

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO

“Plan Estratégico para mejorar el Turismo en el caserío de Tufiño”

Tesis de grado previa la obtención del título de
Ingeniera en Turismo y Ecoturismo

AUTOR: Flor Lucía Vallejo Vallejos.

ASESOR: Eduardo Javier Pozo Burgos Mg.

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2013

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Flor Lucía Vallejo Vallejos con el número de cédula 040134667-1 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Plan Estratégico para mejorar el Turismo en el Caserío de Tufiño”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Eduardo Javier Pozo Burgos Mg.
Tulcán, Noviembre del 2013

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Turismo y Ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Flor Lucía Vallejo Vallejos con cédula de identidad número 040134667-1 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....
Flor Lucía Vallejo Vallejos
Tulcán, Noviembre de 2013.

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo, Flor Lucía Vallejo Vallejos, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, Noviembre de 2013.

Flor Lucía Vallejo Vallejos
CI 040134667-1

AGRADECIMIENTO.

En primer lugar agradezco a Dios por bendecirme y guiarme en cada paso que doy, y por permitirme culminar exitosamente este trabajo.

Agradezco a mi familia, por apoyarme y confiar en mí en cada propósito que me he planteado, dándome palabras de aliento para continuar y no desfallecer; También agradezco a quienes de manera incondicional supieron siempre darme fuerzas para seguir con mi carrera y así alcanzar la meta propuesta.

Mis agradecimientos a los docentes de la distinguida Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por transmitirme todos sus conocimientos en cuanto a Turismo se refieren, y por cada buen consejo para mi vida profesional.

Agradezco al Magister Javier Pozo, quien supo guiarme durante este proceso investigativo y al Ingeniero Gustavo Terán por su ayuda incondicional y conocimientos transmitidos para la culminación y presentación de este trabajo.

Flor Vallejo.

DEDICATORIA.

Con total agradecimiento, dedico este trabajo y todo mi esfuerzo a Dios y a mi familia; a mi madre Doris Lucía Vallejos, por su amor y apoyo incondicional durante mi vida diaria y estudiantil, a mis hermanos Fernanda y Alexander porque quiero ser un ejemplo para ellos, a mis queridos padres políticos Nelson Burbano y Gina Pozo, quienes siempre me han brindado su mano para ayudarme con el cuidado de mi hijo y apoyo durante este proceso, a mi amado esposo David Burbano, por su amor sincero, por su colaboración y porque ha sido mi fuerza para continuar siempre, y sobre todo a la luz de mi vida y eje principal de mis actos, mi hijo Juan David quien con sus risas, llantos y ocurrencias de cada día me ha dado la fortaleza para culminar este trabajo por él y para él. Gracias por todo los amo con todo mi corazón.

Flor Vallejo.

ÍNDICE.

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	- 1 -
ABSTRACT.....	- 2 -
TUKUYSHUK RANAKU.....	- 3 -
INTRODUCCIÓN.....	- 4 -
I. EL PROBLEMA.....	- 6 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 6 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 6 -

1.3. DELIMITACIÓN.....	- 7 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 7 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 9 -
1.5.1 Objetivo General.....	- 9 -
1.5.2 Objetivos Específicos.....	- 9 -
II.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 10 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 10 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 15 -
2.2.1. Constitución.....	- 15 -
2.2.2. Ley de Turismo.....	- 18 -
2.2.3. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.....	- 20 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	- 24 -
2.3.1. HUMANO.....	- 24 -
2.3.2. TURÍSTICO.....	- 24 -
2.3.3. SOCIO ECONÓMICO.....	- 25 -
2.3.4. AMBIENTAL.....	- 25 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	- 26 -

2.4.1. Planes Estratégico.....	- 26 -
2.4.2. Actividades Turísticas.....	- 36 -
2.4.3. Descripción estructural de planes estratégicos.....	- 51 -
2.5. IDEA A DEFENDER.....	- 55 -
2.6. VARIABLES.....	- 56 -
III.METODOLOGÍA.....	- 57 -
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 57 -
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 58 -
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 60 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 62 -
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 64 -
3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 66 -
3.6.1. Análisis de resultados.....	- 67 -
3.6.2. Interpretación de datos.....	- 89 -
3.6.3. Validación de la idea a defender.....	- 93 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 94 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 94 -

4.2. RECOMENDACIONES.	- 95 -
V. PROPUESTA.....	- 96 -
ÍNDICE GENERAL.....	- 96 -
PRESENTACIÓN.....	- 97 -
1.- FILOSOFÍA DE ACTUACIÓN. POLÍTICAS. JUSTIFICACIÓN.....	- 98 -
1.1. FILOSOFÍA DE ACTUACIÓN.....	- 98 -
1.2. POLÍTICAS.-	- 98 -
1.3. JUSTIFICACIÓN.-	- 99 -
1.4. MISIÓN.-	- 100 -
1.5. VISIÓN.-	- 100 -
2.- ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL ENTORNO.....	- 100 -
2.1. ANÁLISIS EXTERNO.....	- 100 -
2.1.1. ANÁLISIS SITUACIÓN TERRITORIAL.....	- 100 -
2.1.2. ANÁLISIS SOCIOLÓGICO.....	- 107 -
2.1.3. ANÁLISIS SITUACIÓN ECONÓMICA DEL CASERÍO DE TUFÍÑO....	- 111 -
2.1.4. ANÁLISIS SITUACIÓN POLÍTICA.....	- 116 -
2.1.5. ANÁLISIS DESARROLLO TECNOLÓGICO.....	- 116 -

2.1.6. ANÁLISIS DE NORMATIVAS Y LEYES DEL SECTOR TURÍSTICO.....	- 117 -
2.1.7. ANÁLISIS ESTUDIOS OFERTA Y DEMANDA EN EL CASERÍO.....	- 121 -
2.2. ANÁLISIS INTERNO.....	- 122 -
2.2.1. ANÁLISIS DE OBJETIVOS.....	- 122 -
2.2.2. ANÁLISIS RECURSOS HUMANOS.....	- 123 -
2.2.3. ANÁLISIS SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL GAD PARROQUIAL DE TUFÍÑO.....	- 124 -
2.2.4. ANÁLISIS ESTADO INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS TECNOLOGÍA.....	- 125 -
2.2.5. ANÁLISIS INFRAESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	- 126 -
2.2.6. ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	- 127 -
2.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO, CRITERIOS D.A.F.O.....	- 128 -
2.3.1. ANÁLISIS INTERNO.....	- 128 -
2.3.2. ANÁLISIS EXTERNO.....	- 129 -
3.- OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.....	- 129 -
4. PLANES INTEGRALES ESTRATÉGICOS DE INTERVENCIÓN REALIZADOS POR EL GAD PARROQUIAL.....	- 132 -
4.1. PLAN DE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS.....	- 137 -

4.1.1. INSTALACIONES DEPORTIVAS / RECREATIVAS.....	- 137 -
4.1.2. PLAN DE EQUIPAMIENTOS DE INSTALACIONES.....	- 138 -
4.1.3. PLAN DE MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN.....	- 139 -
4.2. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	- 142 -
4.2.1. PERFILES DEL PERSONAL Y FUNCIONES.....	- 143 -
4.2.2. CRITERIOS Y ESTRATEGIAS DE SELECCIÓN.....	- 145 -
4.2.3. TIPOLOGÍAS DE CONTRATACIÓN.....	- 147 -
4.2.4. TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN Y ESTÍMULOS.....	- 148 -
4.2.5. PLAN DE FORMACIÓN, ACTUALIZACIÓN Y REAPROVECHAMIENTO.....	- 149 -
4.2.6. ORGANIGRAMA. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL.....	- 151 -
4.2.7. CRITERIOS NIVELES SALARIALES.....	- 152 -
4.3. PLAN DE ACTIVIDADES.....	- 157 -
4.3.1. JUSTIFICACIÓN.....	- 157 -
4.3.2. OBJETIVOS.....	- 157 -
4.3.3. PROGRAMAS –TIPOS.....	- 157 -
4.3.4. ACTIVIDADES.-.....	- 160 -

4.3.5. LUGARES Y DÍAS DE CELEBRACIÓN.	- 161 -
4.4. PLAN DE RECURSOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS.	- 162 -
4.4.2. TABLA PRINCIPAL DE GASTOS:.....	- 163 -
4.4.2.- PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	- 164 -
4.4.3. PLAN DE FINANCIACIÓN.....	- 167 -
4.5. PLAN DE MERCADOTECNIA.....	- 168 -
4.5.1. ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO.	- 168 -
4.5.2. PLAN DE LANZAMIENTO DE LOS PRODUCTOS.	- 169 -
5.- PLAN DIRECTOR.	- 169 -
5.1. PLAN DIRECTOR (ESQUEMA).	- 169 -
5.1. PLAN DE CONTINGENCIA.....	- 170 -
6.- EVALUACIÓN Y CONTROL.	- 171 -
6.1.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN / CALIDAD.	- 171 -
6.2.- SELECCIÓN DE INDICADORES.....	- 172 -
6.2.1 CUANTITATIVOS.....	- 172 -
6.2.2 CUALITATIVOS.....	- 172 -
6.3.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.	- 172 -

6.3.1. Guion de Entrevista	- 173 -
6.3.1. Encuesta.....	- 173 -
6.4.- EVALUACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD DE SERVICIOS.	- 174 -
6.5.- EVALUACIONES POR TEMPORADAS.....	- 175 -
6.6.- EVALUACIÓN PERMANENTE PLAN DE SEGUIMIENTO Y CONTROL..	- 176 -
VI BIBLIOGRAFÍA.-	- 177 -
VII. ANEXOS.....	- 184 -
ARTÍCULO CIENTÍFICO.....	- 187 -
1.- Introducción.-	- 188 -
2.- Materiales y Métodos.-	- 189 -
3.- Resultados y Discusión.-.....	- 191 -
4.- Figuras.-	- 192 -
5.- Conclusiones.-	- 196 -
6.- Recomendaciones.-	- 197 -
7.- Bibliografía.-	- 198 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1: Tipo de género.	- 67 -
Gráfico 2: Edad.	- 68 -
Gráfico 3: Nacionalidad.....	- 69 -
Gráfico 4: Lugar de residencia.	- 70 -
Gráfico 5: Mejoramiento del turismo.	- 71 -
Gráfico 6: Pedidos de Información turística	- 72 -
Gráfico 7: Personas con las que viaja.....	- 73 -
Gráfico 8: Cuántas personas viajan con Ud.....	- 74 -
Gráfico 9: ¿Con qué frecuencia visita Tufiño?	- 75 -
Gráfico 10: Medio de transporte que utiliza.	- 76 -
Gráfico 11: Actividades que realiza.....	- 77 -
Gráfico 12: ¿Qué plato típico prefiere?	- 78 -
Gráfico 13: Atención de los moradores.....	- 79 -
Gráfico 14: Causas de afluencia en la parte colombiana.....	- 80 -
Gráfico 15: Aporte del gobierno.	- 81 -
Gráfico 16: Contingencia género y frecuencia de visita.	- 89 -

Gráfico 17: Contingencia años del encuestado VS. Frecuencia de visita.	- 90 -
Gráfico 18: transporte Vs. Frecuencia de visita.	- 91 -
Gráfico 19: ¿Cuántos años tiene? Vs ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?	- 92 -
Gráfico 20: Mapa de la Parroquia de Tufiño.	- 101 -
Gráfico 21: Iglesia Matriz Parroquial.	- 102 -
Gráfico 22: Complejo Turístico Tufiño.....	- 103 -
Gráfico 23: Mercado Municipal Tufiño.	- 104 -
Gráfico 24: Polideportivo.....	- 105 -
Gráfico 25: Cancha Deportiva.....	- 105 -
Gráfico 26: Plaza de Toros.	- 106 -

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1: Delimitación	- 7 -
Tabla 2: Operacionalización de Variables.....	- 62 -
Tabla 3: Tipo de Género.	- 67 -
Tabla 4: Edad.....	- 68 -

Tabla 5: Nacionalidad.	- 68 -
Tabla 6: Lugar de Referencia.....	- 69 -
Tabla 7: ¿Considera que el turismo en Tufiño ha mejorado con la adecuación de la vía?	- 70 -
Tabla 8: ¿Para pedir información turística de Tufiño Ud. acude a?	- 71 -
Tabla 9: ¿Al momento de trasladarse a Tufiño Ud. Viene con?.....	- 72 -
Tabla 10: ¿Con cuántas personas usted viaja a Tufiño?	- 73 -
Tabla 11: ¿Con que frecuencia visita Tufiño?.....	- 74 -
Tabla 12: ¿Con qué medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?	- 75 -
Tabla 13: ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?	- 76 -
Tabla 14: ¿Qué Plato Típico de lugar Ud. prefiere?.....	- 77 -
Tabla 15: ¿Cómo califica la atención recibida por parte de los moradores?. -	- 78 -
Tabla 16: ¿Por qué cree ud. que existe más afluencia de turistas a las piscinas colombianas?.....	- 79 -
Tabla 17: ¿Cómo califica el aporte del gobierno en cuanto al turismo en esta zona?	- 80 -

Tabla 18: Contingencia género y frecuencia de visita.....	- 89 -
Tabla 19: Contingencia años del encuestado VS. Frecuencia de visita.....	- 90 -
Tabla 20: Contingencia: transporte Vs. Frecuencia de visita.	- 91 -
Tabla 21: ¿Cuántos años tiene? Vs ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?	- 92 -
Tabla 22: Comisiones GAD Parroquial Tufiño.	- 127 -
Tabla 23: POA 2013.	- 135 -
Tabla 24: Equipamientos de Instalaciones.	- 138 -
Tabla 25: Criterios y Estrategias de Selección.....	- 146 -
Tabla 26: Instrucción Necesaria.....	- 149 -
Tabla 27: Criterios Niveles Salariales.	- 153 -
Tabla 28: Formato de Desempeño Laboral.	- 155 -
Tabla 29: Actividades para los turistas.	- 160 -
Tabla 30: Presupuesto de Gastos / Empleados.....	- 162 -
Tabla 31: Gastos Varios.	- 163 -

Tabla 32: Gastos Principales.	- 163 -
Tabla 33: Presupuesto de Ingresos.	- 164 -
Tabla 34: Actividades 1.....	- 165 -
Tabla 35: Actividades 2.....	- 165 -
Tabla 36: Inversión.	- 167 -
Tabla 37: Amortización.	- 167 -

RESUMEN EJECUTIVO.

El Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño tuvo como objetivo principal ayudar a realizar las mejores acciones para el desarrollo de los programas propuestos, generando noción a los habitantes y turistas de uno de los lugares turísticos más hermoso que posee el Cantón Tulcán-Provincia del Carchi, y que se puede destacar dentro y fuera del país.

Para esta investigación se consiguió la información necesaria, la cual aportó de manera positiva, reflejando la importancia de implementar dicho Plan en el sector, puesto que con los encantadores paisajes que este sitio posee, se puede generar una mayor afluencia turística al Caserío y sus alrededores, concientizando también a las personas a cuidar este tipo de naturaleza.

El uso de técnicas como la entrevista y la encuesta, fueron de total ayuda al proyecto, porque con los cuestionarios establecidos, se llegó a conocer la opinión de los turistas, pobladores y autoridades sobre la elaboración del Plan Estratégico de Turismo, generando un resultado favorecedor para la continuidad del proyecto.

Palabras clave: Plan estratégico, Turismo, Tufiño, Desarrollo Turístico, Atractivo, Turismo rural.

ABSTRACT.

The Tourism Strategic Plan for the Village of Tufiño was the primary objective to help accomplish the best actions for the development of the proposed programs, generating notion to the residents and tourists of one of the most beautiful and touristic places that have the County of Tulcan, Province of Carchi, and that can be remarked inside and outside of the country.

For this research, all the necessary information was collected, that same information helped in a positive way, reflexing the importance of implement this Plan in the sector, due of the amazing landscapes that this place possesses, it can generate a bigger touristic influx towards the Village and its surroundings, giving conscience also to the people of taking care this type of nature.

The use of technics such as interview and survey, were of total help to the project, because with established inquiry, is more easy to know the opinion of tourists, settlers, and authorities about the elaboration of the Tourism Strategic Plan, generating a positive result for the continuity of the project.

Key words: Strategic Plan, Tourism, Tufiño, Touristic Development, Attractive, Rural Tourism.

TUKUYSHUK RANAKU.

Shug alli katina Ringabu pacha japingabu wihuakuna de Tufiño garan kay allí yuyash yanapana rurangabu allí minkakuna shugshichingabu chay yuyash nishkashka, rurash shug yuyay karikuna mushug karikuna rikush shug kuskamanta ringakuna más kuilakuna charin llaktamnata Tulcán Jatun Llactamanta Carchi kay allí nishkashka ukumanda jahuamanda jatun llaktamanta.

Kay katingapak maskaran ya chariran allí nishka, kay kuran allimanda nish, rikush y rikush allimanda churangabu nishka Katipak chay utila llaktapi, churas chay kuila sachá urkukuna kay utila llakta charin, kay ruran shug jatun ahkakuna mushuk karikuna rikush japingabu wihuakuna rikush illik ladumanda, allí charish runakunada y rikush kay shina pacha.

mawkana allí rurish y rurish tapuna rikush y tapuna tapush, kay illita garan yanapanay katina yuyay, kayun tapushrikuna rikuchiran, chayaran riksichingabu chay yuyay mushkari rikuna, kari warmikuna y jatun runakuna jawamanda rurish Plan Estratégico de Turismo, rurish shug allí tukurish chaimanda kutin rurish katingapak.

Parlay calve: Katingabu allí rurana, Ringabu, Tufiño, shugshichinbabu ringabu riksingabu, Kuila, Ringabu ukumanda

INTRODUCCIÓN

La presente información se organizó de la siguiente manera:

En el primer capítulo encontramos el problema de la investigación, donde se conoció que el Caserío de Tufiño es un lugar con excelentes atractivos naturales para visitar, pero que a su vez, dicho lugar, no contaba con un Plan Estratégico de Turismo, el cual genere una mejor afluencia de turistas a esta zona, atrasando así el progreso del sector. Por lo tanto para contrarrestar esto se planteó el objetivo de elaborar un Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño, el cual impulse la actividad turística en el sector.

En el segundo capítulo, encontramos antecedentes investigativos referentes al tema, los cuales fueron de mucha ayuda para el avance de este proyecto, igualmente la fundamentación legal, filosófica y científica, lo cual contribuyó a que el proyecto sea garantizado.

El tercer capítulo se muestra la modalidad de investigación cualitativa mostrando mayor énfasis en el proceso de investigación, y cuantitativa utilizada en el procesamiento y análisis de la información, validando así la idea a defender.

En el cuarto capítulo se encuentran las conclusiones y recomendaciones que este trabajo proyectó, con el fin de mejorar la actividad turística en el sector, para de tal manera ayudar a incrementar el desarrollo económico y social del Caserío.

En el quinto y último capítulo se puntualiza la propuesta de la investigación, siguiendo como guía el modelo del Plan Estratégico Olimpia 2000, el cual se

adaptó de mejor manera en la elaboración del Plan Estratégico para el Caserío de Tufiño en lo referente al turismo.

I. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Tufiño es un caserío fronterizo ubicado a 18 km de la ciudad de Tulcán, este lugar cuenta con algunos atractivos, pero que no son promocionados de la forma adecuada, o no son considerados atractivos del lugar, algunos por los mismos moradores, poblaciones aledañas, y mala publicidad acerca del sector en cuanto a la seguridad en dicha zona, retardando así el desarrollo turístico de este sector dentro y fuera del país.

A pesar de que hubo mejoras en el lugar, como la reconstrucción del mercado, repavimentación de vías, construcción de piscinas en Tufiño, etc., el caserío necesitaba un impulso turístico importante, el cual aportaría a una creciente demanda de turistas a la misma, mediante el aprovechamiento de cada uno de los atractivos de esta zona. Fue necesario un planeamiento turístico orientado al desarrollo de más actividades turísticas, conocimiento de los atractivos, cuidado y mejoramiento del entorno, etc. Dicho planeamiento fue adecuado al lugar, concienciando, sensibilizando y vinculando a autoridades, ciudadanía y turistas.

La investigación realizada tuvo como objetivo principal elaborar un Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño, el cual una vez puesto en acción permitiría mejorar el turismo en el sector y de esta forma los habitantes del lugar llegarían a tener una mejor calidad de vida, la misma que empate dentro de los programas del gobierno como lo es el sumak kawsay.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

La inexistencia de un plan estratégico en el Caserío de Tufiño ha impedido el mejoramiento turístico en la zona.

1.3. DELIMITACIÓN.

Tabla 1: Delimitación

Objeto.- Plan Estratégico.
Sujeto.- Desarrollo del turismo.
Espacio.- Caserío de Tufiño.
Tiempo.- Agosto 2012 - Octubre de 2013.
Personas.- Junta Parroquial, Organismos seccionales.

Elaborado por: Flor Vallejo.

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La realización de un Plan Estratégico en el Caserío de Tufiño fue muy importante, en vista que este lugar es una de las puertas de entrada a la cabecera cantonal y a la provincia del Carchi, fue necesario un Plan para impulsar el turismo, mejorar la calidad de vida de la población y generar una mayor afluencia de visitantes y turistas que llegan a los diferentes atractivos de esta zona.

El Caserío de Tufiño posee atractivos paisajísticos de belleza cautivadora encontrando diferentes actividades a realizarse como: gastronomía de la zona, recorridos por el lugar, turismo de contacto con la naturaleza, actividades de relajación en sus aguas termales entre otras, que desafortunadamente no son promocionadas debidamente como atractivos y cuidadas adecuadamente.

Con la implementación del Plan Estratégico en el Caserío de Tufiño, se logró proponer como mejorar la imagen del lugar hacia los turistas y moradores del sector, fortaleciendo de esta manera la diversidad de experiencias turísticas estacionales como es la fiesta religiosa del Señor del Río y de las no estacionales de estos atractivos.

Adicionalmente en el Plan, se propone promocionar el turismo medicinal por las propiedades curativas que tienen las vertientes de aguas volcánicas, haciendo que esto acreciente la demanda de turistas a los balnearios de aguas termales, siendo este tipo de atractivo turístico el tercero en la lista de lugares más visitados con un 15,2% de visitantes, según lo cita el PLANDETUR 2020, acogiendo así a los turistas quienes buscan ambientes agradables, de relajación y diferentes al lugar de su residencia.

En cuanto a los impactos que el proyecto generará, están, los impactos sociales, económicos y culturales, los cuales de manera agrupada contribuirán a una mejor economía en el Caserío, puesto que en lo social el Caserío contará con un Plan que una vez puesto en funcionamiento aportará al mejoramiento del turismo en dicha población.

Como impacto económico, una vez aplicado el Plan Estratégico se generará más fuentes de empleo, logrando así, mejorar la calidad en los servicios prestados al turista debido a la creación de planta turística, la cual facilitará la estadía de los visitantes y turistas en el lugar, y la existencia de un ingreso constante de los mismos a los diferentes atractivos de la zona.

En lo cultural el Caserío obtuvo un medio por el cual se destaca su identidad al poder mostrar su riqueza tradicional de fiestas, gastronomía, entre otras, las cuales permite al turista tener más interés en volver al lugar y disfrutar de nuevas experiencias, ya sea solo o en compañía de familiares o amigos.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán los habitantes de esta zona y como beneficiarios indirectos estarán las personas que realizan transporte al sector, quienes deben estar en constante relación con los avances del lugar, volviéndose portavoces publicitarios.

La factibilidad técnica se basó en el apoyo por parte de los docentes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en especial de la Escuela de Turismo y Ecoturismo.

Existe también la factibilidad bibliográfica que se puede conseguir en las oficinas de Turismo del Municipio de Tulcán y en el Gobierno Provincial del Carchi, así como también en la junta parroquial de Tufiño como también con los datos del último censo por parte del INEC.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

Elaborar un Plan Estratégico Turístico en el Caserío de Tufiño que permita mejorar la actividad turística en el sector.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar el Plan Estratégico y las actividades turísticas.
- Identificar las necesidades turísticas existentes dentro del Caserío para implementarse en el plan estratégico.
- Diseñar el Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño-Parroquia Tufiño-Cantón Tulcán-Provincia del Carchi.

II.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Para el propósito del desarrollo de esta investigación se presentan algunos planes que se enfocan a la temática que se pretende desarrollar.

- ❖ **Tema:** *“Diseño de un plan estratégico de marketing turístico para el Cantón San Miguel de Ibarra, provincia de Imbabura”.*

Autoras: Poveda, Diana; Cadme, Nancy.

Institución: UNITA-QUITO.

Objetivo General: Diseñar un Plan Estratégico de Marketing Turístico en base al estudio de mercado, por medio de las redes de información turística accesibles, aplicada a la Dirección de Turismo del Ilustre Municipio de Ibarra.

El Proyecto enfatiza que el turismo es una acción de aporte al crecimiento económico y social de una población, por lo tanto es muy importante darle un valor significativo a los aspectos: sociales, económicos, culturales, ambientales, etc., por lo que estos han permitido evaluar la situación turística en el Cantón.

Con la ayuda de esto se logra impulsar un turismo responsable que ayude al desarrollo sostenible y sustentable del cantón, motivando a la población ibarreña y sus turistas a aprovechar adecuadamente cada herramienta.

Se ha tomado como base, el Plan de Desarrollo Cantonal iniciando por la Dirección de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Ibarra, para fortalecerlo captando a futuros turistas extranjeros, nacionales y locales, que generen un crecimiento turístico sólido y sostenible (Poveda & Cadme, 2011)

Conclusión:

- Ibarra al ser una ciudad a la cual acuden muchos turistas, debe estar implementada con servicios de buena calidad y acordes a los requerimientos de los turistas, despertando así su interés por regresar nuevamente y generando también un mejor desarrollo turístico en la localidad.

❖ **Tema:** *“Plan de Desarrollo Turístico Comuna de Santa Juana, Región del BioBio”.*

Autores: Héctor Caripán Sanzana; Vicente Gómez San Martín.

Institución: Valdivia: Universidad Austral de Chile.

Objetivo General: Dotar a la municipalidad de Santa Juana de un instrumento de planificación turística, el cual permita un desarrollo participativo de la actividad.

Este proyecto se lo realizó con el fin de que las municipalidades cuenten con instrumentos de ordenamiento territorial, los cuales ayuden a la planificación del desarrollo turístico en sus territorios.

Realizando un diagnóstico turístico concierta metodología como: el levantamiento de información primaria y secundaria tanto general como turística, observación de campo, fichaje, entrevistas, encuestas, entre otros.

Mediante este diagnóstico turístico se da a conocer la realidad sectorial, con la elaboración de Estudios de Demanda y Encuestas de satisfacción a los visitantes, concluyendo con un análisis FODA (Martín, 2004)

Conclusión:

- Contar con un modelo o instrumentos de planificación en un sector, sea este urbano o rural es muy importante porque así se conocerá más a fondo la realidad en la que se encuentra el lugar, ayudando de esta manera a implementar un turismo participativo de todos y cada uno de los sectores.

❖ **Tema:** *“Plan Estratégico de Desarrollo Turístico participativo para el litoral Costa Norte de Valdivia”*

Autores: Martínez Calderón, Amparo; Yáñez Sánchez, Verenna.

Institución: Valdivia: Universidad Austral de Chile.

Objetivo General: Diseñar un Plan Estratégico de desarrollo Turístico para el Litoral costa norte de Valdivia, que comprende las localidades de Los Pellines, Curiñanco, Bonifacio y Pilolcura, en que las comunidades residentes sean

protagonistas y participes en la definición de las distintas acciones y lineamientos que se determinen para el desarrollo turístico del área.

Este Proyecto está basado en Antecedentes territoriales, socioeconómicos y culturales como características generales del lugar a estudiarse, utilizando también conceptos vinculados al turismo rural, turismo sustentable, conceptos de planificación, etc.

Existiendo también dentro de este proyecto las visitas al sector y realizando un diagnóstico de la oferta y demanda turística del mismo, además de la información bibliográfica, talleres y análisis de las encuesta aplicadas a los residentes y de los resultados obtenidos en la primera fase de la gestión participativa.

En el último capítulo del Plan se definen la imagen objetivo y nuevos productos turísticos de forma integrada para el sector, además de las distintas estrategias en que se deberá sostener el desarrollo turístico de la Costa Norte de Valdivia. (Martinez Calderon & Yañez Sánchez, 2005)

Conclusiones:

- Se determina que los antecedentes utilizados en este proyecto, aportan de manera positiva a su desarrollo, presentándose estudios favorables para la presentación de nuevos productos y estrategias para el desarrollo turístico, generando y potencializando más la actividad turística en cada localidad.

❖ **Tema:** *“Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba en la Provincia de Loja”.*

Autores: Paladines Rodríguez, Hernán.

Institución: UNITA – QUITO

Objetivo General: Mostrar de forma particular, la esencia de la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba, pretendiendo reflexionar sobre la necesidad de estrechar el vínculo del turismo con los valores del desarrollo sostenible en relación con la revalorización, conservación y rehabilitación de la identidad cultural.

Idea a Defender: La implementación del Plan Estratégico en la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba, contribuirá al apoyo y difusión de la cultura de los pueblos y procesos educativos.

Este proyecto intenta recuperar los vínculos entre el turismo y los valores del desarrollo sostenible, y difundir la identidad cultural como una expresión de esta comunidad.

Además procura concienciar a las personas de que somos responsables de mantener la cultura y propagarla, de manera que no solo se pretenda obtener lucro sino que se cree formas de mejorar las condiciones sociales y las relaciones interpersonales dentro de una sociedad (Paladines & Rodríguez, 2011).

Conclusiones:

- A través de la implementación del Plan Estratégico en esta parroquia, se logrará difundir a nuevos horizontes la identidad cultural de la misma, uniendo diversas culturas, se conseguirá promover de manera positiva

una mejor educación basada en relaciones interpersonales de toda una sociedad.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Es de vital importancia que el Plan Estratégico a llevarse a cabo, cuente con los lineamientos necesarios y que este amparado por la Ley, a continuación, se ha tomado como ejes legales, a la Constitución y la Ley de Turismo.

2.2.1. Constitución

Según la Constitución vigente del Ecuador del 2008 en el Título II sobre los Derechos en el Capítulo segundo de los Derechos del Buen Vivir, Sección segunda relacionada al Ambiente Sano, manifiesta que:

Art. 14. Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumakkawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Este artículo tiene relación con este proyecto porque en cuanto a lo ambiental, se trata de minimizar el daño posible a los atractivos naturales del caserío, para que así se conserven sus ecosistemas, su belleza y la biodiversidad que estos encierran.

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Se toma como referencia este artículo, por cuanto lo que busca un turista, es el esparcimiento, recorrer nuevos horizontes en busca de relajación, diversión u ocio, ejerciendo diversas actividades.

En el Capítulo, Sección sexta en lo referente a las personas con discapacidad artículo 48 en sus literales 1, 3, y 6, menciona que:

El estado amparará a estas personas en ámbitos como: sociales, políticos, culturales, educativos, etc, a fin de que estas personas tengan un mejor desenvolvimiento social productivo, integrándose a programas y políticas que fomenten su participación, esparcimiento y descanso, incentivándolos a generar nuevos proyectos.

En el Título VII del Régimen del Buen Vivir, Capítulo primero de Inclusión y Equidad, en la Sección sexta: Cultura física y tiempo libre, se expresa:

Art. 383. Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Este artículo guarda concordancia con el proyecto, de forma que al generar afluencia de turistas al Caserío de Tufiño, a sus atractivos y la invitación a desarrollar las distintas actividades de ocio que se ofrecen en cada lugar, estaremos garantizando el derecho de todas estas personas a disfrutar de un tiempo libre bien compensado.

En el Capítulo segundo en relación con la Biodiversidad y recursos naturales, en la Sección primera de Naturaleza y ambiente, se cita:

Art. 395. La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

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

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

Los principios ambientales de este artículo se relacionan al proyecto, porque este busca también destacar las costumbres, tradiciones, atractivos y la participación tanto del Estado como de todo el Caserío para el bien comunal, teniendo en cuenta el resguardo y cuidado de los atractivos naturales.

❖ En referencia a la Ley de Turismo en donde se presenta los siguientes artículos que se mencionan a continuación:

2.2.2. Ley de Turismo

Capítulo I

TÍTULO I

GENERALIDADES

Art.3. Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a.- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b.- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c.- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d.- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y

e.- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia, afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos (FEPTCE, 2002).

Con lo mencionado anteriormente, es necesario destacar que las autoridades pertinentes deben contribuir con el progreso turístico de un sector, aportando al desarrollo de proyectos que beneficien la actividad turística, involucrando a los actores y demás a participar de estos proyectos, mediante la contribución de ideas para el mejoramiento y preservación del turismo en su localidad, generando promoción y difusión de la misma.

En el PLANDETUR 2020 (2006) se encuentra planteados como objetivos principales los siguientes:

- ✓ Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- ✓ Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.
- ✓ Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada (pág. 05).

PLANDETUR 2020 (2006) es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos. (pág. 20)

El PLANDETUR 2020 constituye un marco de referencia orientador para las acciones en todo el sector con un planteamiento que se sustenta en las relaciones colaborativas y relaciones de los diversos sectores para emprender e innovar con mejores prácticas que permitan desarrollar al país sobre la base de un sector turístico competitivo con alta calidad, anfitriones capacitados, un entorno seguro, fluida conectividad y con un marco jurídico e institucional que promueva inversiones saludables.

Se conoce que la planificación en una sociedad con una economía de mercado, con presencia de actividad turística, persigue como objetivo último el desarrollo sostenible; Con todo esto el Plan Estratégico para dicho Caserío, está enfocado en utilizar bien los recursos para incrementar de manera razonable la afluencia turística, calidad de vida y economía al sector.

2.2.3. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

TÍTULO PRIMERO. DEL RÉGIMEN INSTITUCIONAL

CAPÍTULO I. DEL MINISTRO DE TURISMO

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.- A más de las atribuciones generales que les corresponden a los Ministerios

contenidas en el Título VII Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo: (HOTELESECUADOR.COM)

En concordancia con este artículo, en sus literales: 3, 4, 7, 8, 9 y 10, relatan que los Ministerios tienen varias atribuciones, por lo tanto es competencia del Ministerio de Turismo realizar planificaciones, proyectos, programas, actividades, inventarios, actualización de información, promociones, entre otros, para el mejoramiento de un país o un sector turístico, manteniendo un inventario de atractivos con información actualizada de todos ellos. También es competencia del Ministerio de Turismo fomentar todo tipo de turismo, especialmente el receptivo interno y social, involucrando a las distintas organizaciones, población, comunidades, turistas, y demás para que las diferentes inversiones nacionales o extranjeras, sean direccionadas en beneficio de todo un pueblo.

Art. 6.- De la planificación.- Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La Planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos, y referencial para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales. (HOTELESECUADOR.COM)

Como bien lo dice el Artículo anterior el Ministerio de Turismo deberá promover el desarrollo de un determinado sector, llevando la planificación como

instrumento esencial para lograr determinados objetivos propuestos para el mejoramiento turístico de un país.

CAPÍTULO III. DE LA DESCENTRALIZACIÓN DE ATRIBUCIONES EN MATERIA TURÍSTICA

Art. 24.- Funciones y atribuciones de las instituciones del Régimen Seccional Autónomo.- Las potestades de realizar el registro de turismo, la regulación y expedición de normas técnicas a nivel nacional, la concesión de Permisos Temporales de Funcionamiento son privativas del Ministerio de Turismo quien ejercerá esas competencias a nivel nacional con exclusividad (HOTELESECUADOR.COM).

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este Reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo (HOTELESECUADOR.COM).

En cuanto a la expedición de Permisos Temporales de Funcionamiento, la persona natural o jurídica, a nivel nacional, deberá cumplir con los requisitos pedidos por el Ministerio de Turismo quien también regulará las normas de funcionamiento.

TÍTULO CUARTO. EL FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Art. 76.- De la promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el

Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.

La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el Sector Privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.

Con respecto a la promoción turística de cada sector, se necesita contar con la contribución de varios medios de comunicación televisiva, radial, impresa, redes sociales y páginas web, a parte de la promoción por medio de casas abiertas, programas culturales, exposiciones, etc. Información que deberá mantenerse en constante actualización, para así consolidar la imagen de cada lugar.

Art. 77.- El patrimonio autónomo contará con los ingresos previstos en el artículo 40 de la Ley. (HOTELESECUADOR.COM)

El Gobierno Nacional incluye en la Ley de turismo el campo abierto a que cualquier persona natural o jurídica sea nacional o internacional acceda a establecer o comercializar servicios turísticos porque bien sabemos que el turismo es fuente de trabajo y sostenibilidad económica. En estos lineamientos el gobierno apoya todo tipo de financiamiento para el turismo y al mismo tiempo favorecer al medio ambiente.

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

2.3.1. HUMANO.

Es de total importancia que en el aspecto humano, las personas se involucren directamente, ya que ellos son quienes conocen mejor las necesidades y la realidad de la localidad; con esto se determinará los intereses que tiene la población y que opiniones tienen del proyecto que se realizará en beneficio del Caserío.

Dentro del Plan, existirán beneficiarios directos e indirectos, los cuales mejorarán su condición de vida una vez aplicado el Plan estratégico que se propone en el Capítulo V.

2.3.2. TURÍSTICO.

En relación a este aspecto, se tendrá en cuenta la adecuación de los distintos lugares del caserío, los recorridos y las actividades a realizarse en cada uno de ellos.

También es importante determinar y aclarar al turista los impactos negativos que podían causarse en los atractivos, al no respetar las normas establecidas. Así mismo se establece actividades que se pueden realizar en los distintos lugares de esparcimiento a ser visitados.

Adicionalmente, la carretera hacia el Caserío de Tufiño está repavimentada y cuenta con señalética, por lo que es posible aprovechar esta infraestructura y

no dejar que solo sirva como medio de conexión para trasladarse hacia la zona fronteriza.

2.3.3. SOCIO ECONÓMICO.

Para una sociedad es importante el crecimiento económico el cual implica un incremento notable de los ingresos y de la forma de vida de la población de un país. En lo referido a la materia económica se puede calcular el crecimiento anual de la economía del país a través del Producto Interno Bruto (PIB). (TITO CHIGUANO, 2010)

El Plan Estratégico establece un impacto positivo en el Caserío, de manera que la demanda de visitantes y turistas genere divisas que contribuyan a un crecimiento económico en esta zona. El turismo es una fuente inagotable de ingresos, es decir favorece el desarrollo humano en este sector de la Provincia del Carchi.

2.3.4. AMBIENTAL.

En este punto la implementación del Proyecto y las actividades que este involucre, generará impactos sobre el entorno en el que se desarrolle, pero se tendrá las debidas precauciones para que estos no causen daño a los atractivos de la zona.

Una manera de atenuar impactos negativos en los atractivos será controlar la carga turística en dichos lugares y por supuesto la adecuada limpieza de cada uno de ellos.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

Para el desarrollo del Plan Estratégico en el Caserío de Tufiño, es necesario tener una fundamentación en cuanto a la implementación, estrategias a seguir, planteamiento de objetivos, y maneras de llevar a cabo un Plan. A continuación se indica mediante la cita de varios autores, que es Plan, que tipos de planificación hay y que actividades son necesarias dentro de un Plan.

2.4.1. Planes Estratégico.

Raimondi (2012) cita a Armijo y dice:

La Planificación Estratégica, (PE), es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios que se proveen (pág. 2).

Planificar es la acción consistente de utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en un conjunto de actividades y acciones articuladas entre sí que, previstas anticipadamente, tienen el propósito de influir en el curso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación elegida como deseable, mediante el uso eficiente de medios y recursos escasos e ilimitados (Ander-Egg, 2007, pág. 25).

Planificar es un proceso, es decir, es una actividad continua y unitaria que no termina con la formulación de un plan determinado, sino que implica un reajuste permanente entre medios, actividades y fines y, sobre

todo, de caminos y procedimientos a través de los cuales se pretende incidir sobre algunos aspectos de la realidad (Ander-Egg, 2007, pág. 27).

El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente. (Guía de la Calidad, 1999, pág. 1).

El plan estratégico es un documento formal en el que se intenta plasmar, por parte de los responsables de una compañía (directivos, gerentes, empresarios...) cual será la estrategia de la misma durante un período de tiempo, generalmente de 3 a 5 años.

“El plan estratégico es cuantitativo: establece las cifras que debe alcanzar la compañía, manifiesto: describe el modo de conseguirlas, perfilando la estrategia a seguir, y temporal: indica los plazos de los que dispone la compañía para alcanzar esas cifras” (Sinnexus.).

Mediante las referencias que se tomaron sobre planificación, se estableció que un plan es una acción continua con un conjunto de actividades organizadas que sirven como herramienta en la gestión, toma de decisiones y desarrollo de ciertos sucesos.

La implementación del Plan Estratégico pretende generar una mayor afluencia de visitantes y turistas al lugar de una manera constante y que por ende se contribuya a la propagación de esta zona hacia los distintos lugares del país de donde sean provenientes los turistas o visitantes.

A pesar de la creciente necesidad de la planificación como instrumento modificador de dichas estructuras, el esfuerzo planificador toma diferentes modalidades ya que se delimita a partir del contexto en el que pretende desenvolverse.

El esfuerzo de planificación, como resultado de un conjunto de situaciones, y con las que expresa finalidad de intervenirlas, responde al entorno económico, social, político y administrativo en el cual pretende llevarse a cabo. (Boullón, 2009)

De acuerdo con lo citado, el mejoramiento turístico de un sector se enfoca en la adecuación de sus lugares turísticos, la aportación de sus habitantes, entidades, y el debido cuidado de los mismos, obteniendo así un mejor desarrollo para el sector.

El turismo se ha transformado en un fenómeno de notable importancia en las sociedades modernas.

Esta dualidad estructural del turismo resulta clave para cualquier planteamiento que pretenda promover un auténtico proceso de desarrollo, ya sea de la actividad misma, de las empresas o de las comunidades locales que se relacionan de manera directa o indirecta con la actividad.

La planificación integral debe reconocer esta complejidad del turismo, procesarla e instrumentarla para promover cambios que actúen como palancas del desarrollo (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 9)

En vista de que el turismo es una de las entradas económicas más sobresalientes para las nuevas sociedades, un Plan Estratégico de Turismo, promueve el turismo en la localidad con la finalidad de acrecentar el desarrollo, la economía y afluencia turística a sus diferentes atractivos.

Con seguridad se puede afirmar que la planificación continúa siendo, y será, una estrategia y un instrumento valioso para orientar al sistema turístico, aun cuando se consolide una economía abierta y se liberen muchos procesos sociales y culturales. Lo que efectivamente está cambiando es el modelo de planificación, de modo que la planificación centralizada está dando paso a una más participativa, que reconoce las capacidades e intereses locales y regionales y las realidades de los grupos humanos y económicos que actúan en sus respectivas áreas. (Molina & Rodríguez, 2009, págs. 11,12)

El objetivo de la planificación, es desarrollar la participación activa e intervención de autoridades y pobladores para la protección de todos los lugares turísticos de un sector, sociabilizando y concientizando a todos y cada uno, de lo importante que es promover el turismo en una localidad, acrecentando así el interés en otras personas.

“El carácter singular del turismo exige modelos de planeación adecuados a su realidad. La planificación y la planeación de lo turístico deben diferenciarse de la planificación y de la planeación de lo agrícola, minero o metalúrgico” (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 12).

La planificación constituye una muy útil herramienta en el logro de cambios por la vía de la negociación. Se retoma con ello la esencia la planificación: promover la modificación de un estado de cosas hacia niveles de mayor orden, con base en intereses propios de la región.

En consecuencia, el instrumento de cambio que es la planificación sólo puede dar resultados satisfactorios para las comunidades latinoamericanas si se cumplen dichas condiciones. (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 26).

Es imprescindible en cualquier campo la planificación para lograr cualquier tipo de cambio especialmente en el sector turístico. Porque se debe sistematizar los elementos superiores que se incluirán en el plan estratégico; priorizando la biodiversidad existente, como también las festividades para potenciar estas actividades como fuente de aprovechamiento turístico.

A pesar de la creciente necesidad de la planificación como instrumento modificador de dichas estructuras, el esfuerzo planificador toma diferentes modalidades ya que se delimita a partir del contexto en el que pretende desenvolverse.

El esfuerzo de planificación, como resultado de un conjunto de situaciones, y con la expresa finalidad de intervenirlas, responde al entorno económico, social, político y administrativo en el cual pretende llevarse a cabo. Al igual que sus particularidades, los resultados de la planificación también dependen del entorno. (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 37)

Como lo indica el texto anterior, el desarrollo de la planificación también depende del contexto y ambiente en el que se desenvuelva, por lo tanto es preciso que dentro de la planificación se determinen características que ayuden a resolver problemas, a proyectar nuevos planes, a generar actividades de desarrollo entre otras.

La planificación para este tipo de actividades es variable de acuerdo a las necesidades del turista, de la población, a los atractivos turísticos, las tradiciones, la identidad y costumbres de cada pueblo.

La planificación debe estar enfocada también a la solución de problemas económicos; porque el turismo ofrece diversas fuentes de empleo.

La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones. Resulta así, que la forma adecuada de planificar consiste en analizar objetivamente una realidad y condicionar las acciones al problema. (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 51)

Con el desarrollo de la planificación se llega a conocer la realidad del turismo existente en un sector, además con la inclusión de un análisis se permite dar solución a varios problemas que posee dicho lugar, de acuerdo con las aspiraciones del investigador.

1.- Planificar, en su sentido más amplio, implica la identificación de una serie de variables con el objeto de adoptar un curso de acción que, basado en análisis científicos, permite alcanzar los objetivos y metas que se han expresado con anterioridad

2.- Es un proceso continuo de tomar decisiones coherentes con los objetivos propuestos.

3.- Es un proceso sistemático y flexible cuyo único fin consiste en garantizar el logro de los objetivos.

4.- Ahora bien, la planificación tiene por objetivo un cambio necesario en el orden económico y social de un pueblo, por la vía de la negociación. (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 52)

En definitiva planificar es un proceso ordenado que incluye la toma de decisiones para poder solucionar una problemática específica, la planificación, pretende llevar a cabo el desarrollo de sucesos próximos. En el caso del plan estratégico de turismo orientado al sector; se tomará en cuenta un objetivo que se pueda alcanzar con la propuesta de la investigación.

La planificación toma diferentes formas en la medida en que varía su objetivo y las condiciones en las que se desenvolverá.

2.4.1.1. TIPOS DE PLANIFICACIÓN.-

De acuerdo con la naturaleza del Estado, básicamente se distinguen tres tipos de planificación:

1.- Imperativa.- Cuyos lineamientos deben ser acatados por todas las personas físicas y morales que se relacionan con el fenómeno que se pretende modificar.

2.- Indicativa.- Contrariamente a la anterior, su observancia es facultativa, ya que los lineamientos se toman como sugerencias del sector público sobre lo que se debe hacer. Su función es exclusivamente orientar.

3.- Mixta.- Este tipo de planificación no es realmente una modalidad más sino una combinación de las anteriores en un mismo ámbito espaciotemporal.

Este tipo de planificación es muy común en Latinoamérica, dada la naturaleza desarrollista de gran parte de sus gobiernos (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 54)

El plan estratégico de turismo, pretende integrar y favorecer a un desarrollo integral de las comunidades sociales incluyendo a la población en general: autoridades, y demás.

En el libro “España un destino turístico sostenible” escrito por el Ministerio de economía y Hacienda, citado por Cambrils (2002, pág. 101) dice.

La planificación tiene dos acepciones distintas:

1. En aquellas administraciones donde existe un Área o Departamento de Planificación suelen llevarse a cabo estudios, entre ellos planes vinculados al turismo, sobre aspectos como la introducción de algún producto turístico nuevo, realización de mejoras en la oferta turística, localización y construcción de instalaciones y equipamientos en zonas rurales y naturales, diseño y señalización de accesos a recurso de interés turístico, etc.
2. Como un instrumento metodológico para poner en marcha de proyectos que persiguen unos determinados objetivos (ya sea en el campo de la ingeniería, la docencia, el turismo o cualquier otra actividad humana).

La implementación de un departamento o área dedicada al turismo es de total importancia ya que mediante la persona encargada se puede gestionar directamente con diversas instituciones proyectos para el desarrollo turístico, la creación de nuevos productos turísticos y otros.

2.4.1.2. PLANES.

Caracterización de la planificación:

Los planes pueden clasificarse según diversas categorías:

1. Por la escala del territorio: interregionales, regionales, locales.
2. Según la duración: corto plazo (entre un año y dos), medio plazo (entre tres y cuatro años), largo plazo (cinco o más años).
3. Según el ámbito sectorial de planificación: global o integrada (alcanza a todos aquellos elementos y relaciones que inciden sobre el turismo), parcial o sectorial (afecta a aquellos elementos propiamente característicos del sector turístico).
4. Por el grado de exigibilidad en su implementación: indicativa, obligatoria o vinculante.
5. por su objetivos: estratégica (determinación de mercados y productos), operativa (definición de actuaciones en productos, precios, distribución y comunicación) (Cambrils, 2002, pág. 101).

En lo referente a las categorías de los Planes, se tiene que el Plan Estratégico de Turismo se lo realizará en una duración a corto plazo, generando una mayor

afluencia de visitantes y turistas al Caserío de Tufiño, se promoverá la organización, capacitación y compromiso de toda la población, de una manera constante para así contribuir a la propagación de esta zona hacia los distintos lugares del país de donde sean provenientes los turistas.

2.4.1.3. MÉTODO.

La palabra método proviene del griego methodós “el camino hacia la meta”. Si bien es cierto, método es el conjunto de procesos que son necesarios para investigar y enseñar la verdad. Estos procesos se los recorren con técnicas, procedimientos y recursos para potenciar el turismo.

Según Herrera 2007, la metodología la concibe como: “la organización interna de un determinado sistema, que a través de un conjunto de procedimientos permiten alcanzar objetivos planteados”. El objetivo primordial de los métodos didácticos es llevar al estudiante a redescubrir los conocimientos por sí mismos y están en relación directa con la educación del individuo (pág. 39).

Al realizar un plan, se determinan acciones metodológicas que de una manera ordenada y sistemática logran inmiscuir el proceso empresario turístico a los sitios turísticos de la zona, llegando a conocer todo el potencial en todos y cada uno de los atractivos.

2.4.2. Actividades Turísticas.

2.4.2.1. Actividad

Puede definirse en psicología a la actividad, como el conjunto de tareas o acciones realizadas por un ser vivo, que las desarrolla impulsado por el instinto, la razón, la emoción, o la voluntad, hacia un objetivo. El vocablo proviene del latín “activitas”, que significa actuar. Es la facultad de obrar. Puede ser actividad física, cuando se pone el cuerpo en acción, o psíquica, cuando se moviliza la estructura mental, a través del pensamiento (De Conceptos, pág. 1).

“Conjunto de acciones planificadas llevadas a cabo por docentes y estudiantes, dentro o fuera del aula, de carácter individual o grupal, que tienen como finalidad alcanzar los objetivos y finalidades de la enseñanza” (GENERALITAT VALENCIANA).

Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas de un programa o subprograma de operación, que consiste en la ejecución de ciertos procesos o tareas (mediante la utilización de los recursos humanos, materiales, técnicos, y financieros asignados a la actividad con un costo determinado), y que queda a cargo de una entidad administrativa de nivel intermedio o bajo. Es una categoría programática cuya producción es intermedia, y por tanto, es condición de uno o varios productos terminales. La actividad es la acción presupuestaria de mínimo nivel e indivisible a los propósitos de la asignación formal de recursos. Conjunto de operaciones o tareas que son ejecutadas por una persona o unidad administrativa como parte de una función asignada (Definición.org).

En cuanto a las definiciones anteriores sobre el termino actividad, se mantuvo que actividad es el conjunto de acciones planificadas o no, que permiten alcanzar una meta u objetivo planteado, mediante la utilización de herramientas, recursos, cuerpo y mente.

2.4.2.2. Actividad Turística.

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento. En este sentido, el producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, es de gran importancia señalar que los mismos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y las expectativas de los visitantes (Rodriguez, 2010, págs. 9-10).

Como se menciona, los productos turísticos establecen bienes y servicios para los turistas o visitantes, quienes desean disponer de productos o consumir productos de buena calidad, los turistas son aquellas personas que pernoctan en algún destino turístico, y visitantes aquellos que solo están de paso.

ALCANCES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.-

El turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad. Para ello, moviliza a diversos agentes y grupos sociales de manera ordenada y planificada.

Dada sus múltiples implicancias, el turismo es considerado un fenómeno propio de la sociedad actual. Por ejemplo, posee carácter social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas. También tiene naturaleza económica, ya que es capaz de generar divisas al país receptor de los flujos turísticos; política, porque responde a los lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; cultural, porque permite conocer la vida e idiosincrasia de personas de diferentes realidades geográficas y educativa, en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual (MINCETUR, pág. 01).

Los alcances de la actividad turística son los de beneficiar directa o indirectamente a una sociedad de manera organizada, compensando las necesidades de las personas a través del desarrollo turístico y creando divisas para el progreso de un sector.

2.4.2.3. Turismo.

El turismo en la actualidad es resultado de procesos sociales y culturales no completamente cuantificables, que resultan imprescindibles para comprenderlo y para llevar a cabo acciones que permitan obtener de él los mejores rendimientos globales, ya sean financieros y no financieros (Molina & Rodríguez, 2009, pág. 11).

El Turismo es la práctica de viajar libremente por placer a otros lugares o poblaciones dentro del mismo país o en el extranjero. Para ello se ha creado una infraestructura de medios y servicios que permite la atención de los viajeros (Capovilla., 2010, pág. 8).

Para los países desarrollados y en vías de desarrollo no sólo constituye un importante canal de entrada de divisas sino que además genera en

sus mercados laborales un gran número de puestos de trabajo que dependen de ella directa o indirectamente. (Capovilla., 2010, págs. 8-9).

Una definición del turismo es la de ser una actividad industrial, esto conlleva a dos componentes esenciales: economía y producción. El profesor William Graham Summer, de la Universidad de Yale, por el año 1883 manifestaba que “la riqueza proviene únicamente de la producción”. El termino riqueza podemos definirlo como el conjunto de bienes y servicios generados y adquiridos por los individuos en un tiempo determinado; se consideran bienes los productos tangibles, como el automóvil; los bienes intangibles son los servicios, por ejemplo, los espectáculos, los viajes, etcétera (Ramírez Cavassa, 2009, pág. 9).

Hacer turismo ya es parte fundamental en muchos sectores, porque a través de esto se consigue generar divisas, las cuales bien empleadas, serán de total beneficio al sector, así como la incrementación de empleo. Hacer turismo, también es cuidar que la implementación de un determinado proyecto, no genere impactos negativos en el ambiente, para conservar la belleza natural de cada lugar.

2.4.2.4. Producto Turístico.

Muchos autores consideran que todo producto turístico está compuesto por cinco componentes:

1. Atracción y entorno del destino turístico: los atractivos constituyen el fin del desplazamiento turístico, se conoce como el lugar, objeto u acontecimiento.
2. Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico: es la planta turística que se encuentra conformada

por el equipamiento (servicios básicos) y las instalaciones (construcciones para la práctica de la actividad turística).

3. Accesibilidad del destino turístico: indispensable para que el turista llegue al destino.
4. Imagen del destino turístico: percepción del turista sobre el destino, que es apreciada a partir de la influencia del marketing sobre un lugar determinado, por ello la creación de los productos debe orientarse a los turistas y a los residentes para reforzar la imagen del mismo y su sostenibilidad en el tiempo.
5. Precio para el consumidor turístico: instrumento compuesto por la cantidad de dinero que el usuario está dispuesto a desembolsar con la finalidad de satisfacer sus necesidades. (Rodríguez, 2010).

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado.

Éste está compuesto por:

- a. Los recursos turísticos.
- b. Los atractivos turísticos.
- c. La planta turística.
- d. Los servicios complementarios.
- e. Los medios de transporte.
- f. La infraestructura básica. (MINCETUR, pág. 02).

En la actualidad es vital que el cliente o en este caso el turista se sientan satisfechos, gracias al servicio y facilidades que se le esté brindando, así como también es importante la percepción que tenga del lugar que visita porque como se indica, los productos deben estar orientados al turista para así lograr cautivarlos y esperar que retornen al lugar.

2.4.2.5. Desarrollo Turístico.

“Existen lugares en los que el turismo es el principal elemento de desarrollo, de modo que su economía se centra casi exclusivamente en este sector de la actividad;...” (Ejarque, 2005, pág. 145).

Otros destinos utilizan el turismo como actividad económica complementaria. Es el caso de las ciudades y las capitales, ricas en actividades económicas de todo tipo, en las que la industria o los servicios constituyen el área productiva o fundamental y que consideran el turismo, ya sea de negocios, vacacional o cultural, una oportunidad de crecimiento adicional. Esta opción cada día gana más adeptos, especialmente porque muchas administraciones han comprendido que el turismo es una actividad que genera muchos puestos de trabajo y, en consecuencia, puede contribuir a incrementar la renta per cápita de sus ciudadanos (Ejarque, 2005, pág. 145).

Como lo menciona Ejarque (2005) dice:

...existen lugares en los que el turismo es una actividad principal de desarrollo, pero también es verdad que muchas ciudades grandes utilizan el turismo como actividad complementaria sea cual sea su tipo, pero en el caso de este Caserío que es rural y que posee muchos lugares naturales por visitar, el turismo podría ser su actividad principal para generar un buen desarrollo turístico y por supuesto económico para la población.

2.4.2.6. Destino Turístico.

“Punto específico donde el consumidor (potencial turista) se debe desplazar para realizar, o bien llevar a cabo la demanda del producto” (Guerrero & Muñoz, 2009).

El destino, como ámbito en donde se realizan la mayor parte de las actividades de producción y consumo turístico y donde se producen la mayoría de los efectos geográficos, sociales, económicos y culturales del turismo, no ha recibido la atención que aparentemente merece. De hecho, tradicionalmente ha sido definido, de forma simplista, bien como sinónimo del producto o bien como sinónimo de lugar en donde se produce y consume turismo (Timón, 2004).

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística (marcocentomo, 2009).

En definitiva el destino turístico no es solo un lugar a visitar sino que es un espacio en el cual se concentran dinamismos y actividades que pueden contribuir al aprendizaje educativo de una persona.

2.4.2.7. Atractivo Turístico.

El concepto de atractivo turístico 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 (Ordaz, 2010).

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística (Torrejón, 2004).

En relación a estas citas, se menciona que un atractivo turístico puede convertirse en un producto turístico que llame la atención de los visitantes y turistas, al tener elementos o atributos que generen más flujo de los mismos al lugar turístico. Es por eso que con la clasificación y difusión de estos lugares, se obtendrá atractivos de gran interés.

2.4.2.8. Atractivo Turístico Natural.

Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otros (cecyte, 2010)

La existencia del espacio rural o natural turístico está condicionada por la presencia de atractivos rurales y naturales para algún o algunos segmentos turísticos. Estos atractivos constituyen la causa principal que motiva un viaje turístico. Sin embargo, cada vez que alguien emprende

un viaje turístico en busca de uno de esos atractivos genera unas necesidades de transporte, alojamiento, alimentación, visitas a lugares, diversiones, compras, para cuya satisfacción se requiere, entre otras aportaciones, de una serie de construcciones con las características adecuadas para la prestación de esos servicios.

La localización de la planta turística que permita el acceso de visitantes a un territorio rural o natural no se localizará únicamente en destino (hoteles, camping, etc.), sino también en origen (aeropuertos, agencias de viajes, etc.) e in itinere (autopistas, moteles, etc.) (Cambrils, 2002).

Se puede considerar que cada lugar natural que genere una motivación para visitarlo por su belleza, debe de brindar al turista o visitante la facilidad de acceso y permanencia en dicho lugar, teniendo en cuenta planta turística y actividades que incentiven a que el visitante o turista regrese a dicho atractivo.

2.4.2.9. Turismo Rural.

“La principal motivación de este tipo de turismo es la de conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, la artesanía, etc...” (Capovilla., 2010, pág. 22).

Tipo de turismo que se desarrolla en el medio rural y consiste básicamente en un alojamiento no convencional, por lo general denominado casa u hotel rural, con o sin manutención, más unas actividades complementarias, que se desarrollan habitualmente en la naturaleza (senderismo, rutas a caballo...), pero también pueden tener un contenido cultural (centros de interpretación, museos etnográficos, etc.) (Collado, 2010).

En adelante simplemente se denominará como turismo rural una vez que se aclaró que puede tener modalidades particulares, pero que en general se trata de un turismo de bajo impacto tanto ambiental como socio-cultural, que facilitan vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, ayuda a recuperar el equilibrio físico y psicológico del turista...

“El turismo rural presenta una serie de posibilidades para el desarrollo regional, así como de bienestar tanto para la comunidad receptora como para el visitante ocasional o frecuente” (Casal, Capítulo 6. Turismo Rural., 2009, págs. 240,241).

Es muy importante mencionar este tipo de turismo porque es uno de los que más se relaciona con el Caserío, al originar actividades dentro de la naturaleza, y puesto que como lo menciona Casal (2009), es un turismo de bajo impacto, el cual además enriquece el desarrollo personal tanto del visitante como el de la población que brinda este turismo.

2.4.2.10. Turismo de Aventura.

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo o tabúes que se han generado en su entorno. La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más: turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina, o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos sí llegan a ser determinantes (Casal, Capítulo 5 Turismo de Aventuras., 2009, pág. 225).

Para muchos turistas esta modalidad de turismo es muy importante cuando realizan un viaje, puesto que les apasiona la adrenalina y siempre buscarán lugares en los que puedan desarrollar experiencias llenas de aventuras.

2.4.2.11. Turismo de Salud.

Junto al turismo religioso es de los más antiguos. Es una actividad vinculada a los balnearios. Con el paso del tiempo la tipología de cliente que visita estos lugares ha pasado de ser de edad avanzada a ser un público más joven que persigue evadirse del estrés o realizar tratamientos de belleza (Capovilla., 2010, pág. 22).

El turismo de salud es un innovador concepto de turismo basado en la oferta termolúdica y ocio saludable, que se inspira en la filosofía de atención personalizada, orientada a satisfacer y superar las expectativas del cliente y que caracteriza a los Balnearios, Spas y Centros de Talasoterapia.

España, es pues, el líder mundial en turismo de salud, dado la gran oferta termal existente en todo el territorio nacional (s.r., 2013).

Turismo enfocado a un grupo que se desplaza interesado en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educativas y recreativas y a la vez cuidan su salud. Turistas que van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud y que en su lugar de residencia no lo disfrutan.

Los beneficios del turismo de salud son variados y van de acuerdo a los requerimientos de los turistas que viajan en busca de mejorar su salud,

ya sean curación de padecimientos crónicos, combatir adicciones, control de peso, reactivación orgánica general, etc (Gómez, 2007).

Este tipo de turismo es más apreciado hoy en día, a pesar que es uno de los más antiguos en el mundo, es beneficioso para la salud, considerando entre todo que el agua cura varias afecciones, aunque muchas personas ya lo toman como tratamientos de belleza al existir los Spa, Baños de cajón, tratamientos de talasoterapia los cuales consisten en utilizar agua no contaminada de mares, piedras, barro, algas, entre otras.

Como menciona Capovilla (2010):

...este turismo ha pasado de ser no solo de una edad avanzada sino también de turistas más jóvenes que disfrutan de la relajación que estas aguas brindan. Es muy importante atraer de forma adecuada más turistas a que se queden en este lugar, la conozcan y disfruten de este tipo de turismo.

2.4.2.12. Turismo Recreacional.

“A cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se realice en una actitud placentera... siendo por lo tanto el turismo una forma particular de recreación.” (Boullón., 2011, pág. 88)

Por recreación se hace referencia a uno de los contenidos potenciales y de empleo reales del tiempo libre, de los recesos laborales y escolares, de los tiempos extralaborales y extraescolares. El significado etimológico recreatio, -onis, crear de nuevo, restablecer, reanimar, relajar, etc., se combinan con la revalorización del ocio latino, basado a su vez en la idea griega del ocio, identificándolas con las actividades del ser humano que

han de recrearse, a través de formas de ocio (ocios), pasivas, semiactivas, activas y creativas en cuanto a nivel de participación (Casal, Capítulo 2 Animación Turística., 2009).

Un lugar rural conformado por atractivos naturales, tiende a generar un mejor turismo recreacional al encontrarse situado fuera del área urbana, conteniendo sitios para diversión, recreación, ocio etc. De tal manera que se brinde distintas actividades al turista que busca salir de su rutina habitual, siendo esta laboral, estudiantil o de otro tipo.

2.4.2.13. Comida Tradicional.

El concepto de comida étnica es aquel que se aplica a la comida particular y específica de una región o comunidad del planeta. Por lo general, si bien el concepto es completamente abarcativo, se lo suele utilizar para hacer referencia a comidas o gastronomías que quedan por fuera de la típica comida rápida popularizada por Estados Unidos (aunque este tipo de comida también sea comida étnica al pertenecer a ese país). Así, las gastronomías de culturas no dominantes a nivel mundial como lo pueden ser la comida hindú, la peruana, la mexicana, la marroquí, la argentina, la brasileña o la china son todas consideradas étnicas y diferentes a la comida tradicional occidental (Cecilia).

La noción de comida étnica surge un poco como oposición a la de la comida tradicional que tiene sus raíces en Europa y Estados Unidos. Así, se toman en cuenta y se revigorizan diferentes sabores, texturas, formas de cocción y de presentación que puedan provenir de lugares muy lejanos y diversos: Perú, Centroamérica, México, Argentina, Brasil, Marruecos, India, China, Japón, Vietnam, Rusia y otros. (Cecilia).

La gastronomía forma parte del elemento diferencial de las comunidades receptoras y puede ser utilizada por la actividad turística desde la planificación hasta la gestión. La degustación de un plato típico regional permite la integración entre el turista y la comunidad receptora, posibilitando conocer sus características y vivir la experiencia a través del conocimiento del origen y significado del plato para la comunidad local, la visualización del plato servido y la apreciación del sabor del mismo. Así, se produce una interacción profunda entre la cultura del visitante y la de la comunidad receptora (Tramontin & Gonçalves, 2010).

La comida típica, tradicional, étnica o popular como muchos la consideran es una manera muy especial de llegar a un turista puesto que a diferencia de algo similar que pueden tener muchos lugares, los tipos de comida solo pueden ser originarios o propios de cada lugar. Es así que aparte de los lugares maravillosos que existen en un lugar por visitar, es importante también destacar la tradición gastronómica como recuerdo para el turista, incentivándolo a regresar nuevamente a degustar de dicho plato especial.

2.4.2.14. Turista.

“Son los que permanecen al menos una noche en el lugar que han escogido como destino” (Capovilla., 2010, pág. 20).

“Todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado” (Collado, 2010).

“Visitante que pernocta por lo menos una noche en el país o lugar visitado” (MINISTERIO DE TURISMO, 2006, pág. 103).

En definitiva el turista también es un visitante y un visitante puede convertirse en turista al momento en que no abandona el lugar que visita, sino que decide pernoctar en él.

2.4.2.15. Visitante.

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado (Collado, 2010).

“Son los que permanecen fuera de su país un periodo que no excede los 12 meses dedicándose a cualquier actividad remunerada” (Capovilla., 2010, pág. 19).

Toda persona que viaje, por un periodo no superior a 12 meses, a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual y que el motivo principal de la visita no sea ejercer una actividad que se remunere en el país visitado (Quiroz, 2010, pág. 07).

“Visitante interno: toda persona que reside en un país y viaja dentro de él” (MINISTERIO DE TURISMO, 2006, pág. 103).

“Visitante de día.- Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado” (Quiroz, 2010, pág. 07).

“Visitante del día: o “excursionista”: que no pernocta en el país o lugar visitado” (MINISTERIO DE TURISMO, 2006, pág. 103).

“Visitante internacional: comprende al receptivo y el emisor” (MINISTERIO DE TURISMO, 2006, pág. 103).

Como anteriormente se expresa, visitante solo es aquel que visita un lugar por corto tiempo, o menor a 24 horas, realizando su visita en su lugar de residencia o distinto a la misma.

2.4.2.16. Conciencia Turística.

Conjunto de actividades y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción del turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial. (Quiroz, 2010, pág. 06)

Es muy importante tener conciencia turística, puesto que es un requisito importante para el turista que visita cualquier lugar, y esto es lo menos que espera, una buena atención, respeto, amabilidad, entre otras cualidades.

2.4.3. Descripción estructural de planes estratégicos.

Para el desarrollo del Plan Estratégico para el Caserío de Tufiño se tendrán en cuenta 2 modelos de planificación Estratégica a considerar, el primer modelo es propuesto por el Dr. Antonio González Molina quien es profesor en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria; y el segundo modelo lo propone el señor Volmir Raimondi, quien es presidente de la Unión Latinoamericana de Ciegos, localizada en la ciudad de Mar del Plata (Argentina).

2.4.3.1. Plan Estratégico Olimpia 2000.

El presente Plan detalla lo siguiente en su índice general:

Breve Presentación del desarrollo del plan, seguido del literal 1 que habla de la Filosofía de Actuación, Políticas y Justificación del proyecto.

El literal 2 está compuesto por los Análisis (externo e interno) y el Análisis de estudio del entorno, el Análisis Externo comprende la Situación Territorial como: (geografía, morfología, orografía, atractivos turísticos, fauna, flora, recursos hidráulicos - ríos, lagos, embalses... - climatología, vías comunicación,...), Análisis Sociológico como: (población, demografía, hábitos, formas de vida, valores, costumbres, cultura, gastronomía, etnografía, antropología, etc.), la Situación Económica del Mercado enfocada a: (crecimiento, tendencias, estructura industrial, desarrollo de productos, políticas de precios, distribución, promoción), la Situación Política en cuanto a: (tendencias, impuestos, sectores influyentes), el desarrollo tecnológico (innovaciones), el Análisis de Normativas y Leyes del Sector Turístico, Estudios de Oferta y Demanda en el Mercado sean estos: (empresas del sector, ofertas / demandas en el mercado, precios del producto, competencias, características del producto, etc). El Análisis Interno comprende, Análisis de Objetivos, Metas y Fines, Análisis de Recursos Humanos tales como: (perfiles, cualificación, especialización, edades, experiencia, análisis de rendimiento, nivel de aceptación en puestos de trabajo, actitudes, aptitudes, motivación, promoción interna, salarios., división /delegación de tareas, organigrama), la Situación Económica y Financiera de la Empresa, el Estado de Instalaciones y Equipamientos de la Empresa, Tecnología, Análisis de la Infraestructura Organizativa, Análisis de los Productos, finalizando con un Análisis del Entorno, criterios D.A.F.O (análisis interno: debilidades y fortalezas; análisis externo: amenazas y oportunidades).

En el literal 3 se habla sobre los Objetivos General y Específicos y sus Estrategias.

El literal 4 está conformado por Planes Integrales Estratégicos de Intervención, desglosándose en lo siguiente: Plan de Instalaciones y Equipamientos:, y dentro de esto consta: Instalaciones Deportivas/ Recreativas en Tierra: (polideportivos, gimnasios, canchas de tenis, campos de golf, circuitos, circuitos

de aventuras, montañas, valles, instalaciones al aire libre, cubiertas/descubiertas, etc), Instalaciones para Deportes/ Recreación en el Agua: (mar, ríos, lagos, embalses, piscinas), Instalaciones para Actividades en el Aire: (deportes y actividades recreativas aéreas), Plan de Equipamientos de Instalaciones, Plan de Mantenimiento y Conservación, Plan de Costes Presupuestarios, Plan de Remodelación / Rehabilitación y Mejoras; Plan de Recursos Humanos: Perfiles del Personal (Diseño de Plantilla: ejecutivos, técnicos, administración, servicio), Criterios y Estrategias de Selección del Personal, Funciones Específicas para el Personal, Tipologías de Contratación, Técnicas de Motivación y Estímulos, Plan de Formación, Actualización y Reciclaje, Organigrama, Estructura y Organización del Personal, Criterios Niveles Salariales; Plan de Actividades: Justificación de las Actividades a realizarse, Objetivos, Programas-Tipos: (Juegos y Deportes Alternativos; Actividades de Expresión Corporal, Ritmo, Danzas, Bailes; Actividades en la Naturaleza, Aventuras, Multiaventuras; Juegos y Deportes Acuáticos; Deportes; Actividades Animación y Recreación en hoteles, playas, convenciones, ocio nocturno, lugares y días de celebración); Plan de Recursos Económicos y Financieros: Presupuesto de Gastos: detallando conceptos y cantidades como: (personal, seguridad social, equipamientos, construcción de instalaciones, agua, luz teléfono, transportes, protocolo, impuestos, intereses, gastos imprevistos entre otros), Presupuestos de Ingresos: (conceptos y cantidades como ejemplo: alquiler de instalaciones, utilización de gimnasio, sauna, actividades de aventura, alquiler de bicicletas, etc...), Plan de Financiación:(Estrategias Financieras; créditos; subvenciones; ventas directas; análisis de ingresos; análisis de gastos; estudios costes de mantenimiento; estudio / análisis de clientes / usuarios; estudios de inversiones; estudios rentabilidad instalaciones, actividades / productos; planes de desinversión); Plan de Mercadotecnia: Análisis y Estudio del Mercado, Marketing Mix de los Servicios: (Producto, Precio, Promoción, Plaza. Distribución), Plan de Lanzamiento de los Productos: (Estudios Previos; Investigación; Segmentación

del Mercado, Plan General de Mercadotecnia: Análisis: (Producto, Mercado, Distribución, Comunicación, Servicios), (Objetivos y Medios), Investigación y Análisis del Mercado; Plan de Recursos Formales, Leyes, Normativas: (Regulaciones y Normativas Turísticas; Condiciones Generales Viajes / Actividades; Seguros / Pólizas; Regulación Interna (Circulares, Comunicados, Ordenes, Reglamentos, Estatutos, Cartas, Impresos).

El literal 5 que incluye el Desarrollo y Ejecución (Plan Director): Plan Director (Cuadro y Esquema): Desarrollo del Plan Director, Modelo Propuesta de Programación de Actividades, Plan de Contingencia: Planes Alternativos de Emergencia.

El literal 6 es sobre la Evaluación y Control: Criterios de Evaluación / Calidad: Normas y Criterios a Utilizar; Selección de Indicadores: Cuantitativos; Cualitativos; Técnicas e Instrumentos de Evaluación: Entrevistas, Encuestas, Cuestionarios, Paneles de Consumidores, etc.; Evaluación de Planes; Evaluación de Sistemas de Calidad de Servicios; Evaluaciones por Temporadas; Evaluación Permanente Plan de Seguimiento y Control; Evaluación Anual.

El literal 7 conformado por el Feed-Back (Retroalimentación) y finalizando con el literal 8 y 9 que contienen las Consideraciones Finales y Bibliografía de Consulta respectivamente.

2.4.3.2. Plan Estratégico de ULAC 2012 – 2016.

El Plan Estratégico de ULAC puntualiza lo siguiente:

La introducción del Plan y sus objetivos a alcanzar, dentro de esta introducción se habla sobre los Antecedentes en base a asambleas de la ULAC, seguido de un Marco Teórico, La metodología compuesta por etapas como son:

Diagnóstico Estratégico – Identificación de la Visión; Misión, Valores y Principios de la Organización, Instrumentos Prescriptivos y Cualitativos – Matriz de Planificación; Monitoreo y Evaluación.

1.- Diagnóstico Estratégico: Análisis de Ambiente: Desglosándose en: Análisis Interno (Fortalezas, Debilidades), Análisis Externo (Oportunidades, Amenazas).

2.- Misión (cómo se lo va a hacer), Visión (Lo que se quiere ser), Valores y Principios.

3.- Matriz del Plan Estratégico: Objetivos, Estrategias, Resultados y Desafíos: definiéndose cuantos objetivos sean necesarios.

4.- Monitoreo y Evaluación: Según se considere el nivel de complejidad del Plan. Realizando el cumplimiento de las actividades, eficacia y efectividad de las mismas y la presentación de una evaluación periódica.

2.4.3.3. Toma de decisión.

Para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo para el caserío de Tufiño, se tomará como propuesta modelo, el Plan Estratégico Olimpia 2000, por su organización técnica turística y porque es factible y puede realizarse.

2.5. IDEA A DEFENDER.

La elaboración del Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño, contribuirá al mejoramiento de la actividad turística en el sector.

2.6. VARIABLES.

Variable Independiente.

- ✓ Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño.

Variable Dependiente.

- ✓ Mejoramiento de la actividad turística en el sector.

III.METODOLOGÍA.

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Modalidades de Investigación Cualitativa:

La perspectiva que se da a este tipo de estudios es “desde dentro”; el investigador está próximo a los datos que deben caracterizarse por ser “reales”.

Las técnicas de mayor uso en este tipo de investigación son la observación, la entrevista, los relatos e historias de vida. Es de carácter subjetivo y utiliza métodos cualitativos que dan un tratamiento diferente a la información. Se otorga mucho mayor énfasis al proceso de la investigación que a los resultados. (Posso, 2009, pág. 29)

En este tipo de investigación lo que interesa es la interpretación o subjetividad del fenómeno o problema en estudio, es decir, viviendo las experiencias o según el criterio del investigador.

Modalidades de Investigación Cuantitativa:

Es un tipo de investigación de larga tradición que se caracteriza por utilizar información esencialmente de tipo cuantitativo (por ejemplo: la edad, el sexo, la escolaridad) o también utiliza información que será cuantificada en la etapa de procesamiento y análisis de la información. Aboga por el empleo de métodos cuantitativos (estadísticas). (Posso, 2009, pág. 39).

Como son investigaciones con un elevado nivel de medida y control, se espera que los resultados sean sólidos y fiables como para poder generalizar la información obtenida. Son más precisos y analizan con profundidad. (Posso, 2009, pág. 39).

- A manera de resumen, tanto la orientación de tipo cuantitativo como cualitativo pueden considerarse interdependientes. De esta manera se puede iniciar un estudio cualitativo exploratorio; posteriormente emplear métodos cuantitativos para ir ordenando lo que se va descubriendo o, a la inversa, iniciar un estudio cuantitativo y, a lo largo de su desarrollo, precisar las aportaciones cualitativas que permitan clarificar algún aspecto del trabajo al constatar la necesidad de contar con información complementaria que aporte una visión más profunda de la realidad objeto estudio. (Posso, 2009, pág. 32).

Esta investigación estuvo destinada al mejoramiento turístico en el caserío de Tufiño, investigando mediante encuestas, entrevistas, con el análisis y tabulación de datos sobre la acogida que este Plan Estratégico tiene dentro de la zona en cuanto a pobladores y turistas.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Investigación Documental

Este tipo de investigación como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hermerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, la tercera en documentos que se encuentran en los

archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera (Contreras, 2011).

En la investigación se realizará esta modalidad, porque así se puede obtener información a través de la consulta de libros, revistas, diarios, anuarios, circulares, internet, investigaciones similares al proyecto, entre otras fuentes que faciliten la información relacionada al tema.

Investigación de Campo

Se entiende por Investigación de Campo, el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia; haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos de forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. Sin embargo, se aceptan también estudios sobre datos censales o muestrales no recogidos por el estudiante, siempre y cuando se utilicen los registros originales con los datos no agregados; o cuando se trate de estudios que impliquen la construcción o uso de series históricas y, en general, la recolección y organización de datos publicados para su análisis mediante procedimientos estadísticos, modelos matemáticos, econométricos o de otro tipo (Contreras, 2011)

Contreras, (2011) cita de la página 18 del Manual UPEL y dice:

“Es el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos entender su naturaleza y factores

constituyentes...”. Se basa en el estudio que permite la participación real del investigador o los investigadores, desde el mismo lugar donde ocurren los hechos, el problema, la fenomenología en consideración. A través de esta modalidad, se establecen las relaciones entre la causa y el efecto y se predice la ocurrencia del caso o fenómeno.

Esta investigación estuvo apoyada en informaciones tales como: entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones, al igual que la investigación documental, evitando la duplicidad de trabajos. Por lo tanto fue de gran apoyo al proyecto, porque se llevó a cabo en el lugar de los hechos, (caserío, pobladores, atractivos).

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Población: Conjunto de personas de igual características y que es definitorio de la muestra a investigar.

Muestra: Para poder realizar un análisis estadístico se procede a saber el número de personas que se les hará la encuesta, para ello trabajaremos con la siguiente fórmula, en vista que la población a utilizarse es infinita (Zambrano, 2010):

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

En donde:

Z = 1.96 nivel de aceptación con un $\alpha = 0.05$ a dos colas

P q = nivel de desviación. (0.155 – 0.835). En vista que son encuestas dirigidas.

N = total de la población. (2,339)

e = nivel de error (5%)

Por lo tanto, reemplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.129425}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0,49719908}{0.0025}$$

$$n = 199$$

En vista que se desconocía la población de turistas que visitan el Caserío de Tufiño, se procedió a aplicar la fórmula anterior, generando una muestra de 200, número de encuestas a ser aplicadas.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 2: Operacionalización de Variables.

Idea a Defender	VARIABLES	Concepto	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
La elaboración del Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño, contribuirá al mejoramiento de la actividad turística en el sector.	Plan Estratégico Turístico.	Es una acción continua con un conjunto de actividades organizadas que sirven como herramienta en la gestión, toma de decisiones y desarrollo de ciertos sucesos.	Actividades	Itinerario	¿Cuándo Ud. visita Tufiño, que actividades realiza?	Encuesta	Cuestionario	Turista
					¿Cómo califica el aporte del gobierno en cuanto al turismo en esta zona?	Encuesta	Cuestionario	Turista
				Viaje	¿Considera que el turismo en Tufiño ha mejorado con la adecuación de la vía?	Encuesta	Cuestionario	Turista
					¿Con que frecuencia visita Tufiño?	Encuesta	Cuestionario	Turista
					¿Con que medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?	Encuesta	Cuestionario	Turista
					¿Al momento de trasladarse a Tufiño con quién viene?	Encuesta	Cuestionario	Turista
				Gastronomía	¿Qué plato típico del lugar Ud. Prefiere?	Encuesta	Cuestionario	Turista
				Información	¿Para pedir información turística de Tufiño Ud. a quien acude?	Encuesta	Cuestionario	Turista
					¿Cómo califica la atención recibida por parte de los moradores?	Encuesta	Cuestionario	Turista
					¿Por qué cree Ud. que existe más afluencia de turistas a las piscinas colombianas?	Encuesta	Cuestionario	Turista
					¿Se ofrecen guías o folletos turísticos de la localidad?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad

			Procedimientos	Cronogramas	¿Tufiño cuenta con algún cronograma de actividades turísticas?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad		
					¿Tufiño cuenta con un Plan de desarrollo Turístico?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad		
				Estandarización	¿Cuáles son las fechas donde más turistas llegan al caserío de Tufiño?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad		
				Análisis DAFO	¿Al momento de haber existido algún plan de turismo, se han seguido a cabalidad los cronogramas establecidos?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad		
					¿Se conocen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de Tufiño?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad		
				Organización	Planificaciones	¿Existe un organigrama en Tufiño en el cual conste el Departamento de Turismo?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad	
				Gestión	Responsabilidad	¿La Junta parroquial en el último año ha realizado o se ha propuesto realizar capacitaciones sobre atención al turista?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad	
					Servicios	En Tufiño existe un Complejo de aguas termales, pero con el cerramiento de este Complejo. ¿Qué tanto ha afectado al turismo?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad	
			¿Existen lugares de alojamiento, certificadas por el MINTUR en Tufiño?			Entrevista	Cuestionario	Autoridad		
			¿Se ha medido el nivel de satisfacción de los servicios que brindan a los turistas?			Entrevista	Cuestionario	Autoridad		
			Actividades turísticas.	Comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un periodo superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico.	Distracción	Lugares	¿Cuántos sitios turísticos o recursos naturales posee Tufiño?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad
						Culturales	¿Dentro del Caserío se realiza algún tipo de presentación artística o folclórica?	Entrevista.	Cuestionario	Autoridad
					Destino Turístico.	Inventario Turístico.	¿Cuántos sitios turísticos o recursos naturales posee Tufiño?	Entrevista	Cuestionario	Autoridad

Elaborado por: Flor Vallejo

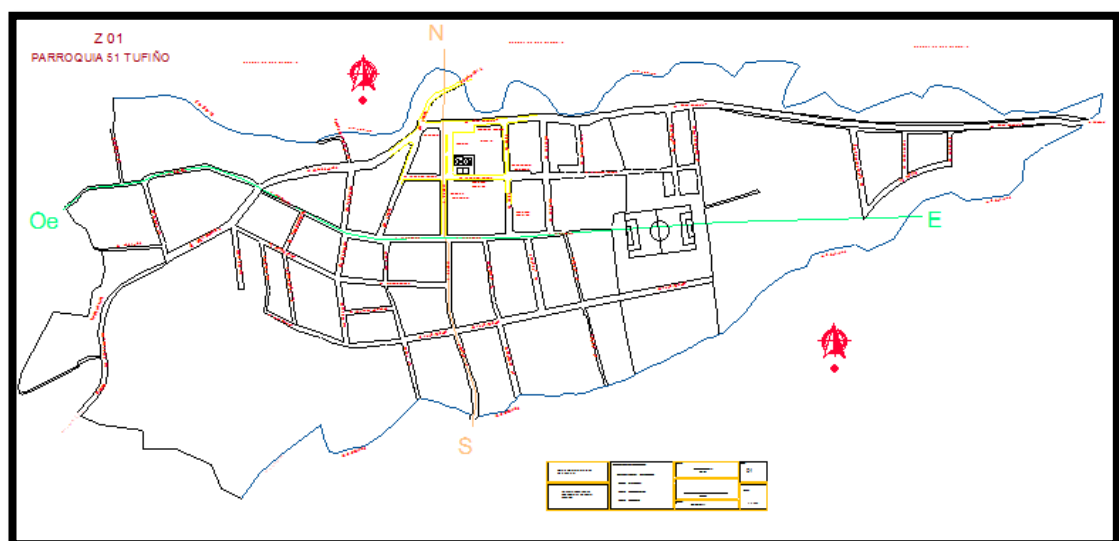
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

La información fue recolectada mediante libros, documentos, textos bibliográficos, trabajos similares al tema, entre otros, los cuales ayudaron a la investigación, obteniendo información clara y precisa.

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron la encuesta y la entrevista, las cuales arrojaron resultados muy importantes para el desarrollo del tema, llegando a alcanzar los objetivos planteados.

La observación de campo, fue importante, ya que se obtuvo resultados más reales, porque con las visitas realizadas al Caserío, se pudo observar y palpar la situación en la cual se encuentran los lugares a visitar en el Caserío.

El Caserío de Tufiño (Parroquia Tufiño) y sus atractivos turísticos se encuentra ubicado en el Cantón Tulcán, Provincia del Carchi, Ecuador. Para llegar al lugar se debe recorrer una distancia de 18 Km desde el centro de la ciudad, sus principales características son la tranquilidad, y el encuentro con la naturaleza.



Es un lugar apacible que presenta lugares para poder visitarlos como la Iglesia Central de Tufiño junto con su plaza central donde se llevan a cabo programas sociales, la plaza de toros, su mercado y la exquisita gastronomía que ofrece, además el recorrido por los criaderos de trucha, y sus alrededores. En el Caserío de Tufiño se encuentra un Complejo Turístico, el cual por el momento está cerrado, pero que con la ayuda del GAD Municipal de Tulcán, este sitio volverá a abrir sus puertas, dando paso a una visión emprendedora la cual genere turismo, fuentes de trabajo y haga de este lugar un espacio de recreación para el público en general.

Está bordeada por los volcanes Chiles y Cumbal. Mantiene una temperatura promedio de 12°C y en épocas de verano llega a las 20°C durante el día. Al viajar hacia la parroquia de Tufiño se encontrará con terrenos verdes dedicados a la agricultura y principalmente a la ganadería.

Principales lugares turísticos dentro del Caserío de Tufiño:

“La Iglesia Matriz Parroquial.- Es un símbolo religioso de grandes características y valor espiritual, se encuentra ubicada en la plaza central” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

“Complejo Turístico Tufiño.-Cuenta con instalaciones adecuadas para la recreación esto es: Piscinas de aguas medicinales temperadas y área deportiva” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

En este caso dicho Complejo hoy en día está abandonado y cerrado temporalmente, por motivo de que el GAD Municipal de Tulcán quiere realizar una readecuación del lugar.

Mercado Municipal Tufiño.- Se encuentra en el centro del Caserío, frente a la plaza central, cuenta con una moderna instalación, aquí particularmente

se ofrece el servicio de alimentación, el personal que atiende está bien uniformado y la atención es muy buena.

Polideportivo.- Ubicado a pocos metros de la plaza central, utilizado para varios eventos y juegos deportivos en general.

Cancha Deportiva.- Se encuentra ubicada al lado de la plaza central de Tufiño, es utilizada por los moradores para juegos deportivos, o campeonatos.

Plaza de Toros.- Ubicada cerca de la plaza central, esta plaza de toros fue inaugurada el 25 de Enero del año 2003, con una celebración taurina.

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Para la realización del Plan Estratégico de Turismo en el Caserío de Tufiño, se recopiló información tomada de otros proyectos similares, los cuales fueron de mucho apoyo para la realización del plan.

Las Encuestas realizadas a los turistas y visitantes en el Caserío, y la Entrevista realizada al Presidente de La Comuna La Esperanza, fueron utilizadas para recopilar información acerca de las necesidades del Caserío y de cuan factible podía ser el proyecto en dicho lugar, y que tan beneficiosa sería la incrementación turística en el lugar.

Las observaciones de campo se las aprovechó para observar la afluencia de turistas y visitantes al sector, sus preferencias en cuanto a que sitios visitan, que actividades realizan, que comida degustan más, cuál es su transporte, entre otros.

3.6.1. Análisis de resultados.

3.6.1.1. ENCUESTA

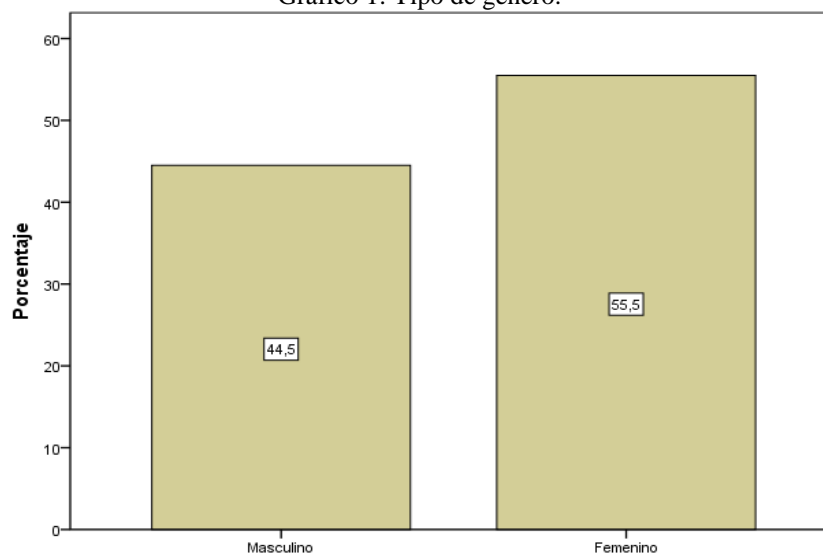
Pregunta 1: ¿Cuál es su género?

Tabla 3: **Tipo de Género.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	89	44,5	44,5	44,5
	Femenino	111	55,5	55,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 1: Tipo de género.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

El porcentaje de acuerdo al género y que más visita el caserío de Tufiño fue el femenino. A raíz de estos datos se podría generar paquetes turísticos que estén dirigidos al género femenino.

Pregunta 2: ¿Cuántos años tiene?

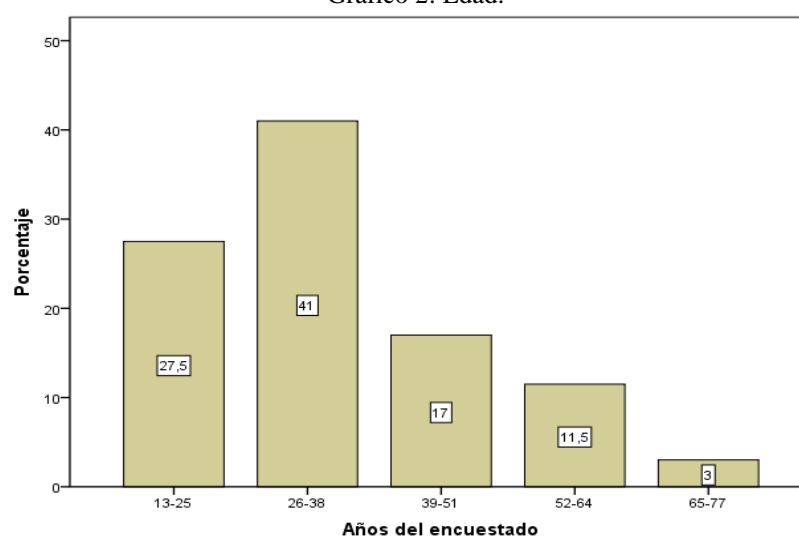
Tabla 4: Edad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	13-25	55	27,5	27,5	27,5
	26-38	82	41,0	41,0	68,5
	39-51	34	17,0	17,0	85,5
	52-64	23	11,5	11,5	97,0
	65-77	6	3,0	3,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.

Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 2: Edad.



Fuente: Encuesta dirigida.

Elaborado por: Flor Vallejo

El análisis de campo muestra que la tendencia más alta de visitas en cuanto a la edad promedio fue de personas relativamente jóvenes considerando las edades de 26-30 años, concluyendo que son personas que deseaban disfrutar de un momento agradable y placentero junto a sus amistades o familia.

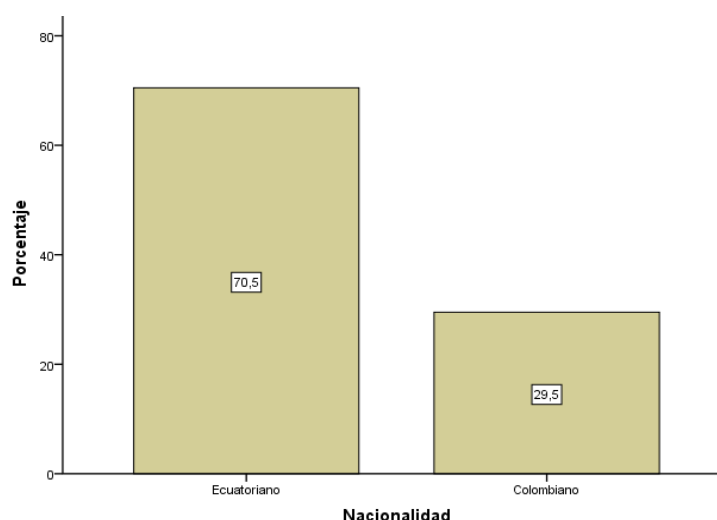
Pregunta 3: ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla 5: Nacionalidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ecuatoriano	141	70,5	70,5	70,5
	Colombiano	59	29,5	29,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.

Elaborado por: Flor Vallejo
Gráfico 3: Nacionalidad



Fuente: Encuesta dirigida.
 Elaborado por: Flor Vallejo

El porcentaje de visitas en cuanto a nacionalidad fue mayoritariamente marcado, siendo los ciudadanos ecuatorianos quienes más acudían al caserío de Tufiño. Frente a esto se dedujo que este lugar turístico es más acogido por nuestros compatriotas.

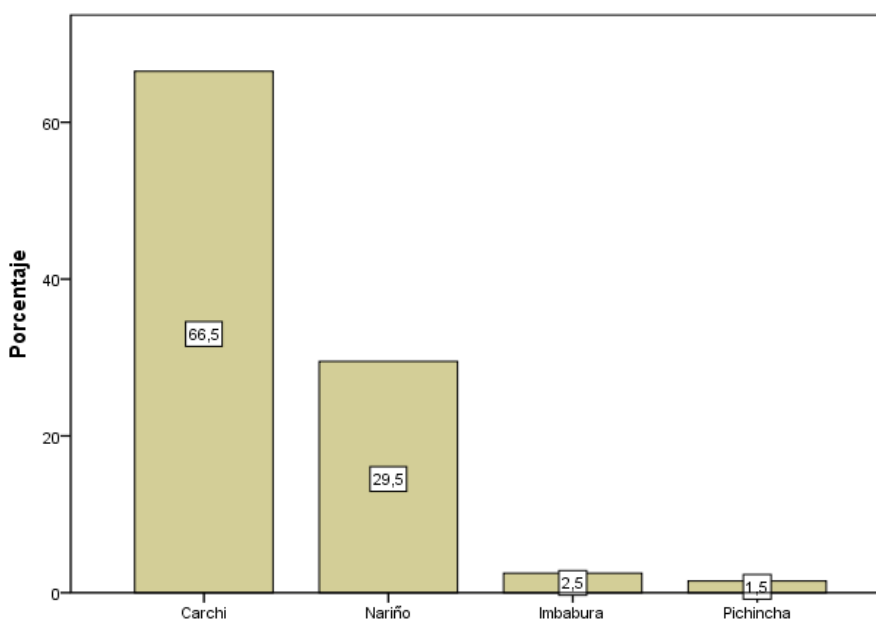
Pregunta 4: ¿Cuál es su lugar de residencia?

Tabla 6: Lugar de Referencia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Carchi	133	66,5	66,5	66,5
	Nariño	59	29,5	29,5	96,0
	Imbabura	5	2,5	2,5	98,5
	Pichincha	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
 Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 4: Lugar de residencia.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Se han derivado 3 zonas ecuatorianas (Carchi, Imbabura y Pichincha), y un departamento de Colombia como es Nariño, siendo así los carchenses quienes más visitan el caserío. Deduciendo que posiblemente es más alto el porcentaje por la cercanía al lugar.

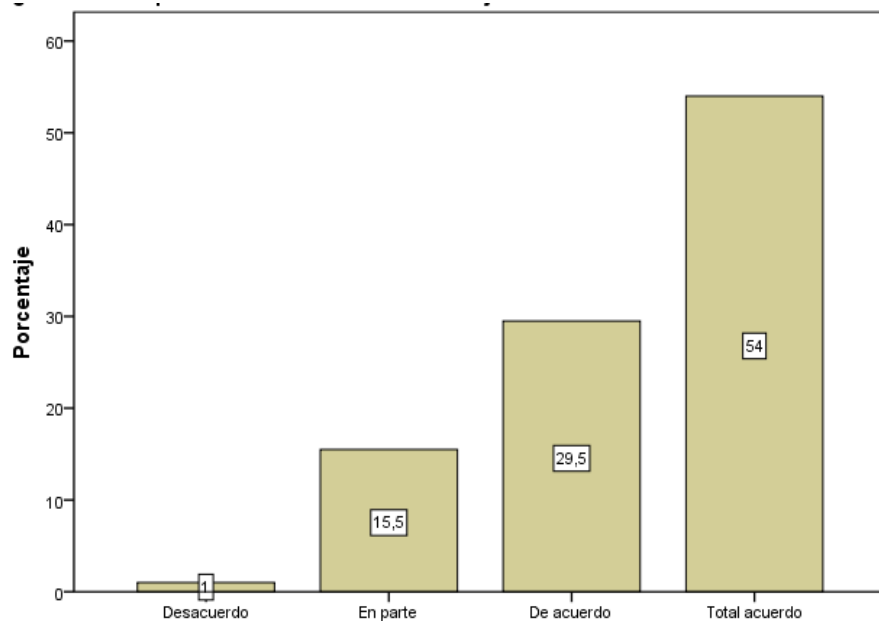
Pregunta 5: ¿Considera que el turismo en Tufiño ha mejorado con la adecuación de la vía?

Tabla 7: ¿Considera que el turismo en Tufiño ha mejorado con la adecuación de la vía?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desacuerdo	2	1,0	1,0	1,0
	En parte	31	15,5	15,5	16,5
	De acuerdo	59	29,5	29,5	46,0
	Total acuerdo	108	54,0	54,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 5: Mejoramiento del turismo.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Más de la mitad de los visitantes estuvieron en total de acuerdo en cuanto a la mejora de la vía hacia el caserío de Tufiño, puesto que esto trajo beneficios al lugar en lo que respecta al turismo, comercio, etc.

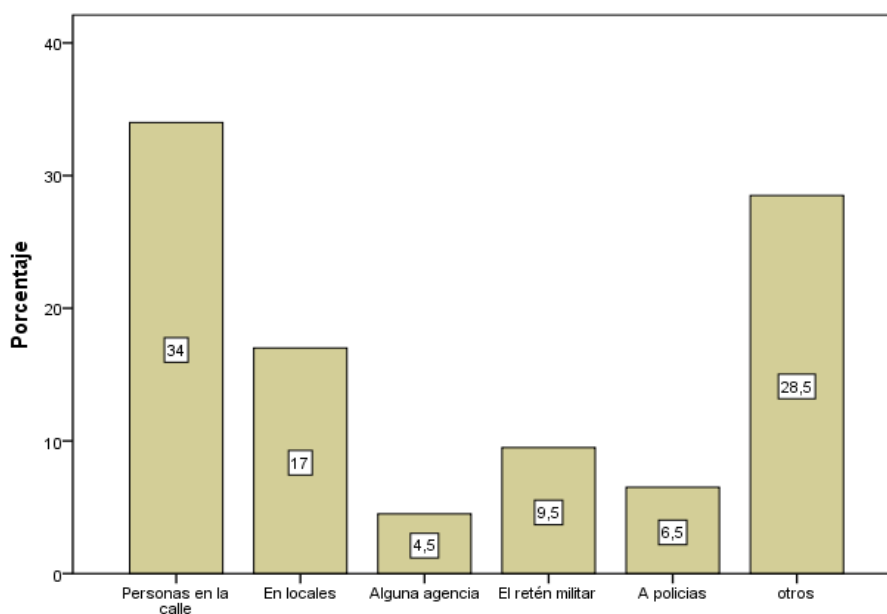
Pregunta 6: ¿Para pedir información turística de Tufiño Ud. acude a?

Tabla 8: ¿Para pedir información turística de Tufiño Ud. acude a?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personas en la calle	68	34,0	34,0	34,0
	En locales	34	17,0	17,0	51,0
	Alguna agencia	9	4,5	4,5	55,5
	El retén militar	19	9,5	9,5	65,0
	A policías	13	6,5	6,5	71,5
	otros	57	28,5	28,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 6: Pedidos de Información turística



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

La mayor parte de los turistas que visitan el caserío, al momento de pedir información, acuden a las personas en la calle (transeúntes), quienes pueden o no pueden tener una información correcta, es por eso que se entendió necesaria la creación de una oficina o departamento de Turismo en la Parroquia, para que de esta manera se pueda impartir información veraz a los turistas.

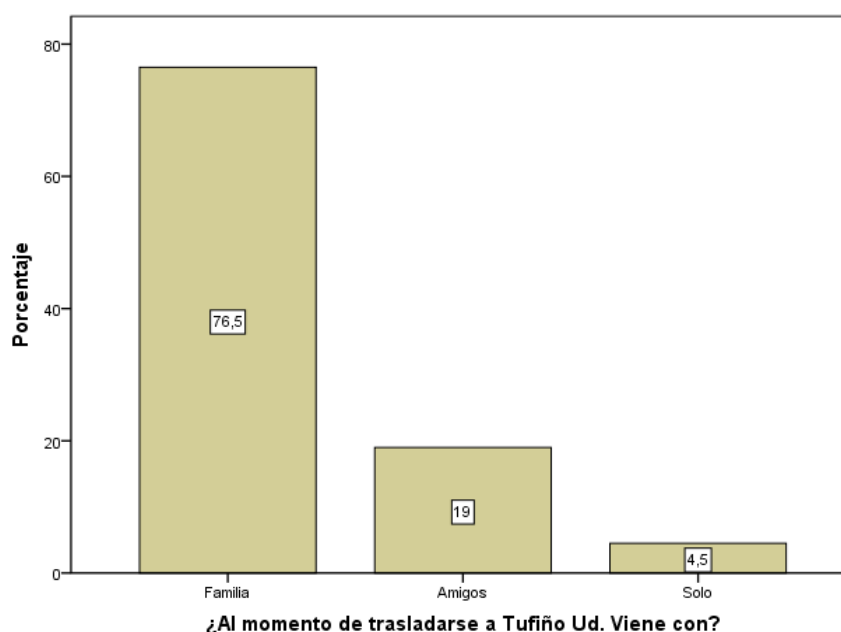
Pregunta 7: ¿Al momento de trasladarse a Tufiño Ud. Viene con?

Tabla 9: ¿Al momento de trasladarse a Tufiño Ud. Viene con?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Familia	153	76,5	76,5	76,5
	Amigos	38	19,0	19,0	95,5
	Solo	9	4,5	4,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 7: Personas con las que viaja.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Muestra que los visitantes o turistas al momento de viajar a Tufiño, eligen hacerlo más en familia, puesto que consideran un lugar de descanso y disfrute familiar fuera de la zona urbana.

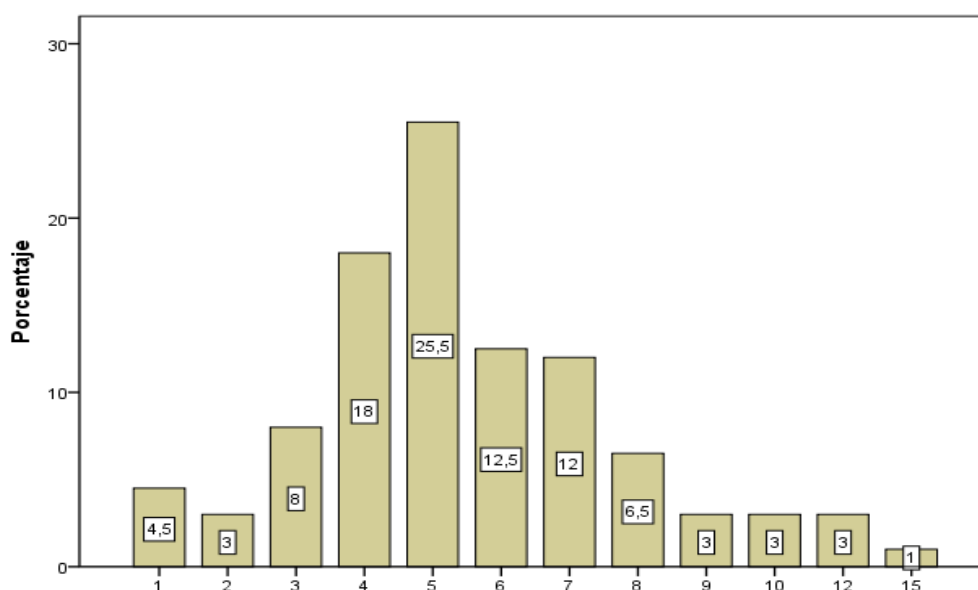
Pregunta 8: ¿Con cuántas personas usted viaja a Tufiño?

Tabla 10: ¿Con cuántas personas usted viaja a Tufiño?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	9	4,5	4,5	4,5
	2	6	3,0	3,0	7,5
	3	16	8,0	8,0	15,5
	4	36	18,0	18,0	33,5
	5	51	25,5	25,5	59,0
	6	25	12,5	12,5	71,5
	7	24	12,0	12,0	83,5
	8	13	6,5	6,5	90,0
	9	6	3,0	3,0	93,0
	10	6	3,0	3,0	96,0
	12	6	3,0	3,0	99,0
	15	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 8: Cuántas personas viajan con Ud.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Se tiene mucha relación con respecto al plan que realizan las personas al momento de viajar a Tufiño, considerando que la gente viaja más en plan familiar, el número de personas por grupo es de 4 a 5.

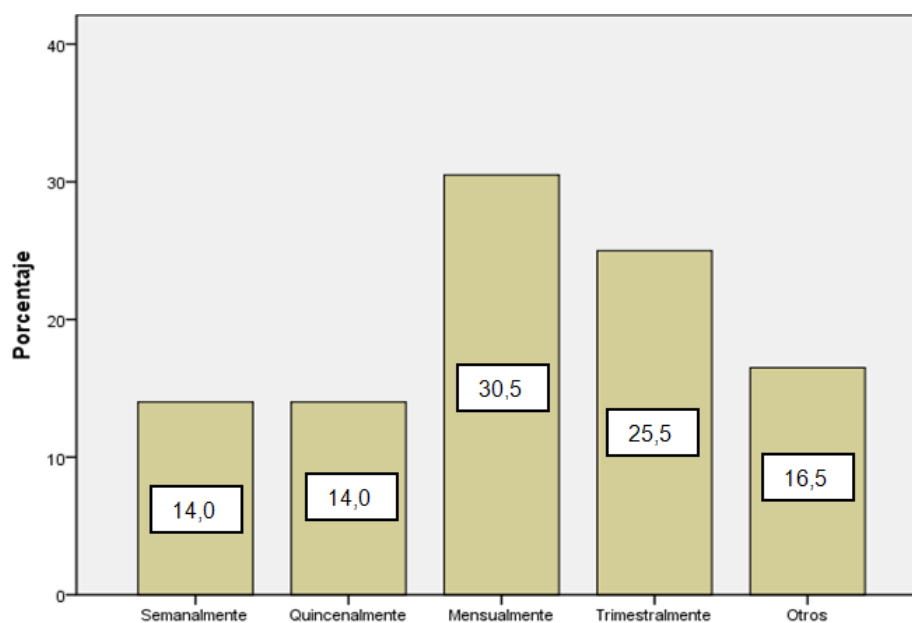
Pregunta 9: ¿Con que frecuencia visita Tufiño?

Tabla 11: ¿Con que frecuencia visita Tufiño?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Semanalmente	28	14,0	14,0	14,0
	Quincenalmente	28	14,0	14,0	28,0
	Mensualmente	61	30,5	30,5	58,5
	Trimestralmente	50	25,0	25,0	83,5
	Otros	33	16,5	16,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 9: ¿Con qué frecuencia visita Tufiño?



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

El flujo de turistas a la localidad se genera todos los meses del año, y en algunos meses se produce el impacto de la temporada de vacaciones y feriados donde acuden turistas y visitantes de todas las edades.

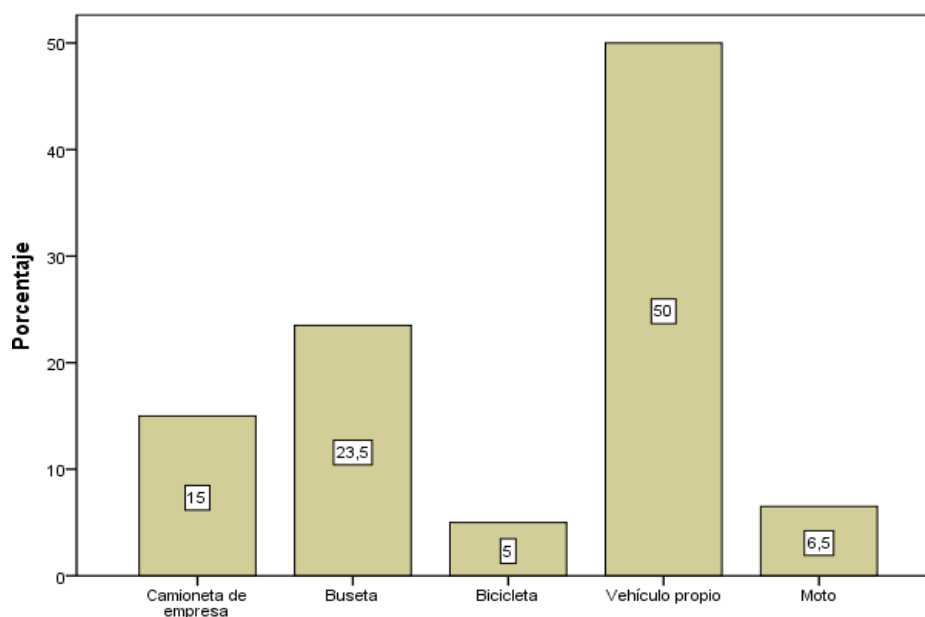
Pregunta 10: ¿Con qué medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?

Tabla 12: ¿Con qué medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Camioneta empresa	30	15,0	15,0	15,0
	Buseta	47	23,5	23,5	38,5
	Bicicleta	10	5,0	5,0	43,5
	Vehículo propio	100	50,0	50,0	93,5
	Moto	13	6,5	6,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 10: Medio de transporte que utiliza.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

La mitad de personas cuentan con un vehículo propio, por tanto dentro del plan hay la posibilidad de también proponer la creación de un parqueadero para el ingreso de todos los vehículos, la contratación de busetas y camionetas es de igual forma muy habitual, porque también ofrecen el transporte hacia Tufiño, se destaca que las empresas de transporte y la creación del parqueadero aportarían a la economía de las familias del sector.

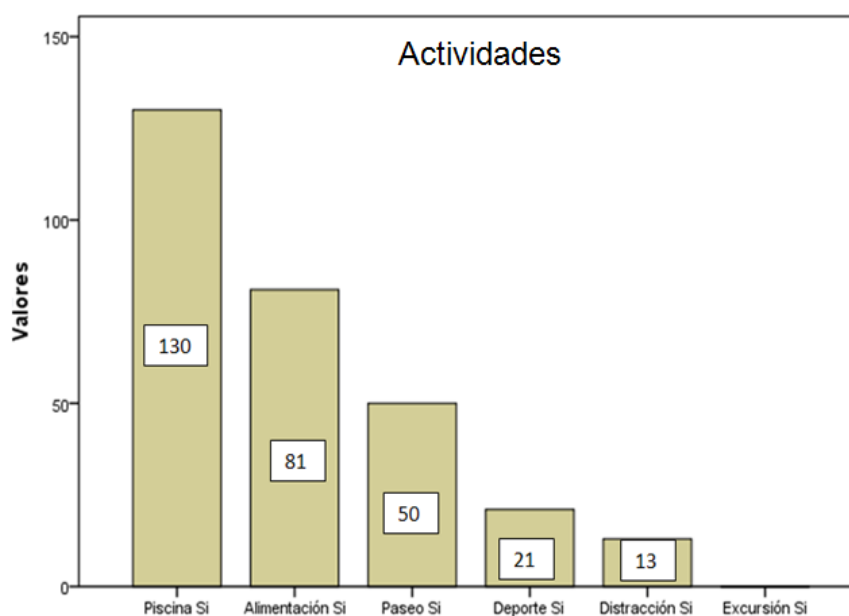
Pregunta 11: ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?

Tabla 13: ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?

Piscina	Si	130
Alimentación	Si	81
Paseo	Si	50
Deporte	Si	21
Distracción	Si	13
Excursión	Si	0

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 11: Actividades que realiza.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Entre las actividades que más realizan los turistas en Tufiño son la visita a las piscinas (Colombia) y la alimentación, en vista de que las aguas termales que provienen del Volcán Chiles son consideradas buenas para la salud, y en cuanto a la comida del lugar es considerada por todos típica y muy rica.

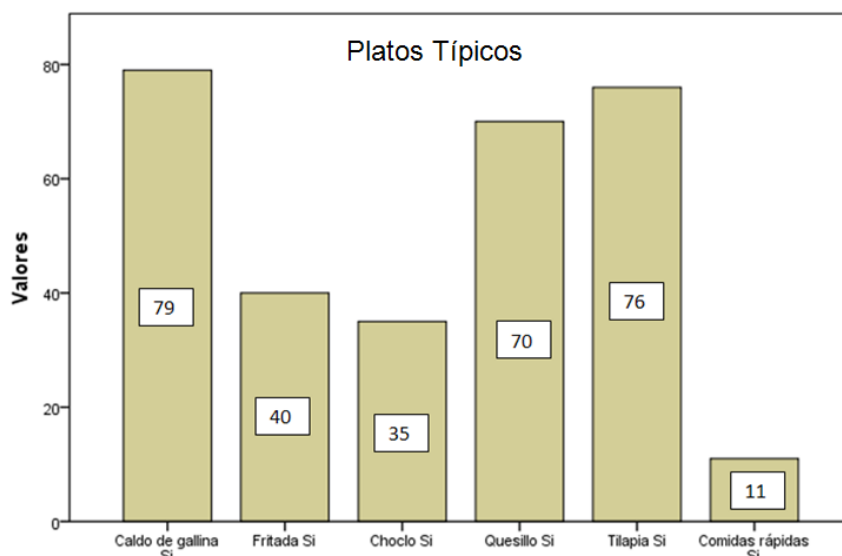
Pregunta 12: ¿Qué Plato Típico de lugar Ud. prefiere?

Tabla 14: ¿Qué Plato Típico de lugar Ud. prefiere?

Caldo de gallina	Si	79
Fritada	Si	40
Choclo	Si	35
Quesillo	Si	70
Tilapia	Si	76
Comidas rápidas	Si	11

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 12: ¿Qué plato típico prefiere?



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Relacionado a que Plato Típico del lugar la gente prefiere más, encontramos en la gráfica como sobresaliente el caldo de gallina, la tilapia o trucha y el quesillo con miel, siendo estos los platos más tradicionales del lugar y los más degustados por los visitantes.

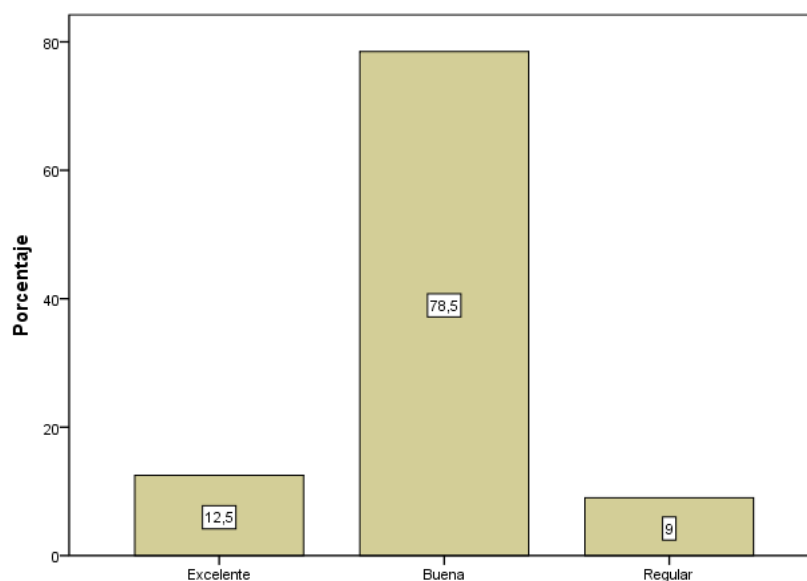
Pregunta 13: ¿Cómo califica la atención recibida por parte de los moradores?

Tabla 15: ¿Cómo califica la atención recibida por parte de los moradores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	25	12,5	12,5	12,5
	Buena	157	78,5	78,5	91,0
	Regular	18	9,0	9,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 13: Atención de los moradores



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Los visitantes consideran que la atención prestada por los moradores de este sector es buena, teniendo en cuenta que no todas las personas son amables o atentas con los visitantes y turistas. De manera que esto refleja una buena imagen del lugar y es aún más atractivo a los ojos del turista.

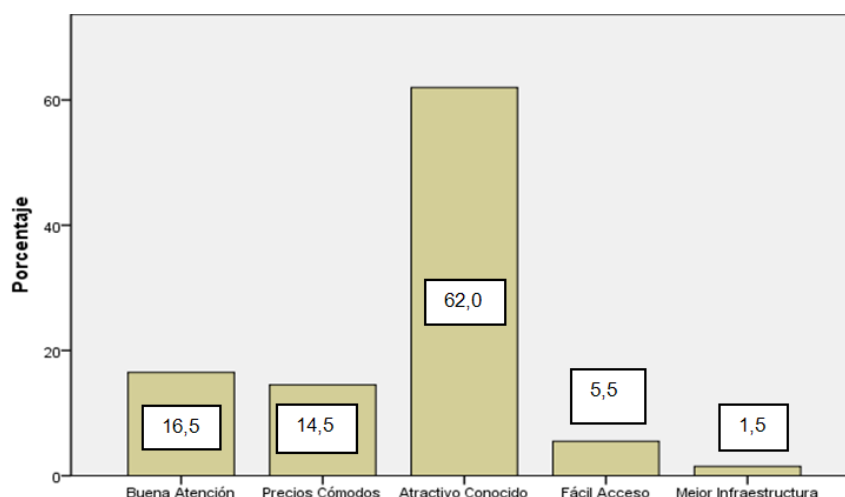
Pregunta 14: ¿Por qué cree Ud. que existe más afluencia de turistas a las piscinas colombianas?

Tabla 16: ¿Por qué cree ud. que existe más afluencia de turistas a las piscinas colombianas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buena Atención	33	16,5	16,5	16,5
	Precios Cómodos	29	14,5	14,5	31,0
	Atractivo Conocido	124	62,0	62,0	93,0
	Fácil Acceso	11	5,5	5,5	98,5
	Mejor Infraestructura	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 14: Causas de afluencia en la parte colombiana.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Teniendo en cuenta que el complejo de piscinas del cual se habla es colombiano, la gráfica indica que el motivo por el cual el sitio es muy concurrido por los visitantes, es porque ya el atractivo se lo conoce, y también porque en el caserío de Tufiño ya no se cuenta con un lugar así.

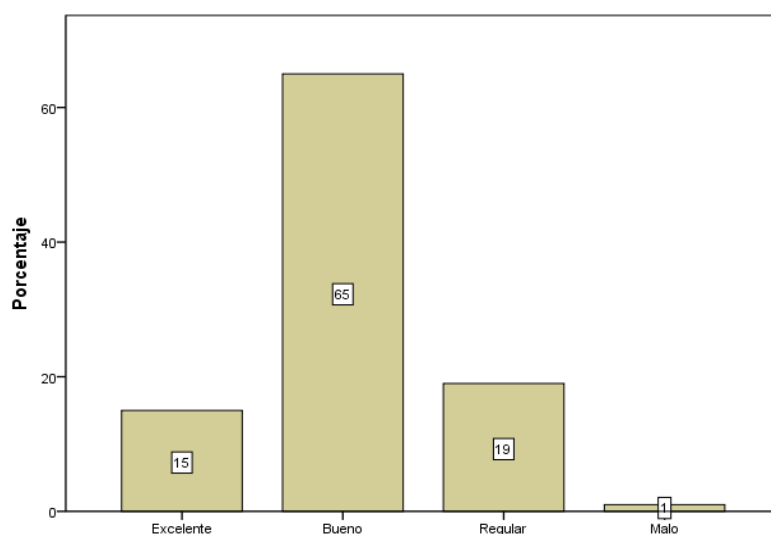
Pregunta 15: ¿Cómo califica el aporte del gobierno en cuanto al turismo en esta zona?

Tabla 17: ¿Cómo califica el aporte del gobierno en cuanto al turismo en esta zona?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	30	15,0	15,0	15,0
	Bueno	130	65,0	65,0	80,0
	Regular	38	19,0	19,0	99,0
	Malo	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 15: Aporte del gobierno.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Tanto la gente del sector como la gente de otros sectores ecuatorianos o colombianos, manifiestan que el aporte del gobierno hacia este sector es bueno pero no excelente puesto que piensan que debería existir más interés por destacar o catapultar el sitio como un destino turístico de interés a nivel nacional e internacional.

3.6.1.2. ENTREVISTA

Esta entrevista está dirigida al señor José Chiles, quien es el Presidente de la Comuna La Esperanza.

1.- ¿Se ofrecen guías o folletos dentro de la localidad?

Como le decía anteriormente pues la parroquia se encuentra asentada nuestra organización que es la Comuna La Esperanza, pero la urbanización abarca 14.300 hectáreas que comprende todo lo que es el páramo y todas la comunidades de Chilmá, Chilmá bajo, Bellavista, Laurel y Santa María, sino que pertenecen igual a la parroquia de Maldonado, pero están dentro de las escrituras que posee la Comuna La Esperanza, actualmente no se ha dado una promoción en si de lo que es los atractivos turísticos no, ahorita se está

implementando o se está trabajando con el Gobierno Provincial juntamente con la Comuna La Esperanza para poder explotar lo que es ahorita el Complejo Ecoturístico Aguas Hediondas, porque actualmente está a cargo, está a manos del Gobierno Provincial, nosotros a través de algunas solicitudes hemos pedido al señor prefecto que ese balneario pase a, bajo la administración de la Comuna La Esperanza porque los terrenos donde se encuentran ubicadas pertenecen a nuestra organización, entonces ahí hemos venido conversando, hemos tenido algunos acercamientos con el gobierno provincial incluso ellos nos han pedido un proyecto en que nosotros podamos sustentar para el buen manejo y la administración de este balneario.

2.- ¿La Parroquia cuenta con algún cronograma de actividades turísticas?

Actualmente no se cuenta con un cronograma porque no tenemos lugares específicos para poder ofrecer a los turistas no, lo que se está haciendo como le decía anteriormente, presentamos un proyecto al gobierno provincial entonces ellos incluso nos están ayudando para fortalecer este proyecto no, para ofrecer servicios al turista, igualmente hemos tenido conversaciones con el gobierno municipal del cantón Tulcán, ellos también se ha comprometido en ayudarnos en realizar senderos por algunos lugares que posee la Comuna La Esperanza, y por ende que están dentro de la parroquia de Tufiño.

3.- ¿La Parroquia de Tufiño cuenta con un Plan de desarrollo Turístico?

Un plan definido no, más bien lo que nosotros como Comuna La Esperanza, se está pidiendo el manejo y la administración de este balneario no, entonces nosotros hemos creído conveniente implementar los servicios básicos que se puede ofrecer al turismo, como alimentación, de pronto hospedaje en el mismo balneario, pero todavía así bien definido no

podríamos decirlo, porque estamos en proyectos ahorita que se puede ofrecer, y para q el turista nos venga a visitar aquí a la parroquia.

4.- ¿Cuáles son las fechas donde más turistas llegan a la Parroquia de Tufiño?

Bueno las fechas, lo que se tiene pues el conocimiento los fines de semana son cuando más el turista viene a visitar aquí la parroquia y más bien le digo actualmente nosotros somos una parroquia de paso no, porque aquí lo que se ofrece es la alimentación se ha dado un buen servicio a través del mercado de aquí de la parroquia de Tufiño, por lo que en estos últimos tiempos se ha dado un mejoramiento de las instalaciones incluso del servicio la atención de las personas que trabajan ahí se ha mejorado no a través del gobierno municipal pues ellos han hecho este esfuerzo por arreglar más que todo las instalaciones del mercado de Tufiño, entonces eso ha dado cabida para que la gente por lo menos entre aquí a la parroquia, pero en si pues la mayoría de turismo se va a Colombia, porque allá se encuentran algunas fuentes de aguas termales que en este caso sería, le digo nos roban el turismo de aquí de Tufiño no.

5.- ¿Al momento de haber existido algún plan de turismo, se han seguido a cabalidad los cronogramas establecidos?

En ese aspecto pues no, lo que últimamente se ha estado planificando con el Gobierno Municipal, se ha estado por iniciar una campaña de capacitación no, por decir por actividades por grupos se tenía pensado en capacitar unas personas en lo que es gastronomía, otras personas en lo que es hospedaje, otras personas en lo que es guianza o guías nativos, pero actualmente pues se pensaba hacer un corredor turístico con la parroquia de Tufiño, Comuna La Esperanza, la Parroquia de Maldonado y la Parroquia de El Chical, para hacer un corredor turístico, empezaba a ofrecer un paquete desde aquí de Tufiño todos los lugares, luego iba a visitar la parroquia de Maldonado y

terminaba en El Chical, pero lamentablemente no se ha dado seguimiento o tal vez falta de recursos por parte del Gobierno Municipal del cantón, pues que no se ha podido concretar más que todo este objetivo porque era de empezar las capacitaciones pero actualmente no se han dado.

6.- ¿Se conocen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la Parroquia de Tufiño?

En cuanto a las debilidades pues nuestra parroquia, tenemos los lugares, tenemos los recursos naturales, pero no están explotados debidamente, tal vez por falta de infraestructura, por falta de capitales, solamente le digo la gente de aquí de Tufiño puede conocer esos lugares pero gente que viene de las ciudades desde Colombia que vienen a visitarnos, desconocen de esos lugares, entonces lo que necesitamos es fortalecer estos sitios naturales que tenemos dentro de la parroquia, pero le digo pues por falta de capitales por falta de asesoramiento desconocimiento, incluso en si la parroquia pues tenemos ese desconocimiento de lo que es turismo no, siempre aquí se ha caracterizado por ser un pueblo que se dedica a la agricultura y ganadería pero no hemos visto que podemos generar de otra forma más recursos a través de la oferta de estas potencialidades del turismo, se podría decir que nosotros contamos con un sinnúmero de recursos naturales no, que ahorita pues teniendo el apoyo de los gobiernos centrales del gobierno provincial, del Gobierno Municipal, pues se podría explotar estos recursos, incluso nosotros también hemos consultado a través de organismos internacionales ONG's, a ver si es que nos pueden ayudar para poder explotar, porque estos son recursos que le digo son algunos recursos que posee pero lamentablemente no son conocidos en la ciudadanía, las debilidades como le dije anteriormente pues es el desconocimiento que tenemos, se ha visto en otras partes que el turismo genera fuentes de trabajo, genera fuentes de empleo y es un ingreso para la población, en cambio aquí no se lo ha visto de esa forma porque desconocemos o falta de capacitación, entonces sería una de las debilidades que nosotros tenemos, y las oportunidades pues le digo pues lo

que sería es explotar al máximo los recursos que se tiene dentro de la parroquia.

7.- ¿Existe un organigrama dentro de la Parroquia de Tufiño en el cual conste el Departamento de Turismo?

No, dentro de la parroquia, bueno el Gobierno Parroquial no se tiene actualmente un cronograma, un departamento que se encargue de lo que es el área de turismo, más bien de parte de la Comuna se ha estado interesada en fortalecer estos procesos juntamente con los gobiernos municipales y gobiernos provinciales, pero son proyectos le digo tal vez aislados uno o dos proyectos que se podrían manejar dentro de la Comuna La Esperanza y dentro de la parroquia pues lamentablemente no se tiene un cronograma.

8.- ¿La Junta parroquial en el último año ha realizado o se ha propuesto realizar capacitaciones sobre atención al turista?

Si, juntamente con la Comuna La Esperanza, el Gobierno Municipal del Cantón Tulcán y el Gobierno Parroquial pues se trató de hacer un sinnúmero de capacitaciones para fortalecer lo que decía el corredor turístico que tenía pues, se tenía pensado entre las tres parroquias, Parroquia de Tufiño, Parroquia de Maldonado y de El Chical incluso se sabía pues que venían recursos del exterior que iban a fortalecer este proceso pero lamentablemente parece que fue a destiempo porque ya no se pudo ingresar el proyecto, entonces esos recursos se trasladaron a otros proyectos de otros lugares, entonces eso parece que nos dejó sin esta oportunidad y ojala con el transcurso tiempo pues y a través del departamento del Gobierno Municipal, se sigan estas iniciativas para poder fortalecer o poder capacitar a la gente de aquí de la parroquia en estos temas.

9.- ¿En la Parroquia de Tufiño existía un Complejo de aguas termales, pero con el cerramiento de este Complejo que tanto ha afectado al turismo?

Si en verdad el turismo ha sido afectado porque le digo pues anteriormente sábados y domingos se tenía bastante afluencia de turismo de aquí, tanto de la ciudad de Tulcán como de la República de Colombia, pero lamentablemente fueron por causas ya del ambiente más que todo por cuidar o la salud de aquí de toda la población de Tufiño que tomaron esa decisión de cerrar el Complejo porque estaban los gases que emanaban las aguas, estaban afectando a la población de Tufiño, no entonces se corría el riesgo más que todo de que las aguas que salían de ahí, se mezclen con el agua potable de aquí de la parroquia, entonces eso fue un caso que amerito más que todo cerrar el complejo para evitar cualquier problema dentro de la parroquia no, pero si le digo si ha afectado porque anteriormente pues se veía la afluencia del turismo , incluso las personas que tienen sus negocios aledaños al balneario, ellos vendían sus comidas no, estaban teniendo sus ingresos pero ahora pues como ya se cerró, desaparecieron más que todo los negocios.

10.- ¿Existen lugares de alojamiento certificados por el MINTUR dentro de la Parroquia?

De lo que se tiene conocimiento, hay dos lugares no, pero no están certificados, son hospedajes que ofrecen las familias, son dos familias que ofrecen, están adecuando esos lugares, pero no son de mucha capacidad más que todo no, el uno creo que es de una capacidad para unas quince personas, el otro es un poquito más grande, capacidad para unas treinta personas, pero no tienen ellas el permiso de las instituciones, del ministerio de turismo que regulen estas actividades no.

11.- ¿Se ha medido el nivel de satisfacción de los servicios que brindan a los turistas?

En este punto pues no se podría tener valores porque en si osea ahorita todavía la parroquia no tiene lugares que ofrecer no, no se ha tenido por decir no se ha llevado una estadística de la satisfacción de los servicios, porque ahorita le digo lo que ofrece Tufiño es ahorita la alimentación porque casi la mayoría de gente pasa a Colombia, las personas que van o visitan las aguas hediondas, pues ellos traen su, por decir su almuerzo, su avío, entonces ellos más bien optan por entrar al balneario y disfrutar con su familia fuera del balneario pero ya trayendo su propia alimentación no, entonces no hay por decir un registro que se pueda sacar estas mediciones por decir si hay la satisfacción o no, porque todavía lamentablemente pues ahorita no contamos o no disponemos de unos buenos servicios.

12.- ¿Cuántos sitios turísticos o recursos naturales tiene la parroquia de Tufiño?

Ya, dentro de la Parroquia de Tufiño y lo que aquí cabe mencionar también pues que la comuna casi la mayor parte de los lugares turísticos que tiene parroquia están dentro de la Comuna La Esperanza, la Comuna La Esperanza pues abarca alrededor de 14.300 hectáreas que comprende la parroquia de Tufiño incluso algunas comunidades que pertenecen a la Parroquia de Maldonado están dentro de nuestra organización, entre los lugares turísticos mencionar lo que es el balneario de aguas hediondas, el balneario del artesón, tenemos las lagunas verdes, tenemos dos refugios, el uno está ubicado en las faldas del cerro chiles en el sector del azuay, el otro está ubicado en el sector de potrerillos, tenemos las lagunas del medium en potrerillos que también pueden ser lugares que se pueden explotar como sitios turísticos, y entrando más abajo tenemos las comunidades de Chilmá, Chilmá bajo, Bellavista, Laurel y Santa María, entonces allá también igual hay lugares como los petroglifos que pueden ser también lugares que se

pueden ofrecer como paquetes turísticos, también se ha pensado dentro de la Comuna hacer un recorrido, un paquete turístico, empezando desde aquí de Tufiño y terminando allá en las comunidades de la zona baja, también pues le cuento que en estos últimos días más que todo nosotros hemos venido trabajando con el gobierno provincial, ellos han estado colaborando lo que es el museo de aquí de la Comuna La Esperanza, actualmente ya se está la infraestructura ya está lista, sino que nos hace falta son las piezas que se las está buscando y se las va a adquirir, entonces nuestro deseo es más que todo lo que queremos es hacer o por lo menos empezar en algo por decirle, nosotros podemos ofrecer un paquete desde aquí desde Tufiño, primero con la visita del museo, luego un recorrido por lo que es el balneario de aguas hediondas, otro recorrido por las lagunas verdes, por potrerillos el refugio del azuay y luego terminar el recorrido que sería en Chilmá bajo no, en los petroglifos, eso hemos tenido pues en mente y ojala se den las cosas pues con la ayuda del gobierno provincial ellos incluso también nos han ayudado en lo que es la remodelación y todo lo que es los equipos o las cosas del menaje del refugio, ellos ya están, ya nos han dado esos recursos, incluso el refugio ya está terminado no, próximamente ojala en estos días se haga la inauguración ya de este refugio, porque ahorita se cuenta ya pues con todos los equipamientos necesarios, en el refugio esta lo que es las camas, las colchonetas, hay las cocinas, tanques de gas, hay sleeping hay todo lo necesario para las personas que deseen visitarnos, pues se les alquila el refugio y ellos pueden hospedarse ahí.

13.- ¿Dentro de la Parroquia se realiza algún tipo de presentación artística o folclórica?

Si, en lo que respecta en las fiestas más que todo, en las fiestas de la parroquia de aquí de Tufiño y en las fiestas patronales del señor del rio, que son en enero, se ha dado más que todo por tradición, se ha venido manejando lo que es la corrida de toros y la presentación de danzas folclóricas y de artistas no, eso ha dado lugar pues para que la gente nos visite, por lo menos unas dos veces al año se hace estas actividades no, eso

ha ayudado incluso para que la gente también genere sus propios recursos dentro de aquí de la parroquia.

3.6.2. Interpretación de datos.

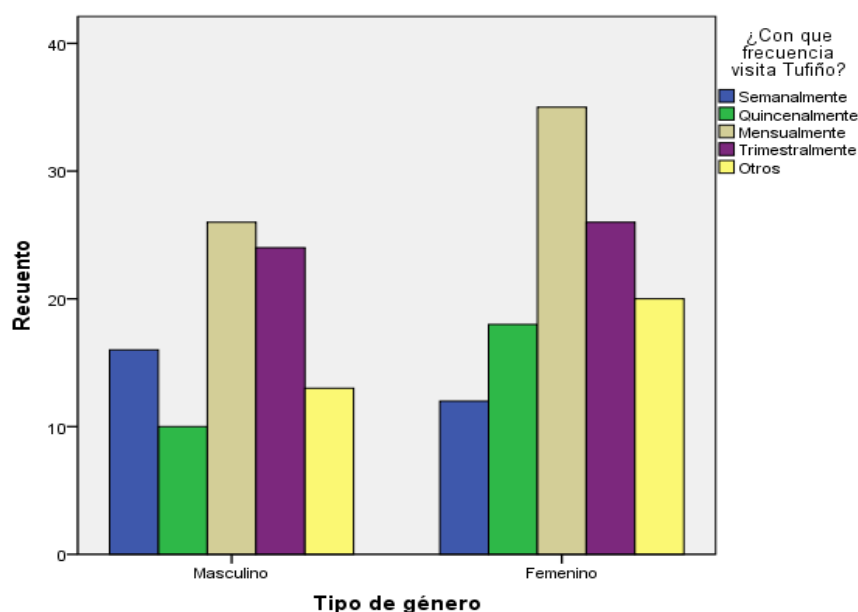
TABLAS DE CONTINGENCIA:

Tabla 18: Contingencia género y frecuencia de visita.
Tabla de contingencia Tipo de género * ¿Con que frecuencia visita Tufiño?

Recuento		¿Con que frecuencia visita Tufiño?					Total
		Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Trimestralmente	Otros	
Tipo de género	Masculino	16	10	26	24	13	89
	Femenino	12	18	35	26	20	111
Total		28	28	61	50	33	200

Fuente: Encuesta dirigida.
 Elaborado por: Flor Vallejo.

Gráfico 16: Contingencia género y frecuencia de visita.



Fuente: Encuesta dirigida.
 Elaborado por: Flor Vallejo

Se afirma que son las personas del género femenino las que más acuden a Tufiño; por otra parte son los varones los que acuden mayormente cada semana, esto se lo puede relacionar con el deporte, en vista que se ha

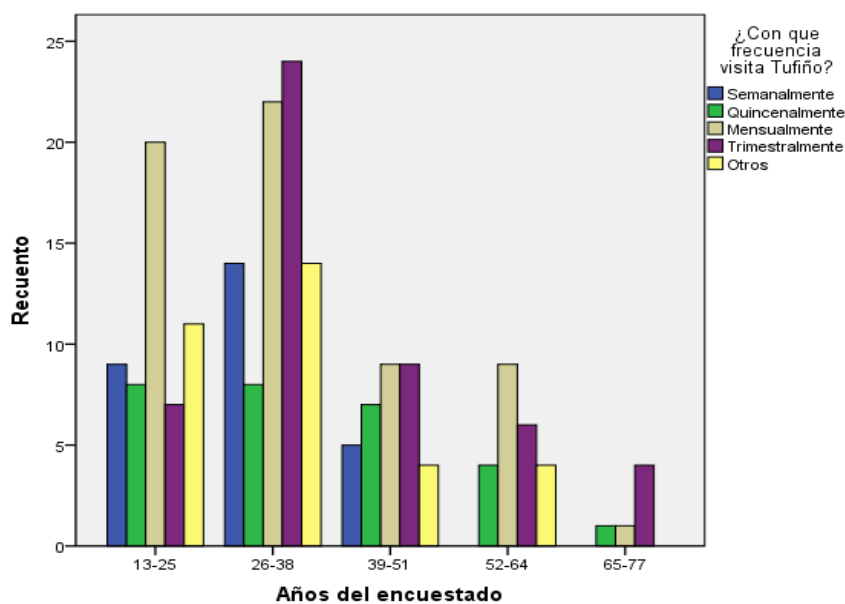
habilitado un carril para ciclo vía y son los hombres los que más practican el ciclismo que es el deporte característico de la provincia del Carchi.

Tabla 19: Contingencia años del encuestado VS. Frecuencia de visita.

Recuento		¿Con que frecuencia visita Tufiño?					Total
		Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Trimestralmente	Otros	
Años del encuestado	13-25	9	8	20	7	11	55
	26-38	14	8	22	24	14	82
	39-51	5	7	9	9	4	34
	52-64	0	4	9	6	4	23
	65-77	0	1	1	4	0	6
Total		28	28	61	50	33	200

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 17: Contingencia años del encuestado VS. Frecuencia de visita.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

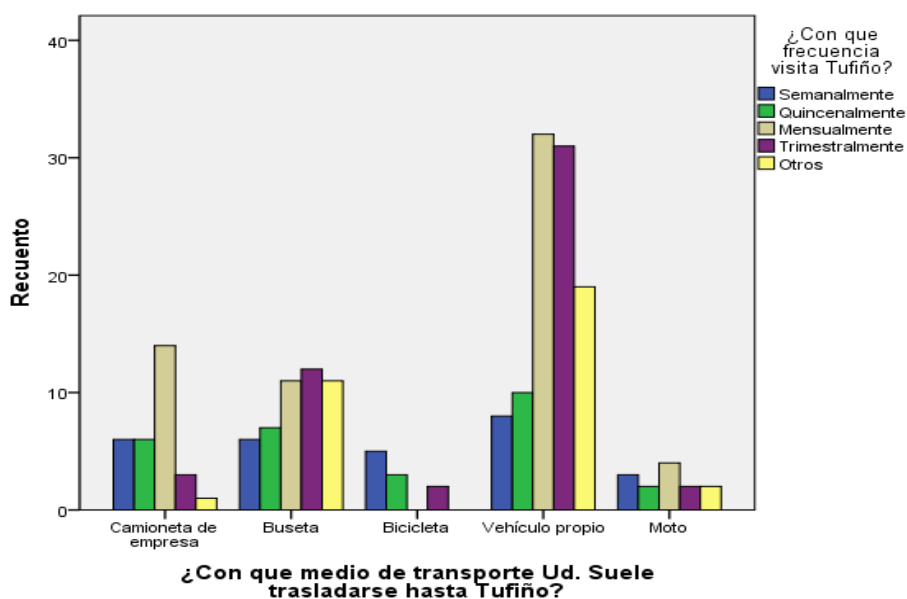
Los turistas de los años comprendidos entre 26-38 años, que de manera trimestral y mensual acudían a este centro turístico en el Caserío de Tufiño para disfrutar de sus atractivos; hay que aclarar que también les gustaba visitar el sector por motivos de salud y deporte.

Tabla 20: Contingencia: transporte Vs. Frecuencia de visita.

Recuento		¿Con que frecuencia visita Tufiño?					Total
		Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Trimestralmente	Otros	
¿Con que medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?	Camioneta de empresa	6	6	14	3	1	30
	Buseta	6	7	11	12	11	47
	Bicicleta	5	3	0	2	0	10
	Vehículo propio	8	10	32	31	19	100
	Moto	3	2	4	2	2	13
Total		28	28	61	50	33	200

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 18: transporte Vs. Frecuencia de visita.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo.

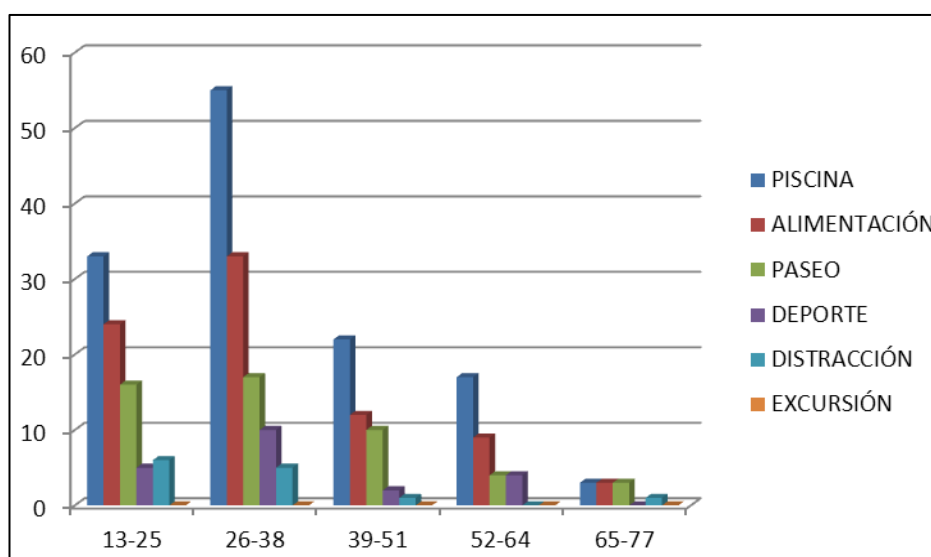
Los turistas que visitan el Caserío de Tufiño, llegan mensualmente y trimestralmente, de acuerdo a las condiciones económicas algunos lo hacen en vehículo propio, porque se deduce que es más factible para personas que viven en zonas más retiradas al sector, y que otras personas que viven más cerca o que no cuentan con vehículo propio lo hacen en los transportes públicos.

Tabla 21: ¿Cuántos años tiene? Vs ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?

EDAD	PISCINA	ALIMENTACIÓN	PASEO	DEPORTE	DISTRACCIÓN	EXCURSIÓN
13-25	33	24	16	5	6	0
26-38	55	33	17	10	5	0
39-51	22	12	10	2	1	0
52-64	17	9	4	4	0	0
65-77	3	3	3	0	1	0

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 19: ¿Cuántos años tiene? Vs ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Las personas que visitan el caserío de Tufiño son de edades comprendidas entre 26-38 años presumiendo que pertenecen a la Población Económicamente Activa y que les gusta disfrutar de las piscinas de aguas termales y de la comida que se ofrece en este lugar. Por lo contrario se puede ofertar a los turistas recorridos en bicicletas, excursiones, caminatas desde ciertos lugares aledaños al Caserío para estimular más el deporte en las personas.

3.6.3. Validación de la idea a defender.

La elaboración del Plan Estratégico de Turismo para el caserío de Tufiño, contribuye al mejoramiento de la actividad turística en el sector.

Para la certificación de este proyecto se analizaron todas y cada una de las encuestas y la entrevista realizada al Presidente de la Comuna La Esperanza en Tufiño, obteniendo en la mayoría de ellas respuestas positivas, como la aceptación de implementar el Plan Estratégico ya que ayudaría a impulsar el turismo en el sector, a destacar los atractivos que posee Tufiño, a crear nuevos productos para el público en general y generar estrategias a futuro para el Caserío, con lo cual los datos arrojados de las mismas permitieron validar la idea de que el Plan contribuirá al mejoramiento turístico de este sector rural.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES.

1.- El perfil del turista que visita el caserío de Tufiño es principalmente ecuatoriano (70%), que colombiano (30%); comparte casi las mismas condiciones de género: masculino (44,5%), femenino (55,5%); tiene una tendencia hacia los jóvenes adultos de 26 a 38 años (41%); visitan el caserío la mayor parte de veces con familiares (76,5%) y amigos (19%); su frecuencia de visita es mensual (30,5%) y trimestral (25%); utilizan vehículo propio (50%) y buseta (23,5%); utilizan los servicios de piscina (44%), alimentación (27%) y paseo (17%) y prefieren comer caldo de gallina (25%), tilapia (24%) y miel con quesillo (23%).

2.- La infraestructura turística del caserío de Tufiño no satisface a la mayor parte de los turistas, demandando principalmente equipamiento, capacitación al personal y actividades recreativas.

3.- El caserío de Tufiño tiene un alto potencial en sus recursos que hace falta explotar, ya que la expectativa de los turistas y autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tufiño es que se presente una potente propuesta de valor.

4.- Después de haber realizado el análisis del estudio de mercado realizado a los turistas que visitan el caserío de Tufiño, como también de la entrevista que se hizo al Presidente de la Comuna La Esperanza; El Plan Estratégico de Turismo ayudará a mejorar el turismo en la zona, logrando dar un mejor servicio al turista y visitante que llega a este lugar.

4.2. RECOMENDACIONES.

1.- Se recomienda diseñar productos turísticos que estén alineados al perfil del turista y a sus necesidades.

2. Se recomienda realizar un estudio para mejorar el equipamiento turístico del caserío de Tufiño, así como también programar capacitaciones y actividades recreativas que impacten en la satisfacción del turista.

3. Realizar una propuesta de valor enfocada hacia el turista que se centre en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales del caserío de Tufiño.

4. Diseñar un Plan Estratégico de Turismo para el caserío de Tufiño que ayude a mejorar el turismo en la zona, haciendo énfasis en la satisfacción y lealtad del turista que llega a este lugar.

V. PROPUESTA.

ÍNDICE GENERAL

- 0.- PRESENTACIÓN.
- 1.- FILOSOFÍA DE ACTUACIÓN. POLÍTICAS. JUSTIFICACIÓN.
- 2.- ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL ENTORNO.
 - 2.1.- ANÁLISIS EXTERNO.
 - 2.2.- ANÁLISIS INTERNO.
 - 2.3.- D.A.F.O.
- 3.- OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.
 - 3.1.- OBJETIVOS GENERALES.
 - 3.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.
- 4.- PLANES INTEGRALES ESTRATÉGICOS DE INTERVENCIÓN.
 - 4.1.- PLAN DE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS.
 - 4.2.- PLAN DE RECURSOS HUMANOS.
 - 4.3.- PLAN DE ACTIVIDADES.
 - 4.4.- PLAN DE RECURSOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS.
 - 4.5.- PLAN DE MERCADOTECNIA.
- 5.- DESARROLLO Y EJECUCIÓN. PLAN DIRECTOR.
 - 5.1.- PLAN DIRECTOR.
 - 5.2.- DESARROLLO DEL PLAN DIRECTOR.
 - 5.3.- PLAN DE CONTINGENCIA.
- 6.- EVALUACIÓN Y CONTROL
 - 6.1.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN / CALIDAD.
 - 6.2.- SELECCIÓN DE INDICADORES.
 - 6.3.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.
 - 6.4.- EVALUACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD DE SERVICIOS.
 - 6.5.- EVALUACIONES POR TEMPORADAS.
 - 6.6.- EVALUACIÓN PERMANENTE PLAN DE SEGUIMIENTO Y CONTROL.

PRESENTACIÓN.

Con la finalidad de implementar nuevas estrategias para el desarrollo del turismo en este sector y teniendo en cuenta que es un sector rural se ha creado estrategias turísticas adecuadas al lugar, a continuación se detalla información relevante del caserío de Tufiño.

El Caserío de Tufiño se encuentra a 18 Km de la ciudad de Tulcán, es un lugar apacible que presenta lugares para poder visitarlos como la Iglesia Central de Tufiño junto con su plaza central donde se llevan a cabo programas sociales, la plaza de toros, su mercado y la exquisita gastronomía que ofrece, además el recorrido por los criaderos de trucha, y sus alrededores. En el Caserío de Tufiño se encuentra un Complejo Turístico, el cual por el momento está cerrado, pero que con la ayuda del GAD Municipal de Tulcán, este sitio volverá a abrir sus puertas, dando paso a una visión emprendedora la cual genere turismo, fuentes de trabajo y haga de este lugar un espacio de recreación para el público en general.

Al mencionar el Complejo Turístico en el Caserío, también se hace referencia a sus vertientes de aguas termales, las cuales complementan el atractivo porque son consideradas como aguas medicinales recomendadas para el tratamiento de reumatismos, osteoporosis, entre otras. Por esta razón se quiere fortalecer el lugar con estrategias que revaloricen todos los atractivos de este Caserío. La Municipalidad de Tulcán, ha realizado varias inversiones para que la piscina sea nuevamente reestructurada y cuente con los servicios básicos y tenga un personal que atienda allí.

Para que el turismo se desarrolle dentro de esta zona, es necesario elaborar un Plan Estratégico, para así recuperar el lugar e implementar nuevas actividades de recreación.

1.- FILOSOFÍA DE ACTUACIÓN. POLÍTICAS. JUSTIFICACIÓN.

1.1. FILOSOFÍA DE ACTUACIÓN

Fortalecer los atractivos del sector turístico del Caserío de Tufiño es importante para el desarrollo local de la parroquia y también del cantón Tulcán, se pretende elevar mediante el turismo las condiciones económicas y humanas de sus pobladores y de esta manera además que los turistas puedan gozar y disfrutar de la estadía en este bello rincón de la provincia del Carchi.

Se procura promocionar el turismo activo con la preparación de la comunidad sobre los diferentes atractivos turísticos que existen en la localidad, también la implementación de sitios deportivos y actividades recreativas.

1.2. POLÍTICAS.-

El Plan Estratégico para mejorar el turismo para el Caserío de Tufiño propone como políticas principales las siguientes:

1. Conservar el patrimonio turístico local y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del sector.
2. Optimizar el talento humano de la comunidad como ejercicio de las actividades turísticas, generando un desarrollo productivo, social y ambiental.
3. Mejorar la calidad de vida de los residentes mediante la implementación de lugares recreativos.
4. Potenciar la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

1.3. JUSTIFICACIÓN.-

Este plan estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño se presentó como proyecto relevante en el sentido de que se pretendió fortalecer este atractivo para que los ciudadanos de la Provincia del Carchi accedan a este lugar con precios asequibles del mercado y puedan tener diferentes alternativas para las personas en cuanto a la facilidad, factibilidad y economía.

El presente plan permite elevar el nivel de vida de los habitantes del Caserío de Tufiño, fortaleciendo de manera integral y permitiendo conservar los espacios naturales. Facilitar la información a todas las personas sobre Tufiño y su riqueza turística para que puedan visitarlos y disfruten de estos espacios de recreación.

La comunidad, los pobladores del Caserío de Tufiño y sus autoridades serán quienes se beneficien directamente con el desarrollo del Plan Estratégico, mejorando su calidad de vida, obteniendo recursos económicos para sus hogares y teniendo una mejor organización dentro del GAD Parroquial para la realización de innumerables actividades.

Indirectamente beneficia a las empresas de Turismo que puedan ofertar paquetes turísticos incluyendo estadía, alimentación, contribuyendo con la promoción que se va a realizar de estos parajes naturales, para que toda la población ecuatoriana conozca de Tufiño y su potencial. Incluyendo también a los estudiantes de Turismo y Ecoturismo de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en este proyecto convirtiendo a este lugar, en un sitio donde se pueda realizar prácticas pre-profesionales.

1.4. MISIÓN.-

La misión del presente Plan Estratégico es generar actividad turística en el Caserío de Tufiño, para de esta manera conseguir impulsar a este sector como un destino turístico a ser tomado por los turistas a la hora de viajar.

1.5. VISIÓN.-

Se tiene la visión de que para el año 2019 el Caserío de Tufiño, cuente ya con una actividad turística competitiva, a nivel local, provincial y nacional.

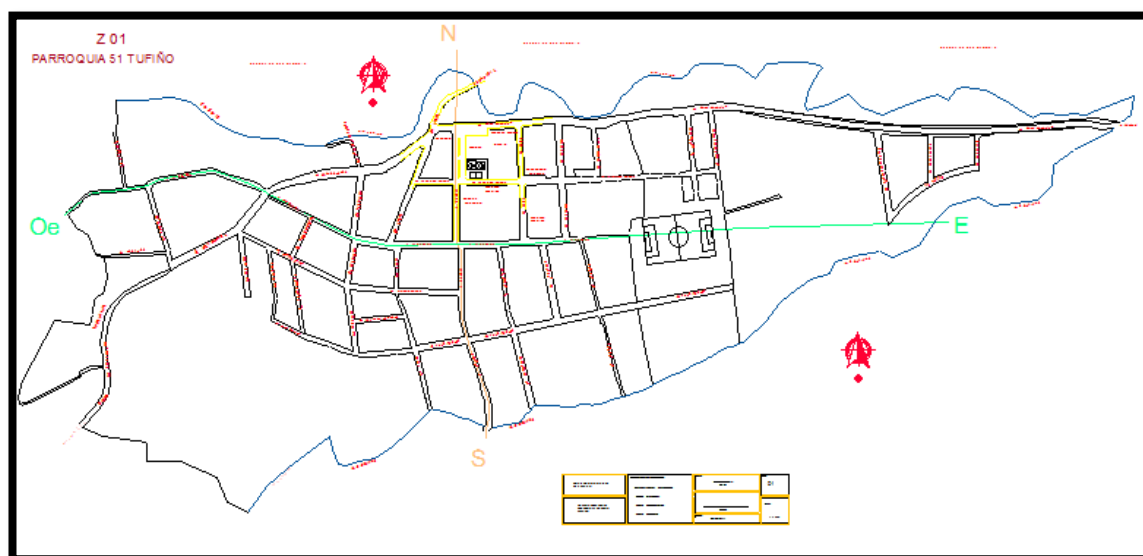
2.- ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL ENTORNO.

2.1. ANÁLISIS EXTERNO.

2.1.1. ANÁLISIS SITUACIÓN TERRITORIAL.

El Caserío de Tufiño (Parroquia Tufiño) y sus atractivos turísticos se encuentran ubicados en el Cantón Tulcán, Provincia del Carchi, Ecuador. Para llegar al lugar se debe recorrer una distancia de 18 Km desde el centro de la ciudad, sus principales características son la tranquilidad, y el encuentro con la naturaleza.

Gráfico 20: Mapa de la Parroquia de Tufiño.



Fuente: GAD Municipal de Tulcán.

Tufiño está bordeado por los volcanes Chiles y Cumbal, mantiene una temperatura promedio de 12°C y en épocas de verano llega a las 20°C durante el día. Al viajar hacia la parroquia de Tufiño se encontrará con terrenos verdes dedicados a la agricultura y principalmente a la ganadería.

Este lugar es apto para realizar o implementar un Plan Estratégico de turismo, puesto que dentro de este sector la actividad turística no es tan elevada, así que mediante la implementación del plan se generará mayor afluencia turística en el Caserío, beneficiando de esta manera a toda la población en sí.

2.1.1.1. ANÁLISIS DE LOS ATRACTIVOS DEL CASERÍO DE TUFIÑO.-

Para el estudio del lugar y desarrollo del Plan Estratégico, es necesario que se mencionen los principales lugares turísticos del Caserío para saber en qué estado se encuentran y que mejoras se tendrían que realizar para posteriormente realizar la promoción de los mismos. A continuación se presenta una explicación de los atractivos:

“La Iglesia Matriz Parroquial.- Es un símbolo religioso de grandes características y valor espiritual, se encuentra ubicada en la plaza central” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

La iglesia matriz parroquial se encuentra en la plaza central de la parroquia, aquí se celebran las misas por lo general los días domingos, este sitio se encuentra en buenas condiciones y en constante mantenimiento.

Gráfico 21: Iglesia Matriz Parroquial.



Tomadas por: Flor Vallejo

“Complejo Turístico Tufiño.- Cuenta con instalaciones adecuadas para la recreación esto es: Piscinas de aguas medicinales temperadas y área deportiva” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

En este caso dicho Complejo hoy en día está abandonado y cerrado temporalmente, por motivo de que el GAD Municipal de Tulcán quiere realizar una readecuación del lugar.

El Complejo Turístico Tufiño no se encuentra en buenas condiciones, debido al abandono por motivo de una próxima readecuación necesaria, el Complejo fue clausurado porque el paso del agua termal por los conductos, expedía un fuerte olor y estaba contaminando el agua potable del sector.

Gráfico 22: Complejo Turístico Tufiño.



Tomadas por: Flor Vallejo.

Mercado Municipal Tufiño.- Se encuentra en el centro del Caserío, frente a la plaza central, cuenta con una moderna instalación, aquí particularmente se ofrece el servicio de alimentación, el personal que atiende está bien uniformado y la atención es muy buena.

El hoy Mercado Municipal Tufiño, es un lugar de total acogida por parte de moradores y turistas, es una de las obras realizadas por parte de la administración municipal 2009-2014 representada por el Ing. Julio Robles, quien vio la necesidad de crear un lugar más apto para la población donde propios y turistas se sientan más a gusto al disfrutar de la gastronomía de esta zona.

Gráfico 23: Mercado Municipal Tufiño.



Tomadas por: Flor Vallejo

Polideportivo.- Ubicado a pocos metros de la plaza central, utilizado para varios eventos y juegos deportivos en general.

El Polideportivo es utilizado cuando hay campeonatos deportivos y para algún acontecimiento que necesite de un lugar cerrado, este sitio se encuentra en buenas condiciones y cada vez que es utilizado le realizan el respectivo mantenimiento.

Gráfico 24: Polideportivo.



Tomadas por: Flor Vallejo

Cancha Deportiva.- Se encuentra ubicada al lado de la plaza central de Tufiño, es utilizada por los moradores para juegos deportivos, o campeonatos.

La plaza central se encuentra en buenas condiciones, no es necesario un cambio en este lugar, es un sitio donde se reúnen las familias cuando hay eventos, juegos deportivos y la celebración de la misa los fines de semana. En cuanto a la cancha se prevé una readecuación de la misma, implementándola con mejores equipamientos.

Gráfico 25: Cancha Deportiva.



Tomadas por: Flor Vallejo

Plaza de Toros.- Ubicada cerca de la plaza central, esta plaza de toros fue inaugurada el 25 de Enero del año 2003, con una celebración taurina.

Gráfico 26: Plaza de Toros.



El Caserío de Tufiño cuenta también con una empresa de camionetas para el transporte público llamada Cía. Luis G Tufiño la cual está conformada por 20 unidades, las cuales que realizan 6 recorridos Tulcán-Tufiño entre semana y 8 recorridos en los fines de semana a 80 ctvs. por persona, al igual que esta empresa, también existe la empresa Trans Norte de Buses públicos que realizan recorridos desde la ciudad de Tulcán todos los días de la semana a un costo módico por pasajero (60 ctvs.). Hay a visitar Tufiño en bicicleta, moto, o por lo general van en vehículo propio.

Gráfico 27: Empresas de Transporte.





Tomadas por: Flor Vallejo.

2.1.2. ANÁLISIS SOCIOLÓGICO.

2.1.2.1. HISTORIA.

Fundación de la Parroquia "Tufiño"

ACTA DE FUNDACIÓN DE LA PARROQUIA.

En Sesión Extraordinaria del 6 de junio de 1935 “En la ciudad de Tulcán, el seis de junio de mil novecientos treinta y cinco, a las cuatro y media de la tarde, en el Salón de Actos de la Casa del Pueblo, bajo la Presidencia del señor Don. José Amable Cevallos se instaló el Ilustre Concejo Cantonal, con la asistencia de los Concejales señores Don. Enrique Proaño, Don. Amable Cadena y Don. Antonio Yépez, actuando en la presente el infrascrito Secretario. Concurren, además el Sr. Jefe Político, Síndico Procurador e Ingeniero Municipal.

Inmediatamente, la Presidencia indica que el objeto de la presente sesión es el de aprobar la redacción de las Ordenanzas que se aprobaron últimamente en tercera discusión y considerando otros documentos relacionados con la Administración Municipal.

Al efecto, leída de principio a fin la Ordenanza que contempla la erección de Parroquia del caserío “TUFÍÑO”, con el mismo nombre; el Ayuntamiento, unánimemente aprobó el texto de tal documento, sin ninguna modificación y dispuso que pase a conocimiento del Concejo Provincial del Carchi para efectos del trámite respectivo; comisionando al señor Ing. Bartoli para que levante un plano de la sección territorial que comprende la Parroquia “Tufiño” a fin de incluirlo a la documentación que remitirá a la entidad provincial”... Por ser avanzada la hora: las siete y cuarenta minutos de la noche, se levantó la sesión.

Mediante la Ordenanza aprobada por la presidencia, indica que se aprueba elevar a Parroquia del Caserío de Tufiño, puesto en conocimiento al Concejo Provincial del Carchi.

Otras consideraciones de su historia

Sabíamos que nuestra Comunidad antes de llamarse Tufiño se llamaba Montañuela, nombre proveniente de una planta típica que abunda en esta localidad llamada Piñuela, y que pertenecía al territorio Colombiano.

A partir de 1946 según el Tratado Vernaza Suárez toma el nombre de Tufiño en honor del cartógrafo Luis Gonzalo Tufiño quien hizo el estudio de los límites entre Ecuador y Colombia quedándose como ecuatorianos las familias Chiles, Paspuel, Paspuezán, Ipial, Perengüez, Paguay, Ruano, Tatamuez, Cuesta, Puetate, Malte, Duque. Dichas familias conforman la primera comunidad quedando como Comuna, el 5 de Junio de 1935, fecha en el cual se crea la Parroquia de Tufiño (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

El Caserío de Tufiño tienen un crecimiento del 2% anual en cuanto a su población, según lo indica el Censo de Población y Vivienda INEC 2010, al momento no se ha observado una notable migración de los campesinos a la ciudad por lo que la agricultura y la ganadería es una de los pilares fuertes de la economía en la provincia.

Los residentes del Caserío de Tufiño son personas humildes, amables además emprendedoras, y en vista de que no es una población muy grande existe un ambiente familiar en donde los turistas los fines de semana se trasladan hacia este caserío. Luego de tomar un baño en las piscinas de agua termal, disfrutan de la gastronomía de tipo popular que hay en esta región.

La población del Caserío de Tufiño en su mayor parte es de religión católica y es colaboradora por lo que se tiene las costumbres de las mingas, adicionalmente cuando alguna persona llegue de visita a una casa siempre le brindan un café con pan dulce o con un delicioso pan de harina de maíz. Y con las festividades del Señor del Río pueden escuchar las vísperas y las noches regocijarse con las bandas de pueblo y orquestas.

Tiene una variada gastronomía la cual se la ha venido manteniendo por tradición entre las cuales podemos nombrar las siguientes: café con humitas, quimbolitos, buñuelos, tortillas de papa con caucara, empanadas, miel con quesillo, hornado pastuso, caldo de gallina, cuy asado, caldo de patas de cerdo, papas con cuero, entre otras delicias.

En cuanto a la alimentación diaria, en la mayor parte de los hogares se acostumbra ingerir en las mañanas el café destilado, agua de panela con pan, miel con quesillo (cuajada), canela, entre otros. En el almuerzo o merienda preparan papas, habas con quesillo, queso, oca, arroz de cebada con leche, con repollo, morocho, maíz, locro, melloco, carnes de res, de cerdo (fritada), de ovinos, pie de ganado, calabaza, afrecho, quinua, caldos y secos de gallina (de campo) y ocasionalmente cuyes asados.

Las comidas típicas del lugar giran en base a los Nabos, de ahí los diferentes platos: nabos hecho bolas, nabos verdes cocinados con huevos y comerlos con bastante mantequilla, carne de res salada y puesta en el humo de la cocina, muñecas de pan, colada morada, chicha, champuz, huarapo, tortillas de tiesto, arroz con sal, aco (residuo del arroz de cebada). Últimamente se ha introducido como plato típico del lugar la Trucha Frita en vista de que se han implementado criaderos como una alternativa de empleo y sus habitantes está emprendiendo en esta actividad. Las frutas típicas son la piñuela, achupalla, mortiño, entre otros (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

Población: Área Rural: 2.339 = %: 100,0

Género: Hombre: 1.171 = %: 50,1

Mujer: 1.168 = %: 49,9

Total: 2.339 = %: 100,0

2.1.2.2. Festividades del Caserío de "Tufiño"

2.1.2.2.1. Fiestas Religiosas

Del Señor del Río, Virgen de las Mercedes, La Virgen del Quinche, Virgen de las Lajas, Virgen del Carmen, La Virgen de Fátima, El Niño Jesús, San Francisco de Asís, Navidad, Semana Santa, Difuntos, de las cuales la principal en la Parroquia es la Virgen del Carmen el 6 de Julio de cada año (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

Por la celebración de las fiestas de la parroquia, fiestas religiosas y entre otros festejos, la población siempre se reúne a compartir momentos de alegría con la presentación de comparsas, corridas de toros, juegos deportivos, entre otros.

Gráfico 28: Fiestas del Caserío.



Fuente: Página web del GAD Parroquial

2.1.2.2.2. Juegos Tradicionales.-

Los niños se distraían antiguamente en juegos tradicionales como los trompos, la rayuela, las canicas, cometas, yoyos; actualmente, la juventud prefiere el ecuavoley, fútbol, y atletismo, para lo que se cuenta con un parque en la Cabecera Parroquial y dos estadios, uno en el Casco parroquial y otro en la comunidad El Consuelo (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

2.1.3. ANÁLISIS SITUACIÓN ECONÓMICA DEL CASERÍO DE TUFÍÑO.

La provincia del Carchi es una región que se ha ido desarrollando por medio del intercambio cultural y económico con la vecina República de Colombia; otro aspecto fundamental es la creación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, puesto que con esta creación, la migración de los estudiantes hacia el centro del Ecuador ha disminuido en vista que la mayor parte de los jóvenes que finalizan la educación secundaria continúan sus estudios en Tulcán.

“Los terrenos existentes, prácticamente están utilizados en la Agricultura y ligeramente superior predomina la Ganadería como actividades económicas productivas, la crianza de animales también existe aunque en pequeña escala” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

La agricultura y la ganadería son fuentes importantes de la economía de esta zona; se puede evidenciar una zona de terrenos fértiles con gran productividad por lo que la convierte en la provincia que abastece de productos agrícolas al centro y norte del Ecuador.

Cabe destacar que los habitantes de la Parroquia han dejado de lado actividades agrícolas y la diversificación de cultivos por las pérdidas recurrentes de las que han sido objeto a causa de la variación de precios de venta de sus productos y los altos costos de producción, por lo que han optado por la ganadería lechera obteniendo generalmente de 7 a 10 litros por día y en las razas mejorados se obtiene de 13 a 15 litros.

Esta actividad se impulsa como alternativa un poco más viable en progresiva sustitución de la agricultura.

Por las causas expuestas es importante aclarar que en la Parroquia predomina el monocultivo de papa en los terrenos que se dedican a la agricultura, del cual se obtiene en promedio como rendimiento de 8 a 10 quintales de cosecha por uno de semilla cultivada (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

La siembra de la papa es muy tradicional en esta zona, pero también siembran legumbres y hortalizas, productos que son destinados para negocio y consumo familiar, teniendo en cuenta que la venta de la papa sobretodo es para intermediarios y no directamente a otros sectores o provincias.

La cantidad de producción de leche generalmente se concentra hasta 20 litros diarios por familia, hay una familia que oferta 110 y otra 170 litros de producción al día, pero el total de la producción diaria asciende a 3231 litros día, por lo que la producción se nutre de una oferta importante de pequeños productores que hacen un trabajo de subsistencia más que para ahorrar o invertir; los que también producen pero en mayor escala son la Asociación El Frailejón (Provee a las lecheras) con 1200 litros día, un productor privado no asociado con 3000 litros día, Lácteos Carmita con 3000 litros día, y Lechera Carchi con 4000 litros dando un total de aproximadamente 14431 litros diarios de los cuales al menos el 75% se oferta a las empresas productoras de lácteos, cabe destacar que cada vaca produce un promedio de 8,5 litros por día, un 15% se destina a la producción artesanal de quesos (amasados) y quesillos (cuajada) y un 10% se destina al consumo de los hogares (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

Con la ganadería ocurre lo mismo cierto porcentaje es destinado al mercado y la diferencia para consumo familiar, destacando que un 15% es destinado a la elaboración de queso amasado y quesillo, productos que en cuanto a la gastronomía son bastante adquiridos en la zona por turistas y visitantes, acompañados de papas, choclos y miel en el caso de la cuajada, todo esto convirtiéndose en ingresos favorables para las familias.

El costo de vida es relativamente más bajo que en otras ciudades del Ecuador, al estar situada cerca de la frontera con Colombia hace que se baje los precios y se pueda competir, complementando a esta situación se encuentra el cambio de moneda de dólares a pesos la cual dependiendo de la variación favorece al comercio.

La provincia del Carchi y especialmente el Caserío de Tufiño cuenta con atractivos naturales y culturales aún se la considera una

población de paso para los turistas nacionales y extranjeros pero no se ha potenciado esta fortaleza de esta región, no se ha aprovechado de una manera adecuada los recursos turísticos del sector; sumado a esto la baja promoción que hace que no exista el interés por conocer los lugares. (VIAJANDOX)

La administración del Complejo Ecoturístico Aguas Hediondas, se realizó vía licitación y fue designado el Sr. Edwin Martínez, quien paga un arriendo por el complejo y manifestó que aproximadamente en promedio se tiene 150 visitantes a la semana, de 15 a 20 vehículos en fin de semana, la entrada es de \$1usd para adultos y \$0.50 ctvs. para niños, se ofrece servicios de alimentación y paseos ecológicos, es más visitado por gente de Colombia que de Ecuador debido a que en la localidad se encargan de comentar con los turistas la presencia de la guerrilla; y es por este antecedente, así como por la relativa lejanía ubicado a 7Km de distancia desde la Cabecera Parroquial a éste complejo, no se adjudicó a la Junta Parroquial por cuanto en años anteriores cuando estuvo a cargo de las autoridades de ese entonces, no cumplió con las expectativas.

Razón por la que surge la creciente demanda por parte de las autoridades y de algunos habitantes de crear un balneario con casi las mismas propiedades en el centro de la Parroquia, el cual se encuentra en un 90% terminado y ya acoge turistas en un promedio de 80 a100 por semana a 0,50usd la entrada bajo la administración de la Junta Parroquial, con el cual se espera que Tufiño ya no sea solo un puente al turismo, sino que se potencie como lugar turístico (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

En relación al texto anterior, se explica que anteriormente en el lugar se comentaba que existen grupos paramilitares del lado colombiano; hoy en día en cuanto a ese aspecto, comentarios o miedo a dichos grupos, a minorado, se conoce que el lugar es tranquilo y muy concurrido. En cuanto a la distancia que existe de Tulcán o Tufiño por ser poblados más cercanos,

hacia el Complejo sigue siendo un impedimento para que la gente vaya, por el tiempo y el recorrido que se tiene que hacer para llegar al lugar, por lo tanto la construcción del nuevo Complejo en el centro de Tufiño, fue muy favorable, aunque por el momento este Complejo está cerrado por readecuación, contrariedad que se muestra para las personas que trabajaban en el Complejo, de todas maneras se obtenía un ingreso económico por la entrada al lugar.

En cuanto al turismo, se puede observar que el lugar tiene cierta demanda de turistas y visitantes durante todo el año, y acrecentándose más en fechas especiales como fiestas parroquiales, fiestas religiosas, navidad, etc y fechas vacacionales, pero que con la poca promoción de varios sitios que posee Tufiño, no se logra el desarrollo esperado de la Parroquia, que caso contrario podría cambiar si se pone más interés en promover el turismo en este lugar.

Sin olvidar el resto de sitios turísticos como las Lagunas Verdes, el Volcán Chiles o los Pajonales y Páramos de Frailejón existentes en la localidad que no tienen afluencia turística permanente, ya sea por la falta de vías de acceso o por la lejanía de los mismos (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

A la Parroquia por su gastronomía y por algunos sitios atractivos le visitan en meses normales un promedio de 400 personas, en meses de vacaciones escolares y en diciembre un promedio de 1000 turistas, lo que representa al año un promedio de 6000 turistas que además estarían dispuestos a gastar en los atractivos de la parroquia unos 2,79usd aproximadamente por persona, lo que representa unos ingresos anuales para la parroquia de aproximadamente 18.000usd (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño", 2011).

2.1.4. ANÁLISIS SITUACIÓN POLÍTICA.

El PLANDETUR 2020 constituye un marco de referencia orientador para las acciones en todo el sector con un planteamiento que se sustenta en las relaciones colaborativas y asociaciones de los diversos sectores para emprender e innovar con mejores prácticas que permitan desarrollar al país sobre la base de un sector turístico competitivo con alta calidad, anfitriones capacitados, un entorno seguro, fluida conectividad y con un marco jurídico e institucional que promueva inversiones saludables.

Se hace imprescindible agradecer a los integrantes del Caserío de Tufiño; por su colaboración y su decidida participación en todas las actividades relacionadas con la planeación, elaboración, ejecución y evaluación del plan estratégico de desarrollo Turístico.

Los objetivos de este Plan son promover la organización de la comunidad y capacitar a todos sus integrantes en los aspectos temáticos y metodológicos necesarios para fundamentar y ejecutar adecuadamente este Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para que se mejore en el proceso pedagógico mediante el acompañamiento y el compromiso de todos.

2.1.5. ANÁLISIS DESARROLLO TECNOLÓGICO.

Con el avance tecnológico, difusión y bajos costos para los clientes en toda la zona carchense, se tiene cobertura de telefonía móvil, y acceso a voz, datos y video de alta calidad relacionada directamente con el tipo de tecnología y el valor a cancelar.

Es así que el Caserío de Tufiño está cerca de la ciudad de Tulcán y por lo tanto goza de todos los accesos tecnológicos y de diversos privilegios por ser una zona fronteriza (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo).

2.1.6. ANÁLISIS DE NORMATIVAS Y LEYES DEL SECTOR TURÍSTICO.

Para el desarrollo de la propuesta planteada es necesario tomar en cuenta lineamientos o leyes de la Constitución que están enfocadas al tema, para tener un amparo al momento de realizar las normativas dentro del sector.

CONSTITUCIÓN.-

Los artículos citados a continuación de la Constitución, serán de vital importancia para la fundamentación del Plan Estratégico a llevarse a cabo, siendo lineamientos necesarios, los cuales amparen en la Ley a dicho Plan, a continuación, se tomaron como ejes legales los siguientes artículos:

La actual Constitución del Ecuador que rige desde el año del 2008 manifiesta:

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (Asamblea Nacional, 2008, pág. 26)

Capítulo tercero

Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección sexta

Personas con discapacidad

Art. 48.- El Estado adoptará a favor de las personas con discapacidad medidas que aseguren:

1. La inclusión social, mediante planes y programas estatales y privados coordinados, que fomenten su participación política, social, cultural, educativa y económica.
2. La obtención de créditos y rebajas o exoneraciones tributarias que les permita iniciar y mantener actividades productivas, y la obtención de becas de estudio en todos los niveles de educación.
3. El desarrollo de programas y políticas dirigidas a fomentar su esparcimiento y descanso.
4. La participación política, que asegurará su representación, de acuerdo con la ley.
5. El establecimiento de programas especializados para la atención integral de las personas con discapacidad severa y profunda, con el fin de alcanzar el máximo desarrollo de su personalidad, el fomento de su autonomía y la disminución de la dependencia.
6. El incentivo y apoyo para proyectos productivos a favor de los familiares de las personas con discapacidad severa.
7. La garantía del pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad. La ley sancionará el abandono de estas personas, y los actos que incurran en cualquier forma de abuso, trato inhumano o degradante y discriminación por razón de la discapacidad (Asamblea Nacional, 2008, pág. 36).

**Capítulo sexto
Derechos de libertad**

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

1. El derecho a la inviolabilidad de la vida. No habrá pena de muerte.
2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios (Asamblea Nacional, 2008, pág. 47).

**TÍTULO VII
RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR
Capítulo primero
Inclusión y equidad
Sección sexta
Cultura física y tiempo libre**

Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad (Asamblea Nacional, 2008, pág. 172).

LEY DE TURISMO

En ejercicio de sus potestades constitucionales y legales, en uno de sus capítulos, la Ley de Turismo remite lo siguiente:

**Capítulo II
De las actividades turísticas y de quienes las ejercen.**

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta

facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas (Quito-turismo, 2013, pág. 2).

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad (Quito-turismo, 2013, pág. 2).

2.1.7. ANÁLISIS ESTUDIOS OFERTA Y DEMANDA EN EL CASERÍO.

Al realizar un barrido en el Caserío de Tufiño, se pudo conocer que al momento Tufiño no cuenta con un inventario actualizado de productos turísticos, los cuales puedan ser ofertados al público, por lo tanto no se puede ampliar una demanda hacia el caserío por dicho motivo. Tufiño no cuenta con una empresa pública o privada que brinde el servicio de recreación, oferta de productos turísticos, recorridos guiados, entre otros, solamente existe los servicios de alimentación y en pocos casos de alojamiento en el Caserío de Tufiño.

Para que las familias o grupos de amigos se puedan distraer tienen que desplazarse 90 Km hasta la provincia de Imbabura o 50 Km en dirección al departamento de Nariño (Chachahui) en Colombia para poder gozar de un complejo turístico.

En la ciudad de Tulcán los establecimientos hoteleros brindan su servicio el cual tiene un costo desde \$6 hasta \$40, y la alimentación referente al menú del día es desde \$2 hasta \$8.

En el sector de Imbabura conocido como Ambuquí a 90 Km de Tulcán donde existe una gran cantidad de empresas dedicadas al turismo, ofrecen hospedaje la cual varía de \$12 a \$30 por persona, alimentación entre \$3 y \$5 el menú del día y si es por esparcimiento el ingreso es de \$4 a \$8 dependiendo de la temporada. Esta es la competencia más cercana al sector del Caserío de Tufiño que brinda el servicio de recreación.

Por otro lado, se puede indicar que en Tufiño existe turismo y turismo potencial, pero no son aprovechados al cien por ciento, por la falta de infraestructura turística, la cual esté adecuada especialmente, o porque no se ha contado con una apropiada planificación para la promoción de estos lugares, como dice José Chiles: “Lo que últimamente se ha estado

planificando con el Gobierno Municipal, se ha estado por iniciar una campaña de capacitación no, por decir por actividades por grupos se tenía pensado en capacitar unas personas en lo que es gastronomía, otras personas en lo que es hospedaje, otras personas en lo que es guianza o guías nativos, pero actualmente pues se pensaba hacer un corredor turístico con la Parroquia de Tufiño, Comuna La Esperanza, la Parroquia de Maldonado y la Parroquia de El Chical, para hacer un corredor turístico, empezaba a ofrecer un paquete desde aquí de Tufiño todos los lugares, luego iba a visitar la Parroquia de Maldonado y terminaba en El Chical, pero lamentablemente no se ha dado seguimiento o tal vez falta de recursos por parte del Gobierno Municipal del cantón, pues que no se ha podido concretar más que todo este objetivo porque era de empezar las capacitaciones pero actualmente no se han dado”.

2.2. ANÁLISIS INTERNO.

2.2.1. ANÁLISIS DE OBJETIVOS.

OBJETIVOS ACTUALES.-

La cultura de la provincia del Carchi tiene su cuna en sus antiguos habitantes; hay que tomar en cuenta su cultura desde el tiempo pre-hispánico de esta zona andina central. El Gobierno Provincial del Carchi ha emprendido un proceso poco participativo que se involucre directamente con el turismo de los sectores privado, comunitario y público; para que junto a la comunidad y de manera estratégica, lograr que el turismo sostenible sea un eje dinamizador del desarrollo del país y un ejemplo en la gestión del desarrollo turístico equilibrado con equidad, eficiencia y co-eficiencia.

El presente trabajo propone con un estudio minucioso atender una parte del desarrollo turístico de este bello rincón de nuestra provincia; teniendo en cuenta los siguientes:

- a) La reforma política relacionada en turismo.

- b) La transformación económica- productiva
- c) La transformación social y el desarrollo humano.

En este contexto el turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en el Caserío de Tufiño; porque plantea un modelo de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos para generar bienestar de manera equitativa sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza cultural, por su calidad de pluricultural y multiétnico, y su megabiodiversidad. (PLANDETUR, 2007).

El objetivo de la propuesta es diseñar un plan estratégico para mejorar el turismo en el Caserío de Tufiño.

2.2.2. ANÁLISIS RECURSOS HUMANOS.

El talento humano que existe en el Caserío de Tufiño deberá ser fortalecido en cuanto a la atención al cliente, conocimiento de la naturaleza turística y la conservación de todos estos atractivos naturales de esta bella región del país. Dicho Talento Humano no está bien capacitado como para impulsar este sector turístico como atractivo.

Se tomará en cuenta la valoración del código de trabajo para la aceptación del personal a las instalaciones de los lugares turísticos del caserío de Tufiño.

Mediante los medios de comunicación escrita se dará a conocer los perfiles para estos puestos de trabajo. Donde constará el título requerido, los años de experiencia, la capacidad para el trabajo, entre otros.

2.2.3. ANÁLISIS SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL GAD PARROQUIAL DE TUFÍÑO.

Dentro de la página web de la parroquia, se pudo encontrar información acerca de las inversiones, presupuesto de ingresos y egresos de la Parroquia de Tufiño en lo referente al año 2012, detalladas a continuación:

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL PRESUPUESTO INICIAL AÑO 2012

Gráfico 29: Ingresos y Gastos del Caserío.

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	INGRESOS	GASTOS
1301990	Otras Tasas	1,700.00	
1303990	Otras Concesiones	1,486.00	
1702020	Edificios, Locales y Residencias	1,000.00	
1806080	Aportes a Juntas Parroquiales Rurales	51,138.00	
2801010	Del Gobierno Central	10,000.00	
2806080	Aportes a Juntas Parroquiales Rurales	119,322.00	
3602010	Del Sector Publico Financiero	81,800.00	
3701010	De Fondos Gobierno Central	23,890.63	
3701020	De Fondos de Autogestion	31,396.51	
3801010	De Cuentas por Cobrar	17,303.14	
3801020	De Anticipos de Fondos	34.70	
5101050	Remuneraciones Unificadas		29,976.00
5102030	Decimotercer Sueldo		2,498.00
5102040	Decimocuarto Sueldo		1,752.00
5106010	Aporte Patronal		3,375.62
5106020	Fondo de Reserva		2,205.48
5301010	Agua Potable		800.00
5301040	Energia Electrica		300.00
5301050	Telecomunicaciones		600.00
5302040	Edicion, Impresion, Reproduccion y Publicaciones		300.00
5303030	Viatcos y Subsistencias en el Interior		600.00
5306030	Servicio de Capacitacion		200.00
5307030	Arrendamiento de Equipos Informaticos		200.00
5307040	Mantenimiento y Reparacion de Equipos y Sistemas Informa		300.00
5308040	Materiales de Oficina		300.00
5308050	Materiales de Aseo		150.00
5308070	Materiales de Impresion, Fotografia, Reproduccion y Publica		200.00
5602010	Sector Publico Financiero		4,800.00
5702030	Comisiones Bancarias		150.00
5801020	A Entidades Descentralizadas y Autonomas		5,830.52
7101030	Jornales		1,000.00
7101050	Remuneraciones Unificadas		4,800.00
7302180	Publicidad y Propaganda en Medios de Comunicacion Masiv		700.00
7304020	Edificios, Locales y Residencias		12,000.00
7304050	Vehiculos		1,000.00
7306030	Servicio de Capacitacion		2,500.00
7306050	Estudio y Diseno de Proyectos		9,000.00
7308030	Combustibles y Lubricantes		3,500.00
7308090	Medicinas y Productos Farmaceuticos		1,500.00

Fuente: Página web del GAD Parroquial

En el cuadro anterior se puede observar que los aportes mayoritarios o ingresos al GAD Parroquial Rural de Tufiño son los de Aportes a Juntas Parroquiales Rurales y del Sector Público Financiero, y los egresos se obtienen en mayor parte en las remuneraciones unificadas, con esto, se deduce que con la implementación del Plan, ingresarán más fondos al GAD Parroquial Rural de Tufiño, asumiendo el compromiso de generar nuevas fuentes de empleo y elevar la calidad de vida de esta importante población.

2.2.4. ANÁLISIS ESTADO INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS TECNOLOGÍA.

Bueno, Tufiño cuenta ahora con una mejor infraestructura en cuanto a la plaza donde se encuentra la iglesia el mismo parque y la cancha, el mercado, el polideportivo, la creación del Complejo de aguas termales aunque por el momento se encuentre cerrado el Complejo y también la readecuación de la carretera desde Tulcán hacia acá a Tufiño, ya que la carretera está asfaltada, y pues permite un mayor ingreso de turistas a nuestra localidad, también tenemos la plaza de toros donde realizamos las corridas de toros cuando hay fiestas aquí en la localidad, pero la plaza no ha sido readecuada y así otros lugares (Chiles., 2013).

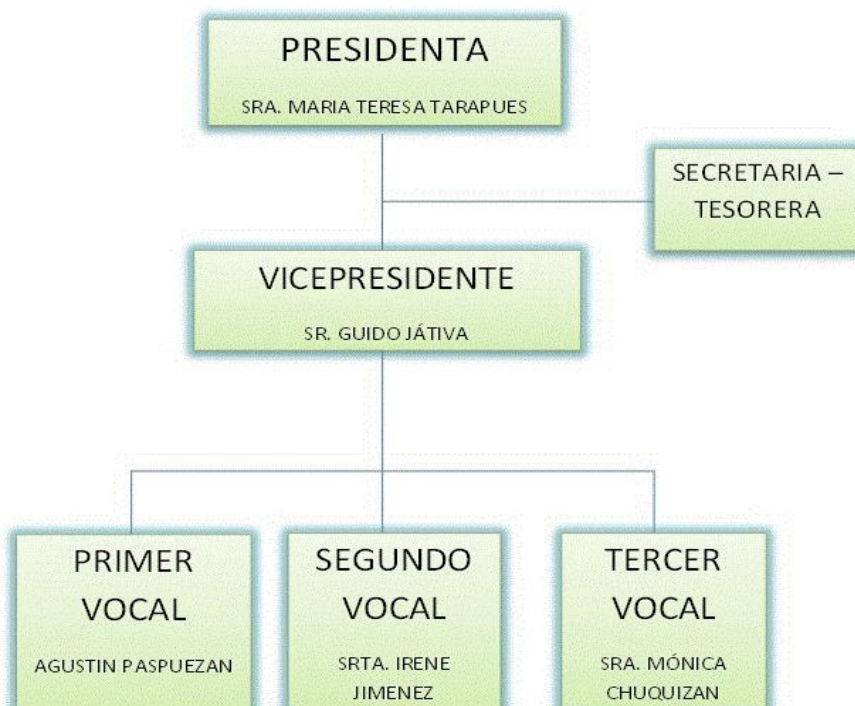
Se puede considerar que desde la readecuación de la carretera Tulcán Tufiño hasta las mejoras de ciertas instalaciones, el Caserío ha ido creciendo de forma constante, siendo así que con la implementación y desarrollo del Plan Estratégico, Tufiño se impulsara más como un destino turístico a ser elegido.

2.2.5. ANÁLISIS INFRAESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

2.2.5.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE TUFÍÑO

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL “TUFÍÑO” 2013.

Gráfico 30: Organigrama Orgánico Funcional.



Fuente: Página web del GAD Parroquial

PLANTA ADMINISTRATIVA DEL GAD PARROQUIAL TUFÍÑO 2009-2014

PRESIDENTA



Sra. María Teresa Tarapues Imbacuan.

SECRETARIA-TESORERA



Tlga. Mónica Cuasapaz.

Tabla 22: Comisiones GAD Parroquial Tufiño.

NOMBRE	COMISIÓN
<p>SR. GUIDO ATAHUALPA JÁTIVA PORTILLA</p> 	OBRAS PÚBLICAS
<p>SR. AGUSTIN PASPUEZÁN CUESTA</p> 	PROYECTOS Y CONVENIOS
<p>SR.TA. IRENE CLEMENCIA JIMÉNEZ PUETATE</p> 	CULTURA, EDUCACIÓN Y DEPORTES
<p>SR. MÓNICA CHUQUIZÁN</p> 	MEDIO AMBIENTE Y SALUD

Fuente: Página web del GAD Parroquial

2.2.6. ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.

El Caserío de Tufiño tiene como principales atractivos, el balneario de las Aguas Hediondas y las piscinas de aguas termales, las cuales son pertenecientes al lado Colombiano, pero que mucha gente las considera de Tufiño, estas son reconocidas por sus propiedades curativas. Actualmente Tufiño y todos aquellos sitios turísticos, no tiene la suficiente promoción de todos los servicios que oferta, están desconocidos los paseos por el páramo, las lagunas verdes, las fiestas del Señor del Río, en parte la gastronomía, etc.

Es importante mencionar que las vías de acceso al Caserío de Tufiño se encuentran repavimentadas y en buen estado, con la implementación de señalética, existiendo la posibilidad de realizar ciclismo con seguridad; desde

la ciudad de Tulcán hasta Tufiño se puede observar durante el recorrido bellos paisajes verdes que reconfortan el corot viaje hasta su destino.

2.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO, CRITERIOS D.A.F.O.

2.3.1. ANÁLISIS INTERNO.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El GAD Parroquial no cuenta con visión, misión y objetivos enfocados al turismo. • Falta de organización en la gestión de los atractivos turísticos. • No existe señalética en varios sitios turísticos. • Poca inversión en talento humano con formación turística de la población de Tufiño. • Tufiño no cuenta con personal capacitado para mantener y administrar los sitios turísticos. • No existe aprovechamiento ni suficiente promoción de los lugares turísticos. • El Complejo de Aguas Termales en el sector se cerró indefinidamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tufiño cuenta con hermosos recursos naturales. • Cercanía a la ciudad de Tulcán. • Espacio adecuado para la actividad del turismo activo. • Se cuenta con una fuente natural de aguas termales. • El sitio es tranquilo y libre de contaminación auditiva. • El sitio cuenta con una infraestructura básica. • Se cuenta con servicios básicos. • Las vías están en perfecto estado. • Hay señalización vial. • La gastronomía es muy buena.

2.3.2. ANÁLISIS EXTERNO.

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La cercanía a la población de Chiles en Colombia porque tienen piscinas que pueden competir con las aguas termales de Tufiño. • La influencia de grupos delictivos de Colombia que podrían afectar al turismo de esta región. • Pérdida de interés sobre tradiciones, cultura y cuidado del medio ambiente. • Otros lugares turísticos son más promocionados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un sector fronterizo. • El Municipio de Tulcán ha generado proyectos para mejorar el turismo en Tufiño. • Incremento de Profesionales en Turismo. • Créditos que ofrece el Ministerio de Turismo para emprendimiento. • Incremento de publicidad en la parroquia. • Apertura para firmar un convenio con el Gobierno Municipal de Tulcán para formar una empresa pública y privada.

3.- OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.

3.1. OBJETIVOS GENERALES	ESTRATEGIAS
a.- Desarrollar los objetivos del Plan Estratégico de Turismo para el Caserío de Tufiño.	1.- Establecer un convenio con el Ministerio de Turismo y la parroquia de Tufiño para promocionar todos los atractivos turísticos de esta región.
	2.- Encaminar el proyecto mediante Cooperación Internacional para la readecuación de la infraestructura.
	3.- Firmar un convenio con la

	Universidad Politécnica Estatal de Carchi para mantener apoyo técnico académico.
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS
a.- Determinar el tipo de instalación y los equipos necesarios para el fortalecimiento de todos los atractivos turísticos de Tufiño.	1.- Inventariar los recursos e infraestructura existente para verificar las necesidades de equipamiento.
	2.- Establecer un plan de adquisición de equipos para ciclismo (bicicletas, Kits de seguridad), cabalgatas (sillas de montar), observación (binoculares, brújula, etc), en función de la demanda de los visitantes.
	3.- Utilizar materiales propios de la zona con el fin de evitar contaminación visual.
b.- Establecer el personal idóneo para el manejo de las instalaciones.	4.- Realizar un análisis interno para saber el tipo, perfil y la cantidad de personal que se requiere para trabajar.
	5.- Diseñar instrumentos de evaluación para el personal que ingresará a trabajar en las distintas áreas.
	6.- Elaborar un sistema de

	evaluación de desempeño turístico a los trabajadores, para la planificación de capacitaciones y mejoramiento continuo.
c.- Diseñar programas y tipos de actividades que permitan la recreación de los turistas.	7.- Realizar programa de actividades para niños y jóvenes.
	8.- Realizar programa de actividades para adultos.
	9.- Realizar programa de actividades para turismo de personas mayores.
d.- Buscar el financiamiento para poner en marcha el proyecto.	10.- Presentar el proyecto al ministerio de turismo para aprovechar los programas de emprendimiento.
	11.- Presentar el proyecto a la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo) como apoyo financiero.
	12.- Buscar empresas privadas que se asocien al proyecto.
e.- Diseñar el plan de mercadotecnia para promocionar los productos y servicios	13.- Desarrollo del producto turístico por medio de los medios de comunicación local y regional.

	14.- Implementar un plan de marketing local y nacional dando a conocer el producto turístico.
f.- Realizar los trámites legales pertinentes para el fortalecimiento de los lugares turísticos de Tufiño.	15.- Firmar un convenio con el MINTUR para que sea el encargado de la promoción a nivel nacional.
	16.- Buscar asesoramiento jurídico en el caso de hacer convenio con los posibles empresarios.
	17.- Lograr que una empresa ofrezca un paquete turístico para Tufiño y lo promocioe.
	18.- Contratar a una persona jurídica la cual esté encargada de los trámites legales conjuntamente con los ejecutivos representantes.

4. PLANES INTEGRALES ESTRATÉGICOS DE INTERVENCIÓN REALIZADOS POR EL GAD PARROQUIAL.

Durante el periodo comprendido entre ENERO 2012 a DICIEMBRE 2012, el GAD Parroquial de Tufiño, ha gestionó varias obras con el fin de mejorar la ciudad, en cuanto al ornato, infraestructura, vías, etc., y mejorar también la calidad de vida de los pobladores.

A continuación se muestra la Gestión desarrollada de dicho año siendo esta la más actual:

- Con el objetivo de arreglar las vías de la Parroquia, se solicitó el Equipo caminero del Municipio de Cantón de Tulcán, esta actividad es realizada 2 veces al año.
- De la misma manera se realizó el adecentamiento del estadio de la cabecera parroquial, con actividades como mingas, limpieza y drenaje, y también el mantenimiento de las vías de la Parroquia, las cuales son necesarias para el tránsito seguro de los vehículos.
- Se realizó la poda y limpieza de las áreas verdes de la Parroquia, la siembra de árboles y plantas ornamentales, esta actividad es realizada 3 veces durante todo el año.
- Gestión importante que realizó el Gobierno Provincial de Carchi, con la implementación de maquinaria adecuada para centrar los caudales de los ríos, evitando con esto desbordamientos de los mismos.
- Alumbrado Público en las calles Juan José Flores, Julio Robles, Los Ríos, Los Pastos, Rio Amazonas, Luis Rojas ,11 de Abril y El Carrizo beneficiado a los moradores del de la parroquia como también fueron beneficiados las Comunidades Santa Barbará y El Charco, comunidad para la cual también se adquirió adoquines.
- Se ejecutó la construcción de un Garaje, gestión realizada en el Municipio de Tulcán, el cual es utilizado para guardar la volqueta del Gobierno Parroquial Tufiño.
- En la Fundación Manuela Espejo, se entregó audífonos para las personas con discapacidad auditiva, actividad realizada en la Fundación Manuela Espejo.

- Vivienda para personas con discapacidad de la Parroquia, tanto en comunidades como en Cabecera Parroquial, esta gestión se la realizó en la Fundación Manuela Espejo.
- Se realizó la entrega de trofeos, medallas y demás Incentivos para fomentar el deporte y la cultura en la Parroquia.

Seguidamente se encuentra el Plan Operativo Anual 2013, planteado por el GAD Parroquial de Tufiño:

Tabla 23: POA 2013.

GADPR TUFINO POA 2013

Programa	Proyecto	Periodo de Implementación		Costo Proyecto	Requerimiento de convenio de vigilancia	Convenios
		Desde	Hasta			
					Instituciones Función Ejecutiva	Institución
Ambiental	Compensación de servicios ambientales	Mayo	Diciembre	1000	Gobierno Parroquial	GM,GPC Y MAE
	Talleres de educación ambiental	Junio	Agosto	2258	Gobierno Parroquial	MAE, GPC,GM,MAGAP
Productivo	Proyectos grupos vulnerables	Junio	Diciembre	6000	Gobierno Parroquial	MIES
	Fortalecimiento de Organizaciones Productivas	Mayo	Diciembre	10000	Gobierno Parroquial	GPC, MAGAP
Vialidad	Mejoramiento de la red vial	Febrero	Diciembre	20000	Gobierno Parroquial	GPC y MTOP
	Mantenimiento de la Volqueta	Enero	Diciembre	9620	Gobierno Parroquial	
	Pago de Capital Volqueta para mantenimiento vial	Enero	Diciembre	26790	Gobierno Parroquial	
	Empedrado Maspaz	Mayo	Julio	17500	Gobierno Parroquial	GPC
	Compra de Armico	Junio	Agosto	4000	Gobierno Parroquial	EMAPA-T
	Contraparte para la empresa vial con ayuda del Gobierno Provincial	Marzo	Diciembre	5000	Gobierno Parroquial	GPC
Infraestructura	Adecuación de casa comunal de San Nicolás	Mayo	Julio	5000	Gobierno Parroquial	

	Cambio de cubierta de la casa comunal El Consuelo	Julio	Septiembre	5000	Gobierno Parroquial	
	Pintura y adecuaciones de la casa comunal de Santa Bárbara de Car	Septiembre	Noviembre	3000	Gobierno Parroquial	
	Muro de contención vía Tufiño	Mayo	Junio	5000	Gobierno Parroquial	GMT
	Cerramiento de las canchas de usos múltiples	Agosto	Octubre	6200	Gobierno Parroquial	
	Alcantarillados en toda la Parroquia	junio	Diciembre	5000	Gobierno Parroquial	
	Pintura y adecuación del Polideportivo Parroquial	Mayo	Julio	1500	Gobierno Parroquial	GMT
	Compra de Equipos de Oficina	Enero	Mayo	1400	Gobierno Parroquial	
	Mantenimiento de la Casa de Gobierno Parroquial	Julio	Agosto	980	Gobierno Parroquial	
	Mantenimiento Polideportivo	Marzo	Mayo	1500	Gobierno Parroquial	GADM
	Sistema de Agua Potable el Pajón	Abril	Junio	5000	Gobierno Parroquial	EMAPA-T
	Construcción de Tanque de Agua Potable	Mayo	Agosto	10000	Gobierno Parroquial	
Cultural	Olimpiadas Comunes y Barriales	Mayo	Diciembre	5000	Gobierno Parroquial	PLAN ECUADOR
TOTAL				139248		

Fuente: Página Web GAD Parroquial de Tufiño.

En relación al cuadro anterior, se puede verificar que existe compromiso por parte de las autoridades para la realización de proyectos dentro de la localidad de Tufiño en los ámbitos ambiental, productivo, vialidad, infraestructura y cultura, buscando dar solución a varias necesidades en el Caserío y sus alrededores, el desarrollo de este Plan Operativo Anual también es un aporte al turismo del Caserío puesto que son proyectos que ayudan a mejorar el ornato de este bello lugar, fortaleciendo la producción, implementando trabajo en el sector, y dando así una mejor calidad de vida a su población.

4.1. PLAN DE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS.

4.1.1. INSTALACIONES DEPORTIVAS / RECREATIVAS.

En la parte donde se encuentra la plaza central de Tufiño, existe una Cancha que brinda el espacio suficiente para la realización de diversos juegos deportivos y recreativos, lo que se contempla en el Plan Estratégico, es mejorar esta área, con la implementación de más equipos, como redes para básquet, fútbol, vóley y balones para las mismas categorías, mantenimiento preventivo y correctivo si es necesario, poniendo todos estos implementos a cargo de una persona.

Para el Circuito Ecológico que se realizará por los alrededores del lugar, se implementará equipos como bicicletas de montaña, binoculares, cascos y kits de protección, para el alquiler a los turistas, brindándoles de esta manera seguridad y comodidad.

El área de los juegos infantiles, tendrá lugar en las instalaciones del Complejo Turístico Tufiño, puesto que a este sitio llegan grupos familiares, por lo tanto es necesario que el Complejo cuente con una zona especial para niños.

El sauna, turco e hidromasaje, serán implementados en el Complejo Turístico Tufiño, como equipos necesarios dentro de un Complejo.

4.1.2. PLAN DE EQUIPAMIENTOS DE INSTALACIONES.

A continuación, en la tabla se detallan el tipo de instalaciones requeridas y equipamientos que las conformaran, cada cual con su respectivo valor y el uso que se le dará.

Tabla 24: Equipamientos de Instalaciones.

INSTALACIÓN DEPORTIVA/RECREATIVA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNIT.		V. TOTAL
Cancha Multiuso.	Balón de futbol.	3	\$19,39		\$58,17
	Balón de Básquet.	3	\$17,95		\$53,85
	Balón de Voleyball.	3	\$12,39		\$37,17
	Redes para Futbol.	1 PAR	\$50,00		\$50,00
	Redes para Básquet.	1 PAR	\$19,99		\$19,99
	Redes para Voleyball.	1	\$25,00		\$25,00
Circuito Ecológico.	Binoculares.	3	\$30,37	\$91,11	\$1.035,93
	Bicicletas. (De Montaña).	3	\$229,99	\$689,97	
	Cascos.	3	\$45,00	\$150,00	
	Kit de Protección.	3	\$34,95	\$104,85	

Zona de Juegos Infantiles. (KIT)	Resbaladera Escalera china Columpios Puente.	1	\$889,99	\$889,99
Sauna.		1	\$1.983,00	\$1.983,00
Turco.		1	\$1.983,00	\$1.983,00
Hidromasaje.		1	\$ 2.135,00	\$ 2.135,00
TOTAL				\$8.271,10

Elaborado por: Flor Vallejo.
Fuente: Página web-www.preciomania.com

Cancha Multiuso.- Se utilizará la cancha que se encuentra en la Plaza Central de Tufiño, con la finalidad de generar mayor concentración de jóvenes y niños quienes practican varios deportes.

Circuito Ecológico.- Establecido para recorridos por los alrededores del Caserío, para que los turistas puedan conocer y valorar la naturaleza de este lugar.

Zona de Juegos Infantiles.- Servirá para la distracción de niños y niñas, se lo ubicaría dentro de las instalaciones, en áreas verdes del Complejo Turístico Tufiño.

Sauna.- Se readecuará en el mismo lugar del Complejo de aguas termales Tufiño.

Turco. Igualmente su readecuación dentro del Complejo.

Hidromasaje. Se readecuará en el mismo Complejo.

4.1.3. PLAN DE MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN.

Para realizar el mantenimiento y conservación de las instalaciones se procederá a contratar una empresa que brinde el servicio de limpieza y mantenimiento.

SEGEMANT CIA. LTDA.- Es una empresa legalmente constituida desde el 08 de Junio de 1989, que pone a su disposición una línea completa de servicios en el área de LIMPIEZA INTEGRAL.

Nuestra actividad en el campo de PRESTACION DE SERVICIOS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS se desarrolla en centros comerciales, entidades bancarias, farmacéuticas, organizaciones internacionales, plantas industriales, embajadas, hoteles, entidades privadas, edificios, residencias, etc...

El personal es rigurosamente seleccionado y capacitado; se encuentra amparado por todas las normas legales, lo cual garantiza al cliente honestidad, seriedad y cumplimiento.

Disponemos de los mejores productos, equipo y maquinaria industrial en lo que a LIMPIEZA se refiere, así como supervisión para el suministro de materiales e insumos y un estricto control de actividades (SEGEMANT).

Como indica la empresa, el personal es rigurosamente seleccionado, pero al momento de la contratación de dichos servicios se puede sugerir que las personas a seleccionarse sean personas de la población, para de esta forma se genere empleo dentro del sector y contribuya a la economía de estas familias.

La cantidad de personas necesarias para este empleo serán 3, y el pago por los servicios se define mediante la tabla salarial del Ministerio de Relaciones Laborales para cada persona de servicios.

4.1.3.1. TIPOS DE MANTENIMIENTO A REALIZARSE.-

PREVENTIVO

Es el conjunto de intervenciones realizadas de forma periódica en una máquina o instalación, con la finalidad de optimizar su funcionamiento y evitar paradas imprevistas.

CORRECTIVO

Las intervenciones que se hacen en la máquina o instalación cuando ya se ha materializado la avería. Se sustituye la pieza estropeada para después devolver la máquina a su estado operativo habitual.

PREDICTIVO

Consiste en programar la intervención justo antes de que la avería se produzca, teniendo en cuenta factores como, por ejemplo, la vibración, la temperatura o el ruido, que permiten predecir que en breve se producirá una avería (Gencat, pág. 06)

El mantenimiento preventivo para las áreas deportivas, el circuito, los juegos infantiles, sauna, turco e hidromasaje, se las realizará dentro de una programación, inspeccionando la seguridad en las áreas, la limpieza, reparaciones, observaciones, lubricación, equipos, etc, descubriendo fallas y solucionándolas a tiempo. Se llevará a cabo un Plan establecido, y no por la petición de los usuarios de las instalaciones, manteniendo de esta forma el funcionamiento constante y apropiado de las mismas.

Para cada mantenimiento se contará con las características de cada equipo, los trabajos que se realizarán, un control de lo mismo, presupuestos de repuestos utilizados si es el caso, indicaciones de las reparaciones realizadas y fechas de dicho trabajo. Con un mantenimiento planeado se logrará trabajar en mejores condiciones, los equipos e instalaciones tendrán más vida útil, se bajarán los costos y gastos de adquisición de nuevos repuestos y el personal tendrá equilibrio en su trabajo.

El mantenimiento correctivo para todas las áreas, se lo realizará mediante la toma de decisión adecuada para la corrección de dicha falla, empezando por resolverla lo más pronto posible. Pero también puede realizarse mientras se hace un mantenimiento preventivo, donde sí se encuentran fallas, se pueden corregir en ese momento.

4.2. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

El trabajo representa la intervención humana o física realizada sobre los materiales o materias primas para convertirlos en productos terminados o servicios.

Son las personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, sea cual sea su nivel jerárquico o su tarea. Los recursos humanos se distribuyen en niveles distintos: en el nivel institucional de la organización (dirección), en el nivel intermedio (gerencia y asesoría) y en el nivel operacional (técnicos, empleados y obreros junto con los supervisores de primera línea).

Las personas aportan a las organizaciones sus habilidades, conocimientos, actitudes, conducta, percepciones, etc. Ya sean directores, gerentes, empleados, obreros o técnicos, las personas desempeñan papeles muy distintos - estos son los puestos – dentro de la jerarquía de autoridad y responsabilidad que existe en la organización (Chiavenato, 2007, págs. 93-94).

El propósito de tener un Plan de Recursos Humanos, es que en cuanto al trabajo, el equipo se integre, para que de esta manera exista un mejor desempeño laboral, calidad de gestión, cambios positivos y sobre todo que tengan la capacidad de resolver inconvenientes y sepan responder a los objetivos planteados.

4.2.1. PERFILES DEL PERSONAL Y FUNCIONES.

4.2.1.1. EJECUTIVOS.- El Gerente/Administrador tiene varias áreas de trabajo a su cargo, en primer lugar se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de las bodegas y el inventario, y todo el proceso de administración financiera de la organización.

4.2.1.2. TÉCNICOS.-

Técnico Profesional en Servicios Recreativos y de Guianza.-

En cuanto a lo profesional debe ser competitivo, conducir y orientar las actividades a realizarse, sea en espacios abiertos o cerrados, contribuir al desarrollo económico y social del lugar, buscar la interrelación de las personas que lo rodean, ser líder, creativo, divertido, puntual, respetuoso, etc. Esta persona debe ser muy responsable, tener valores éticos y profesionales para un mejor desempeño laboral, así como también la capacidad de resolver cualquier problema o situación compleja que se le presente, y tener respeto por la diversidad natural y cultural de cada región.

En el ámbito ocupacional, debe saber guiar grupos de cualquier índole en determinado espacio (Guía), de igual forma debe llevar a cabo actividades variadas para el desarrollo de la guianza (Servicios Recreativos).

La contratación de otro tipo de técnicos como: Hidráulico (Instalación de tubería PVC, valvulería, Etc.), de Calefacción y Eléctrico (instalaciones eléctricas y programación de los equipos instalados), se la realizará por contratación de servicios profesionales.

4.2.1.3. ADMINISTRACIÓN.-

Asistente de Marketing.-

Como asistente de Marketing, esta persona deberá apoyar al Gerente o Administrador, con el material de apoyo necesario para sus papeles.

Es fundamental que el asistente, tenga conocimiento sobre el "MARKETING MIX" que es "PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN", esto es base fundamental para la realización de su trabajo. Un asistente de marketing debe conocer el producto y el precio, los lugares donde se está vendiendo y cómo se promueve en la actualidad.

Para el área contable, se tiene previsto trabajar con el Asesor Contable del GAD Parroquial de Tufiño, puesto que no será necesario tener a una persona de tiempo completo en esta área.

4.2.1.4. SERVICIOS.-

Conserje- Bodeguero.-

- Labores de mensajería local.
- Venta de materiales.
- Compra de materiales
- Manejo operativo de la bodega
- Custodia del inventario (Güitz Surek, 2011).

Servicio de Limpieza (2).- Este personal es contratado mediante una empresa (SEGEMANT), y será los encargados de:

- Limpieza diaria de instalaciones.

- Limpieza de equipos.
- Pisos, gradas y corredores.
- Entre otras.

Este servicio será pagado por aparte a la empresa con factura, y será el sueldo básico.

4.2.2. CRITERIOS Y ESTRATEGIAS DE SELECCIÓN.

La Selección de personal es un proceso de previsión que procura prever cuáles solicitantes tendrán éxito si se les contrata; es al mismo tiempo, una comparación y una elección. Para que pueda ser científica, necesita basarse en lo que el cargo vacante exige de su futuro ocupante (es decir, las exigencias del cargo o descripción del puesto). Así, el primer cuidado al hacer la selección de personal es conocer cuáles son las exigencias del cargo que será ocupado (UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA., 2006).

Después de haber realizado los pasos de reclutamiento de los aspirantes se procederá a realizar los procesos de selección para cada puesto.

Tabla 25: Criterios y Estrategias de Selección.

EJECUTIVOS	TÉCNICOS	ADMINISTRACIÓN	SERVICIOS
<p>- Para seleccionar el personal ejecutivo se realizará por medio de comparación selectiva, enfocándose en los requisitos que exige el puesto y los ofrecidos por los candidatos.</p> <p>- La decisión final de aceptación o rechazo de los candidatos será responsabilidad de los promotores.</p> <p>- Se hará a través de modelos de colocación, selección y clasificación.</p>	<p>- Para la selección de personal ejecutivo se realizará por medio de comparación selectiva, enfocándose en los requisitos que exige el puesto y los ofrecidos por los candidatos.</p> <p>- La decisión final de aceptación o rechazo de los candidatos será responsabilidad de los promotores.</p> <p>- Se hará a través de modelos de colocación, selección y clasificación.</p>	<p>- Para la selección de personal ejecutivo se realizará por medio de comparación selectiva, enfocándose en los requisitos que exige el puesto y los ofrecidos por los candidatos.</p> <p>- La decisión final de aceptación o rechazo de los candidatos será responsabilidad de los promotores.</p> <p>- Se hará a través de modelos de colocación, selección y clasificación.</p>	<p>- En vista que para el personal de servicio no se necesita de mayores conocimientos técnicos se lo realizará a través de entrevistas de selección.</p> <p>- A los precandidatos o candidatas se les aplicarán un examen psicológico.</p>

4.2.3. TIPOLOGÍAS DE CONTRATACIÓN.

Una vez que se ha decidido la aceptación de un candidato, es necesario completar sus datos, para integrar su expediente de trabajo; entre estos se encuentran: fotografías (muchas empresas solicitan este requisito desde el reclutamiento del candidato), llenado de las formas, filiación dactilográfica, etc. Es muy común pensar y/o actuar como si la contratación fuese el punto final del proceso de selección. No hay que olvidar que la selección implica un problema de vaticinio; el seleccionador trata de predecir si el candidato será efectivo y si obtendrá satisfacción en el trabajo. Entonces, urge establecer un procedimiento para no perder de vista al candidato seleccionado, a fin de verificar si las predicciones están siendo correctas o no para, en éste último caso, introducir los cambios correspondientes en el proceso de selección (UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA., 2006).

En Ecuador el contrato de trabajo puede ser expreso o tácito. Se dice expreso cuando hay un acuerdo escrito o de palabra. En cambio, se dice que un contrato es tácito cuando no existe algún acuerdo que lo sustente. El contrato de trabajo se lleva a cabo cuando existe un acuerdo entre trabajador y empresario por el que se presten unos servicios bajo la dirección y organización de éste a cambio de una retribución económica (Cámara de Industrias de Guayaquil).

Para el caso de todos los recursos turísticos del Caserío de Tufiño se utilizará las siguientes tipologías de contratación:

4.2.3.1. Ejecutivos, Técnicos y Administración: Este contrato podrá renovarse cuantas veces sea necesario y la duración mínima de estos contratos es de un año. Y el tipo de personal se adaptará mediante un contrato por un tiempo ilimitado.

4.2.3.2. Servicios: La duración mínima de estos contratos es de un año. Este es un contrato de tiempo limitado, en el cual las partes se pondrán de acuerdo hasta cuándo debe durar dicho contrato. Para dar por terminado el contrato de tiempo fijo, la parte interesada debe avisar por escrito su interés de que el contrato termine, por lo menos un mes antes de la fecha de terminación del contrato original. Sin este aviso, el contrato se prorrogará automáticamente.

Para los casos anteriormente mencionados se utilizará el periodo de prueba el cual no podrá ser mayor a 90 días y sólo se podrá realizar por una vez y al principio de una relación de trabajo.

4.2.4. TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN Y ESTÍMULOS.

Calidad de vida en el trabajo.- Las condiciones físicas en el trabajo no son lo único que importa, sino que se necesita algo más. Las condiciones sociales y psicológicas también forman parte del ambiente laboral. Investigaciones recientes demuestran que, para alcanzar la calidad y la productividad, las organizaciones deben contar con personas motivadas que se involucren en los trabajos que realizan y recompensadas adecuadamente por su contribución (Chiavenato, 2007, pág. 349)

Planes de Incentivo.- Es una era de competitividad, la remuneración fija se tornó insuficiente para motivar e incentivar a las personas, así como para promover un comportamiento proactivo y emprendedor en la búsqueda de metas y resultados excelentes. Las empresas utilizan planes de incentivos para incrementar las relaciones de intercambio con sus colaboradores. (Chiavenato, 2007, pág. 312).

4.2.4.1. Remuneración Económica.- Se pagará al empleado en forma de salarios, bonos, premios y comisiones, por los servicios que prestó durante determinado tiempo.

4.2.4.2. Valuación y Clasificación de puestos.- Se valorará el desempeño laboral de cada empleado, el atenciónamiento al cliente, la convivencia con otros empleados, etc. Todo esto para la clasificación de puestos y mejor pago salarial.

4.2.4.3. Política salarial.- El salario se dará de acuerdo a su efectividad en el trabajo, la edad del contratado, el nivel de estudios, y su desempeño en el trabajo.

4.2.4.4. Higiene Laboral.- Depende del tamaño de la empresa, pero en cuanto a esto se realizará la prestación de servicios médicos, enfermeros y auxiliares, etc. Se debe tener en cuenta que para el desarrollo de un buen trabajo, es necesario que el empleado tenga un buen ambiente laboral protegiendo su integridad física y mental.

4.2.4.5. Ambiente de trabajo.- Para el personal que muestre entrega a sus funciones que fueron encomendadas se lo premiara mediante cursos de capacitación que la empresa pagará por todo el tiempo en el cual el empleado o empleados fueran a perfeccionarse dentro o fuera del país.

4.2.5. PLAN DE FORMACIÓN, ACTUALIZACIÓN Y REAPROVECHAMIENTO.

Posteriormente se detalla cómo se realizará la formación, actualización, capacitación, y aprovechamiento de los Recursos Humanos para un mejor desempeño laborar dentro de la empresa:

Tabla 26: Instrucción Necesaria.

1. INSTRUCCIÓN NECESARIA
Este factor considera el grado de instrucción general o capacitación específica preliminar exigida para el debido desempeño del puesto. Solo

debe considerar la instrucción aplicable al puesto y no la educación formal de la persona que actualmente lo ocupa.		
Grado	Descripción	Puntos
A	El puesto requiere que el ocupante sepa leer y escribir o que cuente con un curso de alfabetización.	15
B	El puesto requiere una instrucción que corresponda al nivel de educación primaria o equivalente.	30
C	El puesto requiere una instrucción que corresponda al nivel de educación secundaria o equivalente.	45
D	El puesto requiere una instrucción que corresponda al nivel de educación media superior o equivalente.	60
E	El puesto requiere una instrucción que corresponda al nivel de educación superior completo.	75
F	El puesto requiere una instrucción que corresponda al nivel de educación superior completo más un posgrado.	90

(Chiavenato, 2007, pág. 298).

El talento humano debe potenciar al ser humano como tal, porque promueve a sus relaciones interpersonales e intrapersonales y más aún en el sector turístico su influencia va a ser el ambiente, la naturaleza y los turistas.

La educación es la preparación para la vida y por la vida, en donde existen distintos tipos de educación pero la que interesa es la educación profesional.

La capacitación es el eje fundamental de aprendizaje que aplicado de manera motivacional, organizada y sistemática se puede potenciar la personalidad del capacitado mediante conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos, implica un proceso de cuatro etapas, a saber, diagnóstico de necesidades de capacitación, diseño del plan y programas de capacitación, implementación de la capacitación y evaluación de los resultados.

Por lo tanto para el propósito de la capacitación, será necesario emplear procesos para el desarrollo del personal presentando las siguientes predisposiciones:

- Fortalecer el enfoque de valorar a las personas y a la organización.
- Participación activa de los gerentes y sus equipos.
- Intensificar la vinculación con la actividad de la empresa.
- Perfeccionamiento personal para mejorar la calidad de vida de las personas.
- Continúa preparación de las personas para el futuro.
- Nuevos planteamientos derivados de la influencia de la tecnología informática.
- Importancia en las técnicas grupales y solidarias.
- Utilización de mecanismos de motivación y de realización personal.
- Búsqueda incesante de la excelencia.
- Permanente fuente de retroalimentación.

Estos programas serán tratados en cursos durante todo el año.

4.2.6. ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL.

Gráfico 31: Organigrama del Personal.



Elaborado por: Flor Vallejo.

Se plantea este organigrama de recursos humanos para el Plan Estratégico de Turismo, con la finalidad de mejorar el turismo, mediante un orden existente dentro del GAD Parroquial Rural de Tufiño, el organigrama está planteado de la siguiente manera: en la parte medular está la administración que tendrá como función la optimización y cumplimiento de toda el área administrativa, el asistente de marketing se encargará de fortalecer la promoción y publicidad turística del Caserío, el técnico profesional en Turismo orientará las actividades a realizarse dentro de las distintas áreas turísticas, y el personal de servicios servirá de apoyo para el mantenimiento y cuidado de los equipos.

4.2.7. CRITERIOS NIVELES SALARIALES.

A continuación se tiene detallado la tabla sobre el pago a los empleados, considerando décimo tercero, décimo cuarto y vacaciones de acuerdo a la ley; con este símbolo (*) se encuentran las indicaciones de cada ítem.

Tabla 27: Criterios Niveles Salariales.

PERSONAL	Nº	PAGOS MENSUAL c/u	TOTAL PAGO POR ÁREA	COSTO ANUAL	DECIMO CUARTO (1 AGOSTO/13-JULIO/14)	DECIMO TERCERO (DIC/13-NOV-14)	VACACIONES NO GOZADAS **	
<i>Administrador</i>	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	14.400,00	318,00	\$ 1.200,00	159,00	
<i>Asistente de Marketing.</i>	1	\$ 800,00	\$ 800,00	9.600,00	318,00	\$ 800,00	159,00	
<i>Técnico</i>	1	\$ 600,00	\$ 600,00	7.200,00	318,00	\$ 600,00	159,00	
<i>Servicios*</i>	1	\$ 318,00	\$ 318,00	3.816,00	318,00	\$ 318,00	159,00	
TOTAL PAGO DE PERSONAL			\$ 2.918,00	35.016,00	1.272,00	2.918,00	636,00	39.842,00

Elaborado por: Flor Vallejo.

* Pago realizado de acuerdo a la tabla sectorial del Ministerio de Recursos Laborales vigente al 2013.

** Variable.

4.2.7.1. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.-

BENEFICIOS DE LA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.-

Cuando un programa de evaluación del desempeño se ha planeado, coordinado y desarrollado bien, trae beneficios a corto, mediano y largo plazo. Los principales beneficiarios son: el individuo, el gerente, la organización y la comunidad (Chiavenato, 2007, pág. 248).

La evaluación de desempeño dentro de una empresa es fundamental, porque genera mayor nivel de competitividad, y estimula a la persona que ocupa un determinado puesto a realizar mejor su trabajo. Estas evaluaciones sirven también para puntualizar y ampliar estrategias de recursos humanos de acuerdo con las necesidades de la organización.

Para la evaluación del desempeño laboral de las personas contratadas para las diferentes áreas en el Caserío, se aplicará el siguiente formato:

FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL DEL ÁREA TURÍSTICA DEL GAD PARROQUIAL DE TUFÍÑO.

Unidad/Dpto. _____ Área/Serv. _____
Evaluado _____
Puesto _____ Fecha de Ingreso _____
Evaluador _____
Fecha de la Evaluación _____

En qué grado cree usted que el trabajador tiene desarrollada las competencias que se presentan a continuación. Marque con una **X** el número que refleja su opinión.

Instrucciones:

1. Antes de iniciar la evaluación del personal a su cargo, lea bien las instrucciones, si tiene duda consulte con el personal responsable de la Unidad de Personal.
2. Lea bien el contenido de la competencia y comportamiento a evaluar.
3. En forma objetiva y de conciencia asigne el puntaje correspondiente.

4. Recuerde que en la escala para ser utilizada por el evaluador, cada puntaje corresponde a un nivel que va de Muy bajo a Muy alto.
 Muy bajo : 1 ---Inferior.- Rendimiento laboral no aceptable.
 Bajo : 2 ---Inferior al promedio.- Rendimiento laboral regular.
 Moderado: 3 ---Promedio.- Rendimiento laboral bueno.
 Alto : 4 ---Superior al promedio.- Rendimiento laboral muy bueno.
 Muy Alto : 5 ---Superior.- Rendimiento laboral excelente.
5. En el espacio relacionado a comentarios, es necesario que anote lo adicional que usted quiere remarcar.
6. Los formatos de evaluación deben hacerse en duplicado, y deben estar firmadas por el evaluador y el ratificador (Jefe del evaluador), si es necesario agregar algún comentario general a la evaluación.
7. No se olvide firmar todas las hojas de evaluación.
8. La entrega de los formatos de evaluación, es con documento dirigido a la Dirección correspondiente, bajo responsabilidad Funcional como máximo a los dos (02) días de recibido el formato.

Tabla 28: Formato de Desempeño Laboral.

ÁREA DEL DESEMPEÑO	Muy bajo	Bajo	Mode- rado	Alto	Muy alto	PUNTAJE
	1	2	3	4	5	
ORIENTACIÓN DE RESULTADOS.						
Termina su trabajo oportunamente.						
Cumple con las tareas que se le encomienda.						
Realiza un volumen adecuado de trabajo.						
CALIDAD.						
No comete errores en el trabajo.						
Hace uso racional de los recursos.						
No Requiere de supervisión frecuente.						
Se muestra profesional en el trabajo.						
Se muestra respetuoso y amable en el trato.						
RELACIONES INTERPERSONALES.						
Se muestra cortés con los clientes y con sus compañeros.						

Brinda una adecuada orientación a los clientes.						
Evita los conflictos dentro del equipo.						
INICIATIVA.						
Muestra nuevas ideas para mejorar los procesos.						
Se muestra asequible al cambio.						
Se anticipa a las dificultades.						
Tiene gran capacidad para resolver problemas.						
TRABAJO EN EQUIPO.						
Muestra aptitud para integrarse al equipo.						
Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo.						
ORGANIZACIÓN.						
Planifica sus actividades.						
Hace uso de indicadores.						
Se preocupa por alcanzar las metas.						
PUNTAJE TOTAL:						

Firma del Evaluador.

(Director, Jefe de Departamento Asistencial, o Jefe de Unidad Administrativa)

Comentarios:

Firma del Ratificador.

(Sub Dirección Ejecutiva, Director de la Oficina de Administración)

Comentarios:

4.3. PLAN DE ACTIVIDADES.

4.3.1. JUSTIFICACIÓN.

El fortalecimiento del Turismo en la Provincia del Carchi y especialmente en el Caserío de Tufiño es imperativo para elevar el nivel de vida de los habitantes de ese lugar, potenciando la utilización de los recursos turísticos naturales del sector para que los turistas tomen en cuenta estas actividades de recreación y deporte que son de mucha importancia para el ser humano porque mediante este tipo de actividades se puede mantener una vida saludable y un buen estilo de vida reduciendo el estrés y la tensión.

La expectativa es poder brindar servicios de recreación con calidad y calidez que integre de una manera adecuada salud recreación y bienestar.

4.3.2. OBJETIVOS.

4.3.2.1. Objetivo General:

- Desarrollar actividades recreativas para grupos definidos de personas.

4.3.2.2. Objetivos Específicos:

- Establecer actividades para infantes.
- Desarrollar actividades para jóvenes.
- Organizar actividades para adultos.
- Crear actividades para adultos mayores.

4.3.3. PROGRAMAS –TIPOS.

Para el manejo de grupos, se tendrá en cuenta el tipo de programas o actividades a realizarse en general, puesto que no todas las personas podrán o

no estarán dispuestas a realizar actividades culturales, de relajación, de aventura, lúdicas, etc.

4.3.3.1. JUEGOS Y DEPORTES ALTERNATIVOS.

Como deportes de interés para niños, jóvenes y adultos, tenemos el baloncesto, fútbol, vóley, etc, y como juegos para niños existe una infinidad de ellos como las rondas, juegos interactivos, juegos de aprendizaje, etc.

Para este tipo de deportes existen reglas predeterminadas, las cuales deberán ser acatadas al momento de realizar cierto deporte, lo que no sucede tanto en los juegos infantiles, puesto que como son niños, ellos pueden jugar a crear sus propias reglas.

Es necesario por eso la implementación de equipos para los deportes nombrados, porque se tendrá varios balones por si alguno de estos se daña, igualmente sucederá con las redes.

En cuanto a los juegos infantiles o alternativos que muchas veces juegan grandes y chicos, se puede utilizar varios implementos como objetos que ya no se utilizan en casa (botellas, balones desechados, cajas de cartón, telas, etc.), con la finalidad de hacer todo con creatividad. O por otro lado se puede jugar a otros juegos como el disco, el boomerang, rayuela, etc.

4.3.3.2. ACTIVIDADES DE EXPRESIÓN CORPORAL, RITMO, DANZAS, BAILES.

Estas actividades son complementarias para la distracción, en el sentido que se puede emplear un corto tiempo en realizar las actividades relacionadas a la expresión corporal en vista de que la danza hace que los sonidos y el ritmo se adecúen a las alternativas que elijan los turistas, siendo muy importante para dejar el estrés y relajar el cuerpo.

4.3.3.3. ACTIVIDADES EN LA NATURALEZA, AVENTURAS, MULTIAVENTURAS.

Una actividad turística debe ser complementada con diferentes tipos de actividades y programas de multiaventura, que pueden incluir de acuerdo al lugar, descenso y escala de montañas, circuito multiaventura, paquetes variados con diferentes actividades para todos los gustos donde cada persona pueda encontrar su propia forma de vivir la aventura.

4.3.3.4. JUEGOS Y DEPORTES ACUÁTICOS.

Los deportes acuáticos son aquellos en el que el turista realiza como una actividad física en el agua o zambullirse en ellas y se practican generalmente en las piscinas, lagos, ríos, o en el mar. Por ende se tiene que estas actividades pueden ser realizadas en las piscinas del Complejo Turístico Tufiño, o en los Balnearios aledaños al Caserío.

4.3.3.5. DEPORTES.

Los deportes que se pueden practicar en Tufiño pueden ser: básquet, fútbol, vóley, ciclismo, ciclo de montaña, natación, caminatas ecológicas, etc, tomando en cuenta que este tipo de deportes son muy practicados a nivel nacional.

4.3.3.6. ACTIVIDADES DE OCIO NOCTURNO.

Dentro de las actividades de animación y recreación se puede implementar los recorridos nocturnos con antorchas, fogatas, camping, presentación de grupos musicales, danzas, etc, todo lo relacionado con el contacto con la naturaleza, actividad que a muchos turistas, sobretodo extranjeras les encanta disfrutar.

4.3.4. ACTIVIDADES.-

Tabla 29: Actividades para los turistas.

ACTIVIDADES	PARTICIPANTES
Encuentros Deportivos	Niños – Jóvenes – Adultos.
Expresión Corporal	Niños – Jóvenes – Adultos Mayores.
Actividades de Aventura.	Jóvenes – Adultos.
Juegos Infantiles.	Niños.
Talleres (Varios).	Niños – Jóvenes – Adultos Mayores.
Acampadas	Jóvenes.
Actividades Nocturnas.	Niños – Jóvenes – Adultos Mayores.
Juegos pasivos.	Adultos – Adultos Mayores.

Elaborado por: Flor Vallejo.

Se determina realizar cierto tipo de actividades con cada grupo de personas, porque es importante que los grupos se integren, se relacionen, y pasen un momento agradable. También es importante porque no solo se realizará la visita al Caserío sino también se involucrará al turista en distintas actividades.

4.3.4.1. Actividades para Niños:

Dentro de este programa se tiene varias actividades a realizarse con el grupo, como: lectura de cuentos, bailes, juegos de mesa, pintura, juegos tradicionales (rayuela, trompo, carretilla, cometas, bolas, etc), baloncesto, fútbol, carreras, etc.

4.3.4.2. Actividades para Jóvenes:

Se considerarán las siguientes actividades: Encuentros deportivos (acuáticos, baloncesto, fútbol, vóley, ciclismo, ciclismo de montaña, etc), festivales musicales, campeonatos de juegos de mesa, acampadas, actividades lúdicas para jóvenes, etc.

4.3.4.3. Actividades para Adultos:

Encuentros deportivos (acuáticos, baloncesto, fútbol, vóley, ciclismo, ciclismo de montaña, etc), excursiones por la naturaleza, juegos de mesa, festivales, etc.

4.3.4.4. Actividades para Adultos Mayores:

Caminatas, lectura de libros de su interés, recorrido por los alrededores, mesas de diálogos, relato de anécdotas, juegos de mesa, festivales, etc.

4.3.5. LUGARES Y DÍAS DE CELEBRACIÓN.

Dentro de las festividades del Caserío de Tufiño, más encontramos fiestas religiosas, concluyendo que Tufiño es un lugar de gente muy devota; a continuación se presenta una lista de todas aquellas fiestas nacionales, propias de la Parroquia, y las tradicionales:

Fiesta del Señor del Río: (Enero de cada año, propia de la Parroquia).

San Sebastián: (15 de Enero de cada año, propia de la Parroquia).

Semana Santa: (Abril de cada año, a nivel nacional).

Virgen del Carmen: (6 de Julio de cada año).

Virgen de Las Lajas: (Septiembre de cada año, fiesta religiosa Colombiana).

Virgen de las Mercedes: (Septiembre de cada año.)

San Francisco de Asís: (4 de Octubre, propia de la Parroquia).

Difuntos: (2 y 3 de Noviembre de cada año, a nivel nacional).

La Virgen del Quinche: (21 de Noviembre de cada año, más en Pichincha).

Navidad: (25 de Diciembre de cada año, a nivel nacional).

4.4. PLAN DE RECURSOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS.

En relación a lo que indica la ley, se deberá pagar el sueldo a los empleados de acuerdo a las tablas Ministerio de Relaciones Laborales y del Sector Público. En la siguiente tabla se precisa el pago del décimo tercero, décimo cuarto y seguro social.

Tabla 30: Presupuesto de Gastos / Empleados.

	SUELDO MENSUAL (1)	(UN SUELDO) PROVISION MENSUAL DE 13RO	PROVISION MENSUAL 14to (318 USD)	INGRESO MENSUAL	IESS 9,35% DE 1 (EMPLEADO)	IESS 12,15% DE 1 (PATRONO)	TOTAL PAGO AL IESS
Administrador	1.000,00	83,33	26,50	1.109,83	93,50	121,50	215,00
Asistente de Marketing.	600,00	50,00	26,50	676,50	56,10	72,90	129,00
Técnico	500,00	41,67	26,50	568,17	46,75	60,75	107,50
Servicios	318,00	26,50	26,50	371,00	29,73	38,64	68,37
	2.418,00	201,50	106,00	2.725,50	226,08	293,79	519,87

Elaborado por: Flor Vallejo.

- **VACACIONES:** Se prevé que si los empleados no toman los 15 días de vacaciones se les pagará lo que corresponda de ley. Lo cual es la 24ta parte del sueldo, es decir **318/24**, es decir **\$13,25**.

El siguiente esquema indica el gasto total que realizará la empresa en cuestión de empleados. (Tomado de la tabla anterior).

Gasto Sueldos Mensuales.	2.418,00
Gasto IESS Mensual.	293,79
PAGO TOTAL EMPLEADOS MENSUAL.	2.711,79

PAGO ANUAL.	32.541,44
--------------------	------------------

Elaborado por: Flor Vallejo.

En la siguiente tabla se detalla otros gastos mensuales, como servicios básicos, publicidad, y otros:

Tabla 31: Gastos Varios.

VARIOS/MENSUAL	
1.- AGUA.	\$ 15,00
2.- LUZ.	\$ 40,00
3.- TELÉFONOS.	\$ 25,00
4.- MANTENIMIENTO TERCERIZADO.	\$ 500,00
5.- CAMPAÑA PUBLICIDAD (RADIO, PRENSA TELEVISION).	\$ 400,00
6.- TRANSPORTES.	\$ 200,00
7.- GASTOS IMPREVISTOS.	\$ 200,00
TOTAL	\$ 1.380,00

Elaborado por: Flor Vallejo.

4.4.2. TABLA PRINCIPAL DE GASTOS:

Tabla 32: Gastos Principales.

GASTOS	MENSUAL	ANUAL
EMPLEADOS	2.711,79	32.541,44
VARIOS	1.380,00	16.560,00
GASTOS TOTALES MENSUALES	4.091,79	49.101,44
	+	
AMORTIZACIÓN DE DEUDA*	352,92	
	4.444,71	

Elaborado por: Flor Vallejo.

* Amortización de la deuda (4.4.3 Plan de Financiación).

4.4.2.- PRESUPUESTO DE INGRESOS.

Se detalla que dentro de las actividades a realizarse se encuentran las actividades más relevantes:

Tabla 33: Presupuesto de Ingresos.

CONCEPTOS	CANTIDADES
1.- ACTIVIDADES DE AVENTURA.	330,00
2.- ALQUILER DE BICICLETAS.	440,00
3.- ENTRADA AL COMPLEJO TURÍSTICO TUFÍÑO.	3.000,00
4.- RECORRIDOS GUIADOS.	2.200,00
TOTAL MENSUAL	5.970,00

Elaborado por: Flor Vallejo.

Tabla 34: Actividades 1.

SEP-13	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	Total personas	Valor	Valor	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
1.-Actividades Aventura.	10					5	10	10					5	10	10					5	10	10					5	10	10			110	3,00	330,00
2.- Alquiler de bicicletas.	20					10	20	20					10	20	20					10	20	20					10	20	20			220	2,00	440,00
3.- Entrada al Complejo Turístico Tufiño.	200					50	200	200					50	200	200					50	200	200					50	200	200			2000	1,50	3.000,00
4.- Recorridos guiados.	20					10	20	20					10	20	20					10	20	20					10	20	20			220	10,00	2.200,00
TOTAL																												2.550		5.970,00				
ANUAL																														71.640,00				

TABLA 1

Elaborado por: Flor Vallejo.

Tabla 35: Actividades 2.

SEP-13	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	Total personas	Valor	Valor	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
1.- Actividades Aventura.	10						10	10						10	10						10	10						10	10			90	3,00	270,00
2.- Alquiler de bicicletas.	20						20	20						20	20						20	20						20	20			180	2,00	360,00
3.- Entrada al Complejo Turístico Tufiño.	200						200	200						200	200						200	200						200	200			1800	1,50	2.700,00
4.- Recorridos guiados.	20						20	20						20	20						20	20						20	20			180	10,00	1.800,00
TOTAL																												2250		5.130,00				

TABLA 2

Elaborado por: Flor Vallejo.

Dentro de las tablas de presupuesto de ingresos, se contempla de forma positiva y creativa, actividades más relevantes para ofertar a los turistas, tal es el caso de la Tabla número 1 que indica en color amarillo que los días lunes y martes no están considerados como días de mucha afluencia turística y de trabajo laboral, por lo tanto se plantea que de miércoles a domingo se realizarán dichas actividades dentro del horario laboral, contemplando que fines de semana serán los días de más afluencia turística en el Caserío. Se prevé aproximadamente, que entre el ingreso al Complejo, actividades, alquiler de equipos, y otros, el total de personas sean 2.250, que pagando costos módicos por cada actividad, generaran un ingreso de \$5.130,00 mensuales.

Por tanto se tiene que este ingreso se daría dentro de un mes atópico como es Septiembre, pero que también se debe tener en cuenta que hay temporadas o mese los cuales son de temporada alta y baja, al igual se consideran vacaciones, feriados y fiestas locales, lo cual haría que los ingresos varíen de acuerdo a las temporadas.

No se tiene contemplado los días miércoles y jueves para la realización de las actividades, siendo días que generarían similar o menos afluencia turista, pensando en que en estos días al igual que el resto, puede haber grupos amplios de turistas (nivel nacional, provincial, local), que deseen realizar recorridos donde se incorporen todas las actividades anteriormente dichas.

Por el contrario en la Tabla 2, de manera poco positiva se proyecta que serán solo los fines de semana donde más se trabaje y haya mayor afluencia turística, lo cual aun siendo negativa la propuesta de desarrollo de estas actividades, se destaca que el total de ingresos cubrirá al igual que la descripción de la Tabla 1 los gastos anteriormente planteados y dejará utilidad.

4.4.3. PLAN DE FINANCIACIÓN.

La siguiente tabla de inversión es referente al Plan de Equipamientos de Instalaciones, lo cual es una inversión inicial, y para esto se prevé pedir un préstamo de la cantidad necesaria para la inversión, a pagarse dentro de un plazo de 3 años (36 meses), con una tasa del 18% de acuerdo al Banco Central, detallado a continuación en la Tabla 38.

Tabla 36: Inversión.

INVERSION	COSTO
EQUIPAMIENTOS / MATERIALES	\$ 8.250,10

Elaborado por: Flor Vallejo.

Tabla 37: Amortización.

Nº	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA
1	\$ 8.250,1	123,8	229,2	352,9
2	\$ 8.020,9	123,8	229,2	352,9
3	\$ 7.791,8	123,8	229,2	352,9
4	\$ 7.562,6	123,8	229,2	352,9
5	\$ 7.333,4	123,8	229,2	352,9
6	\$ 7.104,3	123,8	229,2	352,9
7	\$ 6.875,1	123,8	229,2	352,9
8	\$ 6.645,9	123,8	229,2	352,9
9	\$ 6.416,7	123,8	229,2	352,9
10	\$ 6.187,6	123,8	229,2	352,9
11	\$ 5.958,4	123,8	229,2	352,9
12	\$ 5.729,2	123,8	229,2	352,9
13	\$ 5.500,1	123,8	229,2	352,9
14	\$ 5.270,9	123,8	229,2	352,9
15	\$ 5.041,7	123,8	229,2	352,9
16	\$ 4.812,6	123,8	229,2	352,9
17	\$ 4.583,4	123,8	229,2	352,9
18	\$ 4.354,2	123,8	229,2	352,9
19	\$ 4.125,0	123,8	229,2	352,9
20	\$ 3.895,9	123,8	229,2	352,9
21	\$ 3.666,7	123,8	229,2	352,9
22	\$ 3.437,5	123,8	229,2	352,9
23	\$ 3.208,4	123,8	229,2	352,9
24	\$ 2.979,2	123,8	229,2	352,9
25	\$ 2.750,0	123,8	229,2	352,9
26	\$ 2.520,9	123,8	229,2	352,9

27	\$ 2.291,7	123,8	229,2	352,9
28	\$ 2.062,5	123,8	229,2	352,9
29	\$ 1.833,3	123,8	229,2	352,9
30	\$ 1.604,2	123,8	229,2	352,9
31	\$ 1.375,0	123,8	229,2	352,9
32	\$ 1.145,8	123,8	229,2	352,9
33	\$ 916,7	123,8	229,2	352,9
34	\$ 687,5	123,8	229,2	352,9
35	\$ 458,3	123,8	229,2	352,9
36	\$ 229,1	123,8	229,2	352,9
	0,00			

Elaborado por: Flor Vallejo.

4.5. PLAN DE MERCADOTECNIA.

4.5.1. ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO.

Para que aumente el número de personas hacia este servicio de turismo en Tufiño; el ofertante debe presentar múltiples condiciones para fortalecer el turismo en esta región como:

- ✓ Un servicio de calidad diferente a la competencia, que está muy cerca en Colombia; si es posible excepcional que supere las expectativas.
- ✓ Un servicio de turismo de calidad que cumplan con todas las normas legales, seguridad, alojamiento, innovación tecnológica, lugares de distracción, shows en vivo para que este servicio sea atractivo para todos los clientes que quieran visitarlo.
- ✓ Capacidad para atender a los muchos turistas que van a utilizar todos los lugares que van a realizar turismo ya sea de aventura, para disfrutar o gozar.
- ✓ Tufiño cuenta con lugares acogedores para visitar, y además cuenta con un moderno mercado central en donde se expenden toda clase de comida típica propia de la serranía.
- ✓ Tufiño es un Caserío del Cantón Tulcán que tiene una carretera pavimentada que hace que esta vía sea segura, cómoda y no se

requiera mucho tiempo para llegar al destino, los medios de transporte hacia el Caserío no representan un gasto exagerado.

4.5.2. PLAN DE LANZAMIENTO DE LOS PRODUCTOS.

4.5.2.1. ESTUDIOS PREVIOS.

Cuando un producto se halla en las primeras fases del ciclo de vida, es posible aplicar dos estrategias de precios alternativos: la estrategia de descremación y la penetración. La primera supone la fijación de un precio alto al principio, junto con una elevada inversión en promoción, para atraer la crema del mercado, e ir bajando los precios posteriormente, de forma paulatina, para así captar nuevos segmentos de mercado más sensibles al precio. La segunda estrategia supone fijar precios bajos desde el principio del lanzamiento del producto, para así conseguir lo más rápidamente posible la mayor penetración en el mercado. (García Henche, 2006, pág. 217)

El turismo en este lugar está en constante crecimiento, porque las personas requieren de un ambiente de paz y tranquilidad para sus días de ocio, de vacaciones sean más placenteras. Al realizar los estudios previos se tiene que considerar la factibilidad del proyecto, el marketing, la demanda, la competencia del mercado que ofrece este tipo de servicios. Para que el precio que se oferte en la publicidad sea conveniente de acuerdo a todos los servicios de tipo turístico para que motive a que visiten las instalaciones.

5.- PLAN DIRECTOR.

5.1. PLAN DIRECTOR (ESQUEMA).

TEMPORALIZACIÓN	FASES	OBJETIVOS		
Ene-Dic 2013	1 ^a	PLAN	ESTRATÉGICO	DE

	Preliminar.	TURISMO.
Ene-Jun 2014	2 ^a Delimitación y Configuración	Socialización del plan y estudios de puesta en marcha.
Jul-Dic 2014	3 ^a Infraestructura y Mercadotecnia	Financiación para la adecuación, equipamiento y plan de posicionamiento
Desde Enero 2015	4 ^a Ejecución y Desarrollo	Seguimiento de cronogramas, ajustes presupuestarios, plan de mejoras de ser necesario
Diciembre 2015	5 ^a Final y Evaluación	Análisis ex ante . (Que el Plan Estratégico de Turismo este validado por el GAD Parroquial de Tufiño y las autoridades pertinentes), concurrente (se cumplan los cronogramas) y ex- post (sistematización de experiencias, ajustes finales para la construcción de la segunda propuesta y equipamiento al plan, ETAPA)

5.1. PLAN DE CONTINGENCIA.

Antes de necesitar un Plan de Contingencia, es mejor ya tenerlo planteado, porque así será de total seguridad a la empresa, y no porque esta se considere ineficiente, sino porque de esta manera se puede superar cualquier eventualidad desfavorable para la misma como la perdida material o humana.

Se considera que un Plan de contingencia debe establecer objetivos estratégicos como un Plan de acción, siendo de fácil lectura y comprensión, debe ser realista y eficaz

El plan de contingencia es un plan alternativo porque un accidente laboral constituye un factor negativo para la empresa turística. Es por esto que esta empresa estará asegurada: en lo que se refiere al Seguro Social con los empleados así como la manifiesta la ley laboral social. En cuanto a la seguridad del turista, con cada ingreso de un turista, se podría cobrar una tasa referencial sobre el seguro para cualquier caso fortuito que le sucediera a cualquier turista.

6.- EVALUACIÓN Y CONTROL.

6.1.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN / CALIDAD.

Teniendo en cuenta el tipo de Plan a realizarse, se prevé que a futuro se implementará un sistema de gestión de calidad ISO 9001-2000 por medio de recursos no reembolsables de la cooperación internacional, específicamente el PNUD Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, con la finalidad de poder financiar una nueva propuesta para el Caserío de Tufiño.

Este sistema traerá consigo muchas ventajas, a pesar de creer que es un duro trabajo para implementarlo.

Por medio de documentación, se estandarizará las actividades que realice el personal dentro de la empresa.

Con la estandarización de los procedimientos y actividades, se consigue también incrementar la satisfacción de los turistas, y asegurar de manera permanente la calidad de los productos y servicios ofertados.

Se logrará ampliar la eficacia de la organización para alcanzar los objetivos propuestos.

Se reducirá acontecimientos negativos en cuanto a la prestación de servicios dentro del sector.

6.2.- SELECCIÓN DE INDICADORES.

Para la selección de Indicadores, la evaluación se basará en 2 tipos de objetivos, de esta manera se obtendrá resultados más reales.

6.2.1 CUANTITATIVOS

- Número de personas que ingresan a determinado lugar turístico.
- Número de servicios que desearían incrementar en estos lugares.
- El horario de entrada y de salida de los lugares turísticos del Caserío.
- Cuál es la temporada alta y cuál es la baja en estos lugares.
- Las edades de los clientes potenciales en estos lugares turísticos.

6.2.2 CUALITATIVOS

- Nivel de agrado en cuanto a la visita a Tufiño.
- Motivos por los cuales eligen venir a Tufiño.
- Qué le gustaría cambiar en estos lugares turísticos de Tufiño.
- Nivel de atención dentro de estos lugares turísticos.

Básicamente esto irá dentro de una encuesta o entrevista realizadas a los turistas que visitan el Caserío.

6.3.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

Las técnicas e instrumentos que fundamentalmente se utilizarán para la evaluación del Plan Estratégico, son diversas, y su elección dependerá de

diferentes factores, como son los objetivos que se persiguen, la experiencia del evaluador en la utilización de la técnica concreta seleccionada, y el paradigma o modelo de evaluación dentro del cual se sitúe.

Las técnicas que se utilizarán para esta evaluación son las siguientes:

- Entrevistas.
- Observación.
- Encuestas.

Los instrumentos que se derivan de cada una de las técnicas son:

- Guion de Entrevistas
- Ficha de observación y
- Cuestionario.

6.3.1. Guion de Entrevista

Está dirigido a los responsables del Proyecto, como administrador, representante del GAD Parroquial de Tufiño, Presidente de la Junta Parroquial y demás.

- 1.- ¿Se está desarrollando el Plan Estratégico de acuerdo a lo programado?
- 2.- ¿Existen actividades que están fuera de la programación?
- 3.- ¿Se ha realizado un Plan de mejoras de las actividades no realizadas?
- 4.- ¿Se está dando seguimiento al Plan de mejoras planteado?
- 5.- ¿Tiene alguna recomendación para el mejoramiento del Plan Estratégico?

6.3.1. Encuesta

El siguiente cuestionario será dirigido a la mayor parte de los turistas que visiten el Caserío y realicen las distintas actividades.

A continuación se presenta un modelo de encuesta a realizarse a los turistas que visitan el Caserío de Tufiño, para evaluar la satisfacción del cliente ante las experiencias obtenidas en este lugar.

ENCUESTA DIRIGIDA AL TURISTA:

¿De qué manera evalúa Ud. el turismo en este sector?

¿Visitaría este lugar más seguido? ¿Por qué?

¿Qué factores considera que tienen más incidencia a la hora de visitar el Caserío de Tufiño?

Precios.	
Promoción.	
Oferta turística.	
Eventos importantes.	
Festividades.	

¿Qué actividades le gustaría que mejoren o se mantengan?

¿Qué tipo de problema considera que existe en el Caserío?

¿Qué opina sobre el atenciónamiento?

Bueno	
Regular	
Malo	

6.4.- EVALUACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD DE SERVICIOS.

Para tener una visión integral y resumida de los factores de evaluación que son importantes para el fortalecimiento de esta empresa turística, se presentan a continuación el tipo de evaluaciones a realizarse:

-Evaluación del desempeño por cada función en lo que se refiere a recursos humanos.

-Evaluar la capacidad de personas a los lugares turísticos., según las normas del Ministerio de turismo y de la protección al Medio ambiente.

-Garantizar los servicios turísticos para mejorar la calidad al usuario.

- A los medios de transporte para que presten la seguridad adecuada al usuario de los servicios turísticos.

6.5.- EVALUACIONES POR TEMPORADAS.

Considerando que existen temporadas bajas y altas para la oferta y demanda de cualquier producto en cualquier zona del país, se plantea que se debe realizar ciertas observaciones para el importe de los productos ofertados.

- Si la temporada es baja se adecuarán los servicios turísticos a las necesidades del cliente, estableciendo claramente la diferencia en relación con otra temporada.
- Se tendrá un organizador de qué empresas, lugares o instituciones vienen a utilizar los servicios turísticos, cuantas personas y de qué edad.
- Se enfatizará en el soporte publicitario para que se adecúe el financiamiento de estos servicios turísticos.
- Se contará con la organización de fiestas cívicas, religiosas y gastronómicas del Caserío de Tufiño.
- Se establecerá un itinerario con las actividades a realizarse en días de más afluencia turística.

6.6.- EVALUACIÓN PERMANENTE PLAN DE SEGUIMIENTO Y CONTROL.

Este seguimiento será para controlar cómo funciona el Plan Estratégico, las personas que están al frente lo realizarán de manera periódica; siendo responsable el director de la puesta en marcha.

El seguimiento se lo realizara mediante:

- ✓ -Una ficha individualizada de todos los lugares turísticos del Caserío de Tufiño, su entorno natural, que servicios ofrece.
- ✓ Informe sobre las técnicas publicitarias para fortalecer los servicios turísticos.
- ✓ Sistematizar y objetivar los datos que necesitamos conocer sobre los grupos de visita en temporada baja y alta para responder de una manera óptima al cliente.

Este seguimiento servirá también para controlar el desempeño laboral del personal del proyecto como administrador, técnico, servicio, y otros.

VI BIBLIOGRAFÍA.-

Guía de la Calidad. (1999). Recuperado el 08 de 12 de 2011, de Guía de la Calidad: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>

FEPTCE. (27 de 12 de 2002). Recuperado el 15 de 03 de 2013, de FEPTCE: <http://www.feptce.org/doc/marco-legal/01-ley-de-turismo.pdf>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA. (2006). Recuperado el 05 de 08 de 2013, de UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA.: genesis.uag.mx/edmedia/material/RH/selpersonal.pdf

PLANDETUR. (18 de 04 de 2007). Recuperado el 07 de 11 de 2012, de PLANDETUR: www.somosdemocracia.org

Asamblea Nacional. (2008). Recuperado el 18 de 06 de 2013, de Asamblea Nacional: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño". (2011). Recuperado el 17 de 09 de 2013, de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "Tufiño": <http://www.tufino.gob.ec>

Quito-turismo. (09 de 2013). Recuperado el 22 de 10 de 2013, de Quito-turismo: <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/septiembre2013/baselegal/LEY%20DE%20TURISMO.PDF>

Ander-Egg, E. (2007). *Introducción a la Planificación Estratégica.* Buenos Aires: Grupo Editorial Lumen.

- Boullón, R. (2009). *Las actividades turísticas y recreacionales*. México: Trillas.
- Boullón., R. C. (2011). Capítulo 3 Las Formas del Turismo y la Recreación. El Hombre como Protagonista. En R. C. Boullón., *Las Actividades Turísticas y Recreacionales*. (pág. 88). México, D.F.: Trillas.
- Cámara de Industrias de Guayaquil*. (s.f.). Recuperado el 06 de 06 de 2011, de http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/____tipos_de_contratos.pdf
- Cambrils, J.-C. (2002). Capítulo 5 La Planificación Turística en lo Espacios Naturales y Rurales. En M. J. Viñals, *Turismo en Espacios Naturales y Rurales II*. (pág. 103). Valencia: UPV.(Universidad Politécnica de Valencia).
- Capovilla., H. Q. (2010). *Hotelería y Turismo, Manual de Administración Hotelera*. En H. Q. Capovilla., *Hotelería y Turismo, Manual de Administración Hotelera*. (págs. 8-9). España: Ediciones Daly.
- Casal, F. M. (2009). Capítulo 2 Animación Turística. En F. M. Casal, *Turismo Alternativo Servicios Turísticos Diferenciados*. (pág. 66). México, D.F.: Trillas.
- Casal, F. M. (2009). Capítulo 5 Turismo de Aventuras. En F. M. Casal, *Turismo Alternativo. Servicios Turísticos Diferenciados*. (pág. 225). México, D.F.: Trillas.
- Casal, F. M. (2009). Capítulo 6. Turismo Rural. En F. M. Casal, *Turismo Alternativo Servicio Turísticos Diferenciados*. (pág. 240). México, D.F.: Trillas.
- Cecilia. (s.f.). *Definición abc*. Recuperado el 09 de 12 de 2011, de Definición abc: <http://www.definicionabc.com/general/comida-etnica.php>

cecyte. (18 de 04 de 2010). *Slide Share*. Recuperado el 08 de 12 de 2011, de Slide Share: <http://www.slideshare.net/angelucmex/definicion-atractivos-naturales-3763186>

Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. México: Atlas.

Chiles., J. (17 de Agosto de 2013). Turismo en Tufiño. (F. Vallejo, Entrevistador)

Collado, J. M. (20 de 02 de 2010). *Poraqui.net - Portal de Turismo y Hostelería*. Recuperado el 10 de 12 de 2011, de Poraqui.net - Portal de Turismo y Hostelería.:
<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,turismo+rural.xhtml>

Contreras, M. (Miércoles de 04 de 2011). *EDUCAPUNTES*. Recuperado el 27 de 06 de 2013, de EDUCAPUNTES:
<http://educapuntos.blogspot.com/2011/04/modalidad-tipo-y-diseno-de-la.html>

De Conceptos. (s.f.). Recuperado el 28 de 04 de 2013, de De Conceptos:
<http://deconceptos.com/general/actividad>

Definición.org. (s.f.). Recuperado el 28 de 04 de 2013, de Definición.org:
<http://www.definicion.org/actividad>

Ejarque, J. (2005). El Turismo como opción para el Desarrollo. En J. Ejarque, *Destinos Turísticos de Éxito*. (pág. 145). Madrid: Ediciones Pirámide.

García Henche, B. (2006). *Marketing del turismo Rural*. Madrid: Pirámide.

Gencat. (s.f.). Recuperado el 12 de 10 de 2013, de Gencat:
www20.gencat.cat/.../QP%20Manteniment%20Preventiu%20CAST.pdf

GENERALITAT VALENCIANA. (s.f.). *Espacio interuniversitario de recursos para el EEES*. Recuperado el 28 de 04 de 2013, de Espacio interuniversitario de recursos para el EEES:
<http://www.recursoseees.uji.es/fichas/fc1.pdf>

Gómez, L. S. (12 de 01 de 2007). *Monografías.com*. Recuperado el 10 de 12 de 2011, de Monografías.com:
<http://www.monografias.com/trabajos41/turismo-de-salud/turismo-de-salud.shtml>

Guerrero, R., & Muñoz, V. C. (2009). *Slide Share*. Recuperado el 08 de 12 de 2011, de Slide Share:
<http://www.slideshare.net/rodguerreroturismo/destino-y-espacio-turstico>

Güitz Surek, R. (03 de 06 de 2011). *NITZAN ONLINE*. Recuperado el 05 de 10 de 2013, de NITZAN ONLINE:
<http://es.scribd.com/doc/56986715/Manual-de-Funciones-Agro-Sistemas-S-a-Nitzan>

Herrera, C. (2007). *Gestión de la calidad en Educación Superior*. Quito: Klendarios.

HOTELESECUADOR.COM. (s.f.). Recuperado el 15 de 06 de 2013, de HOTELESECUADOR.COM:
<http://www.hotelesecuador.com/downloads/Reglamento%20de%20Aplicacion%20a%20la%20Ley%20de%20Turismo.pdf>

INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 16 de 08 de 2011, de http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=450&width=800%20rel=slbox

marco centomo. (2009). *Cloud tourism*. Recuperado el 08 de 12 de 2011, de Cloud tourism: <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1-6%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%3A%20Definici%C3%B3n,%20funciones,%20agentes,%20componentes%20y%20estructura>

Martín, H. C. (2004). *www.gestionturistica.cl*. Recuperado el 17 de 10 de 2011, de www.gestionturistica.cl: <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/licenciaturas.htm>

Martinez Calderon, A., & Yañez Sánchez, V. (2005). Recuperado el 12 de 04 de 2013, de <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/datalic.htm#2005j>

MINCETUR. (s.f.). *MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO*. Recuperado el 10 de 05 de 2013, de MINCETUR: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

MINISTERIO DE TURISMO. (2006). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado el 10 de 05 de 2013, de PNUD: <http://www.undp.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Molina, S., & Rodríguez, S. (2009). *Planificación Integral del Turismo*. México: Trillas.

Ordaz, T. (13 de 04 de 2010). *Buenas Tareas*. Recuperado el 08 de 12 de 2011, de [Buenas Tareas: http://www.buenastareas.com/ensayos/Atractivo-Turistico/220449.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Atractivo-Turistico/220449.html)

Paladines, E., & Rodríguez, H. (09 de 03 de 2011). *Dspace UNITA*. Recuperado el 22 de 10 de 2011, de Dspace UNITA: <http://hdl.handle.net/123456789/67>

Posso, M. Á. (2009). *Metodología para el trabajo de grado. Tesis y Proyectos*. Ibarra: NINA.

Poveda, D., & Cadme, N. (09 de 03 de 2011). *Dspace UNITA*. Recuperado el 22 de 10 de 2011, de Dspace UNITA: <http://hdl.handle.net/123456789/51>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (s.f.). Recuperado el 08 de 01 de 2013, de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf

Quiroz, E. (12 de 04 de 2010). *ISSUU*. Recuperado el 10 de 05 de 2013, de ISSUU: http://issuu.com/servicio-turismo/docs/diccionario_tecnico_de_turismo_1

Raimondi, V. (2012). *Unión Latinoamericana de ciegos*. Recuperado el 08 de 05 de 2013, de ULAC: www.ulacdigital.org/downloads/Plan_Estrat_2012_2016.docx

Ramírez Cavassa, C. (2009). *Gestión Administrativa para Empresas Turísticas*. México, D.F: Trillas.

Rodríguez, M. V. (03 de 2010). *EUMED.NET ENCICLOPEDIA VIRTUAL*. Recuperado el 10 de 05 de 2013, de EUMED.NET ENCICLOPEDIA VIRTUAL: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/indice.htm>

s.r. (2013). *Balnearios&salud*. Recuperado el 10 de 06 de 2013, de <http://www.balneariosysalud.com/%C2%BFque-es-el-turismo-de-salud/>

SEGEMANT. (s.f.). Recuperado el 12 de 10 de 2013, de SEGEMANT:
<http://segemant.wix.com/home>

Sinnexus. (s.f.). Recuperado el 09 de Diciembre. de 2011, de
www.sinnexus.com:
http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

Timón, D. A. (2004). *Dialnet*. Recuperado el 08 de 12 de 2011, de Dialnet:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2140762>

TITO CHIGUANO, M. P. (03 de 2010). TESIS DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN EMPRESAS
TURÍSTICAS Y ÁREAS NATURALES. "PLAN DE MARKETING PARA
EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN. Quito., Pichincha.,
Ecuador.

Torrejón, A. (2004). *De Nuestros Lectores*. Recuperado el 10 de 12 de 2011, de
De Nuestros Lectores: <http://diariocronica.com.ar/lectores/glosario.htm>

Tramontin, R. G., & Gonçalves, J. M. (Septiembre/Octubre. de 2010). SCIELO.
Recuperado el 09 de 12 de 2011, de SCIELO:
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-
17322010000500011&script=sci_arttext&tIng=pt](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322010000500011&script=sci_arttext&tIng=pt)

VIAJANDOX. (s.f.). Recuperado el 08 de 01 de 2013, de VIAJANDOX:
www.viajandox.com/carchi/aguas-hediondas.tulcan.htm

Zambrano. (2010). *Estadística*. Lima: Prolib.

VII. ANEXOS.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO.

ENCUESTA PARA SABER LAS NECESIDADES DEL CASERIO DE TUFÍÑO PARA PODER HACER UN PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO.

Este cuestionario le tomará aproximadamente 5 minutos. Por favor conteste marcando con un visto (✓) la respuesta de su elección. GRACIAS.

Género:

	MASCULINO
--	-----------

	FEMENINO
--	----------

--	--

Nacionalidad: _____

Lugar de Residencia: _____

1.- ¿Considera que el turismo en Tufiño ha mejorado con la adecuación de la vía?

	Total desacuerdo.
	Desacuerdo.
	En parte.
	De acuerdo.
	Totalmente de acuerdo.

2.- ¿Para pedir información turística de Tufiño Ud. acude a?

	Personas en la calle.
	En locales.
	Alguna Agencia.
	El retén militar.
	A policías.
	Otros (.....)

3.- ¿Al momento de trasladarse a Tufiño Ud. Viene con?

		CUÁNTOS
	Familia	
	Amigos.	
	Solo.	

4.- ¿Con que frecuencia visita Tufiño?

	Semanalmente.
	Quincenalmente.
	Mensualmente.
	Trimestralmente.
	Otros.

5.- ¿Con que medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?

	Camioneta de empresa.
	Busetas.
	Bicicleta.
	Vehículo propio.
	Moto.

6.- ¿Cuándo Ud. Visita Tufiño, que actividades realiza?

	Piscinas (natación)
	Alimentación.
	Paseo.
	Deporte.
	Distracción.
	Excursión.

7.- ¿Qué plato Típico del lugar Ud. prefiere?

	Caldo de gallina.
	Fritada.
	Choclo con queso.
	Quesillo con miel.
	Tilapia.
	Comidas rápidas.

9.- ¿Por qué cree ud. que existe más afluencia de turistas a las piscinas colombianas?

	Buena atención.
	Precios cómodos.
	Atractivo conocido.
	Fácil acceso.
	Mejor infraestructura.

8.- ¿Cómo califica la atención recibida por parte de los moradores?

	Excelente.
	Buena.
	Regular.
	Mala.

10.- ¿Cómo califica el aporte del gobierno en cuanto al turismo en esta zona?

	Excelente.
	Buena.
	Regular.
	Mala.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO.**

**ENTREVISTA PARA SABER LAS NECESIDADES DEL CASERIO DE
TUFÍÑO, PARA PODER REALIZAR UN PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO.**

- 1.- ¿Se ofrecen guías o folletos dentro de la localidad?
- 2.- ¿La Parroquia cuenta con algún cronograma de actividades turísticas?
- 3.- ¿La Parroquia de Tufiño cuenta con un Plan de desarrollo Turístico?
- 4.- ¿Cuáles son las fechas donde más turistas llegan a la Parroquia de Tufiño?
- 5.- ¿Al momento de haber existido algún plan de turismo, se han seguido a cabalidad los cronogramas establecidos?
- 6.- ¿Se conocen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la Parroquia de Tufiño?
- 7.- ¿Existe un organigrama dentro de la Parroquia de Tufiño en el cual conste el Departamento de Turismo?
- 8.- ¿La Junta parroquial en el último año ha realizado o se ha propuesto realizar capacitaciones sobre atención al turista?
- 9.- ¿En la Parroquia de Tufiño existía un Complejo de aguas termales, pero con el cerramiento de este Complejo que tanto ha afectado al turismo?
- 10.- ¿Existen lugares de alojamiento certificados por el MINTUR dentro de la Parroquia?
- 11.- ¿Se ha medido el nivel de satisfacción de los servicios que brindan a los turistas?
- 12.- ¿Cuántos sitios turísticos o recursos naturales tiene la parroquia de Tufiño?
- 13.- ¿Dentro de la Parroquia se realiza algún tipo de presentación artística o folclórica?

ARTÍCULO CIENTÍFICO

PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL TURISMO EN EL CASERÍO DE TUFÍÑO

Flor Lucía Vallejo Vallejos.
Escuela de Turismo y Ecoturismo (ETE)
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana
Tulcán-Ecuador
flor.vallejo@upec.edu.ec

Resumen.

El dinamismo del turismo avanza en forma continua a nivel mundial, siendo hoy en día una fuente muy importante de ingresos dentro de un país. Es por eso que este proyecto está dirigido a crear acciones y estrategias específicas para el desarrollo de lugares con poco progreso turístico, favoreciendo a poblaciones y optimizando su calidad de vida.

El Plan Estratégico de Turismo propuesto para el Caserío de Tufiño se enfoca en la propuesta de un modelo de gestión que presente una mejor organización, se establecen planes, programas y proyectos para mejorar el turismo, los planes más importantes propuestos son el de intervención, mantenimiento, marketing, presupuestos, entre otros; se propone crear nuevas fuentes de trabajo, para alcanzar un mejor nivel de economía y fortalecer las tradiciones e identidad de todo el pueblo. Con el desarrollo del Plan se está dando paso al desarrollo turístico, la promoción y difusión de todos los maravillosos atractivos que posee Tufiño.

Palabras Claves: Plan Estratégico, Desarrollo Turístico, Turismo.

Abstract.

The industry of tourism is continuously evolving worldwide, and at present it is a very important source in any country. That's why this project is intended to create specific actions and strategies for the development of tourist places with little progress, and at the same time contribute to improve in habitant's quality of life.

This Strategic Tourism Plan for the Parish of Tufiño focuses on presenting a management model for a better organization; it also includes plans, programs and projects to improve tourism. The most important plans proposed are the intervention, maintenance, marketing, budgets, among others, as well as the purpose to create new jobs, to improve economical situation and strengthen the traditions and identity of the people. The development of this Plan constitutes an important step in developing tourism promotion and diffusion of all the wonderful places in Tufiño.

Keywords: Strategic Plan, Tourism Development, Tourism.

1.- Introducción.-

Un Plan Estratégico de Turismo es fundamental dentro de un país y de los sectores que lo componen, porque aborda al turismo como un factor principal para el desarrollo y progreso de una región, generando así un beneficio económico, social y cultural dentro del sector.

Mediante esta actividad se compensará las necesidades actuales del sector de manera responsable y comprometida, considerando estrategias y elementos que satisfagan las necesidades del turista y pobladores, generando más oportunidades para el futuro y construyendo nuevas ideas para la conservación de un ambiente sano y su biodiversidad.

La Planificación Estratégica busca cambiar las debilidades que posee este sector, afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades que el entorno ofrece, involucrando a los actores para que conozcan de los proyectos que se encuentran en marcha, y sean partícipes de aportar con mejores estrategias para el alcance de los objetivos planteados en dichos proyectos.

Para generar cambios en el Caserío de Tufiño, por medio de la implementación del Plan Estratégico, se establece objetivos y estrategias adecuadas para lograrlos, teniendo iniciativa, reacción oportuna del cambio y responsabilidad total en el trabajo. El turismo manifiesta resultados positivos para un sector determinado como fuentes de empleo, ingreso de divisas, mejor nivel de vida, intercambio de culturas, afluencia de turistas, entre otros.

El Caserío de Tufiño no se lo tiene tan en cuenta al momento de elegir como un destino turístico, porque se lo considera un lugar de paso para la visita de otros atractivos; no obstante Tufiño cuenta con una riqueza natural y cultural invaluable, las cuales se quiere mantener y no generarles presiones ambientales, como generar más construcción de infraestructura, reducir espacios verdes, entre otros.

Considerando a la Planificación Estratégica como un instrumento vital para el desarrollo turístico de cualquier zona, se tiene claro que también es importante el apoyo de las autoridades pertinentes, para que la implementación y operación del Plan no se dificulte o cancele, sino por el contrario sea respaldada y así logre culminarse.

2.- Materiales y Métodos.-

Las investigaciones que ayudaron a que este proyecto se desarrolle con factibilidad fueron: la Investigación Documental, que aportando con fuentes de investigación evidente como proyectos similares, libros, y tesis similares; y la segunda la Investigación de Campo, siendo muy contribuyente al proyecto

puesto que con las observaciones del lugar se logró distinguir los problemas que este posee, y así buscar una pronta solución a los mismos.

La Encuesta y la entrevista realizadas en Tufiño mediante un cuestionario específicamente desarrollado para cada una, contribuyeron efectivamente al proyecto, arrojando datos sumamente importantes para el avance del Plan Estratégico de Turismo.

Al no contar con un registro de visitantes y turistas al Caserío de Tufiño, se procedió a realizar un análisis estadístico, considerando que la población es infinita.

Población: Conjunto de personas de igual características y que es definitorio de la muestra a investigar.

Muestra: Para poder realizar un análisis estadístico se procede a saber el número de personas que se les hará la encuesta, para ello trabajaremos con la siguiente fórmula, en vista que la población a utilizarse es infinita (Zambrano, 2010):

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

En donde:

Z = 1.96 nivel de aceptación con un $\alpha = 0.05$ a dos colas

P q = nivel de desviación. (0.155 – 0.835). En vista que son encuestas dirigidas.

N = total de la población. (2,339)

e = nivel de error (5%)

Por lo tanto, reemplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.129425}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0,49719908}{0.0025}$$

$$n = 199$$

En vista que se desconocía la población de turistas que visitan el Caserío de Tufiño, se procedió a aplicar la fórmula anterior, generando una muestra de 200, número de encuestas a ser aplicadas.

3.- Resultados y Discusión.-

En el Caserío de Tufiño es un atractivo turístico en el cual se encuentra muchos lugares aptos para la realización de actividades recreativas y deportivas, como natación, basquetbol, fútbol, caminatas, cabalgatas, ciclismo, senderismo y demás. Ciertas actividades requieren de algunos equipos necesarios para su realización, como es la implementación de balones, redes, bicicletas, equipos de seguridad, binoculares, etc, para que la estadía y disfrute del lugar sea más placentero para el turista que lo visita.

Mediante la aplicación de una Encuesta, se obtiene datos relevantes para la realización del Plan Estratégico; dando a conocer que las visitas realizadas al Caserío de Tufiño son por motivos como la visita a las piscinas de aguas termales, aunque estas se encuentran ubicadas del lado colombiano, y por motivo de que el Complejo existente en Tufiño se clausuró, los turistas acuden en mayor cantidad a las piscinas colombianas, y también la degustación de su gastronomía que es muy agradable.

Turísticamente Tufiño no cuenta con productos específicos para ofertar a los turistas, por tal motivo se plantea la idea de generar más publicidad del sector y sus atractivos que no son reconocidos dentro y fuera de él, resaltando la

belleza paisajística que posee y la calidez de su gente, y los tipos de turismo que se pueden realizar en este lugar, generando de esta manera más afluencia de turistas al Caserío.

Se logró ver que en cuanto a las visitas al Caserío, las mujeres son quienes más acuden al lugar, y que dentro de la organización de un viaje en el plan familiar o amistoso, la gente prefiere trasladarse al sector en vehículo propio puesto que es más factible, antes que gastar un pasaje individual por el número de personas, el cual oscila entre 4 a 5. Es por eso que una propuesta a futuro, es la de plantear la construcción de un parqueadero el cual albergue a la gran cantidad de vehículos que llegan al Caserío.

4.- Figuras.-

TABLAS DE CONTINGENCIA:

Tabla 2: Contingencia género y frecuencia de visita.

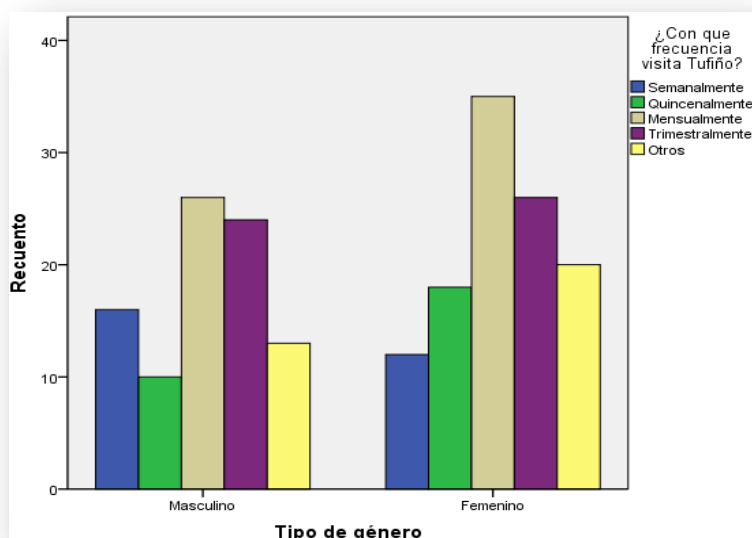
Tabla de contingencia Tipo de género * ¿Con que frecuencia visita Tufiño?

Recuento

		¿Con que frecuencia visita Tufiño?					Total
		Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Trimestralmente	Otros	
Tipo de género	Masculino	16	10	26	24	13	89
	Femenino	12	18	35	26	20	111
Total		28	28	61	50	33	200

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo.

Gráfico 27: Contingencia Género y Frecuencia de visita.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

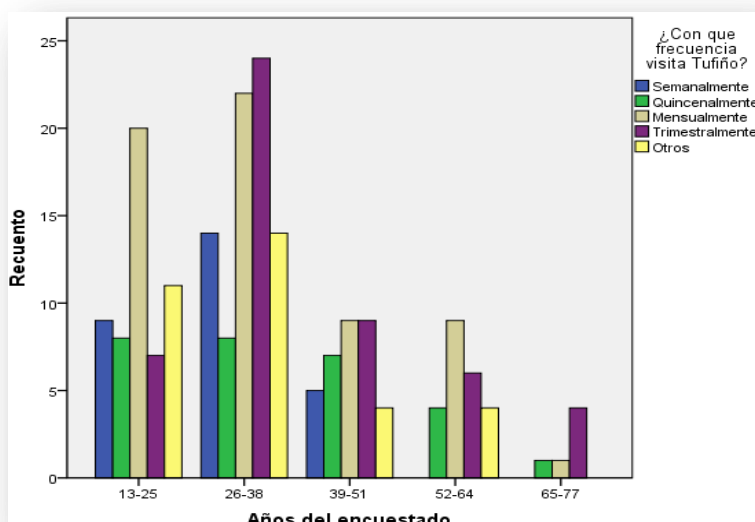
Se afirma que son las personas del género femenino las que más acuden a Tufiño; por otra parte son los varones los que acuden mayormente cada semana, esto se lo puede relacionar con el deporte, en vista que se ha habilitado un carril para ciclo vía y son los hombres los que más practican el ciclismo que es el deporte característico de la provincia del Carchi.

Tabla 3: Contingencia Años del encuestado y Frecuencia de visita.

Recuento		¿Con que frecuencia visita Tufiño?					Total
		Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Trimestralmente	Otros	
Años del encuestado	13-25	9	8	20	7	11	55
	26-38	14	8	22	24	14	82
	39-51	5	7	9	9	4	34
	52-64	0	4	9	6	4	23
	65-77	0	1	1	4	0	6
Total		28	28	61	50	33	200

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 28: Contingencia años del encuestado y Frecuencia de visita.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

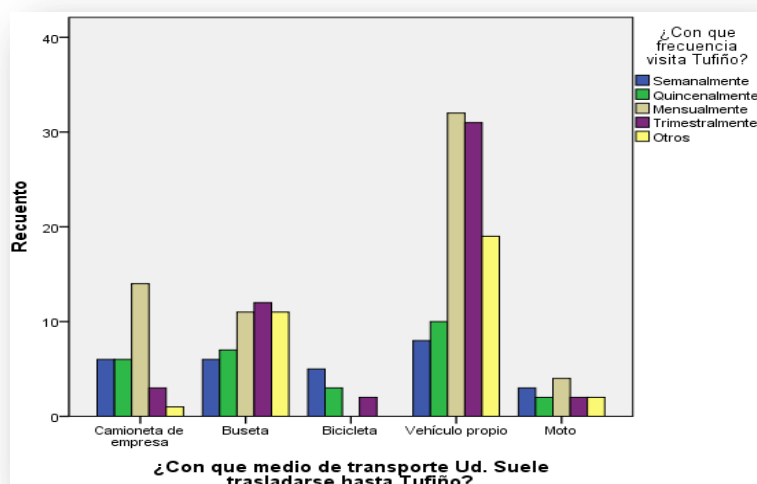
Los turistas de los años comprendidos entre 26-38 años, que de manera trimestral y mensual acudían a este centro turístico en el Caserío de Tufiño para disfrutar de sus atractivos; hay que aclarar que también les gustaba visitar el sector por motivos de salud y deporte.

Tabla 4: Contingencia: Transporte y Frecuencia de visita.

¿Con que medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?		¿Con que frecuencia visita Tufiño?					Total
		Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Trimestralmente	Otros	
¿Con que medio de transporte Ud. Suele trasladarse hasta Tufiño?	Camioneta de empresa	6	6	14	3	1	30
	Buseta	6	7	11	12	11	47
	Bicicleta	5	3	0	2	0	10
	Vehículo propio	8	10	32	31	19	100
	Moto	3	2	4	2	2	13
Total		28	28	61	50	33	200

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 29: Transporte y Frecuencia de visita.



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo.

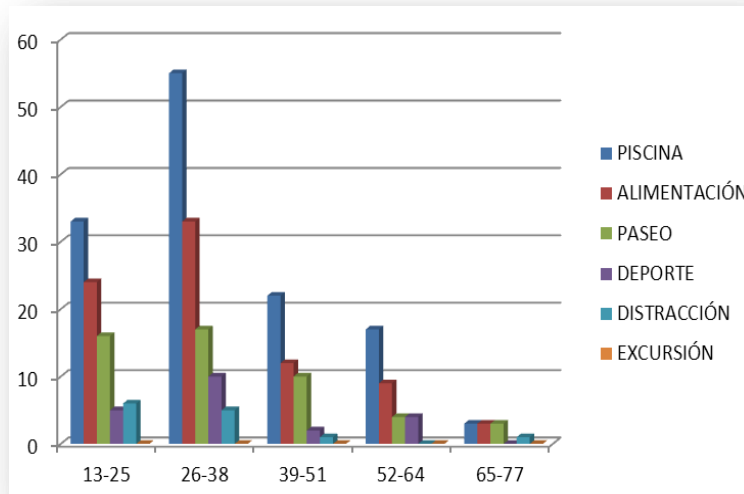
Los turistas que visitan el Caserío de Tufiño, llegan mensualmente y trimestralmente, de acuerdo a las condiciones económicas algunos lo hacen en vehículo propio, porque se deduce que es más factible para personas que viven en zonas más retiradas al sector, y que otras personas que viven más cerca o que no cuentan con vehículo propio lo hacen en los transportes públicos.

Tabla 5: ¿Cuántos años tiene? y ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?

EDAD	PISCINA	ALIMENTACIÓN	PASEO	DEPORTE	DISTRACCIÓN	EXCURSIÓN
13-25	33	24	16	5	6	0
26-38	55	33	17	10	5	0
39-51	22	12	10	2	1	0
52-64	17	9	4	4	0	0
65-77	3	3	3	0	1	0

Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Gráfico 30: ¿Cuántos años tiene? y ¿Cuándo usted visita Tufiño que actividades realiza?



Fuente: Encuesta dirigida.
Elaborado por: Flor Vallejo

Las personas que visitan el caserío de Tufiño son de edades comprendidas entre 26-38 años presumiendo que pertenecen a la Población Económicamente Activa y que les gusta disfrutar de las piscinas de aguas termales y de la comida que se ofrece en este lugar. Por lo contrario se puede ofertar a los turistas recorridos en bicicletas, excursiones, caminatas desde ciertos lugares aledaños al Caserío para estimular más el deporte en las personas.

5.- Conclusiones.-

1.- El perfil del turista que visita el caserío de Tufiño es principalmente ecuatoriano (70%), que colombiano (30%); comparte casi las mismas condiciones de género: masculino (44,5%), femenino (55,5%); tiene una tendencia hacia los jóvenes adultos de 26 a 38 años (41%); visitan el caserío la mayor parte de veces con familiares (76,5%) y amigos (19%); su frecuencia de visita es mensual (30,5%) y trimestral (25%); utilizan vehículo propio (50%) y buseta (23,5%); utilizan los servicios de piscina (44%), alimentación (27%) y paseo (17%) y prefieren comer caldo de gallina (25%), tilapia (24%) y miel con quesillo (23%).

2.- La infraestructura turística del caserío de Tufiño no satisface a la mayor parte de los turistas, demandando principalmente equipamiento, capacitación al personal y actividades recreativas.

3.- El caserío de Tufiño tiene un alto potencial en sus recursos que hace falta explotar, ya que la expectativa de los turistas y autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tufiño es que se presente una potente propuesta de valor.

4.- Después de haber realizado el análisis del estudio de mercado realizado a los turistas que visitan el caserío de Tufiño, como también de la entrevista que se hizo al Presidente de la Comuna La Esperanza; El Plan Estratégico de Turismo ayudará a mejorar el turismo en la zona, logrando dar un mejor servicio al turista y visitante que llega a este lugar.

5.- Los lugares turísticos del Caserío no son promocionados u ofertados de la mejor manera, por eso la afluencia turística de este sector es baja.

6.- La propuesta planteada para el desarrollo turístico del Caserío contiene todos los elementos que potenciarán al caserío a través de sus planes, programas y actividades, esto dará un giro en cuanto a afluencia turística, emprendimiento socio-económico y calidad de vida.

6.- Recomendaciones.-

1.- Se recomienda diseñar productos turísticos que estén alineados al perfil del turista y a sus necesidades.

2.- Se recomienda realizar un estudio para mejorar el equipamiento turístico del caserío de Tufiño, así como también programar capacitaciones y actividades recreativas que impacten en la satisfacción del turista.

3.- Realizar una propuesta de valor enfocada hacia el turista que se centre en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales del caserío de Tufiño.

4.- Diseñar un Plan Estratégico de Turismo para el caserío de Tufiño que ayude a mejorar el turismo en la zona, haciendo énfasis en la satisfacción y lealtad del turista que llega a este lugar.

5.- Es conveniente, que dentro de la oferta de productos a los turistas, se encuentre promociones, valores agregados, y demás, lo cual permita a la comunidad interactuar con el turista y así este desee volver a visitar este sector.

6.- Se recomienda llevar a cabo todos los planes, programas y actividades de la propuesta, para contribuir al desarrollo del sector.

7.- Bibliografía.-

Contreras, M. (Miércoles de 04 de 2011). EDUCAPUNTES. Recuperado el 27 de 06 de 2013, de EDUCAPUNTES: <http://educapuntos.blogspot.com/2011/04/modalidad-tipo-y-diseno-de-la.html>

INEC. (2010). Ecuador en cifras. Recuperado el 16 de 08 de 2011, de http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=450&width=800'%20rel=slbox

Zambrano. (2010). Estadística. Lima: Prolib.