojimíes, y con esta población se calculó el tamaño muestral que resultó ser de 384 con lo cual se aplicó la encuesta cuyos resultados verifican la relación entre las variables de estudio y a su vez le dan soporte a la propuesta de solución planteada.
- Se ha considerado dentro del Plan de Promoción un conjunto de estrategias de producto, precio, distribución y comunicación de los productos turísticos para ponerlos en consideración de las Autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedernales.



## **RECOMENDACIONES**

- Se sugiere al máximo representante del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedernales y a los Concejales que acojan y aprueben la implementación de la propuesta a fin de que se impulse la promoción turística de la parroquia Cojimíes.
- Se recomienda incentivar a los habitantes de la localidad, grupos sociales organizados, comités comunitarios, asociaciones, cooperativas y empresarios a que dentro del marco de las estrategias de producto y distribución de este plan incrementen la calidad de todos los servicios que prestan al turista.
- Se debe gestionar los suficientes recursos económicos desde el Gobierno central, de la Cooperación internacional y de la Empresa privada para llevar a cabo un plan integral de desarrollo turístico y el plan de promoción.
- Se precisa organizar un Comité cívico de impulso al desarrollo turístico hasta la implementación del plan integral y del plan de promoción.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, Miguel (2005). Administración del Turismo. Editorial Trillas. México D.F.
- Analuisa Gisella (2012). Promoción turística del balneario de Banchal (Tesis de Grado. Universidad de Guayaquil. Guayaquil.
- Arias F. (2012) El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Sexta Edición. Editorial Episteme, C.A. Caracas-República Bolivariana de Venezuela.
- Asamblea Nacional (2015). Constitución de la República del Ecuador. Quito
- Beltrán, Alirio (2015). Diccionario Turístico. Recuperado de <http://diccionarioturistico.jimdo.com/bibliografia/>
- Budowski Gerardo (2012) El ecoturismo en países tropicales: una actividad en plena expansión, pero también con problemas. Recuperado de <http://www.ecoportal.venezuela.com/>
- Casal Jordi (2013). Tipos de muestreo. Recuperado de [http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20\(C%20%20B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta\)/TiposMuestreo1.pdf](http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20(C%20%20B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta)/TiposMuestreo1.pdf)
- Coutin Jemel (2010). Promoción y comunicación turística. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml>
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M. y Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica.*, 2(7):162-167.
- Dómenec Biosca (2011). La gestión eficaz de un destino turístico del siglo XXI. Editores Sabadell. Madrid.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2009). Turismo sostenible. Revista Pangea Sostenible. Recuperado de <http://pangeasostenible.org/2011/12/federacion-plurinacional-de-turismo-comunitario-del-ecuador/>

- García Manuel (2013). ¿Qué es una encuesta? Recuperado de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedernales (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
- Lucero, Cristian (2015). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en los alojamientos turísticos de primera categoría del Cantón Gualaceo 2014 (Tesis de Grado). Universidad de Cuenca. Cuenca.
- Reck, Gunther (2013). Estudio de la oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de la Provincia de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro. Recuperado de [simce.ambiente.gob.ec/Estudio](http://simce.ambiente.gob.ec/Estudio).
- Honey Martha (2011) Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? Editorial Island Press. EE.UU.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014). Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales. Recuperado de <http://www.iica.int/sites/default/files/publications/files/2015/B3389e.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Censo de Población y Vivienda. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jiménez, Francisca (2012). Pasos: *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 10. No. 4. España.
- Kotler, Philip (2015). Fundamentos de marketing – Edición 11. Editorial Addison-Wesley. Massachussetts.
- Landi Cristian (2015). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en los alojamientos turísticos de primera categoría del Cantón Gualaceo (Tesis de Grado). Universidad de Cuenca. Cuenca.
- López Alexandra (2014). Plan de desarrollo turístico para la Parroquia de Chaltura en la Provincia de Imbabura (Tesis de Grado). Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito.

- López F. (2013) El ABC de la Revolución Metodológica. Primera Edición, JHL Editorial Express, C.A. Caracas- República Bolivariana de Venezuela.
- Losantos Viñolas, Marga. (2011). Fuentes de información: tipos y características. Fuentes de información para la atención al público. Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya.
- Martínez María (2012). Las playas y las dunas costeras: un hogar en movimiento. Editorial Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- Marujo, Noemí (2012). Imagen y promoción de los destinos turísticos en internet. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a02.pdf>
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2016). El Gobierno brinda atención a provincias de Manabí y Esmeraldas. Recuperado de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/?s=manabi>
- Ministerio de turismo del Ecuador (2007). PLANDETUR 2020. Quito
- Molina, Sergio (2000): Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas (TGS) pp. 30-41. México: Limusa.
- Morán, Gabriela (2011). Métodos de investigación. Editorial Pearson. México D.F.
- Muñiz Rafael (2016). Marketing en el siglo XXI. Quinta Edición. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>
- Murillo Javier (2011). La Entrevista. Recuperado de [http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)
- Organización Mundial del Turismo (2014). Entender el turismo. Recuperado de [media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo)
- Orgaz, Francisco (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. Revista Crítica de Ciencias Sociales. Recuperado de [https://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/38/francisco\\_organiza.pdf](https://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/38/francisco_organiza.pdf)

- Plog, S. (1977). "Why destinations are as fall and rise in popularity" en Kelly, E. (ed) Domestic and International Tourism Institute of Certified Agents, Mass, Wellesley.
- Quesada Castro, R (2010). Elementos del turismo. Teoría, clasificación y actividad. Costa Rica. UENED.
- Quiroga Martínez, R. (2012). Naturaleza, cultura y necesidades humanas. México: LOM ediciones.
- Rodea Raúl (2012). Tipos de investigación. Recuperado de [https://www.academia.edu/4646164/Tipos\\_de\\_Investigación](https://www.academia.edu/4646164/Tipos_de_Investigación).
- Sampieri R., 2012. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw Hill. México.
- Santana, César (2014). Turismo comunitario: Reflexiones. Recuperado de <http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017. Quito.
- Secretaria De Turismo (2015). Análisis Integral Del Turismo. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Smith, S. (1989). Theanthropology of tourism. Hosts and guests. Philadelphia, University of Pennsylvannia Press.
- Stanton William (2014). Fundamentos de marketing. Editorial McGraw-Hill. México D.F.
- Valls Josep (2014). Estrategias y tácticas de marketing: interpretando al consumidor en su kilómetro cero. Editorial Profit. Barcelona.
- World Wide Fund for Nature (2001). El turismo comunitario. Recuperado de [www.worldwildlife.org/initiatives/conservation-finance](http://www.worldwildlife.org/initiatives/conservation-finance)
- Zamorano, Francisco (2012). Turismo Alternativo: servicios turísticos diferenciados. Editorial Trillas. México D.F.
- Zermeño Felipe (2014). Lecciones de desarrollo económico. Editores Plaza y Valdés. Buenos Aires

## ANEXOS

### ANEXO 1. FICHA PLAYA CARRIZAL

#### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 1

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Playa Carrizal

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Costa o litoral

**SUBTIPO:** Litoral de costa o playa

#### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Carrizal

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

#### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 Km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 120.4 Km

#### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 0 - 5

**TEMPERATURA:** 21 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 500 - 1000

**a. Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.  
14.5 Km. de longitud aproximadamente.

**b. Calidad de agua:**

Transparente, de color verde claro, con arena en suspensión

**c. Flora y fauna:**

**d. Descripción del paisaje:**

Playa abierta y de horizonte despejado. La parte de la playa que sigue a la zona pasiva es moderadamente elevada con presencia de matorrales, y está muy cerca de la llanura de inundación del estuario del Río Cojimíes, en esta zona donde se ha implementado gran cantidad de piscinas camaroneras.

**e. Islas existentes: ---**

**f. Actividades agropecuarias: ---**

**g. Ancho de sus playas:**

Zona Activa (Intermareal): 500 a 1000 m

Zona Pasiva: ---

Zona de Equipamiento: No presenta

**h. Calidad de la arena:**

El sustrato es arenoso, con una arena fina y de color gris.

**i. Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

### USOS (SIMBOLISMO):

Balneario

Vía de Comunicación

Caminatas

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 3

Alterado

### CAUSAS:

Presencia de haciendas ganaderas y por gran tráfico en marea baja.

### ENTORNO:

en proceso de deterioro

### CAUSAS:

Deforestación en montañas circundantes, presencia de ganadería.

## APOYO

### INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO VÍAS

**TERRESTRE:** x  
**ACUÁTICO:** x  
**AÉREO:** ---

**TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO:** 365

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:**24

**OBSERVACIONES:** ---

**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA:** de pozo

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** generador

**ALCANTARILLADO:** pozo ciego

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 2**

Estuario Río Cojimés

Playa de Pedernales

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local





## ANEXO 2. PLAYA CABEZA DE VACA

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 2

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Playa Cabeza de Vaca

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Costa o litoral

**SUBTIPO:** Litoral de costa o playa

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Playa Cabeza de Vaca

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 Km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 120.4 Km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 0-5

**TEMPERATURA:** 21 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 500-100

**a.- Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

12.5Km. de longitud aproximadamente.

**b.- Calidad de agua:**

Transparente, de color verde claro, con arena en suspensión.

**c.- Flora y fauna:** ---

**d.- Descripción del paisaje:**

Playa abierta y despejada, presenta una pendiente muy leve. El frente de la playa está caracterizado en la parte sur de la línea de costa (colindante con Pedernales) con

acantilados bajos y en el centro y norte con palmeras. Se evidencio abundante presencia de basura de origen marino (palos y troncos).

Esta línea de costa sirve en marea baja como vía de comunicación con Cojimíes.

**e.- Islas existentes: ---**

**f.- Actividades agropecuarias: ---**

**g.- Ancho de sus playas:**

Zona Activa (Intermareal): 50 a 200 m

Zona Pasiva: 5 a 200 m

Zona de Equipamiento: Palmeras y haciendas.

**h.- Calidad de la arena:**

El sustrato es arenoso, con una arena fina y de color gris.

**i.- Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

**USOS (SIMBOLISMO):**

Balneario

Vía de Comunicación

Caminatas

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 3**

Alterado

**CAUSAS: ---**

Presencia de haciendas ganaderas y por gran tráfico en marea baja.

**ENTORNO:** En proceso de deterioro

**CAUSAS:** Deforestación en montañas circundantes, presencia de ganadería.

## APOYO

**INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

**VÍAS**

**TERRESTRE:** x

**ACUÁTICO:** x

**AÉREO:** ---

**TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO:** 364

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:** 24

**OBSERVACIONES:** ---

**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA:** de pozo

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** generador

**ALCANTARILLADO:** pozo ciego

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:** 3

Estuario Río Cojimés

Playa de Pedernales

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local



## ANEXO 3. PLAYA COJIMÍES

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 3

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Playa Cojimíes

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Costa o litoral

**SUBTIPO:** Playa

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 142.4 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 0-5

**TEMPERATURA:** 23 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 500-1000

**a. Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

4 Km. de longitud aproximadamente.

**b. Calidad de agua:**

Transparente, de color verde claro, con arena en suspensión.

**c. Flora y fauna:**

Palmeras de coco

**d. Descripción del paisaje:**

Se aprecia una playa con predominancia de régimen oceánico, sin embargo, también tiene influencia de aguas estuarina.

En la denominada Punta de Cojimíes que es la entra al estuario del mismo nombre se asienta la población de Cojimíes.

En época de lluvias se presenta gran cantidad de restos de árboles en las playas.

El PMRC ha construido en la punta un muro escollera con la finalidad de proteger a la población del efecto del oleaje y eventos como agujajes.

En la parte estuarina de la playa se desenvuelve el puerto de entrada al estuario.

**e. Islas existentes: ---**

**f. Actividades agropecuarias: ---**

**g. Ancho de sus playas:**

Zona Activa (Intermareal): 200 m en la parte oceánica y unos 40 m en la estuarina

Zona Pasiva: 50 m en la parte oceánica y 20 m en la parte estuarina

Zona de Equipamiento: Se desarrolla la población

**h. Calidad de la arena:**

El sustrato es arenoso, con arena fina y de color gris en la parte oceánica. En la parte estuarina es un sustrato arenoso combinada en gran medida con sustratos sedimentarios propia de estuarios.

**i. Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

**USOS (SIMBOLISMO):**

Balneario

Vía de Comunicación

Caminatas

Muelle Pesquero

Deportes Acuáticos

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 3**

Alterado

**CAUSAS:**

Presencia de piscinas camaroneras, gran tráfico en marea baja y muelle pesquero.

**ENTORNO:**

En proceso de deterioro

**CAUSAS:**

Presencia de piscinas camaroneras.

**APOYO****INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO****VÍAS**

**TERRESTRE:** x

**ACUÁTICO:** x

**AÉREO:** ---

**TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO:** 365

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:**24

**OBSERVACIONES:** ---

**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA:** entubada

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** sistema interconectado

**ALCANTARILLADO:** red pública

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 2**

Estuario del río Cojimíes

Playa de Pedernales

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local



## ANEXO 4. ESTUARIO DEL RIO COJIMÍES

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 4

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Estuario del Río Cojimíes

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Costa o litoral

**SUBTIPO:** Estuario

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 31.8 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 142.4 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 0-5

**TEMPERATURA:** 25 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 500-1000

**a.-Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

Tiene un área de aproximadamente 180 Km<sup>2</sup>.

**b.-Calidad de agua:**

Agua oscura típico de estuario, sin embargo, mantiene una buena calidad de sus aguas.

**c.- Flora y fauna:**

Mangle Rojo (*Rizophora mangle*)

Mangle Blanco (*Laguncularia Racemosa*)

Mangle Jelí (*Conocarpus erecta*)

**Peces:**

\* Corvina Amarilla (*Cynoscion albus*)

\* Corvinón (*Micropogonias altipinnis*)

\* Robalito (*Centropomus robalito*)



- \* Ojito (*Centengraulis mysticetus*)
- \* Jurelito (*Hemicaranx* sp.)
- \* Cucharita (*Chloroscombrus orqueta*)
- \* Roncador (*Pomadasys macrocanthus*)
- \* Polla tuza (*Ophioscion scierus*)
- \* Ayanque (*Cynoscion squamipinnis*)
- \* Lisa (*Mugil cephalus*)
- \* Chame (*Dormitator latifrons*)
- \* Tambulero (*Sphoeroides* sp.)

### **Crustáceos:**

- \* Camarón Blanco (*Litopena vannamei*)
- \* Camarón Azul (*Litopenaeus stylirostris*)
- \* Camarón Blanco (*Litopena occidentalis*)
- \* Camarón Café (*Litopena Californiensis*)
- \* Cangrejo (*Ucides occidentalis*)
- \* Jaiba Azul (*Callinectes arquatus*)

### **Aves**

- \* Garza Blanca (*Ardea alba*)
- \* Garceta Blanca (*Egretta thula*)
- \* Garza Bueyera (*Bubulcus ibis*)
- \* Garza Gris (*Ardea cocoi*)
- \* Garceta Tricolor (*Egretta tricolor*)
- \* Garceta azul (*Egretta caerulea*)
- \* Pato Cuervo (*Phalacrocorax olivaceus*)
- \* Pelicano (*Pelevcanus occidentalis*)
- \* Fragata (*Fregata magnificens*)
- \* Fragata (*Fregata minor*)
- \* Águila Pescadora (*Pandion haliaetus*)
- \* Piqueros Patas Azules (*Sula nebouxi*)
- \* Mangle Negro (*Avicennia germinans*)

#### **a. Descripción del paisaje:**

Se ubica en el límite político entre la Provincia de Esmeraldas y Manabí, sus rasgos más sobresalientes son dos grandes islas ubicadas en la boca y en la parte más interior se impone una característica muy particular en la distribución y circulación de la masa de agua, existen otras islas menores que no inciden en esta condición. El PMRC ha construido en la punta un muro escollera con la finalidad de proteger a la población del efecto del oleaje y eventos como aguajes.

En la boca o entrada del estuario se encuentra la Isla EL Cantil que da formación a dos canales por donde entra y sale el agua durante el flujo y reflujos de las mareas, el canal norte forma la llamada bocana de Bolívar y el canal sur la bocana de Cojimíes, ambas entradas están obstruidas por extensos bajos de arena.

El movimiento de los sedimentos finos acarreados por la descarga de los Ríos es importante al interior del estuario, mientras que en la boca las arenas se mueven por acción de las olas y las corrientes litorales.

Estas condiciones hacen que en ambos extremos del estuario existan extensos bajos de sedimentos, algunos de los cuales no descubren en bajamar pero que son conocidos por los pescadores de la zona ya que les impiden navegar por estos sectores en embarcaciones pequeñas de poco calado. Esta característica hace que la cuenca estuarina presente un espejo de agua extenso, pero en realidad en amplios sectores el calado de las aguas es menor a un metro de profundidad lo que reduce la capacidad de almacenamiento de las aguas.

**b. Islas existentes:**

En la parte más interior se encuentran agrupadas 3 islas, Pajarera, Bellavista y Pesadilla, apenas separadas por canales muy angostos dando la apariencia de una sola gran isla, que da formación a dos canales de circulación de las aguas.

Otras islas menores y totalmente alejadas son la Isla El Morro y el Islote El Changuito, en el interior del estuario, mientras que en la boca se encuentran las Islas Júpiter y El Sol, que se comportan más bien como grandes bajos de arena en movimiento que descubren en baja mar y que interrumpen ambas entradas al estuario.

**c. Actividades agropecuarias: ---**

**d. Ancho de sus playas:**

Tiene una longitud aproximada de 35 Km. entre la entrada y la parte más anterior. La parte central del estuario presenta la sección más angosta de unos 0.9 Km. de ancho, y las partes más anchas son de unos 5.5 Km. y corresponden al sector de las dos islas incluyendo a éstas.

**e. Calidad de la arena:**

El sustrato es de origen aluvial

**f. Presencia de dunas: ---**

**VALOR EXTRÍNSECO**

**USOS (SIMBOLISMO):**

- \* Pesca Artesanal
- \* Deportes Acuáticos
- \* Avistamiento de Aves
- \* Turismo Científico
- \* Transporte Fluvial
- \* Caminatas

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 5**

En proceso de deterioro

**CAUSAS:**

Deforestación de áreas de manglares.

**ENTORNO:**

En proceso de deterioro

**CAUSAS:**

Presencia de piscinas camaroneras.

**APOYO**

**INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

**VÍAS**

**TERRESTRE:** x

**ACUÁTICO:** x

**AÉREO:** ---

**TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO:** 365

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:** 24

**OBSERVACIONES:** ---

**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA:** de pozo

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** generador

**ALCANTARILLADO:** pozo ciego

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 2**

Playa de Pedernales

Playa de Cojimíes

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local



## ANEXO 5. CASCADA DE TIWA ARRIBA

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 5

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Cascada Tiwa Arriba

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Río

**SUBTIPO:** Bosque

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Tigua

**LATITUD:** 0

**LONGITUD:** -80.1

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 45 km

**POBLADO:** ---

**DISTANCIA:** ---

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 100 - 150 msnm

**TEMPERATURA:** 25 - 28 °C

**PRECIPITACIÓN:** 1000-2000 mm

**a.- Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

---

**b.- Calidad de agua:**

**Color:** Agua incolora, sin turbiedad.

**Temperatura:** 25 - 28 °C

**Transparencia:** Agua transparente de buena calidad, con muy pocos sólidos suspendidos.

**c.- Flora y fauna:**

**Flora:**

\* Platanillos (Heliconia sp.)

- \* Palma (*Attalea colenda*)
- \* Tagua (*Phytelephas macrocarpa*)
- \* Caña Guadúa (*Guadua angustifolia*)
- \* Guayacán (*Tabebuia crysantha*)
- \* Helechos (Pteridófitos)
- \* Hongos (Varias especies)
- \* Colorado (*Pouteria* sp)
- \* Anthurium sp.
- \* Chonta (*Bactris* sp.)
- \* Bromelias (Varias especies)
- \* Orquídeas (Varias especies)
- \* Algas Clorófitos.

#### **Fauna**

- \* Tigrillo (*Felis pardalis*)
- \* Saíno (*Tayassu tajacu*)
- \* Ardilla (*Sciurus* sp.)
- \* Mono Aullador (*Alouatta palliata*)
- \* Nutria (*Lutra annectens*)
- \* Guanta (*Cuniculus paca*)

#### **Peces:**

- \* Vieja de Río (*Aequiden rivulatus*)

#### **Reptiles:**

- \* Culebra equis (*Bothrops atrx*)
- \* Boa (*Boa constrictor*)

#### **d.-Descripción del paisaje:**

Ésta área se encuentra dentro de la Reserva Mache Chindul. Forma un entorno con una belleza escénica, debido a la combinación de la flora del sector con el cuerpo de agua que forma la cascada; tiene un gran potencial para el desarrollo turístico.

#### **Descripción de sus riveras:**

Están formadas por piedras o suelo pedregoso, producto de la erosión de rocas grandes que se han desprendido en épocas anteriores; así también hay orillas con sustrato arcilloso.

#### **a. Islas existentes:**

No existen islas.

#### **b. Actividades agropecuarias: ---**

#### **c. Ancho de sus playas: ---**

#### **d. Calidad de la arena: ---**

e. **Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

### USOS (SIMBOLISMO):

- \* Alternativa ecoturística para bañistas, aunque falta difusión.
- \* Actividades agrícolas
- \* Cría de Ganado
- \* Pastizales.

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 7

Conservado

### CAUSAS:

Existe conservación del bosque del área en un 80%.

### ENTORNO:

Alterado

### CAUSAS:

Colinas adyacentes del entorno con pastizales para el ganado.

## APOYO

### INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

#### VÍAS

**TERRESTRE:** x

**ACUÁTICO:** ---

**AÉREO:** ---

### TEMPORALIDAD DE ACCESO

**DÍAS AL AÑO:** 365

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:** 24

**OBSERVACIONES:** ---

### INFRAESTRUCTURA BÁSICA

**AGUA:** otros

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** otros

**ALCANTARILLADO:** otros

### ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 3

- \* Rancho Pablito

- \* Ecoturismo Río Coasa
- \* Cascada de Chindul

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local





## ANEXO 6. CASCADA CHINDUL

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 6

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Cascada de Chindul

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Río

**SUBTIPO:** Cascada

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Chindul

**LATITUDE:** 0°14'6.01"

**LONGITUDE:** -79°52'23.44"

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 30 km

**POBLADO:** ---

**DISTANCIA:** ---

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 14 msnm

**TEMPERATURA:** 25-28 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 1000-2000 mm

a. **Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

----

b. **Calidad de agua:**

**Color:** Agua turbia, color claro.

**Temperatura:** 25 - 28 °C

**Transparencia:** Algo turbia debido al uso continuo del lugar, mucha afluencia de personas los fines semana o feriados, existen sólidos suspendidos.

c. **Flora y fauna:**

### **Flora:**

- \* Platanillos (*Heliconia* sp.)
- \* Helechos (*Pteridófitos*)
- \* Bromelias
- \* Palma (*Attalea colenda*)
- \* Hongos (*Varias especies*)
- \* Orquídeas (*Varias especies*)
- \* Tagua (*Phytelepas macrocarpa*)
- \* Colorado (*Pouteria* sp.)
  - \* Caña Guadúa (*Guadua angustifolia*)
  - \* Anthurium sp.
  - \* Guayacán (*Tabebuia crysantha*)
  - \* Chonta (*Bactris* sp.)

### **Fauna:**

- \* Tigrillo (*Felis pardalis*)
- \* Saino (*Tayassu tajacu*)
- \* Ardilla (*Sciurus* sp.)
- \* Mono Aullador (*Alouatta palliata*)
- \* Nutria (*Lutra annectens*)
- \* Guanta (*Cuniculus paca*)

### **Reptiles:**

- \* Culebra equis (*Bothrops atrx*)
- \* Boa (*Boa constrictor*)

### **Peces:**

- \* Vieja de Río (*Aequiden rivulatus*)

#### **d. Descripción del paisaje:**

Forma parte de la Reserva Mache-Chindul, ubicado en dirección sureste desde Pedernales a Esmeraldas, al ser un atractivo muy visitado presenta algo de deterioro e intervenido con la presencia constante de turistas que se bañan en el lugar; la presencia de la flora también se ve disminuida en el sitio.

**Descripción de sus Riveras:** Se encuentran piedras o suelo pedregoso, así como rocas de mayor tamaño por el desprendimiento de épocas anteriores, también hay orillas con sustrato arcilloso.

**d.-Islas existentes: --**

**e.-Actividades agropecuarias: ---**

**f.- Ancho de sus playas: ---**

**g.-Calidad de la arena: ---**

**h.- Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

### USOS (SIMBOLISMO):

Actividades recreativas para bañistas, que transforman el sitio en un balneario de agua dulce los fines de semana y feriados.

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Alterado

### CAUSAS:

Intervención del hombre con la instalación de kioscos, además degradación de la calidad visual del paisaje.

### ENTORNO:

Alterado

### CAUSAS:

Colinas adyacentes erosionadas y con vertidas en pastizales con la tala de los Bosques.

## APOYO

### INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

#### VÍAS

TERRESTRE: x

ACUÁTICO: ---

AÉREO: ---

#### TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 24

OBSERVACIONES: ---

### INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: otros

ENERGÍA ELÉCTRICA: otros

ALCANTARILLADO: otros

### ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 3

- \* Ecoturismo Río Cuasa
- \* Rancho Pablito
- \* Cascada de Tigua

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: Local



## ANEXO 7. ECOTURISMO RIO CUASA

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 7

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Ecoturismo Río Cuasa

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Río

**SUBTIPO:** Ribera

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimés

**LATITUD:** 0.25

**LONGITUD:** -79.9

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 34.3 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 143 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** 17- 27 C

**PRECIPITACIÓN:** ---

a. **Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

----

b. **Calidad de agua:** ---

c. **Flora y fauna:**

Columba goodsoni - Paloma Oscura - Dusky Pigeon

Leucopternis plumbea - Gavilán Plumiso - Plumbeous Hawk

Leucopternis occidentalis - Gavilán Dorsigrís - Gray-backed Hawk

Ortalis erythroptera - Chachalaca Cabecirrufa - Rufous-headed Chachalaca

Aramides wolfi - Rascón Montés Moreno - Brown Wood-Rail

Neomorphus radiolosus - Cuco Hormiguero Franjeado - Banded Ground-Cuckoo

Aratinga erythrogenys - Red-masked Parakeet - Perico Caretirrojo

Campephilus गयाquilensis - Carpintero Guayaquileño -Guayaquil Woodpecker

Attila torridus - Atila Ocráceo - Ochraceous Attila

Cephalopterus penduliger - Pájaro Paraguas Longuipéndulo - Long-wattled

Umbrellabird

Zarhynchus wagleri - Oropéndola Cabecicastaña - Chestnut-headed Oropedola.

d. **Descripción del paisaje:**

Bosque húmedo tropical

- e. Islas existentes: ---
- f. Actividades agropecuarias: ---
- g. Ancho de sus playas: ---
- h. Calidad de la arena: ---
- i. Presencia de dunas: ---

## VALOR EXTRÍNSECO

### USOS (SIMBOLISMO):

Caminatas  
Observación de flora y fauna  
Cabalgatas  
Excursiones

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 6

CAUSAS: ---

ENTORNO: ---

CAUSAS: ---

### APOYO

#### INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

##### VÍAS

TERRESTRE: x

ACUÁTICO: ---

AÉREO: ---

#### TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 24

#### OBSERVACIONES: ---

#### INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: otros

ENERGÍA ELÉCTRICA: otros

ALCANTARILLADO: otros

#### ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 2

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: Local



## ANEXO 8. RESERVA ECOLÓGICA MACHE CHINDUL

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 8

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Reserva Ecológica Mache Chindul

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Sistema de Áreas Protegidas

**SUBTIPO:** Reserva Ecológica

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Provincia de Manabí y Esmeraldas

**LATITUD:** 0°13'25.85"

**LONGITUD:** -79°52'7.37"

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** ---

**DISTANCIA:** ---

**POBLADO:** ---

**DISTANCIA:** ---

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 200 - 800

**TEMPERATURA:** 21 – 23 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 3000

**a.-Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

----

**a. Calidad de agua:** ---

**b. Flora y fauna:**

Existen grupos taxonómicos complejos, extremadamente ricos en los estratos herbáceo, arbustivo y epifito, representados por las familias Araceae, Piperaceae y Gesneriaceae, principalmente. El conocimiento de la flora es insuficiente para determinar el endemismo en la zona, pero se han registrado especies de gran interés,



consideradas únicas en la región como la *Cinnamomum* y dos de *Matayba*, que podrían ser nuevas para la ciencia.

Mono aullador, mico, guatusa, guanta, puma, perezoso, cabeza de mate, venado de cola blanca, saino, jaguar, gato de monte y tigrillo; entre las aves hay cuervos, tijeretas, gavián príncipe y el trogón.

**c. Descripción del paisaje:**

La biodiversidad y los recursos paisajísticos que ofrece el Bosque Húmedo Tropical, son los principales atractivos de la Reserva Mache - Chindul. Lugares exóticos, con cascadas y piscinas naturales formadas por los ríos Boca del Sucio y Ene o la laguna de Cube, rodeadas de bosque imperturbado, constituyen excelentes propuestas al visitante para conocer un humedal de valor e importancia internacional.

Las investigaciones y estudios efectuados en la zona solo confirman la presencia de una extraordinaria riqueza de plantas y animales, difícil de cuantificar completamente. En el futuro se realizará un estudio científico profundo de este remanente de bosque en el Ecuador, considerado uno de los 10 *hot spots* de biodiversidad en el mundo.

Cerca de la zona se puede disfrutar de las hermosas playas de Muisne, Atacames, Súa y Same, que poseen un clima inmejorable y ofrecen al turismo todos los servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento.

**d. Islas existentes: ---**

**e. Actividades agropecuarias: ---**

**f. Ancho de sus playas: ---**

**g. Calidad de la arena: ---**

**h. Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

### USOS (SIMBOLISMO):

Observación de flora y fauna

Paisajismo

Caminata

Balnearios  
Senderismo  
Turismo de sol y playa  
Turismo de aventura

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

Conservado

**CAUSAS:**

A pesar de la tala indiscriminada, esta no ha afectado mayormente la flora y fauna de la Reserva Mache-Chindul que se mantiene muy representativa albergando además varias especies que no han sido descritas para el Ecuador y que podrían ser nuevas para la ciencia.

**ENTORNO:**

Alterado

**CAUSAS:**

Tala indiscriminada de áreas alrededor que no pertenecen a la reserva.

**APOYO**

**INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

**VÍAS**

**TERRESTRE:** x

**ACUÁTICO:** x

**AÉREO:** ---

**TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO:** 365

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:** 24

**OBSERVACIONES:** ---

**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA:** de pozo

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** sistema interconectado

**ALCANTARILLADO:** pozo ciego

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:** 1

• Grupo Étnico Los Chachis

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

Nacional



## ANEXO 9. ISLA DEL AMOR

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 9

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Isla del Amor

**CATEGORÍA:** Sitios naturales

**TIPO:** Tierras continentales

**SUBTIPO:** Islas Continentales

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0,3640

**LONGITUD:** -80,0374

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 34.4 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 131 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** ---

**PRECIPITACIÓN:** ---

- a. **dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

----

b. **Calidad de agua:** ---

c. **Flora y fauna:**

Pelicanos, piqueros, delfines, peces (corvina, robalo)

d. **Descripción del paisaje:**

Lugar tranquilo de arena de textura suave y color blanca, hay una piscina natural dentro de la misma.

- e. **Islas existentes:** ---
- f. **Actividades agropecuarias:** ---
- g. **Ancho de sus playas:** ---
- h. **Calidad de la arena:** ---
- i. **Presencia de dunas:** ---

#### VALOR EXTRÍNSECO

#### USOS (SIMBOLISMO):

Caminatas

Observación de flora y fauna

Camping

Degustación de comida típica

#### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: ---

CAUSAS: ---

ENTORNO: ---

CAUSAS: ---

### APOYO

#### INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

##### VÍAS

TERRESTRE: ---

ACUÁTICO:           x

AÉREO: ---

#### TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 24

OBSERVACIONES: ---

#### INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: ---

ENERGÍA ELÉCTRICA: ---

ALCANTARILLADO: ---

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: ---

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

Local



## **ANEXO 10. RANCHO PABLITO**

### **DATOS GENERALES**

**FICHA NÚMERO:** 10

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Rancho Pablito

**CATEGORÍA:** Sitio natural

**TIPO:** Bosque

**SUBTIPO:** Húmedo tropical occidental

### **UBICACIÓN**

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### **CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 32 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 143 km

### **CALIDAD**

#### **VALOR INTRÍNSECO**

#### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**ALTURA:** 300 - 600 msnm

**TEMPERATURA:** 25-28 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 1000-2000 mm

**a. Dimensiones: CAMBIA DE ACUERDO A LAS  
CARACTERÍSTICAS DE CADA ATRACTIVO.**

---

**b. Calidad de agua:** ---

**c. Flora y fauna:**

\* Matapalo (Ficus sp.)

\* Caucho (Ficus sp.)

\* Guayacán (Tabebuia crysantha)

- \* Cedro (*Cedrela odorata*)
- \* Amarillo (*Macrolobium macrofilum*)
- \* Moral Fino (*Clarisia biflora*)
- \* Tagua (*Phytelephas macrocarpa*)
- \* Chonta (*Bactris* sp.)
- \* Colorado (*Pouteria* sp.)
- \* Higuaroncillo (*Ficus* sp.)
- \* Aguacatillo (*Nectandra* sp.)
- \* Caimito (*Chrysophyllum* sp.)
- \* Pambil
- \* Caña Guadúa (*Guadua angustifolia*)
- \* Palma (*Attalea colenda*)
- \* Mocora
- \* Helechos (Pteridófitos)
- \* Hongos (Varias especies)
- \* Familia Araceae
- \* Platanillo (*Heliconia* sp.)
- \* Pechiche (*Vitex Gigantea*)

### **Diversidad de Fauna:**

#### **Mamíferos:**

- \* Tigrillo (*Felis pardalis*)
- \* Burricón (*Felis wiedii*)
- \* Jaguarundi (*Felis yagouaroundi*)
- \* Saino (*Tayassu tajacu*)
- \* Ardilla (*Sciurus* sp.)
- \* Mono Aullador (*Alouatta palliata*)
- \* Cuchucho (*Nasua Nasua*)
- \* Cabeza de Mate (*Eira barbara*)
- \* Nutria (*Lutra annectens*)
- \* Cusumbo (*Potos flavus*)
- \* Perro de Montaña (*Speothos venaticus*)
- \* Oso Hormiguero (*Tamandua tetradactyla*)
- \* Oso Banderón (*Myrmecophaga tridactyla*)



- \* Perezoso (*Bradypus infuscatus*)
- \* Guanta (*Cuniculus paca*)

**Aves:**

- \* Loros (Varias especies)
- \* Pericos (Varias especies)
- \* Tucanes (Varias especies)
- \* Perdiz (*Crypturellus soni*)
- \* Pava de Monte (*Penelope purpuracens*)
- \* Gavilán (*Leucopternis dorsigris*)
- \* Culebrero (*Momotus momota*)
- \* Pájaro Toro

**Reptiles:**

- \* Equis (*Bothrops atrox*)
- \* Coral (*Micrurus sp*)
- \* Boa (*Boa constrictor*)

**d. Descripción del paisaje:**

Este atractivo forma parte de la Reserva Mache - Chindul, posee un remanente de bosque primario de aproximadamente 20 ha., Además de las cascadas que incrementan el atractivo turístico del lugar; en el bosque existe muchas plantas de diversas especies que pertenecen a la familia Aráceas.

**e. Islas existentes: ---**

**f. Actividades agropecuarias: ---**

**g. Ancho de sus playas: ---**

**h. Calidad de la arena: ---**

**i. Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

**USOS (SIMBOLISMO):**

- \* Crianza de ganado, aunque extensiva
- \* Terrenos con actividad Silvo- Pastoral.
- \* Actividad eco turística todavía incipiente, pero con un gran

potencial.

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

Alterado

**CAUSAS:**

Existencia de pastizales para el ganado dentro del sitio.

**ENTORNO:**

Alterado

**CAUSAS:**

Existe la tala de árboles, crianza de ganado y pastizales.

**APOYO**

**INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

**VÍAS**

**TERRESTRE:** x

**ACUÁTICO:** x

**AÉREO:** ---

**TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO:** 365

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:** 24

**OBSERVACIONES:** ---

**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA:** de pozo

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** sistema interconectado

**ALCANTARILLADO:** pozo ciego

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:** 2

- Cascada de Chindul
- Ecoturismo Río Cuasa

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local



## **ANEXO 11. LEYENDA EL RIVEL**

### **DATOS GENERALES**

**FICHA NÚMERO:** 11

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Leyenda “El Rivel”

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Etnografía campesina

**SUBTIPO:** Mitos y leyendas

### **UBICACIÓN**

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### **CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 km

**POBLADO:** ---

**DISTANCIA:** ---

### **CALIDAD**

#### **VALOR INTRÍNSECO**

#### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

---

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** ---

**PRECIPITACIÓN:** ---

**a. Dimensiones: CAMBIA DE ACUERDO A LAS  
CARACTERÍSTICAS DE CADA ATRACTIVO.**

---

**b. Calidad de agua:** ---

**c. Flora y fauna:** ---

**d. Descripción del paisaje:** ---

**e. Islas existentes:** ---

**f. Actividades agropecuarias:** ---

**g. Ancho de sus playas: ---**

**h. Calidad de la arena: ---**

**i. Presencia de dunas: ---**

## **VALOR EXTRÍNSECO**

**USOS (SIMBOLISMO): ---**

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 1**

**CAUSAS: ---**

**ENTORNO: ---**

**CAUSAS: ---**

## **APOYO**

### **INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

#### **VÍAS**

**TERRESTRE: ---**

**ACUÁTICO: ---**

**AÉREO: ---**

### **TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO: 365**

**DÍAS AL MES: 30**

**HORAS AL DÍA: 24**

**OBSERVACIONES: ---**

### **INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA: ---**

**ENERGÍA ELÉCTRICA: ---**

**ALCANTARILLADO: ---**

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 5**

### **DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

Local

## ANEXO 12. ESCULTURA EL ENCORVADO

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 12

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Escultura “El Encorvado”

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Manifestaciones artísticas contemporáneas

**SUBTIPO:** Esculturas

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** El Encorvado

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 120.4 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** 0-5

**TEMPERATURA:** 21 (°C)

**PRECIPITACIÓN:** 500-1000

**a.- dimensiones: cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.**

Inspirado en el Monumento sacro de Río de Janeiro colocado sobre el pan de la azúcar, esta expresión artística contemporánea nos cuenta la historia de una tragedia. Un matrimonio originario de la sierra pierde a su hijo a causa de un ahogamiento su cuerpo nunca es encontrado en memoria de él deciden cimentar en el lugar un Cristo de la Misericordia. Estatua antropomórfica con brazos abiertos y vuelta frontal hacia el mar, puesto en gesto compasivo sobre una altura natural, se localiza aproximadamente a 15 Kilómetros de la carretera Pedernales – Cojimíes. Tiene 12.5 km de longitud aproximadamente.

**b.- Calidad de agua:**

Transparente, de color verde claro, con arena en suspensión.

**c.- Flora y fauna: ---**

**d.- Descripción del paisaje:**

Playa abierta y despejada, presenta una pendiente muy leve. El frente de la playa está caracterizado en la parte sur de la línea de costa (colindante con Pedernales) con acantilados bajos y en el centro y norte con palmeras. Se evidencio abundante presencia de basura de origen marino (palos y troncos).

Esta línea de costa sirve en marea baja como vía de comunicación con Cojimíes.

**e.- Islas existentes: ---**

**f.-Actividades agropecuarias: ---**

**g.-Ancho de sus playas:**

Zona Activa (Intermareal): 50 a 200 m

Zona Pasiva: 5 a 200 m

Zona de Equipamiento: Palmeras y haciendas.

**h.-Calidad de la arena:**

El sustrato es arenoso, con una arena fina y de color gris.

**i.-Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

**USOS (SIMBOLISMO):**

- \* Balneario
- \* Vía de Comunicación
- \* Caminatas

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 2**

Alterado

**CAUSAS:**

Presencia de haciendas ganaderas y por gran tráfico en marea baja.

**ENTORNO:**

En proceso de deterioro

**CAUSAS:**

Deforestación en montañas circundantes, presencia de ganadería.

## **APOYO**

### **INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

#### **VÍAS**

**TERRESTRE:** x

**ACUÁTICO:** x

**AÉREO:** ---

#### **TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO:** 365

**DÍAS AL MES:** 30

**HORAS AL DÍA:**24

**OBSERVACIONES:** ---

#### **INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA:** De pozo

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** generador

**ALCANTARILLADO:** pozo ciego

#### **ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 5**

- \* Estuario Río Cojimés
- \* Playa de Pedernales
- \* Playa Carrizal
- \* Playa Cabeza de Vaca
- \* Playa Cojimies

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local





## ANEXO 13. ZONA ARQUEOLÓGICA DE BECHE BAJO

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 13

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Zona arqueológica de Beche bajo

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Historia

**SUBTIPO:** Zonas Históricas

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Beche

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 22.3 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 131 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Recientemente se halló una figura de una Tola ceremonial y un remanente de bosque tropical. Posee un pequeño balneario del cual disfrutaban sus habitantes.

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** ---

**PRECIPITACIÓN:** ---

a. **Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

---

b. **Calidad de agua:** ---

c. **Flora y fauna:** ---

d. **Descripción del paisaje:** ---

e. **Islas existentes:** ----

f. **Actividades agropecuarias:** ---

g. **Ancho de sus playas:** ---

**h. Calidad de la arena: ---**

**i. Presencia de dunas: ---**

## **VALOR EXTRÍNSECO**

### **USOS (SIMBOLISMO):**

Balneario

Caminatas

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 5**

**CAUSAS: ---**

**ENTORNO: ---**

**CAUSAS: ---**

## **APOYO**

### **INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

#### **VÍAS**

**TERRESTRE: x**

**ACUÁTICO: x**

**AÉREO: ---**

### **TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO: 365**

**DÍAS AL MES: 30**

**HORAS AL DÍA: 24**

**OBSERVACIONES: ---**

### **INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA: ---**

**ENERGÍA ELÉCTRICA: ---**

**ALCANTARILLADO: ---**

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 5**

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: Local**

## ANEXO 14. ENCOCADO DE CORVINA

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 14

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Encocado de Corvina

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Comidas y bebidas

**SUBTIPO:** Comida típica

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimfés

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 34.8 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 144 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Plato típico de esta parroquia a base de pescado, salsa de coco, ajo, cilantro, jugo de limón, cebolla aceite.

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** ----

**PRECIPITACIÓN:** ----

- a. **Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.
- b. **Calidad de agua:** ---
- c. **Flora y fauna:** ---
- d. **Descripción del paisaje:** ---
- e. **Islas existentes:** ---
- f. **Actividades agropecuarias:** ---
- g. **Ancho de sus playas:** ---
- h. **Calidad de la arena:** ---

i. **Presencia de dunas: ---**

### **VALOR EXTRÍNSECO**

**USOS (SIMBOLISMO):**

Degustación de comida tradicional

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 5**

**CAUSAS: ---**

**ENTORNO: ---**

**CAUSAS: ---**

### **APOYO**

**INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

**VÍAS**

**TERRESTRE: X**

**ACUÁTICO: ---**

**AÉREO: ---**

**TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO: 365**

**DÍAS AL MES: 30**

**HORAS AL DÍA: 8**

**OBSERVACIONES: ---**

**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA: ---**

**ENERGÍA ELÉCTRICA: ---**

**ALCANTARILLADO: ---**

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 5**

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

Local



## ANEXO 15. FESTIVAL DE LA CORVINA

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 15

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Festival de la Corvina

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Evento programado

**SUBTIPO:** Festival

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0,3640

**LONGITUD:** -80,0374

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 141 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** ---

**PRECIPITACIÓN:** ---

**Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

Festival en el cual se celebra el mes del turismo, evento en donde se elige a la corvina más grande, el mejor plato típico a base de este marisco.

**Calidad de agua:** ---

**Flora y fauna:** ---

**Descripción del paisaje:** ---

**Islas existentes: ---**

**Actividades agropecuarias: ---**

**Ancho de sus playas: ---**

**Calidad de la arena: ---**

**Presencia de dunas: ---**

## VALOR EXTRÍNSECO

### USOS (SIMBOLISMO):

Evento público

Degustación de platos típicos

Actividades culturales y artísticas

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: ---**

**CAUSAS: ---**

**ENTORNO: ---**

**CAUSAS: ---**

## APOYO

### INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

#### VÍAS

**TERRESTRE: ---**

**ACUÁTICO: ---**

**AÉREO: ---**

#### TEMPORALIDAD DE ACCESO

**DÍAS AL AÑO: 1**

**DÍAS AL MES: 1**

**HORAS AL DÍA: 8**

**OBSERVACIONES: ---**

### INFRAESTRUCTURA BÁSICA

**AGUA:** entubada

**ENERGÍA ELÉCTRICA:** sistema interconectado

**ALCANTARILLADO:** red pública

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: ---**

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:** Local



## ANEXO 16. BEBIDA COCO LOCO

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 16

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:**

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Bebida “Coco Loco”

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Comidas y bebidas típicas

**SUBTIPO:** Bebida típica

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0.366667

**LONGITUD:** -80.0333

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 120.4 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** ---

**PRECIPITACIÓN:** ---

**Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

Bebida típica elaborada a base de coco (agua y pulpa), leche y aguardiente.

**Calidad de agua:** ---

**Flora y fauna:** ---

**Descripción del paisaje:** ---

**Islas existentes:** ---

**Actividades agropecuarias:** ---

**Ancho de sus playas:** ---

**Calidad de la arena:** ---

**Presencia de dunas:** ---



## VALOR EXTRÍNSECO

### USOS (SIMBOLISMO):

Degustación de bebida tradicional

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: 2

CAUSAS: ---

ENTORNO: ---

CAUSAS: ---

## APOYO

### INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

#### VÍAS

TERRESTRE: ---

ACUÁTICO: ---

AÉREO: ---

### TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 8

OBSERVACIONES: ---

### INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: ---

ENERGÍA ELÉCTRICA: ---

ALCANTARILLADO: ---

### ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: 5

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: Local



## ANEXO 17. FESTIVAL DEL COCO

### DATOS GENERALES

**FICHA NÚMERO:** 17

**ENCUESTADOR:** Martha Arteaga & Madeleine García

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs.

**FECHA:** 15/07/2016

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Festival del Coco

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Evento programado

**SUBTIPO:** Festival

### UBICACIÓN

**PROVINCIA:** Manabí

**CIUDAD y/o CANTÓN:** Pedernales

**LOCALIDAD:** Cojimíes

**LATITUD:** 0,3640

**LONGITUD:** -80,0374

### CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**POBLADO:** Pedernales

**DISTANCIA:** 10 km

**POBLADO:** San Vicente

**DISTANCIA:** 144 km

### CALIDAD

#### VALOR INTRÍNSECO

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**ALTURA:** ---

**TEMPERATURA:** ---

**PRECIPITACIÓN:** ---

**Dimensiones:** cambia de acuerdo a las características de cada atractivo.

Festival en el cual se elige la reina de la comunidad, el mejor plato típico y postre elaborado con coco.

**Calidad de agua:** ---

**Flora y fauna:** ---

**Descripción del paisaje:** ---

**Islas existentes:** ---

**Actividades agropecuarias:** ---

**Ancho de sus playas:** ---

**Calidad de la arena: ---**

**Presencia de dunas: ---**

### **VALOR EXTRÍNSECO**

#### **USOS (SIMBOLISMO):**

Evento público

Degustación de platos típicos

Actividades culturales y artísticas

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: ---**

**CAUSAS: ---**

**ENTORNO: ---**

**CAUSAS: ---**

### **APOYO**

#### **INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

##### **VÍAS**

**TERRESTRE: x**

**ACUÁTICO: x**

**AÉREO: ---**

#### **TEMPORALIDAD DE ACCESO**

**DÍAS AL AÑO: 1**

**DÍAS AL MES: 1**

**HORAS AL DÍA: 8**

**OBSERVACIONES: ---**

#### **INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**AGUA: entubada**

**ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado**

**ALCANTARILLADO: red pública**

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: ---**

**DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: Local**



## ANEXO 18: Formulario de encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERA**

**Objetivo: Averiguar sobre Cojimíes como destino turístico para contribuir con la elaboración de un Plan de Promoción Turística.**

**Sexo:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

**1.- ¿Ha visitado las playas de Manabí?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**2.- ¿Con quién prefiere viajar cuando lo hace?**

Solo \_\_\_\_\_ Amigos \_\_\_\_\_ Familia \_\_\_\_\_ Pareja \_\_\_\_\_

**3.- ¿Cuántos días en promedio permanece cuando sale a viajar dentro del país?**

\_\_\_\_\_

**4.- ¿Cuál es el factor que lo motiva a viajar cuando lo hace a la costa?**

Seguridad \_\_\_\_\_ Atractivos \_\_\_\_\_ Hoteles \_\_\_\_\_ Servicios \_\_\_\_\_

**5.- ¿Qué actividades de turismo le gusta realizar?**

Aventura \_\_\_\_\_ Ecológico \_\_\_\_\_ Comunitario \_\_\_\_\_ Histórico-cultural \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

**6.- ¿Cómo se informa cuando quiere visitar un sitio turístico?**

Internet \_\_\_\_\_ Agencias De Viajes \_\_\_\_\_ Familiares \_\_\_\_\_

**7.- Cuánto está dispuesto a gastar por un viaje por día y por persona:**

Menos de 50 \_\_\_\_\_ 50-100 \_\_\_\_\_ 100-200 \_\_\_\_\_ 300-400 \_\_\_\_\_ 500 y mas \_\_\_\_\_

**8.- ¿Conoce usted la parroquia de Cojimíes?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**(Responder las siguientes preguntas si su respuesta anterior fue sí)**

**9.-Considera usted que Cojimíes es un destino turístico**

Muy bueno \_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_ Regular \_\_\_\_ Malo \_\_\_\_ No sabe \_\_\_\_

**10.-Recomendaría que otras personas lo visiten?**

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Tal vez \_\_\_\_

**11.- ¿Cree que Cojimíes tiene los servicios turísticos adecuados, tales como hoteles, restaurantes, y actividades de ocio para atraer a los turistas?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**12.- ¿Piensa usted que Cojimíes es un sitio con suficientes atractivos naturales para atraer al turista?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**13.- ¿Qué medios de transporte usted utiliza para llegar a Cojimíes?**

Carro propio \_\_\_\_ buses \_\_\_\_ otros \_\_\_\_

**14.- ¿Considera usted que la ruta utilizada para llegar a Cojimíes está correctamente señalizada?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ No sabe \_\_\_\_

**15.- ¿Cuántos días es su estadía promedio cuando visita Cojimíes?**

Solo he ido de paso (por horas) \_\_\_\_\_ 1-3 días \_\_\_\_ 1 semana \_\_\_\_ 1 mes \_\_\_\_

**16 ¿Cuántas veces en los últimos 5 años ha visitado Cojimíes**

\_\_\_\_\_

## ANEXO 19: Fotos de la investigación

















Yo, Arteaga López Martha Lissette, con C.C: # 0928718063 autora del trabajo de titulación: Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

---

Arteaga López Martha Lissette

C.C: 0928718063



Yo, García Cedeño Madeleine Kennís, con C.C: # 0925608242 autora del trabajo de titulación: Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

---

García Cedeño Madeleine Kennís

C.C: 0925608242



| <b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>  |  |   |
|--|--|---|
| <b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>  |  |   |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>   | Desarrollo de un plan de promoción turística para poner en valor los recursos y atractivos de la parroquia Cojimíes tomando en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor actual |   |
| <b>AUTOR(ES)</b>   | Martha Lissette Arteaga López<br>Madeleine Kennís García Cedeño  |   |
| <b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>   | Zerda Barreno Elsie Ruth   |   |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>  | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  |   |
| <b>FACULTAD:</b>   | Facultad de Especialidades Empresariales   |   |
| <b>CARRERA:</b>  | Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras   |   |
| <b>TÍTULO OBTENIDO:</b>  | Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras   |   |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>   | <b>No. DE PÁGINAS:</b>   | 107   |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>  | Turismo ecológico, aventura y comunitario  |   |
| <b>PALABRAS CLAVES/<br/>KEYWORDS:</b>  | Destino turístico, turismo aventura, promoción turística, marketing turístico, recursos naturales.   |   |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT</b>  |  |   |
| <p>Esta investigación tiene como objetivo analizar la influencia de la promoción turística en la identificación de la parroquia Cojimíes como destino turístico. Se utilizó un estudio para caracterizar la oferta y demanda del mercado turístico en cuestión, la investigación es de tipo descriptivo, con enfoque cualitativo y cuantitativo, se aplicó encuestas con la intención de obtener información sobre los gustos, necesidades y preferencias de los potenciales visitantes, los resultados obtenidos sobre la tendencia de disfrute de sol y playa, del goce de la naturaleza, con disposición sobre el turismo de aventura, también con la aplicación de entrevistas a representantes de la oferta turística como de Gobiernos Seccionales para conocer sobre las expectativas, facilidades y planta turística disponible para el turista. Se pudo concluir que, por falta de acción mancomunada entre el sector público y privado sobre productos turísticos, el desconocimiento de Cojimíes y sus recursos naturales marcan el bajo nivel de actividad turísticas en la parroquia, lo que determinó la presentación de una propuesta de un Plan de Promoción Turística que recoge estrategias de marketing turístico con el fin de captar turistas de forma masiva, atraídos por la diversidad de atractivos turísticos.</p> |  |   |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>  | <input checked="" type="checkbox"/> SI   | <input type="checkbox"/> NO   |
| <b>CONTACTO CON<br/>AUTOR/ES:</b>  | <b>Teléfono:</b><br>+593991107015<br>+593993007226   | <b>E-mail:</b><br>marlial16@hotmail.com<br>mkennisgc_22@hotmail.com |
| <b>CONTACTO CON LA<br/>INSTITUCIÓN<br/>(COORDINADOR DEL<br/>PROCESO UTE):</b>  | <b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés   |   |
|  | <b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5027; 0997202912  |   |
|  | <b>E-mail:</b> eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec   |   |
| <b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>  |  |   |
| <b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>  |  |   |
| <b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>   |  |   |
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>  |  |   |