



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TULCÁN Y SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS: PLAN DE MARKETING PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración Turística y
Hotelera

Autor: Montenegro Bolaños Jorge Armando

Tutora: Lcda. Sandra Santiesteban Catalá

Quito, Octubre del 2013

ÍNDICE

•	DECLARATORIA		
		i	
•	CESIÓN		DE
	DERECHOS	ii	
•	AGRADECIMIENTOS		
		iii	
•	DEDICATORIA		
		iv	
•	RESUMEN		
		v	
•	ABSTRACT		
		vi	
•	INTRODUCCIÓN		
		vii	
		CAPÍTULO	I
		1	
	1. ANTECEDENTES:	1	
	1.1. Contexto:		2
	TULCÁN		2
•	Ubicación:		2
•	Población:.....		3

• División Política:.....	3
• Historia:.....	4
• Geografía:.....	5
• Clima:.....	6
• Economía:.....	6
• Comercio y turismo de compras.....	7
Atractivos Turísticos.....	7
• Definición:.....	7
• Ejemplos de atractivos turísticos.....	8
• Origen.....	8
• Clasificaciones:	9
Turismo.....	10
• Definición:.....	10
• Historia Breve Del Turismo.....	10
• Tipos De Turismo:	11
Importancia	Del
Turismo:	
.....	12
1.2. Justificación.....	13

1.3. Referencia del problema.....	
	14 CAPÍTULO
V.....	28
5. PROPUESTA.....	28
5.1 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución).	28
• Plan de marketing turístico.....	28
• Definición del plan de marketing.....	28
5.2 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución) ...	29
• Medios Gráficos.....	29
5.3 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta.....	
	30 CAPÍTULO
VI.....	32
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	32
6.1 Recursos:.....	32
CAPÍTULO VII.....	34
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
7.1 Conclusiones.....	34
7.2 Recomendaciones.....	35
ANEXOS	37

BIBLIOGRAFÍA:	44
---------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO II	16
2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	16
Tabla 1: Elaborado: Jorge Montenegro	16
2.1 Mapeo de Involucrados	17
Tabla 2: Elaborado: Jorge Montenegro	17
CAPÍTULO III	18
3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS	18
3.1 Árbol de Problemas	18
Tabla 3	18
3.2 Árbol de Objetivos	19
Tabla 4...	19
CAPÍTULO IV	20
4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	20
4.1 Matriz de Análisis de Alternativas	20

Tabla 5.....	21
--------------	----

4.2 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	22
--	----

Tabla 6.....	25
--------------	----

4.3 Diagrama de Estrategias.....	26
-------------------------------------	----

7.....	
--------	--

26

4.4 Matriz de Marco Lógico.....	27
------------------------------------	----

8.....	
--------	--

27

6.2 Presupuesto.....	32
----------------------	----

6.3 Cronograma:.....	33
----------------------	----

Actividades por meses.....	33
----------------------------	----

ÍNDICE FOTOS

ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	37
---------------------------	----

FOTO 1 VOLCÁN CHILES.....	37
---------------------------	----

FOTO 2 LAGUNAS VERDES.....	37
----------------------------	----

FOTO 3 OBELISCO DE TULCÁN.....	38
FOTO 4 PARQUE ISIDRO AYORA.....	38
FOTO 5 IGLESIA CATEDRAL.....	39
FOTO 6 IGLESIA Y CONVENTO SAN FRANCISCO.....	39
FOTO 7 CASA DE ADUANAS	40
FOTO 8 PARQUE DE LA INDEPENDENCIA.....	40
FOTO 9 AGUAS HEDIONDAS.....	41
FOTO 10 BALNEARIO LOS TRES CHORROS.....	41
FOTO 11 MUSEO ARQUEOLÓGICO GERMÁN BASTIDAS VACA.....	42
CEMENTERIO JOSÉ MARÍA AZAEL FRANCO.....	43
FOTO 10.....	FOTO
11.....	FOTO
12.....	43
FOTO 13.....	
FOTO 14.....	
FOTO 15.....	43

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Jorge Armando Montenegro Bolaños

CC 040118949-3

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jorge Armando Montenegro Bolaños alumno de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 040118949-3

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi madre, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mis hermanos, que con sus consejos me ha ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

A mi padre, que siempre lo he sentido presente en mi vida. Y sé que está orgulloso de la persona en la cual me he convertido.

A mi enamorada, que durante este tiempo de carrera ha sabido apoyarme para continuar y nunca renunciar, gracias por su amor incondicional y por su ayuda en mi proyecto.

DEDICATORIA

A Dios, verdadera fuente de amor y sabiduría.

A mi padre, porque gracias a él sé que la responsabilidad se la debe vivir como un
compromiso de dedicación y esfuerzo.

A mi madre, cuyo vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de
la dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos.

A mis hermanos, el incondicional abrazo que me motiva y recuerda que detrás de cada
detalle existe el suficiente alivio para empezar nuevas búsquedas.

A mis familiares, viejos amigos y a quienes recién se sumaron a mi vida para hacerme
compañía con sus sonrisas de ánimo, en especial a ti Negra, porque a lo largo de este
trabajo aprendimos que nuestras diferencias se convierten en riqueza cuando existe
respeto y verdadero amor.

RESUMEN

Este trabajo comienza describiendo la realidad turística en nuestro país que ha
ido incrementando cada vez más, con lo que se ha visto la necesidad de promocionar
los diferentes sitios turísticos; el cantón Tulcán posee una variedad de atractivos de
orden natural y cultural convirtiéndolo en un potencial turístico. Sin embargo estos
recursos no han sido utilizados adecuadamente, debido a la falta de promoción y
difusión de los mismos, conjuntamente con la carencia de materiales informativos
y la infraestructura turística existente no es suficiente para el desarrollo turístico de
este lugar. Por lo tanto es necesario el diseño de un Plan de Marketing Turístico,
que nos permita conocer la realidad del Cantón, proponer soluciones para utilizar
eficazmente sus recursos, con una adecuada difusión y promoción de los mismos.

Palabras Claves: Sitios turísticos, Cantón Tulcán, Falta de promoción y



ABSTRACT

This paper begins by describing the reality of tourism in our country that has been increasing more and more, which has been the need to promote various tourist sites, the canton Tulcán has a variety of attractive natural and cultural order making it a potential tourism. However, these resources have not been used properly, due to lack of promotion and dissemination of the same, together with the lack of informational and existing tourism infrastructure is not sufficient for the development of tourism in this place. Therefore it is necessary to design a Tourism Marketing Plan that allows us to know the reality of Canton, propose solutions to use its resources effectively, with adequate dissemination and promotion thereof.

Keywords: Tourist sites, Cantón Tulcán, Lack of promotion and Broadcasting, Tourism Marketing Plan.

INTRODUCCIÓN

El siguiente Plan de Marketing del Cantón Tulcán, cuenta con los siguientes análisis e información:

El primer capítulo está conformado por Antecedentes, que contiene información Y ejemplo de diferentes tesis realizadas. Además contiene el Contexto que nos da información resumida del cantón Tulcán, Definición de Atractivos turísticos, historia del turismo, tipos de turismo entre otros.

En el segundo capítulo denominado Análisis de Involucrados, se detalla la información mediante un cuadro donde nos da a conocer cuáles son los involucrados directos e indirectos del presente proyecto.

El tercer capítulo contiene los Problemas y Objetivos que suscitan a realizar este proyecto, Diagnóstico Situacional

Actual, el cual se indica en cuadros conceptuales, nos indica las Causas, Problema Central y Efectos tanto del Árbol de Problemas como de Objetivos.

En el cuarto capítulo se realizó un Cuadro de Matriz de Análisis de Alternativas mediante una calificación y categoría del análisis obtenido, de una buena o mala calificación, de igual manera se realizó diferentes cuadros tanto de una Matriz de análisis de impacto de los objetivos como un Diagrama de estrategias y la Matriz de Marco Lógico, para llegar a sacar conclusiones importantes del proyecto a realizar.

El quinto capítulo está conformado por la **Propuesta** de los Antecedentes como un Plan de Marketing a presentar para que existe mejor acogida de turistas tanto nacionales como extranjeros para la visita de los diferentes atractivos que posee el cantón Tulcán, La descripción de las herramientas a utilizar, la cual se plantea Medios Gráficos o Publicidades para mejorar la actividad turística y crecimiento de ella mismo. La cual se indicara porque medios vamos a dar a conocer los diferentes atractivos que ofrece Cantón Tulcán.

En el sexto capítulo se establece el Presupuesto del Plan de Marketing, en el cual constan los medios de Gráficos o comunicación seleccionados para promocionar los diferentes atractivos que posee el cantón.

El séptimo capítulo comprende las Conclusiones y Recomendaciones, dirigidas a las autoridades del cantón, con el fin de mejorar la actividad turística e incrementar el desarrollo económico y social del Cantón Tulcán.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES:

Tema: “Plan De Marketing Para El Desarrollo Turístico Del Cantón Espejo, Provincia Del Carchi

Autor: Mónica Pilar Tito Chiguano

Año: Marzo - 2010

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Conclusiones: La Metodología De Estas Tesis Aportara En El Desarrollo Del Presente Proyecto, Ya Que Por Medio De Ellos Vamos A Captar De Mejor Manera Cada Uno De Los Capítulos A Realizar.

Tema: Plan De Desarrollo Turístico Del Cantón San Miguel De Urcuquí, Provincia De Imbabura.

Autor: Paulina Alexandra Almeida Torres

Año: Marzo - 2008

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Conclusiones: La Metodología De Estas Tesis Aportara En El Desarrollo Del Presente Proyecto, Ya Que Por Medio De Ellos Vamos A Captar De Mejor Manera Cada Uno De Los Capítulos A Realizar.

Tema: Plan De Marketing Turístico Del Santuario De Vida Silvestre Cantalapiedra

Autor: Campos Salgado, Alejandra Giovanna

Año: Junio – 2010

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Conclusiones: La Metodología De Estas Tesis Aportara En El Desarrollo Del Presente Proyecto, Ya Que Por Medio De Ellos Vamos A Captar De Mejor Manera Cada Uno De Los Capítulos A Realizar.

Tema: Plan Estratégico Para El Desarrollo Turístico De La Comunidad De Quilatoa - Jatalo Al Pie De La Laguna

Autor: Bleggi Kieniewicz, Juan

Año: Noviembre – 2006

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Conclusiones: La Metodología De Estas Tesis Aportara En El Desarrollo Del Presente Proyecto, Ya Que Por Medio De Ellos Vamos A Captar De Mejor Manera Cada Uno De Los Capítulos A Realizar.

1.1. Contexto:

TULCÁN

Ubicación:

Tulcán, es la ciudad capital de la provincia de Carchi. Se encuentra ubicada en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia, a 00° 44' de latitud norte y 77° 43' de longitud occidental, a una altura de 2.980 msnm, constituyéndose en la capital de provincia más alta del Ecuador, manteniendo un clima de frío andino.

Población:

Su población es de 86.498 habitantes. La ciudad y cantón forman parte de la conurbación binacional Tulcán-Ipiales en donde viven 196.630 habitantes, aunque estas cifras podrían ser más elevadas ya que la cifra dada para la municipalidad de Ipiales corresponde al censo 2005 y la del cantón Tulcán al censo 2010. Según estimaciones para el 2012 la población metropolitana de ambas ciudades aglomeradas es alrededor de 220.000 de habitantes, y es por tanto el área metropolitana fronteriza más poblada del lado ecuatoriano y la segunda más poblada del lado colombiano (el área metropolitana de Cúcuta es más poblada del lado colombiano).

División Política:

En la zona urbana se encuentran las parroquias: González Suárez, Tulcán y Julio Andrade. Aunque su área urbana es pequeña, está densamente habitada, en un 47 por ciento de población cantonal.

Las parroquias rurales del cantón Tulcán son:

- Julio Andrade (La Orejuela)
- El Carmelo (Pun)

- Maldonado
- Pióter
- Tobar Donoso
- Tufiño
- Urbina
- Santa Martha de Cuba ➤ Chical.

Historia:

Tulcán se asienta hoy en lo que fue territorio de la nación Pasto, de origen Caribe, que se extendió entre el norte del valle del Chota (río Mira) y el sur de Pasto (entre los ríos Angasmayo y Guáytara), en Colombia. Esta zona fue rica en culturas preincaicas como la Tuza, Huaca, Tuncahuán, Capulí, negativo del Carchi y Pasto. Tulcán fue resultado de reducción de dos pueblos aborígenes por parte de los españoles en el siglo XVI, reagrupando las poblaciones de Tulcanquer y Taques para facilitar su adoctrinamiento y se asentaron alrededor de la plaza central y su iglesia (Ponce de León, 1582 citado en Municipio de Tulcán, 2.003:19).

En tiempos de la independencia y de la república, los tulcanes y carchenses pusieron muchos hombres para las tropas grancolombianas, sirviendo de base para las operaciones de los ejércitos y teniendo que vivir dos guerras con Colombia: el 31 de julio de 1862 y el 6 de diciembre de 1893 por razones políticas.

Tulcán fue reconocido como Cantón el 11 de abril de 1851. Ha venido transformando sus estructuras sociales, culturales, económicas, urbanísticas, etc. sufriendo modificaciones a

lo largo de estos casi 154 años de existencia cantonal. Los datos más próximos permiten deducir que la ciudad de Tulcán en el año 1900 tenía ocupando apenas doscientos cincuenta casas de las cuales una veintena eran de dos plantas, el resto casitas y mediaguas de una sola planta cubiertas de paja o de teja, paredes de tapiales o bahareque, calles de tierra y de piedra en mínima parte. No había el transporte motorizado y la ciudad ocupaba seis hectáreas de las doscientas actuales. Hoy, cuando se ha sobrepasado el año 2000, Tulcán presenta características muy diferentes: modernas construcciones, calles en su mayor parte adoquinadas, edificios de varias plantas, todos los servicios básicos y una amplia infraestructura hotelera.

Geografía:

Tulcán se encuentra ubicada; en una meseta rodeada de granjas agrícolas y parcelas que le dan un colorido único creando un mosaico de colores muy característico de la zona Andina. Su clima es fresco debido a que se encuentra en la meseta andina a diferencia de otras ciudades de la Sierra que se encuentran en valles. La zona urbana, de reciente crecimiento y expansión está constituida en su mayoría por casas y edificaciones de hormigón armado además cuenta con edificaciones modernas en su mayoría en lo referente a infraestructura hotelera, sin embargo, con una distribución de la ciudad poco funcional, que no permite fluidez vehicular debido a su constante crecimiento. Cuenta con varias zonas comerciales que por lo general cuentan con construcciones de tres y cuatro pisos, además de sus muchos destinos turísticos.

En la actualidad, la ciudad se encuentra en expansión especialmente en el sector suroccidental, debido al eje de desarrollo generado por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en dicho sector. Otro sector de desarrollo futuro es el noroccidental, generado

por el nuevo hospital, el paso lateral a construirse y la nueva terminal de transporte terrestre.

Clima:

Altitud y clima

Altitud: 2980 metros

Clima: De 5 a 15 grados centígrados **Economía:**

El comercio desde el puente de Rumichaca, puerta que une comercial y turísticamente a Ecuador y Colombia, las aduanas registran un fuerte intercambio: carros recién ensamblados, productos agrícolas y ropa, van y vienen, durante los 365 días del año. En la ciudad el comercio es aún intenso, especialmente los días jueves y domingos, considerados de feria.

En lo que respecta a la agricultura, es una de las principales actividades que genera recursos para los habitantes tucaneños; entre los productos que mejor se cultivan están: la papa (que junto a la producción de los demás cantones de la provincia, generan el 40% de la provisión nacional del tubérculo), fréjol, arveja, maíz, trigo, cebada, avena, haba; al noroccidente yuca, plátano, banano y frutas tropicales.

En cuanto a Ganadería se produce preferentemente ganado vacuno, porcino y ovino. En minería existen yacimientos de azufre en Tufiño y oro en pequeñísimas cantidades en la parroquia de Tobar Donoso. En la Industria se dedican principalmente a la elaboración de productos lácteos y alimenticios.

Comercio y turismo de compras

Al ser Tulcán una ciudad eminentemente comercial, la principal motivación para visitarla es la de hacer compras o establecer transacciones de negocios. Tradicionalmente desde hace muchos años ha habido un fuerte movimiento en intercambio de mercaderías entre Ecuador y Colombia por esta frontera, por lo que el flujo de personas ha sido constante aunque con altibajos por la oscilación de la devaluación monetaria a ambos lados de la frontera, por razones políticas o de orden público.

Atractivos Turísticos

Definición:

Una atracción turística, o atractivo turístico, es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural exhibido o inherente, significancia histórica, belleza artificial o natural, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la diversión y recreación.

La atraktividad es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera tanto actividad económica conexa (hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros) como desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (aeropuertos, rutas, señalización, etc.).

Ejemplos de atractivos turísticos

Algunos ejemplos de atractivos turísticos son:

- Bosques, parques nacionales y reservas de la flora y la fauna.
- Comunidades de diferentes etnias.

- Construcciones y estructuras (antiguas prisiones, bibliotecas, castillos, puentes, rascacielos, entre otros) y lugares históricos.
- Eventos culturales y deportivos.
- Galerías de arte y museos.
- Jardines botánicos y zoológicos.
- Monumentos.
- Parques temáticos.
- Trenes históricos.

Origen:

Si bien muchos de los atractivos turísticos tienen origen en el valor cultural, histórico o natural en sí mismo, hay casos donde el origen lo da un fenómeno inexplicable como el sitio cercano a Roswell (Nuevo México, Estados Unidos), que se convirtió en una atracción turística luego de la supuesta caída de un OVNI en la zona; el Lago Ness (Escocia), a partir de los avistajes de un supuesto monstruo en sus aguas, o también las casas o sitios «embruados» que dan lugar a visitas.

Clasificación:

Los atractivos turísticos se clasifican en:

- Acontecimientos programados: Artísticos (festival de cine); carnavales; eventos deportivos y multideportivos (juegos olímpicos); exposiciones y ferias; juegos.

- Folclore: artesanías y artes populares, creencias populares y manifestaciones religiosas, danza y música, ferias y mercados, gastronomía (bebidas y comidas típicas); grupos étnicos; arquitectura popular y espontánea.
- Museos y manifestaciones culturales históricas: Galerías de arte y museos, obras de arte y técnica; lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos.
- Realizaciones artísticas, científicas o técnicas contemporáneas: Explotaciones agropecuarias, explotaciones industriales, explotaciones mineras; obras de arte; centros científicos y técnicos; técnica.
- Sitios naturales: Balnearios y costas, montañas, planicies; caídas de agua, lagos, lagunas y esteros, ríos y arroyos; cavernas y grutas; lugares de caza y pesca, lugares de observación de flora y fauna: caminos y senderos pintorescos, parques nacionales y reservas de flora y fauna; termas.

Turismo.

Definición:

Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

Historia Breve Del Turismo

La Edad Media acabó con el turismo incipiente, salvo si incluimos las actividades de cruzadas como la única forma posible de viajar por Europa y el Oriente Próximo.

Durante el Renacimiento los señores e intelectuales humanistas redescubrieron el gusto al reposo. Los aristócratas, los ricos mercaderes y banqueros se hicieron construir residencias en el campo.

Durante muchos siglos los turistas se desplazaban a poca distancia de la ciudad y fue en el siglo XVIII cuando las familias ricas británicas mandaban a sus hijos al "gran tour" alrededor de Europa durante dos o tres años para ampliar los estudios de sus congéneres.

Después de la Primera Guerra Mundial el turismo se pudo desarrollar más ya que hubo medidas de carácter social enfocadas principalmente a los jóvenes con tal de promocionar el turismo popular.

Fue no obstante el final de la Segunda Guerra Mundial el momento de la aparición del "boom turístico", asociado con el fenómeno del turismo de masas. Los años cincuenta con la generalización de las vacaciones pagadas, la mejora en los sistemas de transporte y el aumento de la renta per cápita en los países europeos fueron los factores que impulsaron 'hacer turismo'.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) define al turismo como el desplazamiento fuera de la residencia habitual por un periodo consecutivo inferior a un año y por actividades no remuneradas. Hay estados que incluyen dentro del "turista" al excursionista, que sería el turista que está menos de 24 horas fuera de la residencia habitual.

Tipos De Turismo:

Turismo de sol y playa: es el turismo por excelencia y el más masificado. En España se realiza principalmente en la temporada estival, aunque existen destinos soleados durante todo el año.

- **Turismo cultural:** es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

- **Turismo rural:** se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

- **Ecoturismo:** se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales.

- **Turismo de salud:** está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

- **Turismo deportivo y de aventura:** tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte.

- **Turismo gastronómico:** se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas.

- **Turismo de ayuda humanitaria:** está destinado a las personas que viajan con la intención de colaborar en proyectos sociales o con organizaciones no gubernamentales. Suelen ser viajes a países pobres, del tercer mundo o en vías de desarrollo.

- **Los cruceros:** son una fórmula de vacaciones muy completa, porque ofrecen la posibilidad de visitar varios lugares en un periodo corto de tiempo a bordo de un hotel flotante. Generalmente, son viajes muy programados.

IMPORTANCIA DEL TURISMO:

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de la tercera edad, de parejas, de amigos, etc.

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. Obviamente, hay regiones en el mundo que están catalogadas como algunos de los puntos de turismo más importantes o dinámicos mientras que otros no, y

esto tendrá que ver con la atención que cada país puede prestarle a esta actividad, creando más posibilidades para que los visitantes disfruten.

Por otro lado, el turismo tiene otro pilar que podemos denominar sociocultural. Aquí, la importancia del turismo residirá en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. Si bien todos estos datos pueden conocerse a través de enciclopedias, mapas y fotos, es sólo a través del turismo que la persona puede interactuar directamente con esas realidades diferentes a las que uno acostumbra a experimentar, pudiendo así enriquecer su propia cultura y experiencia personal.

1.2. Justificación

La actividad turística a nivel mundial ha crecido gradualmente, y se está reconociendo al turismo como una fuente de ingreso para un país, la cual requiere acciones y programas específicos y complementarios para su desarrollo. En nuestro país al turismo se lo considera uno de los principales ejes productivos, que benefician a la población mejorando su calidad de vida.

El Cantón Tulcán tiene una oportunidad evidente dentro del turismo por su riqueza tanto natural como cultural y fronteriza, lo que hace que el trabajo de investigación planteado tenga importancia para conocer cuál es la demanda que existe en el lugar y de esta manera poder promocionar y difundir los atractivos, lo que permitirá posicionarlos en el mercado, además que se busca incrementar el número de visitantes.

Al desarrollar este plan de marketing se da un paso para el desarrollo turístico de toda la zona, que brindará beneficios a la comunidad y a la provincia, ya que por medio del

presente abra más acogida de turista y nuevas alternativas de viaje y fuentes trabajo y alcanzará un mejor nivel económico a más de afianzar su identidad y tradiciones.

1.3. Referencia del problema

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado.

Así mismo, ofrece atractivos históricos como Quito, gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones.

Tulcán, es la ciudad capital de la provincia de Carchi. Se encuentra **ubicada** en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia, a 00° 44' de latitud norte y 77° 43' de longitud occidental, a una altura de 2.980 msnm, constituyéndose en la capital de provincia más alta del Ecuador, manteniendo un clima de frío andino.

El turismo en el país se ha ido incrementando cada vez más, con lo que se ha visto la necesidad de promocionar los diferentes sitios turísticos; el cantón Tulcán posee una variedad de atractivos de orden natural y cultural convirtiéndolo en un potencial turístico.

Estos recursos no han sido utilizados adecuadamente, debido a la falta de promoción y difusión de los mismos, conjuntamente con la carencia de materiales informativos y la infraestructura turística existente no es suficiente para el desarrollo turístico de este lugar.

Por lo tanto es necesario el diseño de un Plan de Marketing Turístico, que nos permita conocer la realidad del Cantón Tulcán, proponer soluciones para utilizar eficazmente sus recursos, con una adecuada difusión y promoción de los mismos.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

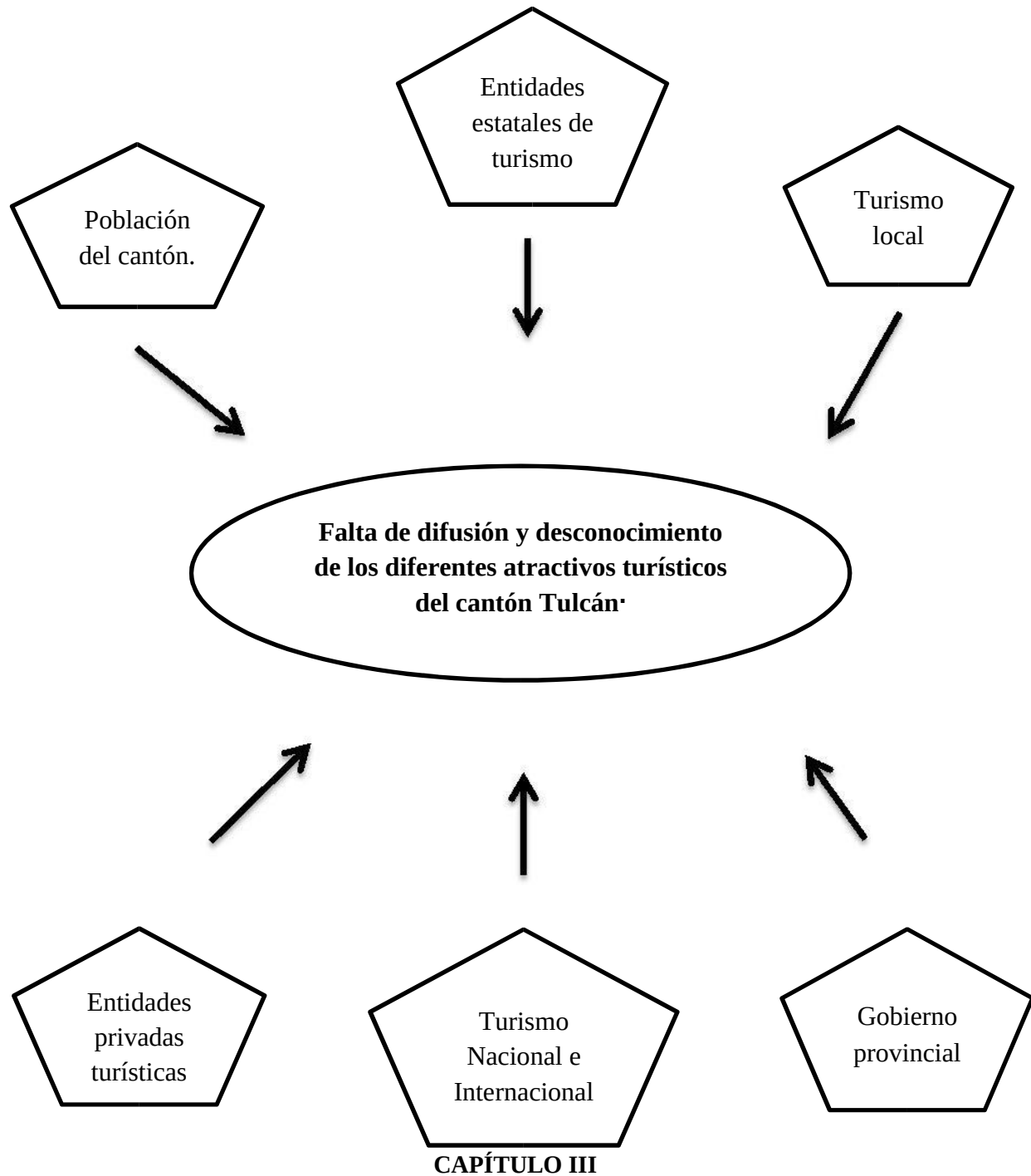
Numero	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Observación
1	Población del cantón.		Son los actuales y futuros demandantes del proyecto, como principales beneficiarios brindarán la información necesaria sobre la problemática de sus pueblos ante la falta y/o ausencia de ingresos adicionales complementarios del turismo a efectos de cubrir sus principales necesidades básicas.
2		Turismo local	Nuevas alternativas de visita.
3	Entidades estatales de turismo		Son los responsables de validar los alcances del proyecto, identificar las rutas turísticas de cada distrito de la región, así como asegurar la viabilidad y permanencia en el tiempo de forma auto sostenible.
4	Gobierno provincial		Es la entidad co-financiadora de las acciones de formulación, ejecución, y Supervisión de los proyectos y obras de Programas Turísticos en el cantón Tulcan.
5	Entidades privadas turísticas		Los dueños pueden asesorar y capacitar en el proyecto

6		Turismo Nacional e Internacional	Nuevas alternativas de vista y atractivos por conocer.
---	--	----------------------------------	--

Elaborado: Jorge Montenegro

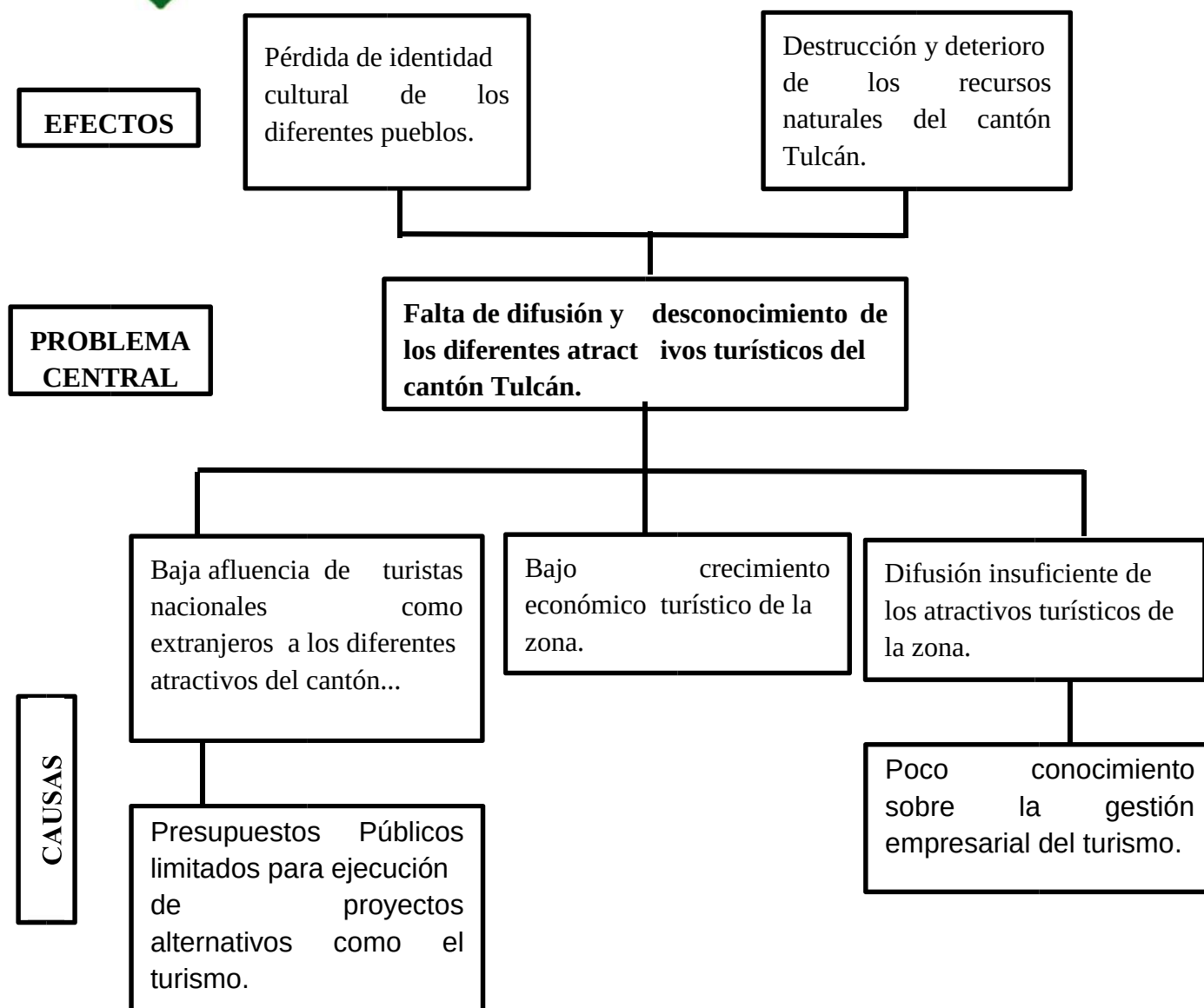
TULCÁN Y SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS: PLAN DE MARKETING PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI

2.1 Mapa de Involucrados

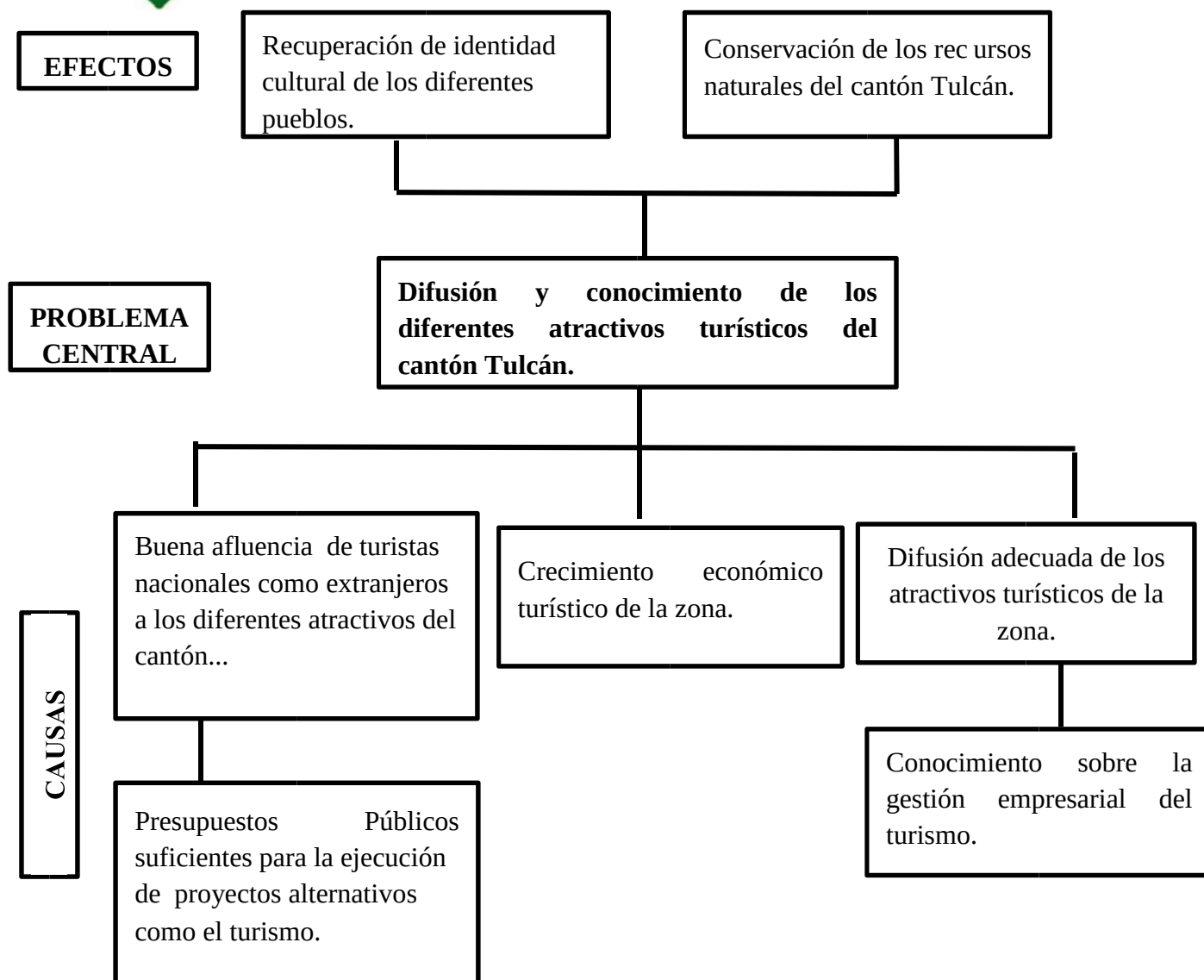


3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.1 Árbol de Problemas



3.2 Árbol de Objetivos



CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.1 Matriz de Análisis de Alternativas

Objetivos	Impacto propósito	Impacto técnico	Impacto financiera	Impacto social	Impacto político	Total	Categoría
Buena afluencia de turistas nacionales como extranjeros a los diferentes atractivos del cantón...	4	4	3	3	2	16	ALTA
Crecimiento económico turístico de la zona.	3	3	2	2	3	13	MEDIA ALTA
Difusión adecuada de los atractivos turísticos de la zona.	2	3	3	3	3	14	MEDIA ALTA
Presupuestos Públicos suficientes para la ejecución de	4	3	2	3	2	14	MEDIA ALTA

proyectos alternativos							
como el turismo.							
Conocimiento sobre la gestión empresarial del turismo.	3	4	2	3	3	15	MEDIA ALTA
TOTAL	16	17	12	14	13	72	

Explicación: De acuerdo al análisis realizado se puede apreciar que el objetivo 1 tiene un valor de categoría ALTA, por encontrarse en un rango de 16-25; mientras que los objetivos 2,3, 4, y 5 tienen una categoría sólo de MEDIA ALTA, por estar en un rango de calificación de 11-15.

4.2 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto en género	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad
-----------	--------------------------	-------------------	-------------------	------------	----------------

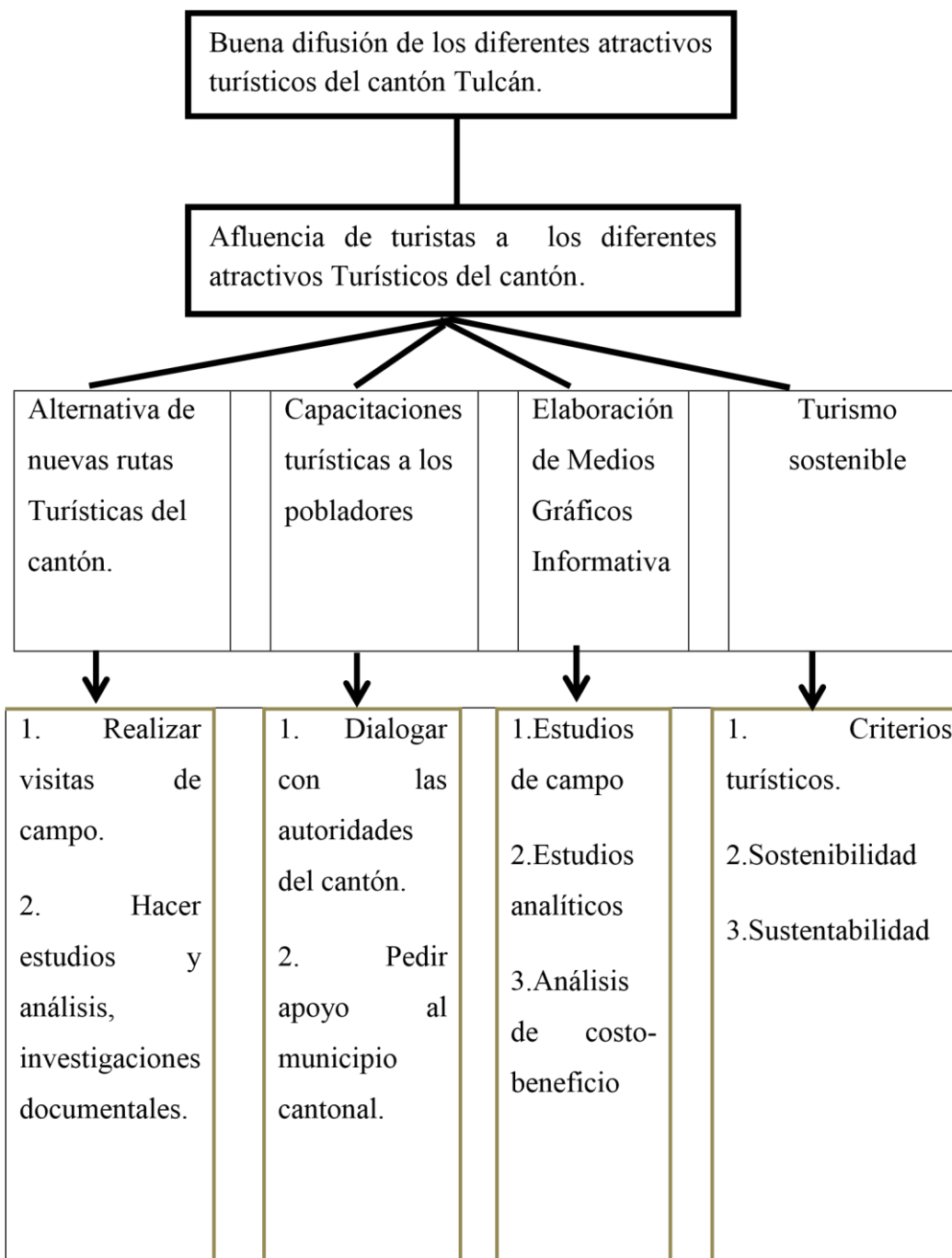
Buena afluencia de turistas nacionales como extranjeros a los diferentes atractivos del cantón...	Con apoyo de la población y encuestas realizadas, nos da la información para levantar nuevas alternativas o rutas turísticas.	Los turistas y población en general, podrá valorar la riqueza natural existente	Visitas turísticas tanto turistas nacionales como extranjeros. En este aspecto puede afectar el proyecto si no se le da una visión del turismo sostenible al mismo.	Es importante brindar a los turistas nuevas alternativas de rutas turísticas y atractivos turísticos.	Por medios sitios antes nombrados, se podrá difundir los atractivos existentes y dar a conocer los nuevos atractivos. Siempre y cuando se dé un valor de conservación a las áreas naturales
Crecimiento o económico turístico de la zona.	Por medio de la ayuda de entidades públicas en la presente propuesta se tendrá buena acogida de turistas al cantón.	Motivará las ideas emprendedoras en visitar nuevas rutas turísticas, como negocios nuevos.	Incluyendo dentro del folleto buenas prácticas ambientales y su importancia dentro de las áreas, se logrará dar crecimiento y	Porque generará el interés social, especialmente en entidades turísticas, para visitar estos lugares	Fomentará el turismo sostenible, la preservación de las áreas y el levantamiento de nuevas.

			sostenibilidad al proyecto a realizar.		
Difusión adecuada de los atractivos turísticos de la zona.	La realización de la propuesta permite propagar los atractivos especiales de cada lugar	Por el escaso conocimiento, ciertos pobladores no permiten el ingreso a ciertos lugares	Afluencia turística en masa. Igualmente hay que tomar medidas para la conservación de las áreas naturales	Mediante un Folleto informativo de los lugares turísticos dará a conocer cada lugar o zona a ser visitado por los turistas.	Indica los recursos únicos de cada lugar Al igual que su forma de preservación

Presupuestos Públicos suficientes para la ejecución de proyectos alternativos como el turismo.	Por medio de la ayuda de entidades del sector se podrá establecer estrategias nuevas para crecer la visita de los atractivos de la zona.	Reflexión del daño aplicado a los recursos del sector	Mantenimiento y preservación de todo que rodea a cantón Tulcán.	Elevará el grado de conciencia social en el cuidado del entorno natural	Proponer medidas de conservación natural de los atractivos turísticos.
--	--	---	---	---	--

Conocimiento sobre la gestión empresarial del turismo.	Contar con gente capaz, conocedora en el ámbito turístico. Con el apoyo de las autoridades locales que son quienes pueden contribuir en este aspecto.	Nuevas expectativas e ideas para el desarrollo del turismo	Ideas motivadoras para conservar lo que se posee Incluir en la capacitación la importancia de buenas prácticas ambientales	Con una adecuada preparación en la población, se tendrá gente dispuesta a fomentar el turismo en la localidad	Fomentar, desarrollar conocimientos turísticos y de conservación del medio ambiente en cada lugar turístico.
--	---	--	--	--	--

4.3 Diagrama de Estrategias



4.4 Matriz de Marco Lógico

Descripción	Indicadores	Medios De Verificación	Supuestos
FINALIDAD: Dar a conocer tanto los atractivos turísticos como Incrementar el Ingreso de turistas nacionales y extranjeros.	Crecimiento Económico tanto para el cantón Tulcán como para la Provincia del Carchi.	EL Cantón va estar en Desarrollo y crecimiento.	Va a existir apoyo por parte de todas las autoridades del cantón. Que exista afluencia turística

PROPÓSITOS: Mediante un folleto dar a conocer los atractivos de la zona. Servicios turísticos adecuados. Capacitación a la población del sector.	Satisfacción por la visita de turistas al Cantón.	Buena afluencia de turistas Tanto Nacionales como Extranjeros	Que los turistas tengan interés en ir al Cantón Tulcan. Dar a conocer nuevas rutas turísticas para los turistas.
--	--	--	---

TULCÁN Y SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS: PLAN DE MARKETING PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI

27

COMPONENTES: Apoyo Económico. Apoyo por parte de las Autoridades. Buena infraestructura.	Permitirá tener una mejora en la parte de dar a conocer los atractivos x medio de los pobladores mediante su capacitación Buena estrategia de Marketing para el desarrollo del Cantón	Buena infraestructura del sector. Excelente publicidad de los diferentes atractivos del Cantón.	Tener convenios con diferentes entidades turísticas como agencias de viajes, hoteles, instituciones Educativas etc.
--	--	--	--

ACTIVIDADES: Enlistar los Atractivos Turísticos ya conocidos y los posibles nuevos. Análisis de cada lugar seleccionado Traslado a los sitios de interés Hacer el estudio de campo Estudio de factibilidad de cada lugar, a través de información documental, observación, etc...	Tener recopilado buena información. Mantener al personal actualizado.	Buenos resultados Tener respuestas inmediatas Compromiso tanto laboral como bueno vista.	Que se emitan el apoyo del gobierno.
--	---	---	---

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)

Plan de marketing turístico

Todo Plan, propuesta o proyecto requiere de un proceso planificado de conceptos, parámetros, indicadores y demás elementos que permitan justificar y sustentar los objetivos a los cuales están encaminados.

El turismo es una actividad eminentemente económica que se convierte en una herramienta de desarrollo en cualquier lugar del mundo. Manejar una propuesta de Marketing Turístico que permita aprovechar los recursos turísticos es una prioridad y a la vez una necesidad dentro de los Planes de Desarrollo del Estado Moderno.

Definición del plan de marketing

Se entiende por Plan de Marketing Turístico, todos aquellos elementos que permiten sustentar una propuesta de trabajo para crear planes de Desarrollo, Proyectos, Presupuestos, Normas de Conducta, Programas de Acción, Divulgaciones y Comercialización del o los objetos Turísticos.

Los mínimos requerimientos de un “Plan de Marketing Turístico” son:

- Un documento de sustento.
- Objetivos y propuestas específicas
- Estrategias y por sobre todo un cronograma elaborado

En el marketing Turístico hay que tener cuidado en que se satisfaga al visitante y se obtenga el beneficio adecuado en una actitud íntima y recíproca, dependiente la una de la otra, de esta aseveración se deduce que en el Marketing Turístico se deberá: lograr la máxima satisfacción del visitante que sea compatible con un aceptable beneficio para el Estado.

Es por ello importante que las políticas del sector público y privado estén claramente definidas y estrechamente relacionadas con los prestadores de servicios turísticos.

Es necesario entender que el Marketing como tal procura la venta de productos físicos, es decir productos tangibles, si bien es cierto el Marketing y el Marketing Turístico se apoyan en los mismos principios existen diferencias importantes en consecuencia de los servicios que cada uno vende, lo cual deberíamos conocer.

5.2 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)

Medios Gráficos

El beneficio de los medios gráficos es que son de fácil distribución y además que sus costos son bajos, los cuales contendrán información del cantón acerca de los atractivos turísticos de la zona e información relevante para el turista; por tanto se ha seleccionado los siguientes medios gráficos:

Trípticos: material impreso distribuido en tres hojas, unidas de modo que puedan doblarse las de los lados sobre la del centro, en el cual contendrá información clara y precisa del cantón y sus atractivos, además se utilizará imágenes e ilustraciones de las mismas.

Afiches: Es un medio impreso masivo cuyo objetivo es llamar la atención al observador.

Flyers: Es un material impreso, en una hoja donde se coloca datos relevantes acerca del destino turístico a promocionar.

5.3 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta.

Para llegar a promocionar nuestros medios gráficos como trípticos, Afiches, Flyers de los diferentes atractivos que cuentan la provincia del Carchi y el cantón Tulcán y con la ayuda del gobierno provincial y cantonal serán:

- Los medios escogidos a distribuirse sería: el Comercio y diario La Hora, ya que son diarios de circulación nacional y provincial con mayor cobertura y venta.
- En el periódico El Comercio con cobertura nacional, se realizara la publicidad semestralmente los días domingos como aporte y opciones de viaje para el turista tanto nacional como extranjeros en lo cual se dará a conocer los diferentes atractivos, ubicación, vías de acceso del cantón y sus lugares a visitar.
- De igual manera se incluirá la distribución de estos medios gráficos en diferentes revistas a nivel nacional, y provincial como el diario la nación, la Hora ya que son periódicos vendidos en la provincia.
- Por medio de agencias de viajes para que realicen paquetes y ofertas como nuevas rutas a visitar los diferentes atractivos que ofrece el cantón Tulcán.
- Distribuir en todas las hosterías, hoteles o complejos turísticos que posee el cantón Tulcán.

- Mediante un Stand promocionar en las diferentes ferias que organiza el ministerio de turismo y el gobierno del cantón.

CAPÍTULO VI

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Recursos:

- Investigador
- Encuestador
- Comunidad
- Turistas
- Tutor
- Lector

6.2 Presupuesto:

Rubros	Costo total
Impresiones de entrega de cada capítulo del proyecto.	5,00
Copias	7,00
Resma de papel	5,00
Empastados	20,00
Internet	30,00
Cd	3,00
Movilización	30,00
Medios Gráficos	40,00
Alimentación	15,00
Alojamiento	20,00
Total	175,00

6.3 Cronograma:

Actividades por meses

Actividades	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Presentación tema	X																			
Aprobación del tema		X																		
Asignación tutor			X																	
Desarrollo cap. I y II					X	X														
Corrección capítulos							X		X											
Desarrollo cap. III y IV												X		X						
Corrección capítulos																	X			

Actividades	Septiembre				Octubre			
Desarrollo del capítulo V , VI y VII	X							
Presentación para corrección		X						
Presentación de borrador para tutor				X				
Presentación completa tesis (lector)					X			
Seminario de Graduación						X		
Entrega de Empastado						X		
Sustentación de la tesis							X	

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- La Ciudad de Tulcán cuenta con aproximadamente 25 atractivos turísticos tanto urbanos como rurales los mismos que son de gran importancia para el Cantón, pero debido a que muchos de ellos están deteriorados por lo que ya no representan un atractivo para el turista, se avisto la necesitan de realizar un Plan de Marketing estratégico para el buen desarrollo de sus atractivos.
- Tulcán es una ciudad conocida netamente por el Cementerio, lo cual hace que los turistas se enfoquen únicamente en este atractivo y no se motiven por visitar otros atractivos que son verdaderamente hermosos y de gran importancia, permitiendo así que crezca la actividad turística en el sector.
- La ciudad de Tulcán cuenta con una planta turística suficiente para satisfacer las necesidades de sus habitantes y de los turistas que visitan la ciudad: 27 establecimientos para alojamiento, 56 establecimientos para alimentación, y 19 para diversión y esparcimiento.
- Para las autoridades del cantón Tulcán en lo que se refiere al sector turístico están de acuerdo con la realización de un Plan de Marketing Estratégico, son conscientes que con un acertado Plan de Marketing va a mejorar la imagen de la ciudad así como también el crecimiento de Turistas tanto Nacionales como Extranjeros, para que visiten los diferentes atractivos turísticos que ofrece el mismo.

- El estado de la Panamericana Norte la cual constituye la vía principal para acceder al Cantón Tulcán es de primer orden, al igual que las calles y avenidas dentro de la ciudad, en lo que tiene que ver a calles de las áreas rurales muchas de ellas están siendo asfaltadas, para que así tengan facilidad de visitar todos los atractivos que cuenta el cantón.
- El Cantón Tulcán cuenta con transporte intercantonal e interprovincial, por lo que los turistas pueden trasladarse sin ninguna dificultad tanto a parroquias urbanas como rurales.

7.2 Recomendaciones

- Es necesario que las autoridades de la Ciudad de Tulcán, emprendan campañas de Promoción y Difusión de los Atractivos Turísticos que el Cantón Tulcán posee, ya que únicamente a Tulcán se lo conoce es por el Cementerio más no por sus demás atractivos que son importantes y valen la pena ser visitados.
- Es obligación de las autoridades crear proyectos para el buen desarrollo de la actividad turística, esto es que la ciudad de Tulcán no únicamente se dedique a la actividad comercial sino también emprenda actividades dentro del sector turístico, y así el Turismo se convierta en una de las fuentes de ingresos económicos para la Ciudad y como no para la Provincia

- El Gobierno Municipal y la Jefatura de Turismo tendrían que emprender programas de capacitación y desarrollo para las comunidades, para que así de esta forma no se pierda su identidad tanto natural como cultural y sean ellos los encargados de transmitir una información veraz y oportuna a los turistas que visitan sus atractivos.
- Sugerir al Ministerio de Turismo publique datos referentes al comportamiento turístico del Cantón, para que sean estos una base para la realización de estudios posteriores, ya que el Ministerio de Turismo es la máxima entidad turística incluya dentro de las ciudades.
- Es muy importante la realización de un buen Plan de Marketing estratégico y capacitación a los habitantes del cantón Tulcán, capacitarles de los hermosos atractivos turísticos que poseen y que aún no han sido explotados en su totalidad, que ellos sean los portadores de atraer grandes corrientes turísticas y así hacer del Turismo una de las actividades más importantes de la Cantón de

Tulcán.

ANEXOS

ATRATIVOS TURÍSTICOS



FOTO 1 VOLCÁN CHILES



FOTO 2 LAGUNAS VERDES



FOTO 3 OBELISCO DE TULCÁN



FOTO 4 PARQUE ISIDRO AYORA



FOTO 5 IGLESIA CATEDRAL



FOTO 6 IGLESIA Y CONVENTO SAN FRANCISCO



FOTO 7 CASA DE ADUANAS



FOTO 8 PARQUE DE LA INDEPENDENCIA



FOTO 9 AGUAS HEDIONDAS



FOTO 10 BALNEARIO LOS TRES CHORROS



FOTO 11 MUSEO ARQUEOLÓGICO GERMÁN BASTIDAS VACA

CEMENTERIO JOSÉ MARÍA AZAEL FRANCO



FOTO 12



FOTO 13



FOTO 14



FOTO 15



FOTO 16



FOTO 17 BIBLIOGRAFÍA:

VALLADARES, Andrea (2008) Plan de marketing turístico para el posicionamientos del
parque recreacional y bosque protector Jerusalén, ubicado en el cantón Pedro

**TULCÁN Y SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS: PLAN DE MARKETING PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL
CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI**

Moncayo, en la parroquia de Malchingui, provincia de Pichincha, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador.

CASTILLO, Ligia (2012) Plan de marketing turístico para el centro de manejo de vida silvestre guayabilla, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Charles W. Lamb, Jr. / Joseph F. Hair, Jr./ Carl Mc Daniel (2008) Marketing, editorial Thomson 8a edición, pag 6, 39, 222.

MOYA, Karime (2008) Plan de marketing turístico para el posicionamiento en el mercado del cantón esmeraldas, provincia de esmeraldas, Universidad Tecnológica Equinoccial. Ecuador.

PÓLIT, Enith (2010) Plan de marketing turístico para la Franja norte de la Reserva Maquipucuna, Parroquia Nanegal, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, "El Ecoturismo como una alternativa económica sustentable, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS:

- www.dspace.espol.edu.ec
- repositorio.ute.edu.ec
- www.ame.gov.ec
- www.carchi.gov.ec
- <http://www.gmtulcan.gob.ec/>

- <http://www.viajandox.com/carchi/tulcan-canton.htm>