UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ

SUCRE 1016.E01

CAMPUS: DR. HECTOR USCOCOVICH BALDA

FACULTAD DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS

TEMA

PROGRAMAS Y TOURS VIRTUALES EN PAGINAS WEB COMO ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO DE LA OFERTA TURISTICA DE LOS ATRACTIVOS DE BAHIA DE CARAQUEZ PERIODO 2015.

AUTORA

KENIA LISSETHE ZAMBRANO ZAMBRANO

TUTOR

ING. RICARDO CHICA CEPEDA. MBA

BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

ING. RICARDO CHICA CEPEDA. MBA CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ, EXTENSION BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado **"Programas y tours virtuales en página web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez, periodo 2015",** elaborado por el egresado **Kenia Lissethe Zambrano Zambrano,** ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Facultad de Administración Turísticas y Hoteleras.

En consecuencia autorizo su presentación y sustentación.

Bahía de Caráquez, Agosto del 2016

Ing. Ricardo Chica Cepeda. MBA
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en esta Tesis pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta Tesis corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro “de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

La autora

_____

Kenia Lissethe Zambrano Zambrano

APROBACION TESIS TRIBUNAL

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el Tribunal de Grado otorga la calificación de:

_____	_____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL	**CALIFICACIÓN**
_____	_____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL	**CALIFICACIÓN**
_____	_____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL	**CALIFICACIÓN**

_____

S. E. Ana Isabel Zambrano Loor

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

AGRADECIMIENTO

Quiero de expresar mi profunda gratitud a las autoridades de la Universidad Laica **"Eloy Alfaro de Manabí**", Extensión Dr. Héctor Uscocovich Balda y a la Facultad de Administración Turística y Hotelera, por brindarme la oportunidad de adquirir el título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas.

A la Decano **Abg. Arturo de la Rosa Villao**. **Msc**. Por su apoyo para la finalización de esta carrera profesional.

De la misma manera al Director de Tesis**, Ing. Ricardo Chica Cepeda. MBA**. El mismo que con su valiosa aportación y guía, hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo.

A todos los catedráticos de la Extensión Bahía de Caráquez en especial al coordinador de la carrera, por compartir sus sabios conocimientos que permitieron llegar a alcanzar nuestras metas.

A mi familia y compañeros de carrera que durante el proceso de formación en la Universidad dejaron una profunda amistad y compañerismo para lograr este título profesional.

Kenia Lissethe Zambrano Zambrano

DEDICATORIA

Mi agradecimiento se dirige a quien ha forjado mi camino y me a dirigido por el sendero correcto, **a Dios** en los momentos más difíciles me ha enseñado a valorarlo cada día más, al que me ha permitido llegar a este momento tan especial en mi vida.

A mi esposo José Antonio por su amor, sacrificio y esfuerzo por brindarme su apoyo incondicional en este proceso por creer en mi capacidad de avanzar y ser una gran profesional.

A mi hija Sahira por ser mi fuente de motivación e inspiración para nunca rendirme en mis estudios y poder llegar a ser un ejemplo para ella.

A mis padres Ángel y Liliana por brindarme su apoyo en todo momento sus consejos han hecho de mí una gran persona gracias por motivarme cada día para alcanzar mis anhelos.

A mi hermana Karina y demás familiares que me han guiado en este arduo proyecto gracias por ser parte de mi vida los bendigo siempre.

Kenia Lissethe Zambrano Zambrano

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI
RESUMEN DE LA TESIS DE INGENIERA EN TURISMO

“Programas y tours virtuales en página web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez, periodo 2015”

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se presenta en sus diferentes capítulos, donde existe un marco teórico, un trabajo de campo y finalmente una propuesta de solución al problema encontrado, en este caso se finaliza con la elaboración de una página web de promoción de los atractivos turísticos que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez.

El capítulo I está conformado con aspectos teóricos y epistemológicos sobre la importancia que tiene los programas virtuales y páginas web para la promoción de destinos y productos novedosos para el turismo nacional e internacional.

El capítulo II está los resultados del trabajo de campo, donde se realizó dos encuestas para el sector hotelero y turístico que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez.

El capítulo III presenta una propuesta de solución a la problemática encontrada, en este caso la creación de una página web de promoción de los atractivos turísticos que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez y sus zonas de influencia.

Descriptores:
Variable independiente – **Programas y tours virtuales**
Variable dependiente – **Oferta turística**

ÍNDICE

Caratula ..... Pág.
CERTIFICACIÓN ii
AUTORÍA iii
APROBACION TESIS TRIBUNAL iv
AGRADECIMIENTO v
DEDICATORIA vi
RESUMEN vii
ÍNDICE viii
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 7
1. Marco teórico 7
1.1. Variable independiente: Programas y tours virtuales 7
1.1.1. Principales características de los programas virtuales 7
1.1.2. Tour virtual impacto en los consumidores 7
1.1.3. La página web como medio de comunicación 8
1.1.4. La construcción de imágenes web turísticas 9
1.1.5. La web como recurso y herramienta tecnológica 11
1.1.6. Sitios Web para el turismo local 12
1.1.7. Los GAD que promueven el turismo web 13
1.2. Variable dependiente: Oferta turística 14
1.2.1. La producción de servicios 14
1.2.2. Los consumidores de la oferta turística 15
1.2.3. Los recursos turísticos 16
1.2.4. Los atractivos naturales y culturales 17
1.2.5. El mercado y la explotación laboral turística. 18
1.2.6. Los recursos turísticos naturales 19
1.2.6.1. Playas de Pajonal: 19
1.2.6.2. Refugio de vida silvestre Isla Corazón y Fragatas: 20
1.2.6.3. Ciudad Arqueológica Japotó: 20

1.3. Los destinos de: nieve, playas, desiertos..... 21
1.3.1. Atractivos protegidos adecuadamente según Unesco. 22

CAPÍTULO II 24
2. Análisis de los resultados del trabajo de campo en el sector de alojamiento de empresas. 24
2.1. Población y Muestra 24
2.1.1. Muestra.- 24
2.2. Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de los sitios de alojamiento turístico dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza. 24
2.3. Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de los restaurantes de la ciudad de Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza. 29
CAPÍTULO III 33
3. Propuesta..... 33
3.1. Antecedentes 33
3.2. Justificación 33
3.3. Objetivos 34
3.3.1. Objetivo general. 34
3.3.2. Objetivos específicos. 34
3.4. Productos turísticos que tienen que ser promocionados 34
3.4.1. Isla Corazón. 35
3.4.2. Isla Fragatas 35
3.4.3. Isla del Sol. 36
3.4.4. Puente Los Caras 36
3.4.5.- Bajo de Santa Martha 37
3.4.6.- Reserva Arqueológica de Chirije 37
3.4.7.- Reserva Biológica Cerro Seco 38
3.4.8. Reserva Bosque Verde 39
3.4.9.- Museo Bahía de Caráquez. 39
3.5. Importancia 40
3.6. Proyección 41
3.7. Factibilidad. 41
3.8. Descripción de la propuesta y su operatividad..... 42
3.9. Involucrados..... 42
3.10. Desarrollo de la página Web de los hoteles 43
3.10.1. Primera presentación. 44

3.10.2. Segunda presentación. 45
3.10.3. Tercera presentación. 46
3.10.4. Cuarta presentación 47
3.10.5. Comentarios en la página 48
3.10. Alternativas de navegacion de la pagina web 49
3.11. Formas de financiamiento de la página web 50
3.12. Costos de la página web 50
3.12. Impacto de la aplicación de la propuesta. 51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 52
Conclusiones 52
Recomendaciones. 53
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 54
ANEXOS 1 56
ANEXOS 2 59
ANEXO 3. 63

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se justifica por el inadecuado diseño de páginas web con características propias que pueda promocionar la oferta turística que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez, y poder integrarse al gran proyecto promoción que tiene el GAD de Sucre para mejorar su afluencia turística hacia la ciudad.

La idea de promoción turística por páginas web, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística, en especial en los sitios web. (web.com, 2012)

En concreto, hay que establecer que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Diseñar un plan para la oferta turística local.
- Captar eventos de relevancia para la zona.
- Propiciar la intervención de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Las empresas hoteleras están haciendo grandes esfuerzo para que de alguna manera pueda la promoción llegar a clientes cada vez más exigentes, y estos a su vez salgan de su lugar de origen para que puedan visitar un destino ya planificado.

La calidad de hospedaje, de la alimentación, del transporte, precios justos todos ellos son normas que los turistas necesitan conocer para sentirse seguro del sitio al cual visitan o son parte de ella, se requiere que el usuario

sienta toda la comodidad, y la seguridad en los hoteles que es un aspecto fundamental en esta industria donde se debe de cuidar el mínimo detalle.

La Oferta turística se compone de tres elementos fundamentales:

Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita. (turistico, 2015)

Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos... (Marin Castillo, 2015)

Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc. (Guayaquil, 2015)

La oferta complementaria se compone de: Restaurantes, bares, teatros, instalaciones deportivas, otros.

Definimos oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.

En el inicio del presente siglo se observa que la actividad turística pasa por momentos de grandes cambios haciendo necesario que las empresas públicas y privadas, los residentes y los turistas establezcan nuevos paradigmas (valores, metodologías y técnicas) para que sea posible desarrollar un turismo más correcto y adecuado a la realidad y necesidad de cada destino turístico. Las nuevas tecnologías digitales son las principales responsables por estos cambios que afectan al turismo.

Es importante señalar que, además de las estrategias de comunicación y comercialización normalmente desarrolladas a través de la web, es fundamental crear ciertas estrategias enfocadas especialmente a la sensibilización turística para que de esta manera se logre desarrollar un turismo más sostenible. Sin la utilización correcta y adecuada de estrategias basadas en los recursos, estructuras, diseños, productos, servicios e información que puedan estar disponibles en los Sitios Web de los destinos difícilmente la promoción turística en la Web logrará sus objetivos y metas

Revisando los archivos de la ULEAM no se ha encontrado temas de investigación anteriores, esto es la promoción por páginas web que puedan mejorar la oferta turística que llega a la ciudad de Bahía de Caráquez, pero no hay estudios sobre el impacto que puede tener las páginas web sobre los negocios relacionados al turismo y su verdadero impacto económico y social sobre los habitantes de lo que parece ser como una ciudad turística por excelencia.

Diseño teórico tiene su problema científico que manifiesta**:** ¿Los programas y tours virtuales en páginas web son una verdadera estrategia de mejoramiento de los atractivos, incrementando el turismo hacia la ciudad de Bahía de Caráquez periodo 2015?

El Objeto se presenta como**:** La realidad del problema se presenta como el inadecuado diseño de páginas web promocionales.

El Campo se manifiesta como**:** La relación entre el problema, el objeto y el objetivo permite determinar cómo campo de investigación lo siguiente: la oferta turística se ve mejorada por la presencia de páginas web con tour virtuales de la ciudad de Bahía de Caráquez.

Donde el **Objetivo** principal dice: Analizar si los programas y tours virtuales en páginas web son una estrategia efectiva para la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez periodo 2015.

Las **variable conceptuales** como la independiente.- Programas y tours virtuales define que**:** A partir de los principios semióticos y con base en el artículo Destination image towards a conceptual framework de Gallarza es posible definir la imagen del destino turístico como la estructura mental formada por las impresiones, conceptos, conocimientos, imaginación y pensamientos emocionales desarrollados a través de un proceso de percepción por una o más personas sobre un determinado destino turístico. (Gallarza, 2001)

De esta forma, las estrategias de promoción en la web se convierten en una herramienta eficiente para el cambio, la construcción y/o el fortalecimiento de esta imagen. Este nuevo medio de comunicación amplía las iniciativas tradicionales de construcción de imagen debido la utilización de recursos y herramientas tecnológicas disponibles en los Sitios Web.

La segunda **variable dependiente**.- oferta turística afirma que: La demanda turística es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes. (Trillas, Turismo definiciones, 2009)

Características de la Demanda Turística:

a. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado. Por ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de turistas.

b. Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes:

La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar. Como ejemplo tenemos el miedo de los extranjeros a visitar México debido a la inseguridad.

La oferta turística, en cambio, es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado.

Todo proceso de investigación tiene sus **Tareas científicas** 1.- Analizar las principales característica de los programas virtuales y la oferta turística de Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza. 2.- Diagnosticar cómo influye las páginas web para promocionar la oferta turística y hotelera de Bahía de Caráquez. 3.- Proponer nuevas páginas web de promoción de los productos turísticos que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza. 4.- Establecer lineamientos para la puesta en marcha de una página web virtual de promoción turística de la ciudad de Bahía y Leónidas Plaza. 5.- Valorar los procesos técnicos de la oferta turística por una página virtual para la ciudad de Bahía de Caráquez.

El trabajo presenta su propio **diseño metodológico** como es la modalidad de investigación será de carácter bibliográfico. Las fuentes de información serán las documentales. Se utilizarán como instrumentos los antecedentes de otras páginas web que hayan sido utilizadas por el GAD de Sucre y operadoras de turismo que ha trabajado en la ciudad de Bahía de Caráquez, como principales ejes de promoción de la oferta turística que llega a esta ciudad.

Se aplicará la investigación exploratoria y la descriptiva. Las mismas que permitirán detectar las respuestas a los interrogantes. Toda vez que el nivel exploratorio constituye el nivel inferior de la investigación porque pone al investigador en contacto con la realidad a auscultar sobre la que se realiza una investigación sistemática y profunda.

El presente trabajo de investigación se realizará con los siguientes **métodos de investigación:** Investigación Histórica lógica que permitirá conocer antecedentes de páginas web y sitios virtuales de promoción turística que

haya sido utilizada por empresas de hoteles que implementen estos sistemas virtuales de promoción.

El tipo de investigación a realizar es correlacional ya que relaciona las variables causas - efectos como es los programas y tours virtuales en páginas web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez.

En el presente proyecto se utilizarán las siguientes **técnicas e instrumentos**: Lectura científica.- Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización del Marco Teórico.

Instrumento.- Se utilizarán organizadores gráficos, mapas conceptuales, organigramas funcionales y fichas bibliográficas para sintetizar la información.

Encuesta.- Se aplicará a los negocios hoteleros, restaurantes, y operadoras de turismo de Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza.

Instrumento.- Se aplicará una encuesta con preguntas cerradas para valorar la incidencia de los programas y tours virtuales en páginas web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez.

Entrevistas.- Permitirá conseguir información obtenida de los hoteleros, restaurantes y operadoras de turismo, el cual se analizara las necesidades y sus expectativas de promoción virtual en el internet.

Instrumento.- Cuestionario estructurado de preguntas abiertas.

CAPÍTULO I

1. Marco teórico

1.1. Variable independiente: Programas y tours virtuales

1.1.1. Principales características de los programas virtuales

El carácter integral del funcionamiento de todas las actividades de las empresas en función de los objetivos, es decir hacer coherentes las actividades de producción, Marketing, investigación y desarrollo, etc. y que todas tributen a un destino común, el consumidor. (Martínez, 2011)

> En la actualidad es más frecuente abrir desde el navegador una página web de destinos turísticos los que ofertan promociones de paquetes de plazas turísticas de acuerdo a la economía del cliente, es más sencillo visitar páginas webs que investigar vía telefónica o asistiendo a una agencia de viaje, es más cómodo hacerlo desde tu hogar a la hora de disposición que tengas.
>
> En el Ecuador una característica fundamental de los programas virtuales turísticos es que le dan al usuario o consumidor la libertad de armar sus paquetes turísticos, esto se ha inmerso desde hace años y cada vez es más concurrente encontrar diversos horarios de partida y llegada, por otra parte también mencionan costos por noches, días y beneficios, logrando con esto un servicio de calidad para el usuario por ende el consumidor quedará satisfecho y querrá volver a armar su paquete turístico vía web.

1.1.2. Tour virtual impacto en los consumidores

Una de las ventajas inherentes al desarrollo Web es el poder anunciar los 365 días del año. A esta información además se puede acceder desde cualquier

parte del mundo. Los destinos turísticos aprovechan esto de diferentes formas, una de las más importantes es el darse a conocer a través de un sitio Web y mantener su contenido actualizado.

> Dentro del contexto virtual tours se destacan un sin número de agencias de viajes, post tours y blogs en los que automáticamente aparecen direcciones exactas, contactos telefónicos, costos, beneficios entre otros estándares de calidad turística. Para muchas personas es más ágil y factible acceder a una plataforma turística virtual que acercarse personalmente o vía telefónica a preguntar costos de los paquetes turísticos entre otros aspectos que un tour virtual ofrece inmediatamente tan solo con dar un click

De la misma manera las agencias de viaje han utilizado el desarrollo Web para proveer información de los hoteles de manera inmediata, desde motores para hacer reservaciones y revisar el estado de las mismas, hasta compra de boletos de avión en cuestión de segundos.

> Para todos aquellos que buscan comodidad en sus viajes placenteros de descanso sean vacaciones largas o cortas, optan por revisar unos minutos en la web las posibles propuestas económicas de cada destino turístico, es una ventaja para las empresas hoteleras tener un blog o fan page en el que se encuentren con exactitud datos de cada uno de estos destinos turísticos para que el consumidor hotelero y viajero tenga el confort al momento de tomar una decisión del destino por adquirir, desde el agrado de su oficina o desde hogar.

1.1.3. La página web como medio de comunicación

La velocidad como el Internet se ha expandido y difundido en los últimos años ha generado una revolución trascendental en el mundo de

las comunicaciones, ha causado muchos cambio en diversos aspectos de la sociedad.

En la actualidad lo que se conoce de internet es que es un conjunto de tejidos o redes que se encuentran conectadas entre sí, las cuales permiten el intercambio de datos, por tal razón es una red que constituye el medio global , por el cual se ha constituyendo el medio más eficaz para el intercambio de información, distribución de datos de todo tipo y la interacción personal con otras personas. (Castañedas, 2014)

> La influencia del internet desde su fuerte aparición junto con las redes sociales en el 2008 ha sido desde entonces un principal medio de comunicación entre usuarios publicitarios y usuarios consumidores, generalmente es normal encontrar en nuestro país varios post publicitarios vía webs o redes que van tomando más potencia, siendo así uno de los principales medios de comunicación e información.
>
> Por otra parte los antiguos medios de comunicación sea prensa escrita, radial y televisiva están perdiendo interés primordial como entes de la aparición de las páginas webs porque toda radio y empresa televisora tiene su propia página web en la que se brinda material diverso para que todas las edades tengan acceso a visitar sus páginas.

1.1.4. La construcción de imágenes web turísticas

Frecuentemente la publicidad de destinos turísticos busca la construcción de escenarios que se asemejen a un paraíso. Esta promesa de mostrarse como el sitio ideal es fácilmente perceptible en el discurso publicitario en el que de manera implícita o explícita se hace alusión a productos especialmente diseñados que bajo un marco de hedonismo procuran el placer y la satisfacción de distintos tipos de necesidad.

El turismo fundamenta su éxito en la construcción de estos imaginarios y representaciones paradisíacas de lugares mediante la transmisión de información que busca despertar deseos y expectativas de disfrute, las cuales sólo pueden ser cubiertas en un escenario ideal como el que se le presenta al consumidor. (Maribel Osorio García, 2012)

> Muchas de las estrategias de marketing turístico es causar impacto al consumidor que de una u otra manera optara por realizar la compra de paquetes turísticos, sin un buen manejo de mercadotecnia no se logrará llenar las expectativas del usuario.
>
> Básicamente lo que el usuario pretende es invertir su dinero en algo provechoso y que engendre sus exigencias, si las imágenes turísticas no prometen algo diferente que la competencia pues perderá credibilidad.

Partiendo del supuesto que la imagen de destinos es una construcción social compleja y dinámica, cuyo estudio tiene como base desde el campo del turismo algunas de las investigaciones antes mencionadas, esta investigación toma como hipótesis que la imagen turística es construida a partir de constantes actualizaciones mediante el flujo de datos que provienen del sistema social. (Novo, 2012)

> Las imágenes turísticas se conforman de acuerdo a las exigencias de la sociedad, cumplir fantasías y llenar expectativas del consumidor, de acuerdo a las exigencias se estructuran éstas, se realiza estudio de campo y el posible impacto que se pueda lograr obtener, cada vez ir actualizando imágenes mostrando las metas obtenidas y partiendo siempre desde la comprensión del consumidor.
>
> Para nadie es nuevo que cada destino turístico posea una página o portal web diseñado exclusivamente a actividades que se vendrán dando y que ya se realizaron dentro del destino turístico, entrevistas

con los clientes, entre otros aspectos reflejando la misión que tienen como empresa.

1.1.5. La web como recurso y herramienta tecnológica

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación propician la globalización de los mercados turísticos, permitiendo el acceso a las principales plazas turísticas, pero no sólo eso, sino que también generan la posibilidad de acceder a otros productos *paralelos*, como los mapas de carreteras, la información del tráfico, los consejos al viajero, la meteorología.

Al no existir barreras geográficas en Internet, los empresarios turísticos pueden introducirse en mercados extranjeros sin necesidad alguna de presencia física, lo que aumenta su masa potencial de clientes.

También les permite asociarse con otras empresas en cualquier parte del mundo de forma rentable y eficiente, no solamente de su mismo sector empresarial, sino también del sector de la informática o de las telecomunicaciones. (Turmero, 2012)

> Es muy común escuchar hablar en todos los lugares que nos encontremos del avance de la tecnología sobre todo de las redes y dispositivos celulares porque en ellos encontramos mapas de los sectores turísticos, hoteles y restaurantes lo que facilita a un extranjero llegar a su lugar de destino, pero no nos alejemos de la web que sin duda alguna realiza un rol importante porque con éstas cada empresario o microempresario realiza ofertas turísticas en sus plataformas.
>
> Por otra parte todos alcanzarán primacías, el usuario podrá ingresar en busca de información y obtenerla inmediatamente y el empresario

sustituirá gastos en publicidad radial y televisiva lo mismo que podrá servir para mejoras en su empresa.

Las ventajas de la web son varias para los empresarios turísticos asi también como para los clientes y con Google Business que también es un buen inicio web para el empresario y/o cliente porque permite una gestión más eficiente y sencilla al momento de auspiciar y brindar la información buscada.

1.1.6. Sitios Web para el turismo local

Aparece la internet como el medio de comunicación más óptimo para enlazar clientes y prestadores de servicios. En la actualidad es considerada como la herramienta información y comunicación de mayor impacto en el turismo, relevancia que se justifica por el modo en que está revolucionando la forma de operar del sector turístico y por las modificaciones que introduce en la comercialización turística, tanto en las ventas como en la distribución de plazas turísticas. (Chávez., 2010)

Desde el ensueño del internet se establecieron mayores demandas de usuarios a nivel mundial porque a medida que se promocionan un sin número de beneficios webs para el turismo local, muchos de los GAD han elaborado su “fan page” sea en redes sociales como en blogs, los mismos que son manejados por funcionarios del Departamento de Turismo en el que se encuentran plasmadas ya sea en fotografías como en videos los atractivos turísticos, gastronomía, costumbres y tradiciones y con esto promocionan al sector en diversas partes del mundo así como en agencias de viajes

Hacer promoción de los productos turísticos que se operen en los 4 mundos. El criterio a seguir para la promoción es que se promoverán los productos de

otros mundos distintos al del mercado emisor de origen, en especial en productos que se puedan realizar en todos los mundos.

Se busca mantener el concepto de vivir un mismo producto de distintas maneras según las diversas geografías de Ecuador. (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2014)

> Lo que está trayendo ventajas en la actualidad sin duda alguna son las promociones que ofrecen los agencias turísticas a través de sitios webs, desde aquí se hacen públicos los atractivos turísticos como la campaña “All you need is Ecuador”, esto generó al país ingreso de turismo y por ende fuentes de trabajo para los artesanos y para las empresas textiles, con esto también la aparición e implementación de “Ecuador Ama la Vida”, nuestro país es biodiverso y la web ha realizado una contribución enorme para el Turismo Local.

1.1.7. Los GAD que promueven el turismo web

El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador; desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control. En este marco, esta Cartera de Estado plantea sus objetivos y estrategias enfocadas en dos aristas: la oferta (Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo) y la demanda (Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador) turística. Adicionalmente, se establece como un eje transversal, la gestión de información y comunicación a la ciudadanía y empresas turísticas. (Financiera, 2013)

> Al Ministerio de Turismo tanto como a la economía le favorece formar políticas públicas dirigidas al impulso turístico, en nuestro Cantón el Departamento de Turismo cumple un rol importante ya que de este organismo depende el desarrollo local, con ello la promoción de cada

una de las zonas turísticas, playas, bosques, fauna, hospitalidad de los habitantes.

Una de las estrategias más significativas que tiene cada Gad es poseer un buen marketing para atraer a turistas marcando eventos culturales, shows musicales y luego todo esto mostrarlo en sus portales webs.

Todos los años se realizan actividades de acuerdo al criterio de la población, existen eventos culturales aptos para todo público muy dinámicos con la única finalidad de auspiciar al turismo local, sin embargo se miden porcentajes feriado por feriado con el que se obtienen excelentes resultados.

1.2. Variable dependiente: Oferta turística

1.2.1. La producción de servicios

Los servicios se producen y consumen simultáneamente. No existe un stock almacenable. Los servicios mantienen una alta interacción con el cliente y suelen requerir un trato personalizado. (Moliner, 2009)

De acuerdo a las necesidades del consumidor o cliente se elaboran, se planifican programas y servicios semejantes que van a poner en marcha tareas para el avance turístico como el control de impuestos de crédito o diferido, como la adecuación de lugares de demanda turística.

También con la producción de servicios se busca mejorar las antiguas quebraduras socioeconómicas causadas por las altas tasas de impuestos en las actividades turísticas; si bien es cierto la mayoría de los clientes son extranjeros y muchos cancelan servicios de alojamiento y alimentación con tarjetas de crédito, actualmente se están buscando

beneficios para esta población ya que son la matriz de producción de turismo.

Básicamente los servicios turísticos son estratégicos porque se implementan desde una pequeña exigencia y de estas se obtendrán a su vez grandes logros, los mismos que van a generar ingreso de clientes y negocios de calidad.

1.2.2. Los consumidores de la oferta turística

Actualmente vivimos en un mundo globalizado donde abunda la demanda de productos y servicios, día a día encontramos mayor cantidad de ofertas que obligan a las empresas a ser mayormente competitivas para estar a la altura y aun sobrepasar a la competencia.

Es allí donde se crea la necesidad de poner en práctica la comunicación y la promoción en este caso turística. Conociendo los conceptos básicos de las mismas podremos utilizarlas y emplearlas a la hora de crear publicidad y restos para una empresa. (Coutin, 2012)

Relativamente la información turística mediática ha ido ganando territorio sobresaliente, esto hace que las empresas empleen medidas de solventar su economía y por lo tanto de generar recursos en desarrollo al medio en el que se encuentren dando ofertas diferentes a las de la competencia, es aquí cuando se llevará a cabo el buen manejo de la publicidad, oferta y demanda porque si no se tiene competencias, para el usuario o cliente no habrán beneficios y estos a su vez no optaran por ser consumistas.

Siempre será necesario saber maniobrar recursos turísticos altamente innovados para el fomento de abrir campo al equilibrio económico de su empresa.

El internet es un intermediario más que poseen las agencias y empresas turísticas, de esta manera se facilita la búsqueda de alojamiento, disponibilidad del mismo, mapas de la zona hotelera y sectorial, para todo consumidor es importante tener conocimiento de las características que posee cada lugar al que visitar.

1.2.3. Los recursos turísticos

Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Calderon, 2009)

Desde que somos niños hemos escuchado hablar de recursos turísticos pero sin percatarnos de la maravillosa vista que poseemos dentro de nuestros alrededores, desde las Islas hasta el museo, desde la playa hasta la gastronomía; al enfocarnos a un recurso turístico indudablemente en nuestra localidad se puede producir una explotación turística adecuada con lo que se genera espacios diferentes a los de otras ciudades.

Un recurso turístico es eso que atrae a personas que viven fuera de nuestra localidad de manera se impulsa a al desarrollo económico, laboral y turístico.

La singularidad, atractivo y grado de conservación de los recursos turísticos, así como la localización y facilidad de acceso a ellos deben orientarnos acerca del grado de potencialidad de explotación de que disponen y cuál será su capacidad de creación de una corriente para atraer a viajeros y cualquier otro tipo de visitantes. (Alvarez, 2012)

Es importante tener conocimiento de cuáles son los recursos turísticos y cómo trabajar para que estos sean benéficos en la producción de turismo, es necesario a su vez la creación de rutas turísticas aunque en nuestra localidad se las encuentran pero en malas condiciones.

Para que en nuestro sector exista mayor demanda de visitantes también hay que trabajar con la seguridad ciudadana, enfocarse en políticas turísticas que darán buena imagen al sector, por otra parte también es necesario la implementación en cada empresa hotelera y alimenticia información de los programas y/o eventos culturales que se van a realizar en la Ciudad, de esta manera el turismo va a incrementar.

1.2.4. Los atractivos naturales y culturales

El espacio turístico es un espacio concreto y objetivo, con un valor turístico variable, con características peculiares por su fin social, que cuenta con elementos primarios básicos (materia prima) los recursos y atractivos turísticos y elementos secundarios, la infraestructura turística.

El espacio turístico es el espacio geográfico donde se asienta la oferta y hacia donde fluye la demanda, de modo que se consume en el mismo lugar donde se genera. Se pueden identificar de forma general cuatro tipos de espacios turísticos: litorales, rurales, urbanos o metropolitanos y naturales. (Font, 2006)

Nuestra ciudad posee atractivos naturales diversos, Islas, Playas, Malecón; Miradores, Zoológico, observación de aves, vida silvestre lo que hace que Bahía de Caráquez sea una de las principales zonas costeras a las que los turistas extranjeros y nacionales quieran asistir y deleitarse de cada uno de estos tractivos tanto naturales como culturales.

En el contexto cultural poseemos el Museo del Banco Central, Casa de la Cultura Ecuatoriana, casas de la Antigua Bahía, Vagones del tren, entre otros que dan vida a lo que fue Bahía de Caráquez. Todo esto mencionado son unas de las principales fuentes turísticas que posee nuestra localidad que espera seguir generando turismo.

Entre los recursos naturales y culturales de la Ciudad y Cantón que es en lo que nos estamos enfocando más aún existe insuficiencia publicidad, promoción y marketing de estos lugares, los recursos naturales que posee cada zona y para ello se necesita inversión de tiempo y espacio para fortalecer estrategias de turismo.

1.2.5. El mercado y la explotación laboral turística.

Donde más se destrozan los conceptos es en el sector laboral, cómo las distintas categorías se confunden y malinterpretan. Por ejemplo cómo se confunde el subempleo con la informalidad, cuando el subempleado trabaja 40 horas semanales, gana menos que el salario básico y el informal gana más que el básico y trabaja más de 40 horas. (Morejon, 2016)

Las realidades sociales en el campo laboral, si bien es cierto los trabajadores informales son aquellos que no tienen hora de entrada a su trabajo tampoco hora de salida, inclusive no tienen días de descanso, ni los mismos derechos que otros subempleados poseen a lo largo de su rutina laboral, sin embargo se llega a algo contradictorio debido a la poca información que poseen ante estas situaciones porque son dos aspectos que se asemejan en cierto grado pero bajo otras demandas y exigencias tanto personales como económicas.

> En nuestro Cantón es más probable encontrar a pequeños vendedores siendo explotados por sus patronos, esta situación es dada por el déficit salarial que actualmente atraviesa el país y no queda otra salida que el no reclamo ni denuncias, de una u otra manera se están llevando el sustento diario a sus hogares para la alimentación y educación de sus familiares.

La sobrexplotación laboral está causando daños personales a los trabajadores y especialmente trabajadoras del sector turístico, efectos sociales que se reflejan en el mantenimiento de altas tasas de desempleo, y también efectos negativos sobre la calidad del destino turístico, por lo que se debe abordar de manera trasversal como una prioridad por parte de las instituciones, debiendo tomar la iniciativa la propia consejería de Turismo (Lorenzo, 2015)

> En nuestro medio es tan común observar y enterarse por confesiones personales ya sea de algún amigo o familiar que este atravesando una situación algo lamentable como es la explotación laboral, sabemos que nuestro Cantón es turístico como toda la zona costera lo es, de cierto modo los empleados de restaurantes, bares y demás lugares de deleite turísticos son obligados a trabajar con un horario mayor a las ocho horas diarias sin remuneración por horas extras, sin recibir ningún beneficio y muchas veces sin estar afiliados al IESS, aquí el dilema ya que si denuncian

1.2.6. Los recursos turísticos naturales

Se entiende por recursos naturales aquellas condiciones o atributos que cuantitativa y cualitativamente conforman el espacio geográfico, lo diferencian y lo diversifican. Entre los principales atractivos turísticos naturales del Cantón Sucre encontramos:

1.2.6.1. Playas de Pajonal:

El Pajonal se caracteriza por su tranquilidad y un excelente paisaje, ideal para el descanso en familia. Su ubicación geográfica le permite diferenciarse de otras playas y encontrar allí un lugar para disfrutar con los seres queridos. Se puede llegar hasta este balneario bordeando la playa desde Bahía de Caráquez.

Uno de los principales atractivos turísticos naturales del Cantón Sucre sin duda alguna es la maravillosa playa de El Pajonal, donde se puede pasar en familia, deleitar la hermosa biodiversidad única con un clima agradable, por el mes de Octubre mirar las ballenas.

1.2.6.2. Refugio de vida silvestre Isla Corazón y Fragatas:

En su interior se ubica un sendero construido en medio de los mangles en el que guías nativos interpretan la vida del manglar, sus especies de flora, crustáceos, moluscos, peces y demás microorganismos que habitan en él y su interacción como pescadores artesanales, además narran tradiciones orales y sugestivas leyendas del duende de la Isla.

Podemos encontrar en este atractivo turístico naturales aves de diversas especies, la Isla Corazón es reconocida en toda la Zona Norte Costera Manabita como una de las maravillas naturales, con el fenómeno del Niño del 98 se perdió gran parte de la Isla pero aún se conserva la riqueza de flora y fauna.

1.2.6.3. Ciudad Arqueológica Japotó:

Japotó es una ciudad arqueológica formada en la actualidad por 64 tolas arqueológicas que han sido estudiadas y verificadas por expertos arqueólogos, la zona en donde se encuentran estas tolas cubren un área de 29 hectáreas que han sido investigadas y cuyo proceso científico continúa.

Sin duda alguna si se habla del Cantón Sucre muchos conocerán la historia de Japotó y la ciudad perdida, las diversas piezas arqueológicas que se han encontrado, el Cantón Sucre también es reconocido como la Puerta de la Nacionalidad Ecuatoriana y en cada entrada marítima los historiadores comentan la labor importante que tuvo cada cultura para el inicio de una sociedad.

Nuestro Cantón se está dando a conocer turísticamente por ser partícipe de eventos culturales, sociales y a su vez por promover turismo en portales web y redes sociales, esto ocasiona una gran demanda de turismo en la zona.

Lo más destacado en todo lo que compete a turismo es el buen manejo de la publicidad y es lo que falta para que estos lugares atractivos que posee nuestro Cantón sean visitados todas las temporadas del año, hay que solventar maneras de trabajar ardua y conjuntamente en la zona turística.

1.3. Los destinos de: nieve, playas, desiertos.

La necesidad del hombre por disfrutar de su tiempo libre no es novedad. Desde no sé cuantos cientos de años atrás que las familias, ellas, ellos, los jóvenes y los niños usan su tiempo libre (vacaciones), para dedicarlo a actividades diferentes a las del resto del año, como divertirse ya sea jugando, pescando, cazando o caminando, visitando parientes lejanos que a veces no los encuentran, porque ellos pensaron en hacer exactamente lo mismo...

Tenemos una tendencia a cambiar de sitio, de buscar lugares donde nos beneficiemos con las bellezas naturales, sitios históricamente famosos, lugares lejanos y misteriosos, montañas, selvas, playas, desiertos y nieves eternas nos fascinan por igual. (Orozco, 2013)

Luego de mantenerse mucho tiempo trabajando el ser humano debe tomar un respiro y nada mejor que recurrir a agencias de viajes o portales turísticos webs pero con la finalidad de obtener diversión conjuntamente con descanso.

Nuestro país también se caracteriza por ser biodiverso en el que se puede elegir entre las templadas temperaturas del Volcán Chimborazo, Playas, Ríos como el Amazonas, este último con fauna y flora incomparable en especies.

También encontramos lugares fuera de nuestro país en los que se auspician Centros de Diversiones en Nieve, Desiertos extensos en el que se pueden practicar carreras automovilísticas, montañas rocosas que son las atractivas para los amantes del deporte extremo, el ser humano es novedoso e innovador y para ello existen plazas turísticas

1.3.1. Atractivos protegidos adecuadamente según Unesco.

La Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO es un legado de monumentos y sitios de una gran riqueza natural y cultural que pertenece a toda la humanidad. Los Sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial cumplen una función de hitos en el planeta, de símbolos de la toma de conciencia de los Estados y de los pueblos acerca del sentido de esos lugares y emblemas de su apego a la propiedad colectiva, así como de la transmisión de ese patrimonio a las generaciones futuras.

Actualmente, la Lista de Patrimonio Mundial cuenta con **936** sitios inscritos, de los cuales **725** son bienes culturales, **183** bienes naturales y **28** bienes mixtos, situados en 153 Estados Partes. A partir de marzo de 2012, 189 Estados Partes han ratificado la Convención del Patrimonio Mundial (Unesco, 2016)

Ecuador también posee atractivos culturales y naturales protegidos por la Unesco lo que hace que nuestro país sea también conocido a nivel mundial y todos aquellos que busquen destinos turísticos acceden a armar un paquete de viaje a conocer Ecuador y su biodiversidad única en el mundo, si nuestro país es parte de esta iniciativa de proteger especies en peligro de extinción, también posee zonas vegetales vírgenes.

De aquí parte la iniciativa del Gobierno Central en conjunto con el Ministerio de Turismo de querer solventar de una u otra manera la potencia turística.

Por otra parte si bien es cierto Ecuador es reconocido como un país eco turístico debido a las grandes campañas que se han venido trabajando con ONG de otros países, esto ha contribuido mucho a que nuestro país sea un camino hacia la diversión turística.

CAPÍTULO II

2. Análisis de los resultados del trabajo de campo en el sector de alojamiento de empresas.

2.1. Población y Muestra

Población.- La población para la presente investigación la constituye todos los negocios de hospedaje, alimentación y operadoras de turismo que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez.

2.1.1. Muestra.-

- 15 Hoteles de la localidad
- 25 restaurantes
- 3 operadoras de turismo

2.2. Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de los sitios de alojamiento turístico dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°1 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

1.- ¿Cree usted que los programas turísticos son promocionados adecuadamente por las empresas responsables del turismo en Bahía de Caráquez?

Análisis e interpretación: El 75% (12) de los administradores encuestados indican que dichos programas no están siendo promocionados correctamente, mientras que el 13% (2) afirma que sí y el 13% (2) restante determina que podría ser que sí. Estos resultados determinan que en esta ciudad, casi en su

totalidad no se está impulsando el turismo de una manera acertada la misma que conlleve a la difusión de este lugar como destino turístico.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°2 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

2.- ¿Su empresa de hospedaje oferta servicios en páginas web para clientes nacionales y extranjeros?

Análisis e interpretación: El 75% (12) establece que si emplea las páginas web como medios para promover sus empresas de alojamiento turístico puesto que permiten nuevas modalidades de negocio y constituyen un importante canal de marketing y comunicación con sus clientes. Y un 25% (4) señala que aún no ha implementado esta opción de promoción turística para su establecimiento.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°3 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

3.- ¿Considera usted que su empresa hace esfuerzo para desarrollar el turismo del cantón Sucre?

Análisis e interpretación: Según los datos, el 75% (12) considera que si se está haciendo un arduo trabajo para fomentar el turismo en lo que respecta a todo el área cantonal, mientras que un 25% (4) indica que sus empresas de alojamiento no están aprovechando al máximo los diversos aspectos y elementos que integran una promoción turística factible.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°4 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

4.- ¿Considera usted que se debe desarrollar nuevos programas turísticos para incrementar el turismo en la ciudad?

Análisis e interpretación: El 100% (16) de los administradores concuerdan en que es muy necesario incrementar nuevos programas turísticos, ya que la llegada de visitantes no solo a una ciudad sino a un país, muy aparte de que el objetivo sea generar ingresos económicos para determinado lugar, la intención es que los turistas conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar su visita y por supuesto en una próxima ocasión volver al lugar que decidieron conocer.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°5 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

5.- ¿Según su opinión el municipio debe realizar una página web con los programas turísticos para conocimiento de visitantes nacionales y extranjeros?

Análisis e interpretación: El 94% (15) de los administradores señala que el municipio si debe crear un página web que incluya todos los programas turísticos de la zona. Consideran que los municipios son importantes impulsores del desarrollo del turismo regional y nacional, y a su vez las funciones y atribuciones con que cuentan les permite involucrarse de diversas formas con la actividad turística.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°6 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

6.- ¿Cuál sería su percepción sobre la actividad turística de la ciudad ubicada en una página web con multimedia?

Análisis e interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada, el 75% (12) de los administradores considera que sería una excelente opción, un 19% (3) indica que sería una muy buena alternativa y un 6% (1) señala que su

percepción sería buena. Se deduce que la creación de una página web sería ideal para promover la actividad turística, ya que el Internet proporciona muchas ventajas a las empresas del sector, facilita la gestión de reservas, el servicio se presenta mediante imágenes o videos reales, mejora la comercialización turística, tanto en ventas como en la distribución de plazas turísticas y esto facilita la elección apropiada del viajero.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°7 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

7.- ¿Considera usted que Bahía de Caráquez debe promocionarse como una ciudad: Gastronómica, Paisajística, Patrimonial, Diversión, Turística, Todas?

Análisis e interpretación: Según las cifras, el 44% (7) de los administradores menciona que Bahía de Caráquez debería promocionarse como una ciudad turística ya que las funciones de un destino turístico están orientadas hacia las áreas urbanísticas, sociales, culturales, etc. Por tanto al ofrecer este destino se brinda al visitante una amplia variedad de opciones para que conozca y a la vez pueda recrearse. Un 38% (6) indica que debe promocionarse como todas las opciones expuestas y tan sólo el 19% (3) señala que debe proyectarse como sitio de diversión.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°8 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

8.- ¿Cuál es el elemento fundamental para incrementar el turismo a Bahía de Caráquez?

Análisis e interpretación: El 56% (9) de los encuestados indicó que un elemento primordial para potenciar el turismo son las Páginas Web y redes sociales debido a la facilidad de información que brinda al turista para conocer más detalles de su destino, mientras que el 31% (5) menciona que la

promoción por tv es aún más factible, contra un 6% (1) que señala que la publicidad de medios mediante prensa escrita logra buenos resultados y un 6% (1) considera que a través de congresos internacionales se incrementaría el turismo en dicha ciudad.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°9 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

9.- ¿El Tours virtual en páginas web son una estrategia de mejoramiento de la oferta turística a nivel nacional e internacional?

Análisis e interpretación: Según los resultados el 100% (16) de los encuestados respondió afirmativamente. Indican que debido al gran atractivo visual y elevado nivel de interactividad, las visitas virtuales o tours virtuales son una forma de publicidad altamente efectiva y atractiva para los usuarios, logrando captar el interés por el lugar fotografiado y en consecuencia provocando que el turista desee visitarlo ya sea de manera individual o colectiva.

2.3. Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de los restaurantes de la ciudad de Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°1 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

1.- ¿Cree usted que los programas turísticos son promocionados adecuadamente por las empresas responsables del turismo en Bahía de Caráquez?

Análisis e interpretación: El 76% (19) de los administradores señala una respuesta afirmativa, el 16% (4) de los encuestados indica que no se están promocionando los programas turísticos de una manera conveniente y el 8% (2) menciona que probablemente si existe una adecuada promoción. Según estos datos, el turismo en Bahía de Caráquez sí está siendo fomentado, es decir que aseveran que esta ciudad es un destino con alto potencial turístico.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°2 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

2.- ¿Su empresa de alimentación oferta servicios en páginas web para clientes nacionales y extranjeros?

Análisis e interpretación: El 64% (16) de los administradores indicó que no cuentan con la promoción de servicios en el Internet y tan solo el 36% (9) si brinda este tipo de servicio en la web. Con estas cifras se muestra claramente que los administradores no están informados o no están siendo capacitados acerca de los múltiples beneficios que representa la promoción de sus restaurantes y todo lo que ofrecen a través de las páginas web.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°3 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

3.- ¿Considera usted que su empresa hace esfuerzo para desarrollar el turismo del cantón Sucre?

Análisis e interpretación: Según los datos, el 96% (24) de los encuestados señala que dentro del cantón, la empresa a la que representan y administran sí está enfatizando e incrementando labores turísticas adecuadas, mientras que un 4% (1) considera que no se está realizando una óptima promoción turística y aún falta mucho trabajo por hacer en cuanto al sector turístico.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°4 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

4.- ¿Considera usted que se debe desarrollar nuevos programas turísticos para incrementar el turismo en la ciudad?

Análisis e interpretación: El 100% (25) de los administradores responde asertivamente, indicando que para incrementar el turismo en la ciudad mencionada, no solo se requiere actualizar los programas turísticos ya establecidos sino integrar nuevos programas que permitan que la ciudad sea reconocida como un lugar de atractivo turístico y por supuesto, aumente el número de visitantes en la zona.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°5 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

5.- ¿Según su opinión el municipio debe realizar una página web con los programas turísticos para realizar tour virtuales a visitantes nacionales y extranjeros?

Análisis e interpretación: El 100% (25) de los encuestados responde que sería importante que el municipio si utilice este tipo de herramienta para que los visitantes tanto nacionales como extranjeros estén al tanto de las

promociones turísticas que ofrecen no solo sus restaurantes sino todas las empresas que de una u otra forma pretenden impulsar con mayor ahínco el sector turístico y convertirlo en una fuente generadora de trabajo e ingresos.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°6 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

6.- ¿Cuál sería su percepción sobre la actividad turística de la ciudad ubicada en una página web con multimedia?

Análisis e interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada, el 84% (21) de los administradores, desde su apreciación considera que sería una excelente alternativa para la proyección turística ya que a través de la percepción visual, el visitante puede sentirse atraído ya sea por un lugar específico o en este caso por los platos típicos de la zona y por ende querrá conocer el sitio. Mientras que el 16% (4) menciona que sería una muy buena opción.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°7 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

7.- ¿Considera usted que Bahía de Caráquez debe promocionarse como una ciudad: Gastronómica, Paisajística, Patrimonial, Diversión, Turística, Todas?

Análisis e interpretación: Según las cifras, el 44% (11) indica que Bahía de Caráquez debe ser seguir siendo impulsada como ciudad turística, un 24% (6) señala que debe ser promocionada como una ciudad que ofrece un amplia gama gastronómica, un 16% (3) considera que debe promocionarse como un lugar atractivo en todos los aspectos mencionados, el 12% (3) de los encuestados menciona que más factible resultaría trabajar para promoverla como un destino de solo diversión, y solo un 4% (1) responde que la promoción turística debe orientarse hacia el ámbito patrimonial.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°8 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

8.- ¿Cuál es el elemento fundamental para incrementar el turismo a Bahía de Caráquez?

Análisis e interpretación: El 44% (11) de los administradores señala que las páginas web y redes sociales incrementan rápidamente el turismo en cualquier lugar del país, el 32% (8) menciona que una mejor opción para la promoción de un sitio turístico es la TV, un 20% (5) cree que la prensa escrita es una manera más sencilla y rápida para incrementar la actividad turística, y tan sólo el 4% (1) indica que los congresos también aportan beneficios al turismo nacional e internacional.

A continuación se establece el resultado de la pregunta n°9 realizada a los administradores. La pregunta formula lo siguiente:

9.- ¿El Tours virtual en páginas web son una estrategia de mejoramiento de la oferta turística a nivel internacional?

Análisis e interpretación: Según los resultados el 100% (25) de los administradores concuerdan en que esta estrategia de promoción turística, como lo es el tour virtual permite la posibilidad de realizar una visita virtual al lugar de destino y le brinda al visitante la sensación de estar allí, es decir le permite observar el espacio fotografiado como lo es en realidad. Es una estrategia divertida e interactiva.

CAPÍTULO III

3. Propuesta

Creación de una página web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez.

3.1. Antecedentes

El fin de la promoción en las páginas web es poder vender los productos turísticos que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez, por tal razón la información que contenga la página es de suma importancia cuidar los detalles para su vista tenga el impacto necesario y persuadir al comprador potencial que se interesa por visitar esta hermosa tierra de la provincia de Manabí.

El internet en los países del primer mundo son esenciales para informarse del país que van a conocer, razón por la cual se necesita información detallada, mapas, precios, tiempos de llegada, seguridad en los sitios de visitas entre otros.

3.2. Justificación

La presente propuesta se vuelve fundamental para la reactivación del sector turístico en el cantón Sucre, de manera específica la ciudad de Bahía de Caráquez, cada día existen millones de usuarios que acceden al internet, y con él la búsqueda de información de países que no conocen para planificar sus vacaciones, de su cultura, de su identidad, de su geografía y de las posibilidades que entrega para el turismo internacional, por esta razón, se requiere de una página web que este diseñada para búsquedas de expertos en turismo internacional, Bahía de Caráquez es una ciudad con historia y se enfoca como un modelo de desarrollo turístico para el Ecuador.

La página web, es una herramienta que se vuelve fundamental para la promoción y publicidad del sector turístico, los gobiernos locales están en la obligación de dar la seguridad a sus turistas que visitan de forma constante la ciudad, actualmente Bahía de Caráquez está siendo afectada por la desaparición de edificaciones que fueron construida para el turismo, la hotelería y la comodidad de cientos de turistas que escogieron la ciudad para realizar sus vacaciones según su tiempo de ocio.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general.

- Elaborar una página web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez.

3.3.2. Objetivos específicos.

- Recolectar información de los productos turísticos que van a ser ingresados en la página web
- Determinar el proceso para subir información de dominio en la página web de promoción turística
- Introducir información grafica ilustrada de los productos turísticos en la página web
- Ingresar un buzón de comentario en la página web por visita de usuarios frecuentes que buscan información turística
- Actualización periódica de la información que ha sido subida con fines de promoción turística en el cantón Sucre.

3.4. Productos turísticos que tienen que ser promocionados

A continuación se detalla los sitios de interés turísticos para ser promocionados en forma virtual por una página web con su propio hosting.

1.- Isla Corazón
2.- Isla Fragata
3.- Isla del Sol
4.- Puente Los Caras
5.- Bajo de Santa Martha
6.- Chirije Arqueología
7.- Reserva Cerro seco
8.- Reserva Bosque verde
9.- Museo Bahía de Caráquez

3.4.1. Isla Corazón.

“Isla Corazón es un proyecto de ecoturismo comunitario que busca educar y conservar el recurso manglar a través de la educación de moradores y visitantes. El proyecto es manejado por la comunidad de Puerto Portovelo a través de la ASOMANGLAR - la Asociación Turística de Guías Nativos del Sendero Interpretativo del Manglar de la Isla Corazón. La ASOMANGLAR fue creada con la finalidad de administrar y velar por el complejo de la Isla Corazón. La comunidad, a través de esta asociación, empezó a desarrollar el turismo comunitario en la Isla Corazón desde 1999” (Ver Anexos del acuerdo Ministerial).

3.4.2. Isla Fragatas

“Los ríos permanentes que forman el estuario son el río Carrizal y el río Chone. Dentro de este estuario se encuentra la ISLA CORAZÓN que posee 780 Ha aproximadamente de diferentes tipos de mangle, es un refugio de vida silvestre que es, sin duda uno de los mayores atractivos de la zona, donde encontramos la más grande cantidad de fragata magna o tijereta, ISLA CORAZÓN es un patrimonio natural, declarado Reserva de Vida Silvestre del país en el año 2002 y el sector de la comuna Salinas, otras dos islas más pequeñas y cerca de isla corazón son parte de este refugio de vida silvestre

como son las llamada ISLA FRAGATA e ISLA DEL SOL, todas de formación de árbol de manglar.

3.4.3. Isla del Sol.

Dentro de la conformación de islas de manglares que tiene el estuario del rio Chone, se encuentra a más de la ya conocida isla Corazón e isla Fragata, otra formación de manglar que los comuneros y habitantes le llamaron isla del Sol, su diámetro está cerca de las 9 hectáreas de manglar, con la diferencia es que en este perímetro ya la arena es dura y blanca en todo su alrededor, también los ciudadanos en marea baja pueden disfrutar de unas 6 o 7 horas de marea baja, por lo que se convierte en un atractivo poco usado o frecuentado por los turistas.

3.4.4. Puente Los Caras

La nacionalidad aborigen Los Caras, quienes navegando en balsas de vela provenientes de Centroamérica, desembarcaron en el territorio ecuatoriano sobre las costas de Manabí, dieron el nombre a la bahía donde se asentaron como Caráquez. En este sentido se ha levantado lo que se conoce hasta ahora el puente más largo del Ecuador.

Históricamente el traslado vehicular por vía terrestre desde Bahía de Caráquez a San Vicente debía bordear el río Chone, recorriendo una distancia de 62,90 Km. mediante una antigua carretera alterna que sólo permitía una velocidad promedio de desplazamiento de 30 Km por hora, es decir se tardaba más de tres horas, por lo que durante décadas para optimizar el tiempo así como costos del combustible y mantenimiento de sus vehículos, los ciudadanos prefirieron realizar el cruce de sus vehículos navegando por el río Chone, mediante grandes gabarras, las cuales, cuando se dolarizó la economía, pasaron a cobrar desde $2 por vehículo liviano hasta $8,90 por vehículo súper pesado, sin cobrar el traslado de las personas. Cuando los ciudadanos cruzaban el río en panga, cada uno pagaba $0.25 centavos.

Luego de tres años de cumplimiento de cronogramas estrictos y esfuerzo sostenido, con una inversión de US$ 100’000.000, más el concurso de la mano de obra de 700 hombres y mujeres ecuatorianos, liderados por el Cuerpo de Ingenieros de nuestro Ejército, mediante la construcción de treinta mil metros cúbicos de hormigón armado, con 445 pilotes enterrados en el río Chone, de estructura antisísmica, el día 3 de noviembre del 2010, el Gobierno Nacional hizo honor a su palabra empeñada, mediante la entrega de la monumental obra del PUENTE DE LOS CARAS, con 1.980 metros lineales, el más largo del Ecuador, con un ancho de 13.20 metros, dos carriles de circulación, dos espaldones de seguridad, una ciclo vía de 2,50 metros de ancho, paso peatonal, tres balcones para fotografiarse en el entorno de un maravilloso paisaje costero. Cuenta con iluminación ornamental y vial con leds, que lo torna además en un maravilloso atractivo turístico desde el punto de vista estético como arquitectónico

3.4.5.- Bajo de Santa Martha

En este importante sitio que se encuentra a 5km afuera del océano, se ubica bajo el océano estructuras extraordinarias que según los historiadores, pertenecer a un grupo de sociedades precolombina que erigieron sus monumentales construcciones hace 2000 mil años antes de nuestro presente, datos proporcionados por el instituto nacional de patrimonio cultural, estos muros debieron existir sobre la superficie del agua, y que por alguna razón cataclismica, debió darse un evento que lo dejo 5 metros bajo el nivel del océano, pero que no deja de admirar a propios y extraños por la forma en que fueron construidos.

3.4.6.- Reserva Arqueológica de Chirije

Entre los años 500 antes de Cristo y 500 después de Cristo un arqueólogo de apellido Estrada por el año 1950 descubrió este sitio y procedió a llamarlo como en la actualidad se lo conoce que presuntamente en ese punto existió

un puerto marítimo de la cultura Bahía. Esta cultura se dedicaba principalmente a la comercialización de adornos diseñados y conchas Spondylus y como truque recibían oro y cobre principalmente.

Como punto relevante está el museo in situ donde se encontrarán toda la colección que se encontró durante los años de investigación. Los mismos objetivos hallados en excavaciones científicas realizadas por arqueólogos nacionales y extranjeros, turistas que han pernoctado durante días encontraron cientos de figuras en el sitio o en la superficie de la tierra, todos estos elementos han contribuido a incrementar la colección que se exhibe para los siguientes turistas que visitan el lugar.

3.4.7.- Reserva Biológica Cerro Seco

La reserva biológica Cerro Seco consta con el bosque seco tropical ecuatorial de la región Tumbesina es un mundo entero, con un gran número de especies de flora y fauna endémicas por cada metro cuadrado: más que 100 especies de aves cabe destacar que 19 de las 48 especies que hay en Ecuador en esta área de endemismo de aves han sido registradas en esta hermosa reserva, 21 mamíferos endémicos terrestres y voladores, algunos en peligro de extinción, reptiles e insectos, además fauna y flora marina dentro de la zona costera.

Se ofrecen caminatas guiadas hasta la reserva en español, alemán e inglés. Este tour incluye avistamiento de aves marinas y terrestres, así como la presencia de mamíferos marinos y terrestres. La flora tropical del bosque longevo se puede disfrutar con evidencia arqueológica y fósiles que muestran nuestra cultura ancestral. Cuenta esta reserva con alojamiento y una gastronomía única acompañado con un ambiente rodeado por naturaleza. Por otro lado se trabaja con programas de voluntariado, investigación científica, educación ambiental, trabajos sociales, comunitarios, organización de eventos ecológicos y coopera con los gobiernos locales, provinciales, y nacionales.

3.4.8. Reserva Bosque Verde

En el año 2003 se crea la reserva Bosque Verde que está ubicada a 5 km de Bahía de Caráquez, saliendo por la parroquia de Leonidas Plaza donde es necesaria la restauración del bosque para evitar deslaves y erosión. También está dentro de la cordillera del bálsamo. Siendo una propiedad heredada por décadas hoy es propietario el señor Ricardo López.

En esta reserva se han cambiado terrenos de cultivos tradicionales por zonas de bosque nativo dando mucha importancia a la implementación de actividades productivas agropecuarias de bajo impacto y enmarcadas en conceptos agroecológicos, aprovechamiento de subproductos y uso eficiente de energía.

Entre las acciones en la reserva están sobre todo la comercialización de humus, porcinos, huevos de codorniz, pitahaya roja, entre otras con mercado local y provincial. Se busca involucrar a la Reserva con voluntarios, científicos o tesistas interesados en el mejoramiento de procesos en la agricultura orgánica.

3.4.9.- Museo Bahía de Caráquez.

El Museo Bahía de Caráquez comenzó su actividad en el año1996 en la Casa Americana, bella construcción de principios de siglo XX. Sin embargo este espacio no ofrecía las condiciones idóneas para una exposición de arqueología.

Luego del terremoto de 1997 se cerró hasta el 2001, año en que se le asignó el edificio del Banco Central del Ecuador. Este museo fue abierto en dos etapas: la primera en noviembre de 2001 y la segunda en junio de 2004.

Salas de Arqueología.- Orígenes, Caras, Jamas y Coaques.- Contiene 469 piezas. **Planta baja**: Arqueología de la costa del Ecuador organizada por períodos cronológicos y culturas. Esta muestra es un recorrido por las diferentes sociedades que han ocupado nuestra región a través de la historia, desde el período pre-cerámico hasta la cultura Manteño Huancalvilca. El entorno ecológico de este sector del Ecuador es el punto de partida de las expresiones socio- culturales que se presentan en esta muestra. **Mezanine**: Arqueología de la costa del Ecuador organizada por temas. Esta muestra es una exposición temática de componentes económicos - sociales que propugnaron el desarrollo temprano de las sociedades pre-hispánicas, donde figura la evolución de la agricultura, la cerámica, la navegación y el comercio.

3.5. Importancia

La página web está diseñada para aportar con información a sitios turísticos que son de gran importancia para atraer el turismo a nivel nacional e internacional, es decir que los datos de los principales destinos son ubicados en la página para la facilidad del internauta que busca datos para su viaje planificado, la propuesta es de suma importancia porque dará el empuje necesario para el turismo que se ha visto disminuido por efectos del evento del terremoto del pasado 16 abril.

3.6. Proyección

Situación actual	Situación deseada
Los productos turísticos que se ofertan en la ciudad de Bahía de Caráquez no están incluido en una página que promocione su valor para el turismo del Ecuador, esto afecta de alguna manera al incremento de visitas a estos productos, lo que a su vez no genera las remesas que necesita el país por efectos del turismo.	El diseño de la promoción de la página web es fundamentalmente atraer a turistas que deseen visitar una ciudad que tenga historia, cultura, museos, ecología, ambiente todo en un solo lugar, y esto es el cantón Sucre, se menciona una lista importante de productos turísticos que pueden ser puestos para el turismo internacional en una página web. .

3.7. Factibilidad.

La propuesta tiene toda la factibilidad, ya que se cuenta con los recursos humanos, económicos, estratégicos, para la elaboración de la página web de promoción del sector turístico, además de la ayuda de los estudiantes de la carrera de ingeniería en sistemas, los mismos que apoyaron en la elaboración de la página web para la promoción de productos turísticos, por lo tanto se ve visible el trabajo logrado en este trabajo de investigación como es la creación de una página web para promoción de productos turísticos de la ciudad de Bahía de Caráquez.

3.8. Descripción de la propuesta y su operatividad.

Se mencionan algunos detalles pertinentes a la creación de páginas web enfocadas a la promoción de productos turísticos de Bahía de Caráquez.

- Incluir en la página web los principales productos turísticos que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez como cabecera cantonal
- Que los productos turísticos tengan información sobre hospedaje, alimentación, transporte, vías de comunicación entre un producto y sus diferentes conectividades.
- Socializar entre los administradores y la comunidad en general la importancia de que sean incluidos en la página web de promoción de productos turísticos
- Presentar al gobierno autónomo descentralizado de Sucre la página de promoción de productos turísticos.
- Evaluación de indicadores de gestión por la página web que se encuentra ya disponible para todos los usuarios.

3.9. Involucrados.

INVOLUCRADOS	**PROPUESTA**
☞ Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía. ☞ Los administradores de los productos turísticos que tiene la ciudad. ☞ El ministerio de Turismo**.** ☞ Empresas privadas dedicadas al eco turismo.	Creación de una página web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez

3.10. Desarrollo de la página Web de los hoteles

A continuación se presenta a manera de imagen la página web con la promoción de los productos turísticos de la ciudad, que se puede ingresar de forma directa en la siguiente dirección:

http://bahiadecaraqueztours.com/2016/07/05/puente-los-caras/

3.10.1. Primera presentación.

Se puede observar la página de presentación que se la denomina Bahía de Caráquez Tours

3.10.2. Segunda presentación.

En la segunda presentación se puede observar información que tiene cada uno de los productos turísticos a ofertar

3.10.3. Tercera presentación.

Otra grafica muestra claramente en forma de collage como pasan las fotos para el deleite del visitante

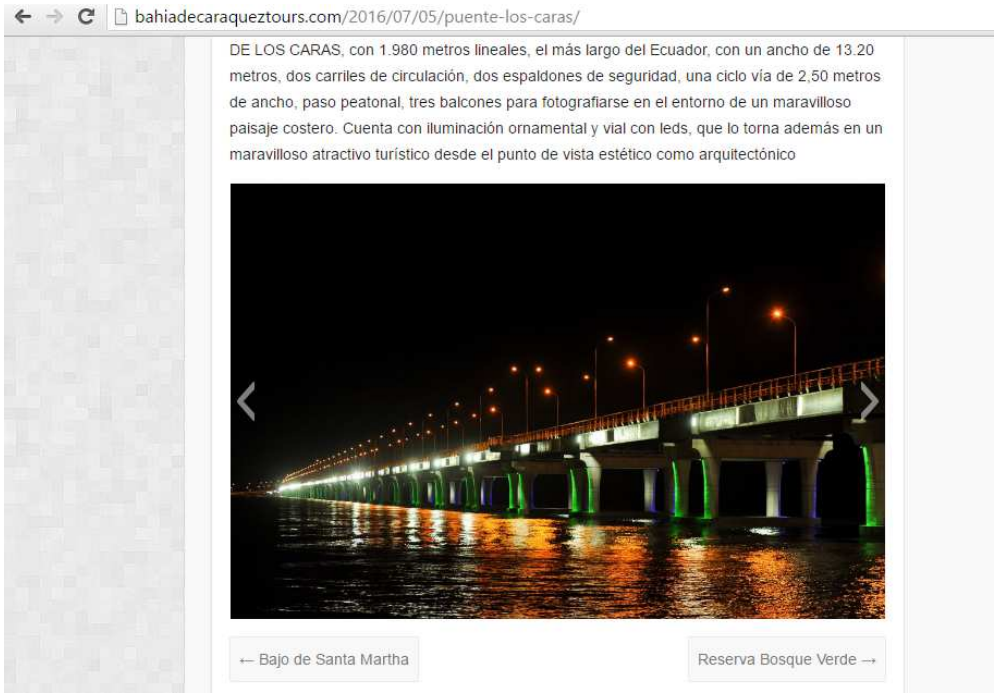
3.10.4. Cuarta presentación

Se observa fotos de la belleza que tiene la isla corazón y otros sitios emblemáticos para el turismo

3.10.5. Comentarios en la página

La página muestra que se pueden hacer comentarios en caso de estar interesado en hacer tours.

3.10. Alternativas de navegacion de la pagina web



Finalmente se puede observar la cantidad de imágenes que son subidas a la paginas para el deleite de los navegantes buscando donde realizar sus próximas vacaciones.

3.11. Formas de financiamiento de la página web

La página web tiene su propio dominio para esto se ha pagado un valor de 20 dólares para que este activo para durante un año, en si esto va a permitir conocer los visitantes que tendrá la página donde se interesen por los sitios turísticos que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez y el cantón Sucre.

3.12. Costos de la página web

Costo de capacitación			
Nº	**Detalle**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
1	Contratación de un profesional para elaborar una página web	1500	1500
2	Salida de campo para tomar fotografía en los lugares de promoción turística	50	50
3	Pago de dominio para mantener activa la página web	25	25
4	Pago de hosting acceso anual de la página web	50	50
4	Socialización de la página con administradores turísticos	100	100
6	Gastos de movilización	50	50
7	Imprevistos	100	100
	Total de Gastos diseño		**$1875,00**

3.12. Impacto de la aplicación de la propuesta.

Los principales beneficiarios del diseño de la página web son la sociedad en general tanto a nivel nacional como internacional y su puesta en marcha para la promoción de productos turísticos en el cantón Sucre, con este trabajo con tecnologías de la información y comunicación para la promoción de productos turísticos sean naturales y culturales, también ofrecen servicios turísticos que incluyen Guianza, alimentación y transporte, como se puede ver el turismo es una industria que puede dar empleos a todos, en un mismo grupo y de esta manera se distribuye la riqueza que ingresa por esta fuente tan importante para el cambio de la matriz productiva.

Los comuneros deben ser los principales a ser llamados guías en sus propios territorios, y manejar de forma directa los grupos que llegan por diferentes fuentes, la Guianza debe ser hecha con bastante calidad, pues los guías son nativos y por lo tanto, conocen muy bien la zona. Además, deben recibir presupuesto para la capacitación quedando en ellos la respectiva licencia para el ejercicio profesional.

3.13. Cronograma de Actividades:

No	ACTIVIDAD	TIEMPO
1	Definir los productos turísticos a publicar en el página web	1 semana
2	Realizar esquema y modelado de la pagina	2 semanas
3	Establecer parámetros	1 semana
4	Toma de material audiovisual (Fotos, Videos)	1 semana
5	Priorizar los módulos de la pagina	1 semana
6	Presentar versión Beta de la página para evolución	2 días
7	Realizar ajustes de acuerdo a las sugerencias	2 días
8	Generar manual de uso y navegación	1 semana
9	Socializar la página con los promotores turísticos de la Zona	3 días

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Los productos turísticos no han tenido la debida oportunidad de aparecer en una página web de promoción, solo existen dos con su propia página, como es la Isla Corazón y Cerro Seco, lo que les da ventaja sobre los otros productos.
- Los atractivos de Bahía de Caráquez deben de trabajar en forma mancomunada, es decir que se debe integrar los proyectos Bicantonales para generar mayor oportunidad para el turismo nacional e internacional.
- Las empresas hoteleras no están trabajando de manera cercana con los operadores de turismo, los mismos que pueden ofertar en forma física o digital sus productos turísticos de la ciudad de Bahía de Caráquez.
- El sector hotelero afirma que el municipio debe crear una página web que incluya todos los programas y paquetes de la zona. Consideran que los municipios son los principales impulsores del desarrollo del turismo regional y nacional.
- El Internet proporciona muchas ventajas a las empresas del sector turísticos, facilita la gestión de reservas, el servicio se presenta mediante imágenes o videos reales, mejorando la comercialización turística.

Recomendaciones.

- Al implementar la página web de promoción turística, se pueden incluir a todos los atractivos que tiene la ciudad de forma gratuita para su respectiva promoción a escala nacional e internacional.
- Se sugiere realizar reuniones con el sector turístico y hotelero, para generar proyectos que puedan beneficiar en forma directa a los negocios que son parte del servicio turístico de la ciudad patrimonial.
- Se requiere de un plan de trabajo con operadores de turismo receptivo a nivel nacional, los mismos que podrán vender sus productos y paquetes turísticos a otras mayoristas, lo que origina flujo de turistas para estos sectores.
- Se considera que el GAD de Sucre debe de liderar la construcción de una página web para la promoción de productos turísticos locales, pero otras instituciones como la Universidad con su escuela de turismo también puede dar la iniciativa al sector turístico.
- La escuela de turismo puede tomar este proyecto como una iniciativa para hacer vinculación y darle el empuje necesario al sector turístico y a los productos que se quieren vender en las redes sociales y páginas web a nivel nacional e internacional.

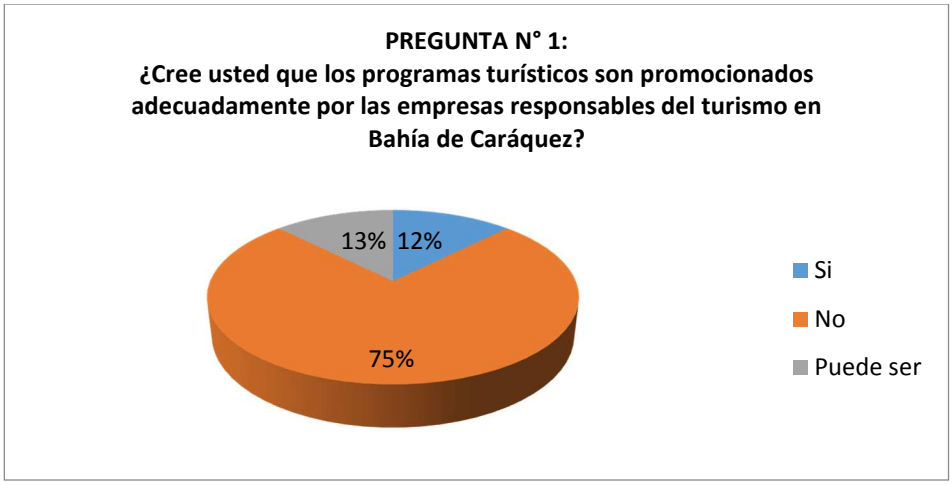
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarez, E. (2012). *Los recursos turisticos.*
- Calderon, S. R. (2009). *Conceptos de patrimonio, atractivo turístico y recurso turístico.* Lima.
- Castañedas, J. O. (2014). *Internet como medio de comunicación masiva.* cajamarca .
- Chávez., I. R. (2010). *La importancia de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para la promoción del turismo.* Riobamba.
- Coutin, J. (2012). *PROMOCION Y OFERTA TURISTICA.* panama.
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico para el.* Ecuador: tourism&leisure.
- Financiera, C. A. (2013). *Producción y Turismo Ecuatoriano.*
- Font, m. (2006). *Acerca del turismo de naturaleza.*
- Lorenzo, M. T. (2015). *El sector turístico debe dejar de ser un foco de explotación para los trabajadores de las Islas.* Islas Canarias : lavozdelanzarote.com.
- Maribel Osorio García, T. J. (2012). *Imagen turística y medios de comunicación.* Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Martínez, Y. P. (2011). *PROCEDIMIENTO PARA REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADOS EMISORES REALES Y POTENCIALES PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO DE LAS TUNAS.* Las Tunas .
- Moliner, J. P. (2009). *Produccion en las empresas de servicios .* Rua.
- Morejon, K. (2016). *Las nuevas reformas laborales evitarán la explotación de trabajadores.* Quito : El Ciudadano.

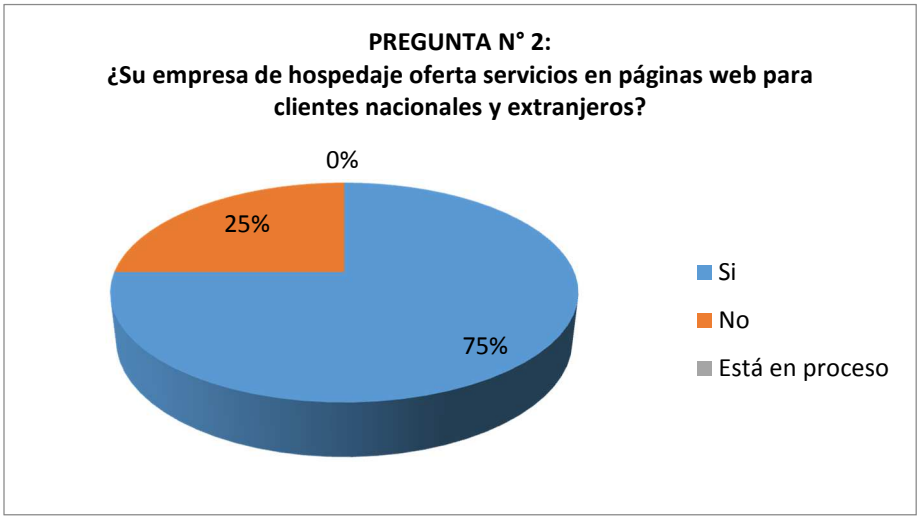
- Novo, G. (2012). *magen turística y medios de comunicación.* Buenos Aires.
- Orozco, J. (2013). *ECUADOR, DESTINO TURISTICO PARA UN MUNDO CANSADO.* Loja: REVISTA ZONA LIBRE BLOG.
- Turmero, P. (2012). *Las Nuevas Tecnologías y el Turismo.* Guayana - Vnzl .
- Unesco. (2016). *Patrimonio Mundial.*

ANEXOS 1

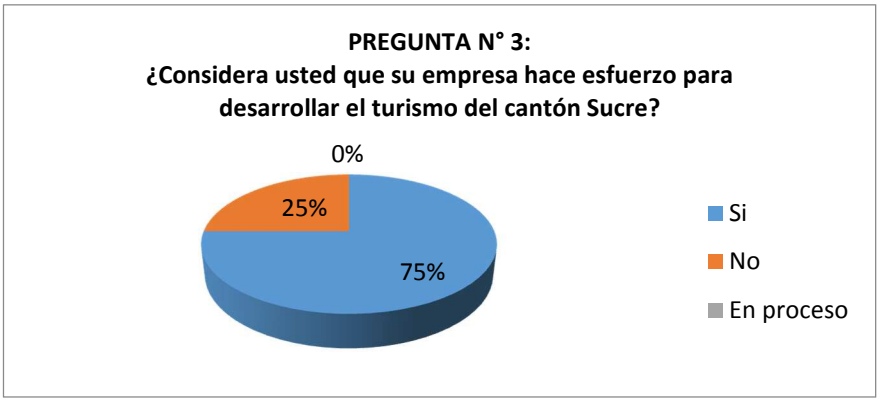
PREGUNTA N° 1: ¿Cree usted que los programas turísticos son promocionados adecuadamente por las empresas responsables del turismo en Bahía de Caráquez?



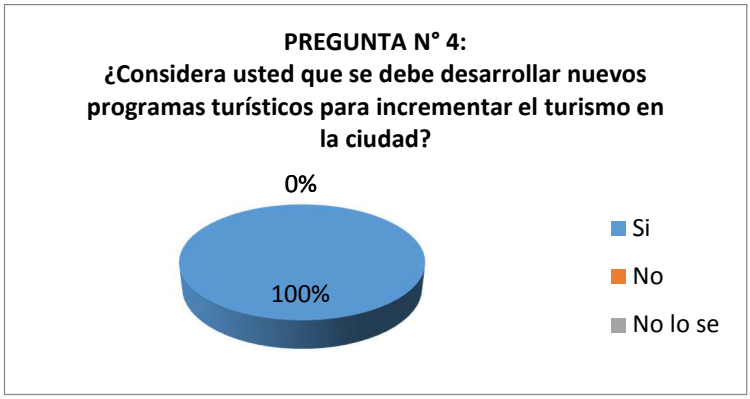
PREGUNTA N° 2: ¿Su empresa de hospedaje oferta servicios en páginas web para clientes nacionales y extranjeros?



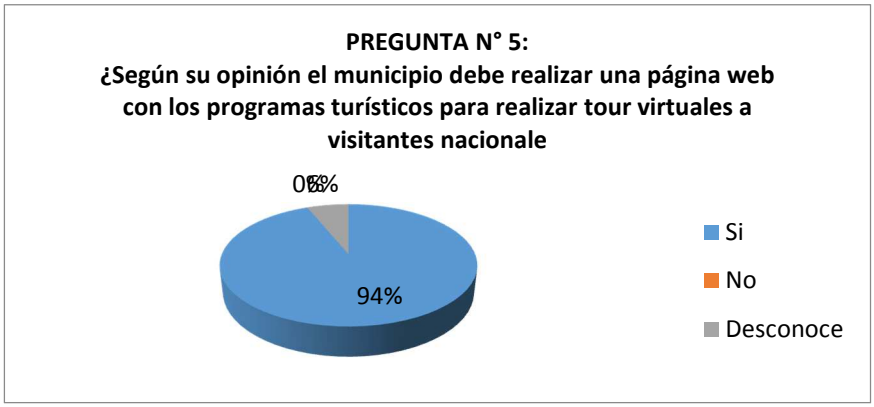
PREGUNTA N° 3: ¿Considera usted que su empresa hace esfuerzo para desarrollar el turismo del cantón Sucre?



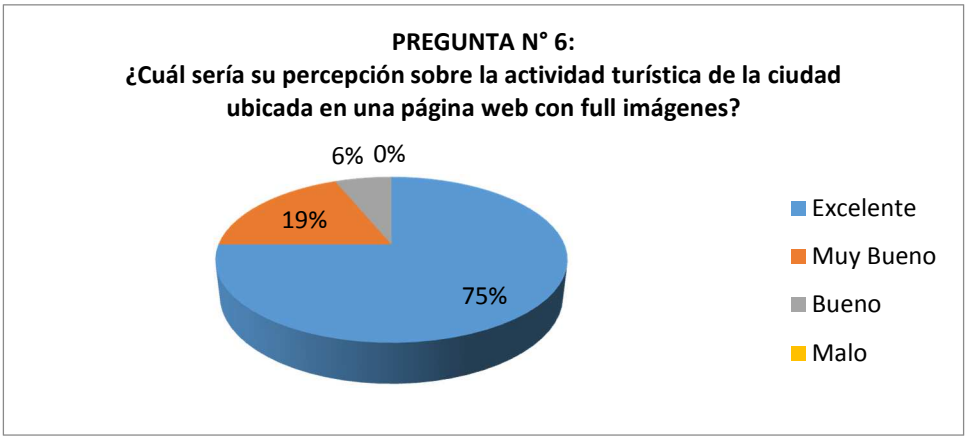
PREGUNTA N° 4: ¿Considera usted que se debe desarrollar nuevos programas turísticos para incrementar el turismo en la ciudad?



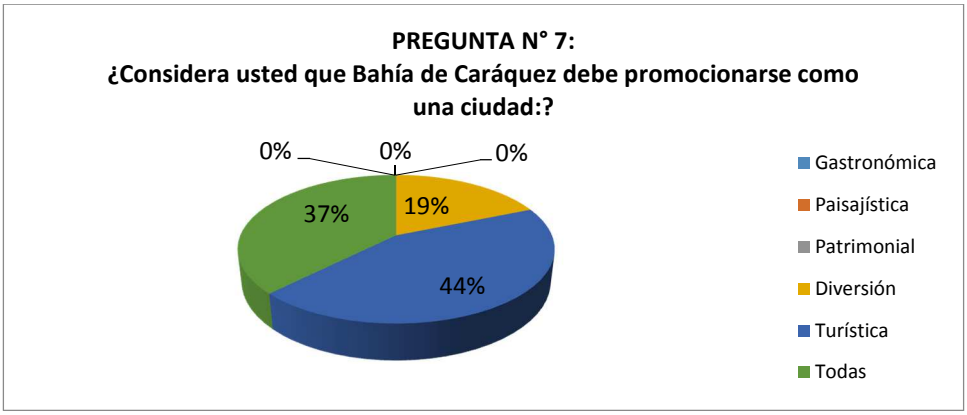
PREGUNTA N° 5: ¿Según su opinión el municipio debe realizar una página web con los programas turísticos para realizar tour virtuales a visitantes nacionales y extranjeros?



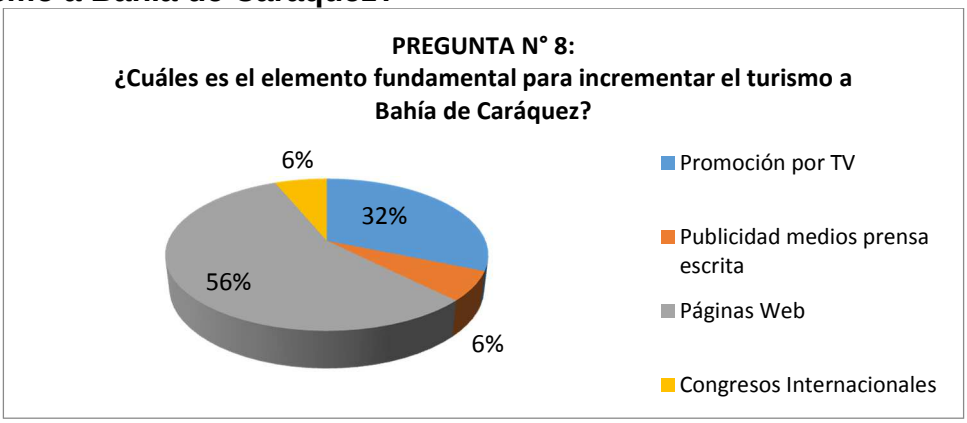
PREGUNTA N° 6: ¿Cuál sería su percepción sobre la actividad turística de la ciudad ubicada en una página web con full imágenes?



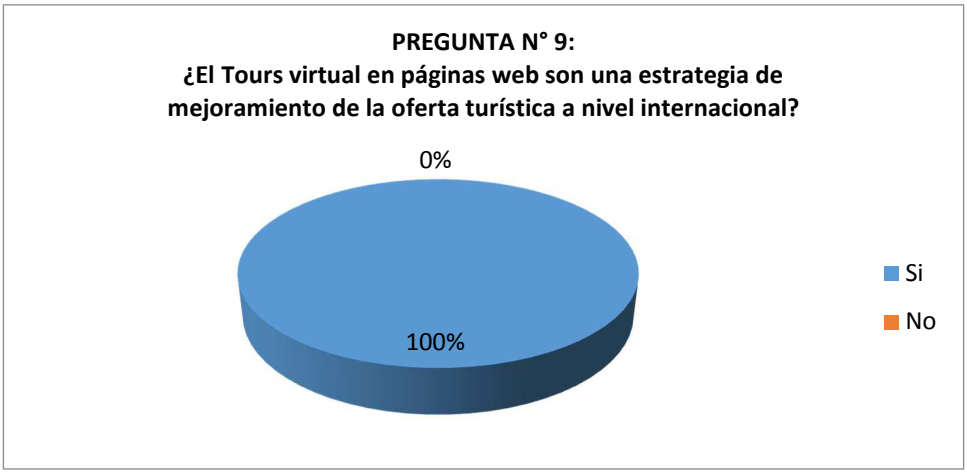
PREGUNTA N° 7: ¿Considera usted que Bahía de Caráquez debe promocionarse como una ciudad…:?



PREGUNTA N° 8: ¿Cuál es el elemento fundamental para incrementar el turismo a Bahía de Caráquez?

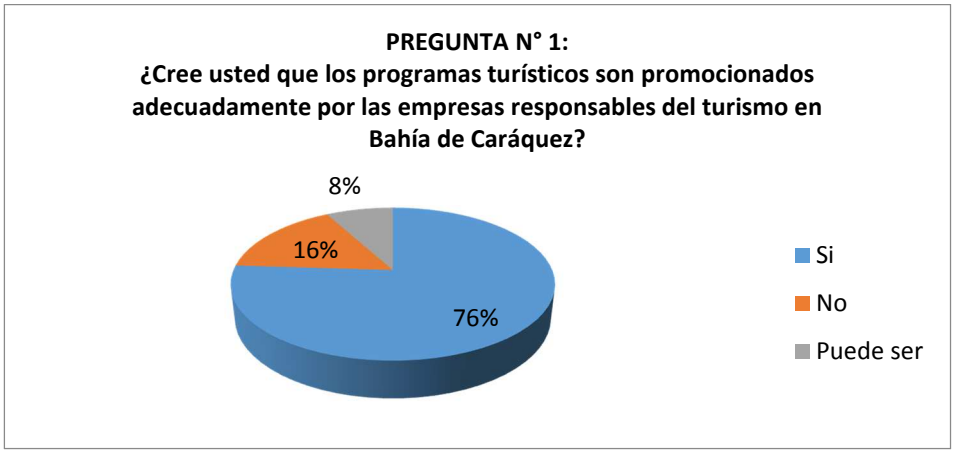


PREGUNTA N° 9: ¿El Tours virtual en páginas web son una estrategia de mejoramiento de la oferta turística a nivel internacional?

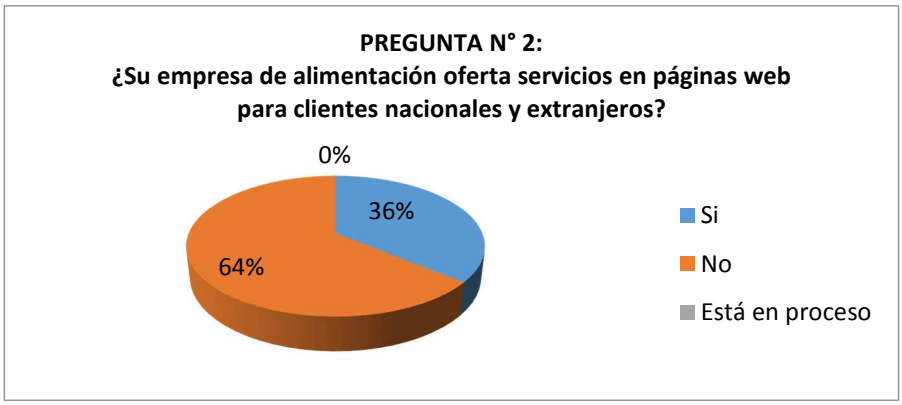


ANEXOS 2

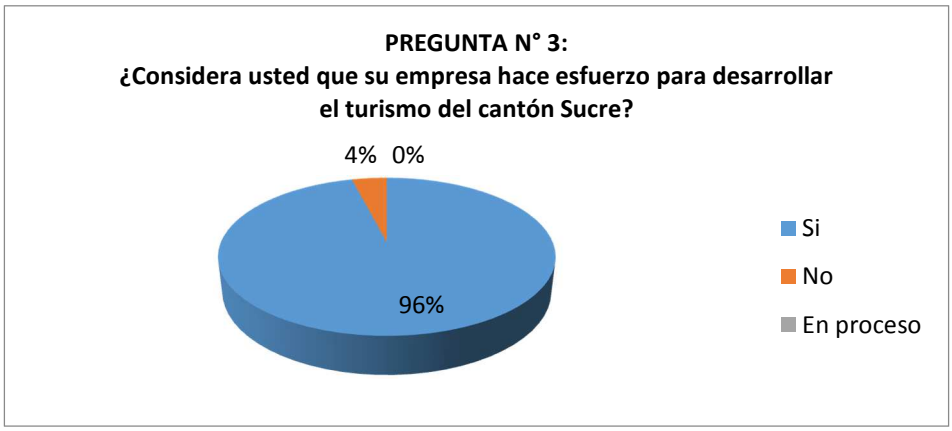
PREGUNTA N° 1: ¿Cree usted que los programas turísticos son promocionados adecuadamente por las empresas responsables del turismo en Bahía de Caráquez?



PREGUNTA N° 2: ¿Su empresa de alimentación oferta servicios en páginas web para clientes nacionales y extranjeros?



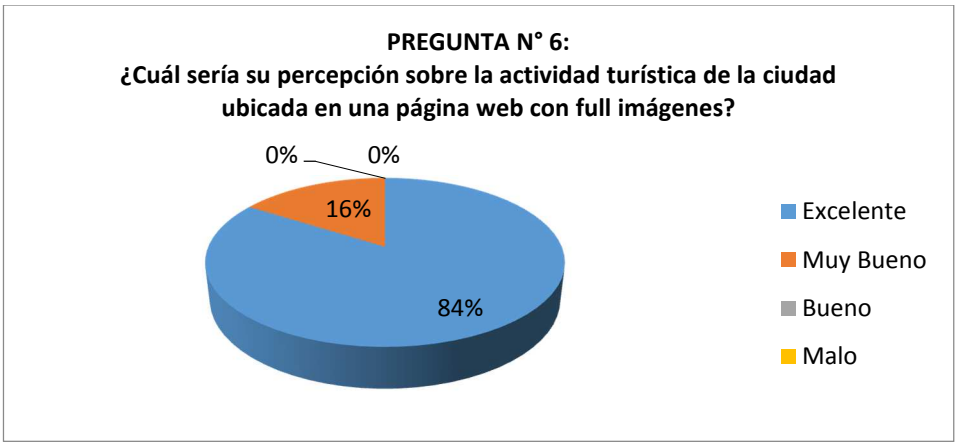
PREGUNTA N° 3: ¿Considera usted que su empresa hace esfuerzo para desarrollar el turismo del cantón Sucre?



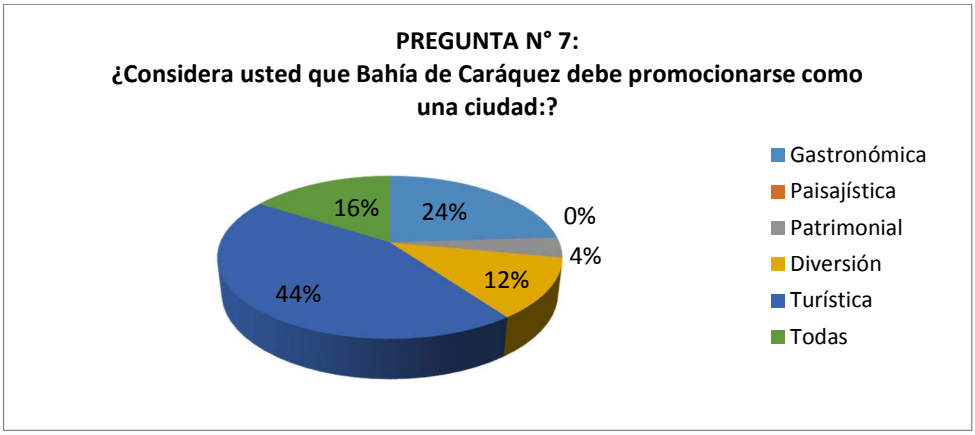
PREGUNTA N° 4: ¿Considera usted que se debe desarrollar nuevos programas turísticos para incrementar el turismo en la ciudad?

PREGUNTA N° 5: ¿Según su opinión el municipio debe realizar una página web con los programas turísticos para realizar tour virtuales a visitantes nacionales y extranjeros?

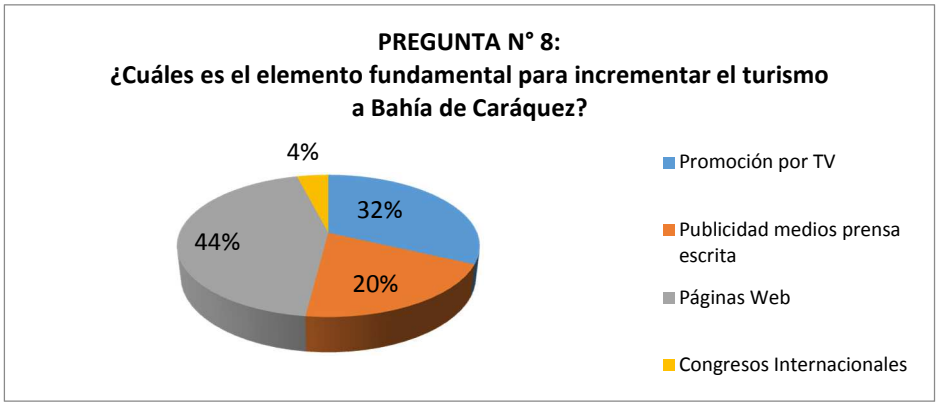
PREGUNTA N° 6: ¿Cuál sería su percepción sobre la actividad turística de la ciudad ubicada en una página web con full imágenes?



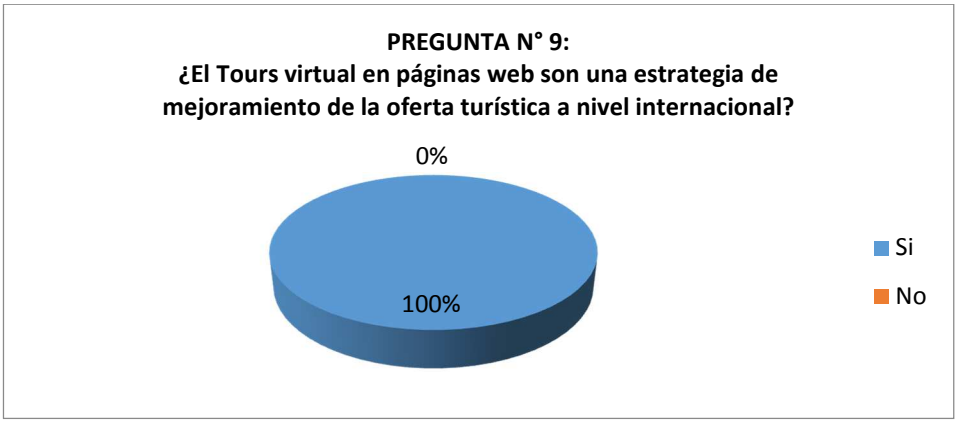
PREGUNTA N° 7: ¿Considera usted que Bahía de Caráquez debe promocionarse como una ciudad…:?



PREGUNTA N° 8: ¿Cuál es el elemento fundamental para incrementar el turismo a Bahía de Caráquez?



PREGUNTA N° 9: ¿El Tours virtual en páginas web son una estrategia de mejoramiento de la oferta turística a nivel internacional?



ANEXO 3.

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN BAHIA DE CARAQUEZ

Ingeniería en administración Turística

Encuesta aplicada a los administradores de los sitios de **alojamiento turístico 16** (hoteles, casas de hospedaje, hostales) dentro de la ciudad Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza

Objetivo: Analizar los Programas y Tours virtuales en páginas web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y marque con una (x) dentro del paréntesis la opción que considere correcta.

1. ¿Cree usted que los programas turísticos son promocionados adecuadamente por las empresas responsables del turismo en Bahía de Caráquez?
   ( ) Sí ( ) No ( ) Puede ser

2. ¿Su empresa de hospedaje oferta servicios en páginas web para clientes nacionales y extranjeros?

   ( ) Sí ( ) No Está en proceso ( )

3. ¿Considera usted que su empresa hace esfuerzo para desarrollar el turismo del cantón Sucre?
   ( ) Sí ( ) No En proceso ( )

4. ¿Considera usted que se debe desarrollar nuevos productos turísticos para incrementar el flujo en la ciudad?
   ( ) Sí ( ) No No lo se ( )

5. ¿Según su opinión el municipio debe realizar una página web con los programas turísticos para conocimiento de visitantes nacionales y extranjeros?

   ( ) Sí ( ) No Desconoce __

6. ¿Cuál sería su percepción sobre la actividad turística de la ciudad ubicada en una página web con multimedia?
   - Excelente ___
   - Muy Bueno ___
   - Bueno ___
   - Malo ___
7. ¿Considera usted que Bahía de Caráquez debe promocionarse como una ciudad:?

Gastronómica___ Paisajística___ Patrimonial___

Diversión__ Turística___ Todas___

8. ¿Cuáles es el elemento fundamental para incrementar el turismo a Bahía de Caráquez?
   - Promoción por TV ___
   - Publicidad medios prensa escrita ____
   - Páginas web y redes sociales ____
   - Congresos internacionales___
9. ¿Tours virtuales en páginas web son una estrategia de mejoramiento de la oferta turística a nivel nacional e internacional?

   Si __

   No __

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN BAHIA DE CARAQUEZ

Ingeniería en administración Turística

Encuesta aplicada a los administradores de los **restaurantes** de la ciudad Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza

Objetivo: Analizar los Programas y Tours virtuales en páginas web como estrategia de mejoramiento de la oferta turística de los atractivos de Bahía de Caráquez.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y marque con una (x) dentro del paréntesis la opción que considere correcta.

1.- ¿Cree usted que los programas turísticos son promocionados adecuadamente por las empresas responsables del turismo en Bahía de Caráquez?

( ) Sí ( ) No ( ) Puede ser

2.- ¿Su empresa de alimentación oferta servicios en páginas web para clientes nacionales y extranjeros?

( ) Sí ( ) No Está en proceso ( )

3.- ¿Considera usted que su empresa hace esfuerzo para desarrollar el turismo del cantón Sucre?

( ) Sí ( ) No En proceso ( )

4.- ¿Considera usted que se debe desarrollar nuevos programas turísticos para incrementar el turismo en la ciudad?

( ) Sí ( ) No No lo se ( )

5.- ¿Según su opinión el municipio debe realizar una página web con los programas turísticos para realizar tour virtuales a visitantes nacionales y extranjeros?

( ) Sí ( ) No Desconoce __

6.- ¿Cuál sería su percepción sobre la actividad turística de la ciudad ubicada en una página web con multimedia?

- Excelente ___
- Muy Bueno ___
- Bueno ___
- Malo ___

7.- ¿Considera usted que Bahía de Caráquez debe promocionarse como una ciudad?

Gastronómica___ Paisajística___ Patrimonial___
Diversión__ Turística___ Todas___

8.- ¿Cuáles es el elemento fundamental para incrementar el turismo a Bahía de Caráquez?

- Promoción por TV ___
- Publicidad medios prensa escrita ____
- Páginas web y redes sociales ____
- Congresos internacionales___

9.- ¿El Tours virtual en páginas web son una estrategia de mejoramiento de la oferta turística a nivel internacional?

Si __
No __