



**Estudio del potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del
turismo comunitario en el cantón Pujilí**

Jácome Herrera, Mónica Alejandra

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración Turística y
Hotelera

Msc. Albán Yánez, Carlos Geovanny

12 de Enero del 2023

Reporte de verificación de contenidos




0502413628

Document Information

Analyzed document	COPY_LINKS_JACOME_MONICA.docx (D155533677)
Submitted	2023-01-12 00:55:00
Submitted by	Patricia Tierra
Submitter email	nancy.tierra@esPOCH.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	nancy.tierra.esPOCH@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA	Proyecto-de-titulacion.Cerda y Tanguila).docx Document Proyecto-de-titulacion.Cerda y Tanguila).docx (D79620597)		11
W	URL: http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5997/1/MUTC-000646.pdf Fetched: 2020-12-21 17:12:40		2
W	URL: https://zumbahua.gob.ec/cotopaxi/datos-generales/ Fetched: 2020-07-28 04:48:20		1
SA	Tesis TIGSELEMA_TULPA.docx Document Tesis TIGSELEMA_TULPA.docx (D51607916)		1
SA	Candelejo Tesis.docx Document Candelejo Tesis.docx (D63071898)		2
W	URL: https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/6286/1/T-UTEQ-039.pdf Fetched: 2021-11-07 06:44:27		2
SA	TESIS SANTIAGO VACA.pdf Document TESIS SANTIAGO VACA.pdf (D133265275)		8
SA	TESIS ORIGINAL.docx Document TESIS ORIGINAL.docx (D143690549)		1
W	URL: https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000... Fetched: 2023-01-07 22:29:43		1
SA	Tesis completa_Seaman Sebastián.docx Document Tesis completa_Seaman Sebastián.docx (D123314423)		1
W	URL: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13527/1/59635_1.pdf Fetched: 2020-11-19 11:39:02		2



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación: "Estudio del potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del Turismo Comunitario en el cantón Pujilí" fue realizado por la señorita **Jácome Herrera, Mónica Alejandra**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 11 de enero del 2023

Msc. Albán Yánez, Carlos Geovanny

C. C. 0502413628



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de Autoría

Yo, **Jácome Herrera, Mónica Alejandra**, con cédula/cédulas de ciudadanía n°0504342932, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Estudio del potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del Turismo Comunitario en el cantón Pujilí** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 11 de enero del 2023

Jácome Herrera, Mónica Alejandra

C.C.: 0504342932



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Autorización de Publicación

Yo Jácome Herrera, Mónica Alejandra, con cédula de ciudadanía n°0504342932, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Estudio del potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del Turismo Comunitario en el cantón Pujilí** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi/nuestra responsabilidad.

Latacunga, 11 de enero del 2023

Jácome Herrera, Mónica Alejandra

C.C. : 0504342932

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por ser mi ser de luz que me ha dado la fortaleza para perder mis miedos y romper mis límites, por nunca dejarme sola y darme una familia que me apoya incondicionalmente. También dedico con mucho cariño este logro a mis padres, Mónica y Alcides, por su cariño, esfuerzo y apoyo incondicional el cual me ha dado la fuerza para seguir adelante con mis sueños. A mi hermana Carolina por ser mi amiga y la persona que nunca me ha dejado rendirme y me ha empujado a cumplir mis metas.

Finalmente, y lo más importante me dedico este logro a mí, porque a pesar de todas las cosas de la vida he logrado luchar y superar todas las dificultades demostrándome cada vez el valor y mi fuerza para cumplir mis metas, sueños y objetivos.

Jácome Herrera, Mónica Alejandra

Agradecimiento

Enteramente agradecida con Dios porque durante todo mi trayecto estudiantil me ha bendecido con buena salud, trabajo, amor, me ha permitido conocer lugares maravillosos y me ha bendecido con una familia que me han ayudado a cumplir todos mis proyectos.

A mis padres, Mónica y Alcides por ser ese pilar fundamental, mi apoyo económico y enseñarme a que con dedicación y esfuerzo se cumple sueños y metas.

A mi mejor amiga, hermana y confidente Carolina por ser esa persona incondicional que me escucha, me apoya y me brinda mucho amor junto a sus hermosas hijas.

Agradezco a mis docentes por las enseñanzas recibidas y especialmente a mi director de carrera y tutor Msc. Carlos Albán Yáñez quien guió y ayudó a que este trabajo culminara de la mejor manera.

Y finalmente a mis amistades por su ayuda, su manera de escucharme y motivarme, por enseñarme el valor de una bonita amistad en las buenas y en las malas.

Jácome Herrera Mónica Alejandra

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	1
Reporte de verificación de contenidos	2
Certificación	3
Responsabilidad de Autoría.....	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento.....	7
Índice de Contenidos	8
Índice de Tablas	13
Índice de Figuras	15
Resumen	17
Abstract.....	18
Capítulo I: Generalidades y Bases Teóricas	19
Planteamiento del Problema	19
<i>Formulación del Problema</i>	20
Justificación e Importancia	20
Objetivos	21
<i>Objetivo General</i>	21
<i>Objetivos Específicos</i>	21
Hipótesis	22

Antecedentes de la Investigación	22
Marco Teórico.....	23
<i>Variable Independiente.....</i>	<i>23</i>
<i>Variable Dependiente</i>	<i>31</i>
Marco Legal	34
<i>Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025</i>	<i>35</i>
<i>Ley de Turismo.....</i>	<i>36</i>
<i>Instructivo para registro de Centros Turísticos Comunitarios.....</i>	<i>37</i>
<i>Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios</i>	<i>37</i>
Capítulo II :Metodología.....	38
Enfoque de Investigación	39
<i>Cualitativo</i>	<i>39</i>
<i>Cuantitativo.....</i>	<i>39</i>
Niveles o Tipos de Investigación	39
<i>De Campo.....</i>	<i>40</i>
<i>Bibliográfica.....</i>	<i>40</i>
<i>Investigación Descriptiva</i>	<i>41</i>
Fuentes E Instrumentos de recopilación y análisis de datos.....	41
Instrumentos De Recolección De Datos	42
<i>Ficha De Recolección De Información General De La Comunidad.....</i>	<i>42</i>

<i>Indicadores y ponderaciones</i>	44
Población y Muestra	46
<i>Población</i>	46
<i>Muestra</i>	47
Capítulo III: Diagnóstico	49
Información General	49
<i>Ubicación Geográfica</i>	49
<i>Rango Altitudinal:</i>	50
<i>Experiencia Comunitaria</i>	50
<i>Formas de acceso a la comunidad</i>	51
<i>Descripción de los principales atractivos o recursos turísticos</i>	51
<i>Reseña Histórica</i>	52
<i>Origen de la operación turística</i>	52
<i>Apoyo y medios de sostén recibido</i>	53
<i>Forma De Propiedad Y Modo de gestión de la empresa</i>	53
<i>Estudio de las dimensiones genéricas de la sostenibilidad</i>	54
<i>Foda</i>	54
Criterios relacionados con el índice de competitividad turística	59
<i>Accesibilidad y conectividad</i>	59
<i>Planta turística/servicios</i>	61

<i>Estado de conservación del sitio/entorno</i>	63
<i>Higiene y seguridad turística</i>	64
<i>Políticas y regulaciones</i>	66
<i>Actividades que se practican en el atractivo</i>	67
Criterios relacionados con la demanda	67
<i>Promoción y comercialización del atractivo</i>	67
<i>Registro de visitantes y afluencia</i>	67
<i>Recursos Humanos</i>	68
<i>Resultados de la evaluación técnica</i>	68
Capítulo IV: Propuesta	70
Tabulación y análisis de los resultados	74
Análisis general de la encuesta	88
Plan De Acción Para el Fortalecimiento del turismo comunitario en Michacalá	89
<i>Antecedentes de la propuesta</i>	89
<i>Objetivos</i>	89
<i>Posibles Estrategias</i>	89
<i>Estrategias</i>	92
<i>Presupuesto</i>	111
<i>Cronograma del Plan de acción</i>	111
<i>Conclusiones de la propuesta</i>	112

<i>Recomendaciones de la propuesta</i>	112
Conclusiones y recomendaciones	113
Conclusiones	113
Recomendaciones	115
Bibliografía	116
Anexos	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Fuentes de información</i>	42
Tabla 2 <i>Rangos y Jerarquías de los atractivos turísticos</i>	45
Tabla 3 <i>Jerarquización y descripción de los atractivos turísticos</i>	45
Tabla 4 <i>Directiva de la comunidad Michacalá</i>	53
Tabla 5 <i>FODA de la comunidad Michacalá</i>	55
Tabla 6 <i>Jerarquización de la comunidad Michacalá</i>	68
Tabla 7 <i>Formulación de estrategias</i>	70
Tabla 8 <i>Edad</i>	74
Tabla 9 <i>Procedencia</i>	75
Tabla 10 <i>Género</i>	76
Tabla 11 <i>¿Conoce usted que es el turismo comunitario?</i>	77
Tabla 12 <i>¿Usted realiza turismo comunitario?</i>	78
Tabla 13 <i>¿Conoce usted la comunidad Michacalá?</i>	79
Tabla 14: <i>¿Considera usted que es el más importante en la práctica del turismo comunitario?</i> 80	
Tabla 15 <i>¿Actividades que le gustaría a usted realizar en la comunidad Michacalá?</i>	81
Tabla 16 <i>¿Si existiera una tienda de artesanías usted accedería a la compra?</i>	82
Tabla 17 <i>¿En qué rango usted considera que es importante preservar la cultura e identidad?</i> 83	
Tabla 18 <i>¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?</i>	84
Tabla 19 <i>¿De las redes sociales utiliza alguna para informarse sobre lugares turísticos?</i>	86
Tabla 20 <i>¿Está de acuerdo que una comunidad para identificarse deba tener su logo?</i>	87
Tabla 21 <i>Posibles estrategias</i>	89
Tabla 22 <i>Estrategia 1: Creación de logo y slogan</i>	93
Tabla 23 <i>Estrategia 2: Venta de artesanías</i>	96

Tabla 24 <i>Propuesta de artesanías</i>	97
Tabla 25 <i>Estrategia 3: Capacitación a mujeres de la comunidad</i>	99
Tabla 26 <i>Gastronomía de la comunidad Michacalá</i>	100
Tabla 27 <i>Estrategia 4: Senderos turísticos</i>	102
Tabla 28 <i>Estrategia 5: Capacitación a la población</i>	105
Tabla 29 <i>Check list de capacitación</i>	106
Tabla 30 <i>Estrategia 6: Difusión de la cultura y actividades</i>	108
Tabla 31 <i>Red social de la comunidad Michacalá</i>	109
Tabla 32 <i>Presupuesto</i>	111
Tabla 33 <i>Cronograma del plan de acción</i>	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Ficha de levantamiento de información para la jerarquización y generación de espacios turísticos.....</i>	43
Figura 2 <i>Indicadores y ponderaciones.....</i>	44
Figura 3 <i>Ubicación Geográfica de la comunidad Michacalá</i>	50
Figura 4 <i>Vías de acceso.....</i>	59
Figura 5 <i>Detalle de transporte hacia el atractivo.....</i>	60
Figura 6 <i>Facilidades en el entorno al atractivo.....</i>	62
Figura 7 <i>Estado de conservación e integración del atractivo.....</i>	63
Figura 8 <i>Estado de conservación e integración del entorno</i>	64
Figura 9 <i>Servicios básicos en el atractivo y en el poblado más cercano.....</i>	65
Figura 10 <i>Resultados de la evaluación técnica.....</i>	69
Figura 11 <i>Edad</i>	74
Figura 12 <i>Procedencia</i>	75
Figura 13 <i>Género</i>	76
Figura 14 <i>¿Conoce usted que es el turismo comunitario?</i>	77
Figura 15 <i>¿Usted realiza turismo comunitario?.....</i>	78
Figura 16 <i>¿Conoce usted la comunidad Michacalá ?</i>	79
Figura 17 <i>¿Cuál considera usted que es el más importante en la práctica del turismo?</i>	80
Figura 18 <i>¿Las actividades que le gustaría a usted realizar en la comunidad Michacalá?</i>	82
Figura 19 <i>¿Si existiera una tienda de artesanías usted accedería a la comprar?.....</i>	83
Figura 20 <i>¿En que rango usted considera que es importante preservar la cultura ?</i>	84
Figura 21 <i>¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?</i>	85
Figura 22 <i>¿De las utiliza alguna para informarse sobre lugares turísticos que desea visitar?...</i>	86

Figura 23 <i>¿Está de acuerdo que una comunidad para identificarse tener su logo?</i>	87
Figura 24 <i>Propuesta de Logo y Slogan de la comunidad Michacalá</i>	94
Figura 25 <i>Sendero turístico en la comunidad Michacalá</i>	103

Resumen

El presente Proyecto de investigación corresponde al estudio del potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del Turismo comunitario, dicho atractivo turístico se encuentra localizado en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. La problemática del estudio corresponde a que a pesar de que se realice actividades no se ha levantamiento información específica sobre atractivos turísticos, turismo comunitario, establecimientos hoteleros debido a que los habitantes de la comunidad no demuestran el interés completo para organizarse y realizar actividades turísticas para que estas sean tomadas como parte principal de su económica familiar y local llevando esto además a un quebrando de la memoria colectiva debido a que en el turismo comunitario se incluyen actividades en entornos culturales y naturales en donde se relacionan a la población con el turista. El objetivo principal del proyecto es estudiar el potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del turismo comunitario en el cantón Pujilí de manera que la metodología empleada en el estudio corresponde a un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo); nivel investigativo que concierne a campo, bibliográfica y descriptiva ocupando fuentes de información organizadas en una ficha de recolección de información para obtener una ponderación en base a parámetros de accesibilidad, planta turística, estado de conservación e integración sitio, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades turísticas, difusión del atractivo, registro de visitantes y afluencia, finalmente recursos humanos. De esta manera se obtuvo una recolección de datos exitosa para con ello considerar que la comunidad Michacalá cuenta con potencialidad para ser un atractivo categorizado como un lugar con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo una corriente actual o potencial de visitantes nacionales y extranjeros, es por ello que seguidamente se logra una construcción de un plan de acción que vincula esta potencialidad con actividades de turismo comunitario.

Palabras clave: potencial turístico, turismo comunitario, comunidad Michacalá.

Abstract

This research project corresponds to the study of the tourism potential of the Michacalá community to strengthen community tourism, this tourist attraction is located in the canton Pujilí, province of Cotopaxi. The problem of the study corresponds to the fact that despite the fact that tourism activities are carried out in an unusual way, no specific information has been collected about tourist attractions, community tourism, hotel establishments because the inhabitants of the community do not show complete interest in organizing and carrying out tourism activities so that these are taken as a main part of their family and local economy, leading to a breakdown of the collective memory because community tourism includes activities in cultural and natural environments where the population is related to the tourist. The main objective of the project is to study the tourism potential of the Michacalá community in order to strengthen community tourism in the canton of Pujilí, so that the methodology used in the study corresponds to a mixed approach (qualitative and quantitative); The methodology used in the study corresponds to a mixed approach (qualitative and quantitative): field research, bibliographic and descriptive, using sources of information organized in a data collection form to obtain a weighting based on parameters of accessibility, tourist plant, state of conservation and site integration, hygiene and tourist safety, policies and regulations, tourist activities, diffusion of the attraction, registration of visitors and affluence, and finally human resources. In this way a successful data collection was obtained in order to consider that the Michacalá community has the potential to be an attraction categorized as a place with exceptional features capable of motivating a current or potential flow of national and foreign visitors, which is why an action plan that links this potential with community tourism activities is then constructed.

Key Word: Tourism potential, community tourism, Michacalá community

Capítulo I

Generalidades y bases teóricas

Planteamiento del problema

El turismo comunitario como se conoce es un tipo de actividad alternativa que en la actualidad a nivel del Ecuador ha tenido un crecimiento constante, que mejora las condiciones de vida de la población, dinamiza la economía local, genera empleos, afianza la conservación ambiental y defensa de los territorios, sin embargo se conoce que este tipo de turismo tiene problemas latentes a nivel nacional ya que existe una deficiencia en la investigación acerca de los recursos con los que constan las distintas comunidades para ser aprovechados en el turismo comunitario, al mismo tiempo que no se cuenta con cifras confiables y actualizadas para la toma de decisiones estratégicas en esta tipología del turismo (Roux, 2013).

En el cantón Pujilí se evidencia una problemática latente en el sector turístico, debido a que por medio de una búsqueda minuciosa se demuestra que no existe un análisis macroeconómico en cuanto a la planificación turística del mismo modo que la deficiencia de proyectos o la evolución de los mismos en el tema turístico son descritos en el Plan de Ordenamiento Territorial (2021) del cantón Pujilí. Este es el caso de la comunidad Michacalá que no consta específicamente en el Plan de Ordenamiento Territorial evidenciando la falta de información sobre su existencia y por lo tanto no se puede estructurar proyectos que cumplan las expectativas de servicio al turista.

A pesar de que la comunidad Michacalá se han beneficiado del mejoramiento de las vías de ingreso, algunos proyectos en cuanto a gestión en el transporte y de turismo por parte de las entidades Gubernamentales, el Jefe de la comunidad, Ramiro Pilalumbo menciona que a pesar de que se realizan actividades turísticas de manera inusual no se ha ejecutado un levantamiento de información específica sobre atractivos turísticos, turismo comunitario, establecimientos hoteleros debido a que los habitantes de la comunidad no demuestran el

interés completo para organizarse y realizar actividades turísticas para que estas sean tomadas como parte principal de su económica familiar y local llevando esto además a un quebrando de la memoria colectiva debido a que en el turismo comunitario se incluyen actividades en entornos culturales y naturales en donde se relacionan a la población con el turista.

Formulación del problema

¿Cómo el estudio del potencial turístico permitirá el fortalecimiento del turismo comunitario en comunidad Michacalá?

Justificación e importancia

La comunidad Michacalá está ubicada en la parroquia Zumbahua, cantón Pujilí Provincia de Cotopaxi en donde la actividad económica más usual es la agricultura y ganadería además cuenta con algunos atractivos turísticos como vertientes de agua, montañas, bosques nublados, valles, sectores de piedras volcánicas en donde se observa que existe potencial para aprovecharlo como parte del turismo por lo tanto se requiere efectuar la investigación con la finalidad de contribuir en cuanto a datos, información sobre los distintos atractivos turísticos, que logre la generación de conocimiento y este favorezca al fortalecimiento del turismo por medio de la elaboración a futuro de proyectos turísticos comunitarios.

De esta manera, en la parte práctica de esta investigación se tiene como propósito fortalecer el turismo comunitario mediante el estudio del potencial turístico de la comunidad Michacalá, convirtiendo el lugar en una motivación para el flujo de turismo nacional e internacionales y con ello incentivar al emprendimiento de actividades vinculadas al área de hotelería, actividades turísticas, transporte en donde exista la relación comunitaria por medio de la convivencia en actividades culturales de turistas y pobladores.

Así también, la parte metodológica se desarrolla en función a dos documentos que en conjunto obtienen una combinación correcta para el desarrollo del diagnóstico de la comunidad Michacalá, entre ellas están las Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de

turismo comunitario y la Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador el cual nos señala los lineamientos para recopilar información sobre elementos que determinan a considerar el potencial turístico de un lugar o localidad, por lo tanto es uno de los recursos estratégicos que nos ayudan a aportar al fortalecimiento del turismo comunitario en el cantón Pujilí.

En cuanto a la relevancia social de la investigación se la realiza, debido a que es importante ofrecer nuevas alternativas turísticas a los visitantes por medio de la captación de nuevos segmentos de mercado y efectuando movimiento en la economía local al mismo tiempo que se permite la generación de empleo dentro de los distintos atractivos turísticos, además que se da a conocer la cultura mediante tradiciones, conocimiento, costumbres que caracteriza a la comunidad.

Objetivos

Objetivo General

Estudiar el potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del turismo comunitario en el cantón Pujilí

Objetivos Específicos

- Establecer las bases teóricas que respalden las variables de la investigación.
- Determinar la metodología a utilizar dentro de la investigación
- Diagnosticar la situación actual de la comunidad Michacalá y su relación con el turismo comunitario.
- Elaborar un plan de acción para el fortalecimiento del turismo comunitario de la comunidad Michacalá.

Hipótesis

El estudio del potencial turístico permitirá el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Michacalá

Antecedentes de la investigación

El turismo comunitario se percibe como una actividad que se encuentra enlazada a las comunidades rurales, en las cuales se mantienen los valores tradicionales, ambientales, culturales como una alternativa para resguardar dichos entornos con la finalidad de fomentar el desarrollo de dichas localidades.

Por lo tanto, el turismo comunitario en la actualidad es considerado un potencial en especial en comunidades andinas como en la provincia de Cotopaxi, perteneciente a la Zona 3 en la cual se desarrolla esta modalidad debido a que existe una gran cantidad de comunidades indígenas así se lo puede evidenciar en base a criterios descritos por El Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia. Cada uno de los cantones que conforman la provincia cuentan con diferentes atractivos culturales y naturales, dichas características que sin dudar respaldan el gran potencial turístico que posee la provincia de Cotopaxi. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2022)

En esta misma línea se menciona al cantón Pujilí que de acuerdo a la Unidad de Turismo del GAD existen registrados diez iniciativas de turismo comunitario en las distintas parroquias. Estas iniciativas tienen el respaldo del Instituto de Economía popular y Solidaria quienes trabajan en ámbitos de capacitación, construcción de las infraestructuras, planes de funcionamiento, etc. Mencionando a las parroquias destaca Zumbahua que se encuentra ubicada el sur oeste del cantón Pujilí, está conformada por las comunidades de Guantopolo, Tigua, Chimbocachu, Rumichaca, Yanatoro, Talatac, Yanallpa, Sarausha, Chami, La Cocha, Ponce y Michacalá, cuya localidad cuenta con sus propias estructuras

organizaciones, conformada por el Presidente, Vicepresidente, Secretaria, Tesorera, Vocales y a la vez cuentan con una junta parroquial. (Suntasig, 2020)

En la comunidad Michacalá hasta la actualidad se ha desarrollado pequeños proyectos dirigidos por familias que han aprovechado la oportunidad de emprender en el ámbito turístico como medio para generar nuevas entradas económicas a sus familias, además, que buscan crear valor en los recursos naturales y culturales que poseen.

De la misma forma se evidencia que existe un empoderamiento de las mujeres y jóvenes en la actividad turística logrando roles de liderazgo y minimizando problemas sociales comunes como la migración, en conclusión, no se ha generado iniciativas o proyectos incentivados por medio de la empresa pública que contribuya a solventar problemáticas como la generación de empleo o el aprovechamiento de los recursos que tienen en su entorno logrando el desarrollo del turismo a gran escala.

Marco teórico

Para el desarrollo de la investigación se señala al turismo comunitario como una variable independiente, tomando varios aspectos importantes para la conceptualización previa a su definición:

Variable independiente

Turismo

Para el avance de la investigación se considera al turismo como parte de la variable independiente, para ello se analizan varios aspectos importantes para su conceptualización;

Según la (Organización Mundial del Turismo [OMT] 2016) el turismo es considerado un fenómeno social, cultural y económico, en el que interviene el movimiento de las personas que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual debido a motivos personales o de negocios. Estas personas se conocen como visitantes, turistas, excursionista las cuales realizan actividades que hasta pueden implicar gasto turístico.

De acuerdo con Molina(2004) el turismo se define como el desplazamiento corto y temporal de las personas a destinos fuera de su lugar de residencia, a su vez las actividades que se pueden realizar durante su estadía en estos destinos (p.27).

En síntesis, el turismo se puede concretar como una actividad en la cual las personas realizan desplazamientos o movimientos fuera de su lugar de residencia, el mismo que responde a motivaciones de ocio, recreación, negocios, estudios, que a su vez genera recursos económicos a una población determinada o destino turístico.

Turismo Alternativo

Se encuentra relacionado con el turismo de naturaleza este es aquel tipo de turismo que trata de despegarse del concepto del modelo masivo, surge de las posibilidades y la gran gama de servicios para viajar en el medio turístico de esta forma a continuación se analizarán algunos conceptos de los más utilizados:

De acuerdo con Baca(2010) se refiere a todas aquellas alternativas de viaje que tienen a adaptar las características que el turismo masivo presenta. Estas alternativas engloban el turismo de aventura, el turismo ecológico o ecoturismo, el turismo rural y el turismo cultura entre otras que diversifican todo este tipo de conceptos (pag.3).

Para Alvarez (2013) este concepto se refiere a las alternativas que los viajes incluyendo la relación de forma general al turismo cultural, al turismo de aventura, al turismo rural y al turismo ecológico o ecoturismo en sus actividades (pág. 26). Esta nueva forma de hacer turismo refleja las nuevas tendencias que actualmente se aplican en la demanda internacional este tipo de turismo permite al ser humano un reencuentro con la naturaleza, involucrándose con las culturas de la zona rural y sus raíces de forma personal.

Por último, Dominguez et al.(1998) habla del turismo alternativo como el sector que mayor crecimiento ha tenido en los últimos años, tal vez por la demanda que actualmente los consumidores presentan y las exigencias que van acrecentándose por las características y

exigencia en el campo del turismo todo esto concibe a evaluar la importancia en el sector y su incidencia en la industria turística (pág. 41).

Como se observa en la definición analizadas todos los autores concuerda que el turismo alternativo es la actividad generalizada que engloba las actividades más características con el contacto de la naturaleza y la persona con todos sus componentes, estos pueden ser la comunidad, personas, pueblos y todos los servicios que estas ofrecen de forma empírica o técnica en determinada zona o región.

Turismo rural

A continuación, algunos de los componentes que el turismo rural propone puede ser adaptados al turismo comunitario.

Arias (2005,p.18) presenta estos factores de la siguiente manera:

Factor político: son todos aquellos factores político-legales que referencian a todo lo que implica una posición en cuanto a los estatutos y fundamentos legales que cualquier organización tienen que seguir, ya sea en todos los diferentes niveles en la comunidad o sector turístico, estos aspectos tienen una incidencia directa que tendrán una repercusión económica.

Factor económico: son aquellas actividades que tiene aumenta todos los ingresos en un lugar determinado, este tipo de factores se sostienen a las actividades que una comunidad o pueblo haya establecido.

Factor social: son aquellos aspectos que forman parte de la sociedad tanto negativos como positivos, uno de estos es la delincuencia, que afecta directamente a los turistas ya que no permiten que se dé una afluencia regular por temor de ser afectados física y psicológicamente perjudica al lugar completo.

Factor cultural: son todos aquellos modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, que un grupo social o comunidad tiene para ofrecer

y que utiliza para su beneficio de forma positiva al ofrecer un conjunto de conocimientos que permite a los turistas desarrollar su juicio crítico en dicho lugar.

Factor ambiental: son aquellos aspectos que correlacionan al medio ambiente con la influencia de los seres vivos de tal manera que ambos se condicionan y relacionando atractivos del lugar llegando a denominarse como factores ambientales o ecológicos.

Turismo comunitario

De acuerdo con Gutierrez y Utreras (2015) esta es la relación de la comunidad con los visitantes desde la interculturalidad con un desarrollo de viajes organizados de participación de todos los miembros, adecuado a los recursos naturales que se posee, patrimonios, derechos culturales, nacionalidades y pueblos que permiten que todos los recursos generados se repartan equitativamente (pág. 1).

Según Garcia (2016) analiza que “Turismo comunitario es la responsabilidad de las personas, respeto al medio ambiente y de la comunidad para apoyar al visitante manteniendo un comportamiento responsable ya que con este tipo de turismo todo el grupo se beneficia, por medio de las ganancias siendo un recurso que se invierte en la misma comunidad (pág. 598).

Para Escobar (2015) La definición de la comunidad siempre dependerá de cómo esta se estructure socialmente y en la zona que se analice, este término siempre conlleva una responsabilidad colectiva y aceptación de los órganos representativos del estado en el que se encuentren. En muchos lugares, de igual manera las comunidades indígenas poseen derechos colectivos sobre las tierras y los recursos que les respalda.

Para Guevara (2012) se define como “Una actividad turística solidaria que establece la colaboración de toda la comunidad desde una perspectiva intercultural, con un manejo del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural con una responsabilidad social que se base en principios de equidad para la distribución equitativa de toda la comunidad (p.5).

Tal y como se observa en todas las definiciones por los autores el turismo comunitario es el aprovechamiento de todos los recursos, tanto económicos, sociales, políticos, ambientales de una comunidad teniendo siempre en cuenta la responsabilidad social para ofrecerlos a la demanda turística que busca siempre este tipo de factores para diferenciarla de todos los tipos de turismos que existen.

Gestión turística

El (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA] 2014) habla de la gestión turística como aquella herramienta que ofrece aquellos estatutos y directrices generales en un territorio, este permite direccionar las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible además que la gestión contribuye por medio de la ejecución de actividades un objeto principal que es el beneficio de la población y al desarrollo sostenible en el lugar (pág.7).

De la misma manera De la Rosa (2014) habla sobre la gestión turística como el desarrollo documental que permite establecer metas, estrategias, políticas y directrices en el ámbito turístico, en un tiempo establecido para cumplir de manera óptima los objetivos, para esta gestión se toman en cuenta el territorio y lugar donde se proyectará la actividad turística y se realiza un análisis minucioso en el aspecto legal estableciendo los recursos necesarios para realizar la actividad turística y gestión respectiva.

Como se observa en las definiciones la gestión turística es el conjunto de actividades preestablecidas para lograr una meta específica que es la planeación y asignación de metas en el campo turístico que sigue la gestión y administración de un lugar determinado, este caso puede ser la gestión de los recursos naturales para la actividad turística de las comunidades indígenas y mestizas.

Desarrollo sostenible

Son aquellas actividades turísticas que tienen una responsabilidad con el ambiente, cultural y medio social, respetando todos los valores de una comunidad, que permite un intercambio de experiencias entre la comunidad y el visitante, con una combinación y división justa y los beneficios de la actividad verdaderamente participativa en su experiencia de viaje que relaciona toda experiencia (González et al., 2015, p.25)

Para Benites y Cueva (2016) el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades de la generación de actividades en conjunto con la comunidad presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de forma sostenible satisfaciendo las necesidades la población (pág. 27).

De acuerdo con Brundtland de las Naciones Unidas, desarrollo sostenible significa “ayudar a las necesidades de la comunidad para generar recursos sin comprometer los factores ambientales y culturales de la misma manera no afectar las generaciones futuras (Salvador, 2015,p.2).

Según los autores Rodas y Santamarín (2015) manifiestan que: “Este es la relación intercultural de las personas que habitan una comunidad con los visitantes que viajan por necesidades, ocio o estudios, adquiriendo el conocimiento de las costumbres que incentiva el desarrollo de viajes organizados con la garantía de un manejo adecuado de los recursos naturales, patrimoniales, culturales y territoriales de una nacionalidad o pueblo (pág. 62).

Como se determina en los conceptos el desarrollo sostenible es el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, patrimoniales, culturales y territoriales con la interacción de la comunidad y los turistas.

Recursos naturales

Según Goeldner & Brent (2016) mencionan que los recursos naturales son aquellos factores constituidos generalmente por la medición del aérea que se tiene disponible para uso

de una actividad determinada para este recurso, puede ser aprovechado de diferentes formas y por lo general se encuentra destinado al sector turístico o científico al incluir elementos básicos como el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, agua, etc (p.329).

Para Tisdell (2003) los recursos naturales que se destinan para el uso turístico normalmente se mezclan y llegan a poseer un valor económico para diferentes propósitos. Provocando que pocos lugares naturales con potencial turístico sean aprovechados y para volver a tenerlos en cuenta estos espacios se evalúan por medio de sus componentes naturales para determinar si pueden ser aprovechados para el turismo (p.7).

Mientras que Orellana y Lalvay (2018) habla de los recursos naturales como aquellos factores que la naturaleza da al hombre para su aprovechamiento de forma responsable (clima, mares, lagos, ríos, montañas, bosques, praderas, playas, etc.). Aclarando que no es un hecho natural, sino que en general todos pueden ser utilizados como recursos turísticos, utilizando la creatividad humana para generar la curiosidad de los visitantes permitiéndole viajar para saciar esa necesidad de conocer dicho lugar (p.62).

Después de analizar los conceptos se puede determinar que los recursos naturales son todos los factores físicos naturales que se encuentra en un lugar determinado y estos se encuentra ligados a condiciones especificas dictada por la región donde se encuentra, que por los generales son aprovechadas por el ser humano.

Recursos culturales

Para Montero y Utreras (2018) los recursos culturales tangibles pueden establecer una oferta diferenciada de productos turísticos. De esta forma estos se analizan como los factores que motivan la visita de los turistas que llegan a un lugar determinado con expectativas de conocer todos los atractivos culturales que cada pueblo o comunidad puede ofrecer.

De la misma manera López & Ortega (2019) analiza los recursos culturales como los resultados de la evolución y la creativa humana entre estos caben todas aquellas manifestaciones socioculturales como:

- Las obras de creación estética (pintura, escultura, música, danza, artesanías, arquitectura, etc) pasadas y presentes.
- Las obras derivadas de la experimentación científica en todo el ámbito de la civilización antigua y moderna (edificios, presas, diques, puentes, viaductos, caminos subterráneos, otros medios y vías de comunicación transporte).
- Los eventos y espectáculo, públicos y privado permanente o eventuales.

Comunidad

De acuerdo con (Ander, 2005) el término comunidad es una palabra utilizada para diversificar y calcificar un grupo determinado de personas, al generalizar un conjunto de cosas puede adaptarse a cualquier rama de la ciencias o estudio, un ejemplo claro es que existe comunidades indígenas, comunidades d8e animales de un género etc.

Según Robertis y Pascal (2007) hablan de los conceptos que se utilizan para definir a la comunidad como un espacio que delimita una organización determinada de la vida como (barrio, aldea, pueblo, caserío, etc). De la misma manera las segundas definiciones hacen referencia a la relación que se manifiesta entre personas o grupo de ella, volviéndolo no tan preciso ya que involucra una relación espacial y cualitativa que toma otros factores de la sociedad.

Montero (2007) señala que una comunidad es un lugar o ente en movimiento que constantemente se encuentra en un cambio de sus características y funciones definiéndola como una identidad histórica-social que trasciende las fronteras, ya que produce la relación y la existencia un sistema que poco a poco constituye una sociedad.

Tal y como los califican los autores la comunidad no es más que la unión de personas, costumbre y factores determinados que llevan un estilo de vida preestablecido, este grupo de cualidades va formando una sociedad que se define con el pasar del tiempo.

Variable dependiente

Potencial turístico

El potencial turístico no es otra cosa que la suma de recursos turísticos, accesibilidad y equipamiento de una localidad, la que ayuda a determinar el potencial para realizar actividades turísticas. Que además el potencial turístico son los atractivos turísticos que están compuestos principalmente por todos los recursos naturales agua, suelo, flora y fauna, de un espacio o área accesible, para las personas que se desplacen desde un lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio

El potencial turístico de una región debe ser evaluar de forma integral, considerando los factores determinantes tanto de la oferta de servicios turísticos prevalecientes localmente como de los de define la demanda actual y esperada de los posibles visitantes de esa región. De esta forma se establecerá el potencial turístico de una región analizando la capacidad que tiene los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular. Toda región tiene la finalidad de crear o fortalecer su actividad turística debe evaluar cuidadosamente los componentes de su oferta, así como el perfil y las tendencias de la demanda actual y futura (Secretaria Nacional de Turismo [SECTUR] 2002).

En este sentido, el potencial puede ser entendido como un adjetivo que hace referencia a lo que puede existir en el territorio. Por lo tanto, el potencial turístico a su vez es la manera en la que un territorio o lugar satisface las necesidades de ocio y recreación a visitantes sean estos nacionales e internacionales. (Delgado, 2017) como se cita en (Mikery & Perez, 2014)

Importancia del evaluar el potencial turístico

Logroño y Waspash (2016) menciona que “El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos”.

Los puntos importantes por evaluar el potencial turístico. Según Candelaria (2015) menciona que es:

- Análisis completo de la capacidad de ser desarrollo turístico
- Una visión clara de lo que se puede aprovechar
- Desarrollo de nuevos proyectos turísticos
- Define la oferta turística diferente.

A continuación, se describirá los componentes del potencial turístico

Componentes del potencial turístico

En cuanto a los componentes del potencial turístico se menciona a la autora Jarrín (2014) la cual nos cita que son los atractivos, servicios turísticos, infraestructura de la localidad, conectividad, demanda, aspectos sociales e impacto económico.

Por otro lado, se cita a Vendramini (2018) el cual determina que los recursos turísticos como el equipamiento, servicios, instalaciones e infraestructura son factores determinantes para establecer la potencialidad turística de un lugar.

A su vez el (Ministerio de Turismo del Ecuador [OMT] 2017) a través de su documento de Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador menciona que el potencial turístico de una localidad cuenta con algunos elementos como la accesibilidad conectividad, planta turística, estado de conservación, higiene y seguridad, políticas y regulaciones, actividades, difusión, registro de visitantes y recursos humanos.

Herramientas de evaluación del potencial turístico

Las herramientas a utilizar para la evaluación del potencial turístico es la matriz de Holmes o matriz de priorización. La cual tiene el objetivo de automatizar los resultados de la aplicación de los criterios por lo que cada criterio responde a la capacidad institucional, según competencias, de incidir sobre la mejora o manejo de los mismos. La ponderación mayor se da a los criterios que son competencia directa de otras carteras de Estado o Gobiernos seccionales, mientras que la de menor ponderación son criterios que la autoridad nacional de turismo incide directamente.

Estrategias

Para Chardler (2003) “la estrategia no es más que la identificación de objetivos que una empresa, organización o comunidad quiere hacer, por medio de un análisis previo que las actividades y destrezas a realizarse para que se puedan cumplir dichas metas”. (p.11)

De misma forma Schendell y Hatten (2008) hablan de la estrategia como conjunto de fines y objetivos básicos que son los principales programas de acción que una organización busca para alcanzar las metas que ha propuesto, esta es la relación de todos los recursos con los que cuenta la organización para establecer directrices que sirvan como herramientas de apoyo.

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias turísticas.

De esta manera las estrategias son aquellos métodos que permiten mejorar a una organización mediante un análisis crítico sobre los problemas que esta tiene, analizando los objetivos y las metas para identificar los problemas existentes para solucionarlos por medio de planes de acción.

Selección de estrategias

De acuerdo con Chan & Renée (2005) para definir una estrategia de forma práctica y eficiente se deben analizar todos los factores que una organización puede tener, este tipo de análisis por lo general se realiza de forma interna y externa.

De igual manera Rumelt(2012) habla sobre la identificación de las estrategias que se pueden implementar en un proceso o actividad de cualquier índole, antes de proceder a realizar una estrategia se trata de verificar y analizar cuál han sido el problema y porque se debe de implementar una estrategia para solucionarlo tratando de analizar todos los parámetros que conlleva un análisis estratégico.

Finalmente, como menciona Kotler(2002) para un análisis estratégico en una organización inicialmente realiza la elaboración de técnicas para una estrategia desde el marco institucional de sus particulares características y necesidades, con este estudio se verifica un verdadero significado de la estrategia y como esta forma parte esencial de una organización.

Como se observa los autores define que para una correcta implementación de estrategias se debe de analizar todos los factores por los que pasa una organización, y enfatizar que las actividades que se van a realizar son para mejorar la gestión empresarial y masificar los aspectos positivos de la misma.

Marco legal

En lo posterior, se presenta el marco legal que se relaciona con el tema de investigación en donde se detalla leyes, reglamentos extraídos de documentos redactados por entidades competentes en la materia, los mismos que apoyan a sustentando de la investigación.

En la Constitución de la República del Ecuador (2008) registro oficial número 449 elaborada el 20 de octubre del 2008 por la Asamblea Nacional, contempla los siguientes artículos que son considerados para el soporte de la investigación.

Título Capítulo Primero, Principios fundamentales, artículo 3: “Son deberes primordiales del Estado proteger el patrimonio natural y cultural del país”

Sección Cuarta y ciencia, Artículo 21, “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.”

Título II, Capítulo Segundo, Artículo 24 las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Capítulo IV, Artículo 66, Numeral 28, “El derecho de la identidad personal y colectiva incluye conservar, desarrollar y fortalecer las características materiales e inmateriales de la identidad, tales como..., las manifestaciones espirituales, culturales, religiosas, lingüísticas, políticas y sociales.”

Sección 5, Artículo 377, “El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional, proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.”

Plan de creación de Oportunidades 2021-2025

Fue aprobado el 21 de septiembre del 2021. En este documento consta cinco ejes programáticos: económico, social, seguridad, transición ecológica e institucional en el que se marca prioridades y políticas públicas que contribuirán al cumplimiento de metas y avances para todo el estado ecuatoriano. (Plan de creación de Oportunidades, 2021)

Eje económico en donde el objetivo número 1 habla de incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales, Política 2.3 Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional, política 2.4 Impulsar las industrias creativas a través del fomento de las actividades culturales y puesta en valor del patrimonio.

Ley de Turismo

La Ley de Turismo (2014) elaborada por el Ministerio de Turismo, tiene como objeto establecer el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, la potestad del estado y las obligaciones que deben de tener los prestadores de servicios. Además de promover y fomentar cualquier tipo de turismo, especialmente el receptivo.

Del mismo modo la ejecución y puesta en marcha de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.

Art 3. Literal e) se menciona sobre la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos

Art 12. Las comunidades locales organizadas y capacitadas que deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Arte 13. Crea el Consejo Consultivo de Turismo, un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo. El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por ocho miembros con voz y voto, uno de ellos será representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

Instructivo para registro de Centros turísticos comunitarios

En el Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios (2010) se toma en consideración el artículo 3 El centro de turismo comunitario es el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el rescate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades

Reglamento para los centros turísticos Comunitarios

En el Reglamento para los centros turístico Comunitarios (2010) menciona:

Art.15 Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Capítulo II

Metodología

La metodología permitió la recopilación de información con el objetivo de desarrollar el proyecto de manera técnica y secuencial. Para lo cual se ejecutó un diagnóstico situacional en base a la metodología titulada: “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario” en la cual se realiza un análisis de efectos económicos, sociales, culturales y ambientales del turismo en las comunidades a través de un análisis de esas cuatro dimensiones según el método FODA a fin de brindar información del potencial y los factores limitativos de la comunidad, así como de los factores y circunstancias externos que operan en su entorno como oportunidades y amenazas. Con el fin de complementar la información sobre los principales atractivos que la metodología solicitó describir se desarrollaron los puntos brindados por la Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador propuesto por el Ministerio de Turismo en donde se midió la potencialidad de estos lugares a través de la medición de los siguientes ítems: Accesibilidad y conectividad, planta turística, estado de conservación, higiene y seguridad, políticas y regulaciones, actividades, difusión, registro de visitantes, recursos humanos.

Mientras que para el plan de acción que forma parte de la propuesta se desarrolló la metodología de Maldonado (2005) “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario” ya que en el apartado sobre proyección estratégica se analiza los resultado y se establece las metas que se quiere alcanzar como comunidad en el período considerado, incluyendo indicadores cuantificados para monitorear periódicamente su desempeño. Esta acción facilitó la estimación y cuantificación de los recursos que se esperan movilizar y precisa las fuentes probables de donde éstos provendrán.

Enfoque de Investigación

Según, Bernal (2010) expresa que los enfoques a utilizar en la investigación representan el análisis para determinar los resultados esperados y así cumplir con los objetivos propuestos dentro de la investigación es:

Cualitativo

Se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación a evaluar.

Por lo tanto, se aplicó este enfoque ya que el proceso de la investigación se va a centrar en identificar las cualidades con la que cumple la comunidad, además de describir su estado de situación actual, describiendo sus recursos turísticos con los que cuenta.

Cuantitativo

Se basa en la medición de variables numéricas para poder expresar el inconveniente de la investigación. Es decir que los datos desarrollados deben ser siempre cuantificables, o sea, expresables en una cantidad.

Se aplicó el enfoque cuantitativo debido a que en el proceso de la investigación se desarrolló una encuesta dirigida a los turistas, dicha información requerirá una interpretación adecuada por medio de datos numéricos y programas estadísticos. A su vez la metodología correspondiente a la Jerarquización y Generación de espacios turísticos designa un valor numérico por cada característica cumplida, adquiriendo una ponderación final que califica al atractivo turísticos que para este proyecto corresponde a la comunidad Michacalá.

Niveles o tipos de investigación

A continuación, se detalla el nivel de la investigación a utilizar en el proyecto:

De Campo

Se usó una investigación de campo para determinar los factores necesarios siendo estos los problemas que posee la comunidad y mejorarlos al realizar el proyecto de investigativo. La investigación de campo “Es el estudio de sistemático de los hechos en el lugar en que se produce. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para así obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto” (Cabezaset al., 2018).

La investigación fue de campo ya que se realizó in situ, lo que permitió obtener información real sobre los aspectos relevantes que la comunidad posee y necesita para que este lugar sea considerado como potencial turístico. Cabe recalcar que la recolección de información se efectuó en base a reuniones programadas con miembros de la comunidad y personas que conocen sobre la comunidad Michacalá.

Bibliográfica

De acuerdo a los autores Cabezas,et al., (2018) señala que “tiene como propósito descubrir, ampliar y profundizar diferentes, conceptualizaciones y criterios de dichos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos fuentes secundarias”. Es decir, se utilizar libros físicos y electrónicos de internet, para así especificar la información objeto de análisis del proyecto, con diferentes definiciones y conceptos de autores.

Mediante la revisión bibliográfica se obtuvo mayor soporte para la investigación a través de una amplia búsqueda de información y conocimientos. Además, estos contribuyeron para que el estudio no sea similar a otras investigaciones previas. Es indispensable destacar que la información secundaria fue obtenida por medio de documentos oficiales brindados por entidades gubernamentales como el Ministerio de Turismo, Gad del cantón Pujilí conjuntamente con autoridades de la comunidad Michacalá, los mismos que proporcionaron catastros, planes de ordenamiento territorial que involucraban a la localidad, entre otros documentos de interés que fueron de utilidad para la investigación.

Investigación descriptiva

Según, Bernal (2010) manifiesta que “Tradicionalmente se define la palabra describir como el acto de representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas”; y agrega: “Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás. (p.113).

La investigación descriptiva será utilizada para explicar los aspectos importantes en cuanto al estado de situación actual de la comunidad tanto externa como interna, detallando de forma minuciosa características particulares que indican el diferenciador en las actividades turísticas que ahí se desarrollan. A su vez se analizarán las experiencias de turismo que serán observadas mediante una doble lectura complementaria es decir que se realizará a un nivel descriptivo mediante la recopilación de información general de la comunidad, indagando más a profundidad un conjunto de variables específicas de acuerdo a cada contenido requerido en cada ítem de la metodología a desarrollar.

Fuentes e instrumentos de Recopilación y Análisis de Datos

Según Bernal (2010) define a las fuentes y técnicas como los documentos que ayuda al investigador y que le permite recolectar información, además es un proceso formado por una serie de pasos, en donde las técnicas son los medios empleados para recolectar la información.

A su vez “Las fuentes son las que suministran información, las mismas que se clasifican por su naturaleza, las fuentes pueden ser documentales misma que proporciona datos secundarios y fuentes vivas son los sujetos que aportan datos primarios” (Arias, 2008, p. 27)

Por lo tanto, en el proyecto se manejó fuentes vivas como: el Líder de la comunidad, directiva, actores de turismo comunitario, docentes de la cátedra, profesionales que trabajen en el lugar o sectores aledaños en el ámbito turístico y finalmente turistas.

Tabla 1*Fuentes de información*

Fuentes Vivas	Descripción
Ramiro Pilalumbo	Presidente
Blanca Pilalumbo	Vicepresidente
Nanci Chaluisa	Tesorero
Aida Umaginga	Secretaria
Lisa Barela	Síndico

Nota. La tabla señala las personas que conforman la directiva de la comunidad consideradas fuentes vivas dentro de la investigación.

Al mismo tiempo se recolectará información de fuentes secundarias como: Bibliotecas públicas, análisis documental sobre la Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017, documentos históricos, tesis de Turismo comunitario, periódicos históricos, Constitución de la República del Ecuador, ley de Turismo, libro de planificación del Espacio Turístico de Boullon 2006 guía, para Autogestión de Sostenibilidad, Destinos Turísticos comunitarios, entre otros documentos de interés.

Instrumentos de recolección de datos

Ficha de recolección de información general de la comunidad

A continuación, se presenta la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, debido a que es un documento requerido para identificar la potencialidad de una localidad turística, en ella se detalla los aspectos generales como la ubicación del atractivo, características, accesibilidad y conectividad, planta turística, estado de conservación, higiene y

seguridad turística, política y regulaciones, , promoción y comercialización dentro de este aspecto actividades que se practican, difusión del atractivo, registro de visitantes y afluencia, recursos humanos, descripción del atractivo, anexos, ubicación fotográfica y finalmente las firmas de responsabilidad de dicha ficha.

Figura 1

Ficha de levantamiento de información para la jerarquización y generación de espacios turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A	IN/A			
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (mnm)									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				b. Nombre de la Institución:				c. Nombre del Administrador:									
d. Cargo que ocupa:																	
g. Teléfono / Celular: (+593) f. Correo Electrónico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:				b. Temperatura(°C):				c. Precipitación Pluviométrica (mm):									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Permitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar				
Libre <input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto				
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto				
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto				
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio: Desde 0:00 Hasta 0:00				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita: texto																	
Observaciones: texto																	

Nota. La figura detalla parte de la ficha para la Jerarquización y generación de espacios turísticos. Tomado de MINTUR (2018).

Las técnicas a utilizarse serán las entrevistas y encuestas destinadas a las fuentes vivas por medio de un cuestionario como instrumento, el análisis de estos datos se ejecutará en base a la redacción y tabulación de los mismos, mientras que para la recolección de las fuentes secundarias se utilizará fichas nemotécnicas.

Indicadores y ponderaciones

Una vez desarrollada la Ficha, se procederá al cálculo de las ponderaciones de acuerdo a la metodología de Jerarquización y Generación de espacios turísticos tomando en consideración los indicadores que se detallan a continuación:

Figura 2

Indicadores y ponderaciones

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	0
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	0
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	0
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	0
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	0

Nota. La figura puntualiza los criterios de evaluación con la ponderación correspondiente para la evaluación técnica del atractivo. Tomado de MINTUR (2018).

Este atractivo tendrá finalmente un valor numérico equivalente a un puntaje alcanzado sobre 100 que se enmarca dentro de un nivel de jerarquía con una escala del I al IV como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 2

Rangos y Jerarquías de los atractivos turísticos

RANGOS	JERARQUÍA
86-100	IV
61-85	III
36-60	II
11-35	I
0-10	Recurso

Nota. La tabla detalla los rangos y jerarquías pertenecientes a los distintos atractivos turísticos de acuerdo a la ponderación alcanzada. Tomado de MINTUR (2018).

Cada jerarquía corresponde a la potencialidad que demuestra el atractivo:

Tabla 3

Jerarquización y descripción de los atractivos turísticos

JERARQUIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional

JERARQUIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales
Jerarquía I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Nota. La tabla detalla los rangos y jerarquías pertenecientes a los distintos atractivos turísticos de acuerdo a la ponderación alcanzada. Tomado de MINTUR (2018).

Población y Muestra

Población

“La población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (López, 2004).

Bajo esta definición la población se centrará en los turistas nacionales e internacionales que han llegado a visitar la Reserva Ecológica los Ilinizas, ya que al no existir registro de turistas que han ingresado a la comunidad, se toma en consideración el recurso más inmediato y verídico.

Por lo tanto, tenemos según el Ministerio del Ambiente (2022) en el año 2022 la afluencia de turistas que visitaron la Reserva Ecológica los Ilinizas fue de 65.582 turistas,

Muestra

Citando a Juez & Díez (1997) la muestra es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población y representativos de la misma.

Para sacar la muestra de la población objetiva de 65.582 turistas que llegaron de la Reserva Ecológica los Ilinizas, se va a tomar un margen de confiabilidad del 95%, un error permitido del 5%. Siguiendo los parámetros estadísticos, y las teorías que sustentan la distribución normal, el valor de z en la tabla para un margen de confiabilidad del 95%, es de 1,96 para todos los casos.

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

$$n = \frac{65.582 * 1,96^2 * 0,50^2}{0,05^2(65.582 - 1) + (1,96^2 * 0,50^2)}$$

$$n = 382.75$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, para un nivel de confianza del 95%, el valor de Z es de 1.96

S = Varianza de la población

e = Será del 5% 0.50 (error admisible, es decir que se está dispuesto aceptar con el nivel de confianza que se ha definido)

N = Tamaño de la población

Capítulo III

Diagnóstico

Con la finalidad de realizar un estudio minucioso de la comunidad Michacalá en primera estancia se desarrolla la “Metodología para el análisis de experiencias de turismo comunitario” dicho documento permite apreciar, analizar y entender los cambios inducidos por el turismo en las actividades económicas, sociales, culturales y entre otros valores hallados en las estructuras institucionales de las comunidades.

Para lo cual se procede a la recolección de información general de la comunidad con la finalidad de ubicarla en un tripe contexto: natural, los orígenes y los determinantes internos (Histórico-culturales) que lo definen, las relaciones instituciones que condicionaron o indujeron su emergencia y desarrollo es decir su grado de autonomía. El análisis se inicia en la recolección de la información general que contiene la ubicación geográfica de la localidad, seguidamente se examina la experiencia comunitaria, formas de acceso a la comunidad, descripción de los principales atractivos, reseña histórica, origen de la operación turística, apoyo y medios de sostén recibidos de agentes para el diseño, promoción y modo de gestión de la comunidad y finalmente el estudio de las dimensiones genéricas de sostenibilidad. Todos estos aspectos señalados conllevan a un análisis de fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidad en torno a los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales existentes en la comunidad.

Información General

Ubicación Geográfica

Michacalá es una comunidad perteneciente a la parroquia Zumbahua del cantón Pujilí se encuentra ubicada en la vía a Zumbahua como se puede observar en el gráfico presentado a continuación.

Figura 3

Ubicación Geográfica de la comunidad Michacalá



Nota. En la figura se realiza una geolocalización de la comunidad Michacalá. Tomado de Google maps.

Rango Altitudinal:

2080-4480 msnm.

Experiencia comunitaria

De acuerdo a la información obtenida del Ministerio de turismo los páramos de la comunidad de Michacalá fueron declarados área protegida (bosque protector), por el Ministerio del Ambiente bajo registro Oficial No. 770 del 14 de junio de 1987, con Resolución Ministerial No. 352. Estos páramos son de gran importancia por los servicios ambientales que ofrece como la regulación del régimen hídrico y con ello la dotación de agua, la importancia del ecosistema páramo radica en que su vegetación característica como son los pajonales y almohadillas, capturan y retienen el agua de lluvia evitando que corra por el suelo libremente

erosionándolo e infiltrando el agua hacia el interior (acuíferos subterráneos) para luego aparecer aguas abajo en las vertientes y ríos que son usados para el agua de consumo de personas, y fuera del territorio parroquial incluso en el Proyecto Hidroeléctrico Toachi Pilatón, pues los páramos antes señalados están ubicados en la cabecera de la cuenca abastecedora del proyecto de agua y por tanto son los generadores de los afluentes del río Toachi.

Formas de acceso a la comunidad

Para fines de la investigación se tomará la ciudad más cercana que en este caso será Latacunga, capital de la provincia de Cotopaxi, los medios de transporte existentes son buses y camionetas, entre las compañías de transporte están la Vivero y la Occidental, las rutas son Latacunga-Zumabahua-Quilotoa; Latacunga -Zumbahua-Quilotoa; -Chugchilán; además camionetas comunales que cumplen rutas dentro de la parroquia Zumbahua-Michacalá.

Descripción de los principales atractivos o recursos turísticos

En la comunidad Michacalá se puede identificar cuatro atractivos naturales en donde usualmente realizan actividades de turismo como treking, escalada ingreso a cuevas, la más visitada es la de Mutum Rumi debido a que existen avistamiento de cóndores que aninan cerca del lugar. A continuación, se detalla los atractivos turísticos naturales.

- Quebrada de Michacalá
- Muntun Rumi o Cascahuiche
- La montaña de Campana
- La montaña de Guayama

En cuanto a los atractivos culturales se destacan la fiesta de Michacalá el 21 y 22 de agosto en esta actividad desarrollan conciertos, rodeo de toros populares, bailes tradicionales.

Otra de las festividades encierra el rodeo de ganado bravo que se lo realiza dos veces al año, no existen fechas fijas, pero de manera usual se celebran en diciembre por vísperas

navideñas y por las fiestas de Michacalá a mediados de agosto. Además, en el mes de junio se celebra el Corpus Cristi en donde participan los danzantes autóctonos.

Reseña histórica

De acuerdo a conversaciones con la señora María considerada una persona de la comunidad con información relevante cuenta que: La comunidad mucho tiempo atrás era una hacienda administrada por cuatro “patrones” Manuel, Carlos, Nina, Flora en donde la población se encontraba distribuida como trabajadores para cada uno de ellos los mismos que cumplían funciones agrícolas como el sembrío de habas de habas, cebolla, papas además del cuidado de ganado, construyendo criaderos de animales como ovejas, llamingos de los cuales se sacaban la lana para hacer ropa caliente para los patrones.

Después de un tiempo cuando los patrones llegaron a la tercera edad y con la decadencia de la salud, comenzaron hacer la repartición de los terrenos para cada familia, esta distribución se dio en base a las funciones que cada una de las familias desempeñaba. Desde ese momento se formó el poblado en donde actualmente existen 300 familias de las cuales unas 200 personas viven actualmente ahí ya que por problemas económicos han viajado a ciudades grandes en la búsqueda de la mejora en la calidad de vida. En la actualidad son las mujeres encargadas de la agricultura y la ganadería que a su vez desarrollan actividades económicas en base aquello debido a que salen de la comunidad a ciudades cercanas para ofertar sus productos.

Origen de la operación turística

El origen de la actividad turística en la comunidad Michacalá surge en las personas que por motivaciones de trabajo o una mejora en la calidad de vida buscaron salir de la población y que tiempo después lograron contacto con gente de ciudades grandes que tuvieron el interés de visitar este lugar, por lo que estas personas son las encargadas de llevar turistas o visitantes a la comunidad.

Apoyo y medios de sostén recibidos de agentes para el diseño, promoción y desarrollo del producto turísticos

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Zumbahua, Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pujilí y el Consejo Provincial han apoyado de distintas maneras, como por ejemplo el GAD parroquial se encargó de elaborar los barandales que se pueden encontrar en la montaña Guayama y la realización de un puente para el acceso con vehículos al centro de la comunidad.

Además, proveen de personal encargado de manera continua para la realización de estudios de las fuentes de agua natural encontrados en la Quebrada de Michacalá y las Montañas cercanas a la comunidad.

Forma de propiedad y modo de gestión de la empresa

La forma de propiedad y modo de gestión de la comunidad se basa en la opinión de cada uno de los integrantes de la misma, a su vez existe una directiva que sus funciones radican en la planificación, organización y autorización de las actividades económicas que incluyan la compra y venta de tierras en la comunidad.

Dicha directiva se encuentra conformada por las siguientes personas:

Tabla 4

Directiva de la comunidad Michacalá

Nombre y Apellido	Cargo
Ramiro Pilalumbo	Presidente
Blanca Pilalumbo	Vicepresidente
Nanci Chaluisa	Tesorero

Nombre y Apellido	Cargo
Aida Umaginga	Secretaria
Lisa Barela	Síndico

Nota. La tabla señala los nombres y apellidos de la directiva de turno en la comunidad Michacalá.

Estudio de las dimensiones genéricas de la sostenibilidad

Es latente la dificultad para recopilar información de primera mano que permita formular afirmaciones fundadas en cuanto a las dimensiones económicas, sociales, culturales, ambientales, provocado por la barrera importante del idioma Kiwcha con el que se maneja hasta la actualidad en la comunidad por lo que en este apartado se trata de recoger información sobre las variables mencionadas en base a la memoria colectiva oral y sus conceptos de valoración de las dimensiones con la ayuda de una persona bilingüe (kichwa – español) que permite una comunicación asertiva con los miembros de la población.

Todos los ámbitos estudiados se organizarán por medio de un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para su posterior análisis y planificación de estrategias acorde a la situación actual de la comunidad.

FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas)

Tabla 5*FODA de la comunidad Michacalá*

FODA	ECONÓMICO	SOCIAL	CULTURAL	AMBIENTAL
FORTALEZAS	<p>Estudio previo para la planificación de un comedor comunitario y la venta de artesanías a base de la lana de llamingo debido a que existe gran afluencia de turistas los fines de semana, los mismos que pueden generar gasto turístico, beneficiando económicamente a la población.</p> <p>Las mujeres son las encargadas de la venta de los productos, es decir de la economía a nivel familiar.</p>	<p>Existe una directiva la cual desempeña funciones administrativas en la comunidad.</p> <p>Las mujeres desempeñan funciones en la producción agrícola y ganadera.</p>	<p>Festividades tradicionales que se aún se celebran en la comunidad</p> <p>En cuanto al idioma aún existen personas que relatan anécdotas en kichwa</p> <p>Existencia de personas bilingües que conocen a cerca del valor cultural que en la cocina prevalece como por ejemplo los alimentos tradicionales como las papas con cuy Habas con Queso</p>	<p>La comunidad de Michacalá cuenta con una gestión y manejo del territorio es decir que se incluye la zonificación funcional como áreas de amortiguamiento, opciones de atractivos turísticos, áreas de cultivo y ganadería específicos.</p> <p>La comunidad cuenta con un recurso natural importante que es el agua, la misma que puede ser utilizada en los establecimientos que visite el turista.</p>

FODA	ECONÓMICO	SOCIAL	CULTURAL	AMBIENTAL
DEBILIDADES	<p>No se cuenta con infraestructura en cuanto al alojamiento debido a que se considera costoso para la población.</p> <p>Existe una decadencia de la importancia del turismo en la comunidad por parte de las autoridades en curso.</p>	<p>En su mayoría los hombres emigran para la búsqueda de trabajo fuera de la comunidad.</p>	<p>Papas amarillas con Cuy</p> <p>Chicha</p> <p>La Mashua en forma de bebida y cocinada</p> <p>Guías nativos que cuentan con el conocimiento necesario sobre la comunidad para la creación de rutas y circuitos.</p> <p>Falta de conocimiento del servicio que se le brinda al turista.</p> <p>La población de Michacalá aun continúa con las creencias en donde el hombre es quien dirige las decisiones del hogar y la mujer.</p>	<p>La comunidad no cuenta con disposiciones para el control y mitigación de impactos negativos que provoquen la actividad turística.</p> <p>No existen estrategias de información, comunicación y educación sobre la conciencia en la utilización de recursos naturales con</p>

FODA	ECONÓMICO	SOCIAL	CULTURAL	AMBIENTAL
OPORTUNIDADES	Los dirigentes de la comunidad conjuntamente con un trabajador independiente cuentan con el conocimiento necesario para la implementación del turismo como parte de la generación de ingresos en la comunidad.	Personal externo capacitado para brindar información oportuna de restauración y turismo en la comunidad.	A pesar del tiempo aún prevalece el idioma Kiwcha como nativo de la localidad. La visita de turistas tanto nacionales como extranjeros pueden contribuir a la difusión de su cultura,	<p>el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental.</p> <p>El interés de grupos externos en potencializar las actividades turísticas en la comunidad. A partir de presente proyecto se brinda la oportunidad de que la actividad turística en la comunidad sea tomada de manera responsable con el entorno, con vistas a construir una gestión ambiental a futuro. Existencia de organizaciones públicas y privadas interesadas en el turismo comunitario a nivel Ecuador.</p>

FODA	ECONÓMICO	SOCIAL	CULTURAL	AMBIENTAL
AMENAZAS	Deslizamiento de tierras que afectan a la estructura del ingreso a los atractivos, usualmente en las épocas de invierno.	Mala información propiciada por las entidades gubernamentales de turno que provocan un temor en la comunidad para el desarrollo de las actividades turísticas.	Riesgo en la pérdida de la identidad cultural debido a la visita prolongada de turistas. La globalización que exige que las personas deben de incorporarse a un mundo más moderno, inclusivo y universal en materia de tecnología, medios de comunicación y nuevos conocimientos.	Debido a la escasa información de la importancia de los atractivos, las comunidades conjuntamente con los GAD extraen piedras, tierra de las montañas, destruyendo las mismas a largo plazo. Desastres naturales debido a la zona montañosa que rodea la comunidad como deslaves, inundaciones, terremotos, explosión de volcanes cercanos e incendios provocados.

Nota. La tabla se observa el análisis de fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades de la comunidad, bajo contextos económicos, sociales, culturales y ambientales.

Con la finalidad de complementar la información y de esta manera identificar el potencial turístico de la comunidad Michacalá se procede a desarrollar la Metodología brindada por el Ministerio de Turismo, para lo cual se analizará los criterios de valoración relacionados con el índice de competitividad turística: accesibilidad y conectividad, planta turística/servicios, estado de conservación del sitio/entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades que se practican en el atractivo; criterios relacionados con la demanda: difusión del atractivo, registro de visitantes y afluencia, recursos humanos.

Criterios relacionados con el índice de competitividad turística

Accesibilidad y conectividad

Contempla el ingreso horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad: además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.

Para fines de la investigación se tomará el nombre del poblado más cercado en para este caso es Zumbahua debido a que se encuentra ubicado a 3 kilómetros de la comunidad Michacalá, es decir que para el desplazamiento en auto se considera un tiempo aproximado de 10 minutos, las coordenadas de esta localidad son: Latitud -0.8381 y longitud -78.91297.

Al encontrarse en la región sierra del país las vías de acceso se las identifica por medio terrestre. Para más detalle de este apartado se puntualiza ítems en la siguiente tabla:

Figura 4

Vías de acceso

4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-0,93521/-78,61554	-0,9577856/-78,8998688	23	Asfaltado	Bueno
	b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		-0,9577856/-78,8998688	-0,95832/-78,90038	2	Asfalto	Bueno
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>						

Nota. En la figura se detalla los parámetros evaluados en base a las vías de acceso a la comunidad Michacalá.

Los servicios de transporte utilizados para llegar a la comunidad son usualmente los buses, busetas, transporte 4x4 y taxis. A continuación, se detalla los nombres de las cooperativas o asociaciones que prestan el servicio.

Figura 5

Detalle de transporte hacia el atractivo

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	
Compañía de Transportes VIVERO	Latacunga	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Latacunga - Zumbahua - Quilotoa - Latacunga
Compañía de Transportes OCCIDENTAL ZUMBAHUA	Zumbahua	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Zumbahua - Quilotoa - Moreta - Chugchilán - Zumbahua

Nota. En la figura se detalla los medios de transporte hacia la comunidad Michacalá.

En cuanto a las condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad, la comunidad Michacalá no cuenta con accesibilidad para personas con discapacidad motriz, visual ni auditiva, sin embargo, se menciona que la accesibilidad puede brindarse por medio de la colaboración de terceras personas que puedan ayudar a los turistas con cierta discapacidad para que accedan a disfrutar de lugares que no cuenten con alta dificultad.

Finalmente, en tema de señalización, la comunidad cuenta con señalética de aproximación al atractivo en todo el eje E35 y E30, dichos rótulos fueron implementados por el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Obras Públicas del país.

En el análisis realizado, las sumas de las ponderaciones indican una calificación de 12 puntos sobre 18 puntos en base a la ficha de Jerarquización de atractivos turísticos.

Planta turística/servicios

La planta turística se refiere a la existencia de equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo. En la comunidad Michacalá no se cuenta con establecimientos específicamente de alojamiento a pesar de que los moradores adecuan sus casas para el recibiendo de turistas para largos periodos de tiempo, sin embargo, en el poblado más cercano que es Zumbahua se registran cuatro hostales con 49 habitaciones obteniendo un total de 106 plazas; tres hosterías con 48 habitaciones y 144 plazas para los turistas. De igual forma no se registran establecimientos de alimentos y bebidas, pero en la localidad más cercana (Zumbahua) se puede encontrar tres restaurantes y una cafetería.

En materia de servicios complementarios como las agencias de viaje no se divisan cerca de la localidad y tampoco dentro de la comunidad, en cuanto a servicios de Guía la comunidad no cuenta con personal certificado, pero si personas con el conocimiento cultural necesario que usualmente se dedican a dirigir a los grupos de turistas que llegan a la localidad.

En cuanto a las facilidades en el entorno de atractivo se registra que en la comunidad existen recorridos específicos para visitar ciertas montañas, para una mejor comprensión se detalla la siguiente tabla que clasifica por categorías los servicios, el tipo, cantidad, su administrador y su accesibilidad.

Sobre una ponderación de 18 se obtiene 9.6 puntos en este ítem.

Figura 6

Facilidades en el entorno al atractivo

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>		La comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: No existe								

Nota. En la figura se puntualiza los parámetros evaluados en base a facilidades en el entorno al atractivo

En materia de los servicios complementarios de la actividad turística específicamente en el atractivo no se cuenta con alquiler y venta de equipo especializado, venta de artesanías y merchadising, tampoco de casas de cambio, ni cajeros automáticos, sin embargo, en la parroquia Zumbahua se encuentran servicios que pueden ser pagados por medio de transferencia bancaria.

Estado de conservación del sitio/entorno

En cuanto al estado de conservación del entorno se refiere a la estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales en particular de las condiciones del sitio y su entorno. A continuación, se detalla las condiciones del atractivo en base a factores naturales y antrópicos.

Figura 7

Estado de conservación e integración del atractivo

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	NO	SI/	
6.1 Atractivo (U)				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Área protegida							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

Nota. En la figura se detalla los parámetros evaluados en base al estado de conservación e integración de la comunidad Michacalá.

Figura 8

Estado de conservación e integración del entorno

6.2 Entorno (U)		<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Cultivos tradicionales (habas, cebada, papas, cebolla)			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Especifique:			
Observaciones:			

Nota. En la figura se detalla los parámetros evaluados en base al estado de conservación e integración de la comunidad Michacalá.

Como se pudo divisar en las tablas del estado de conservación del atractivo y del entorno, se sintetiza que el atractivo se encuentra conservado, pero con riesgos de erosión, desastres naturales en el ámbito natural mientras que en los aspectos antrópicos se mencionan las actividades agrícolas debido a que se siembran distintos productos como habas, cebada, papas, cebolla, también se realizan actividades extractivas en las montañas Muntun Rumi o Cascahuiche , montaña de Campana, montaña de Guayama con la finalidad de construir vías con estos recursos.

Dentro de este orden de ideas la comunidad de Michacalá cuenta con una declaratoria del espacio turístico, el mismo que fue realizado por el Ministerio del ambiente obteniendo la denominación de Bosque protector el 14 de junio de 1987 mediante la resolución Ministerial N°352, registro 770. Sobre una ponderación de 14 se obtiene 10 puntos.

Higiene y seguridad turística

Este apartado hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del

atractivo. En la comunidad de Michacalá existen los distintos servicios básicos como agua, energía eléctrica, saneamiento y disposición de desechos que este último se realiza una vez a la semana; favorablemente en el poblado más cercado que es Zumbahua también se puede disfrutar de estos servicios con la diferencia que el saneamiento se lo realiza con la descarga directa a quebradas y la disposición de desechos por medio de un carro recolector. Con la finalidad de observar de mejor manera este indicador se muestra la siguiente tabla.

Figura 9

Servicios básicos en el atractivo y en el poblado más cercano

7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique: Vertientes naturales	Especifique:
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique: Paneles solares/red eléctrica de servicio público	Especifique:
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Con descarga directa al mar, río o quebrada
Especifique:	Especifique:
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique: El servicio se brinda una vez a la semana	Especifique:
Observaciones:	

Nota. En la figura se detalla los parámetros evaluados en cuanto a la existencia de servicios básicos en el atractivo o en la ciudad o poblado más cercano que corresponde a Zumbahua.

A su vez, se ha verificado que en la comunidad no cuenta con centros de salud, no obstante, en la parroquia Zumbahua, lugar aledaño al poblado existe un hospital y un centro de salud en los cuales pueden ser atendidos personas o turistas con alguna complicación médica durante su viaje.

En relación a la seguridad, la policía nacional es la entidad adecuada para acudir en caso de alguna emergencia debido a que se encuentra en los poblados más cercados a la comunidad de Michacalá.

En cuanto al servicio de comunicación de uso público, en la comunidad es nula la existencia de equipos que puedan facilitar la comunicación, sin embargo, en el poblado más cercado Zumbahua se cuenta con telefonía móvil, satelital; la conexión a internet es por medio de satélite, redes inalámbricas y telefonía móvil. Cabe recalcar que no existe radios portátiles de ningún tipo.

En este apartado también se analiza las multiamenazas que pueden suscitar en el lugar, por lo que la comunidad se encuentra exenta a deslaves, sismos, erupciones volcánicas e incendios forestales debido a la creencia de los comuneros que, al momento de incendiar sus bosques habrá más abundancia para la tierra y agua lluvia exuberante para sus cultivos. En este criterio sobre 14 puntos se obtuvo 7.5.

Políticas y regulaciones

Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.

En cuanto a las políticas y regulaciones en la comunidad el GAD cuenta con el plan de desarrollo turístico territorial que lleva el nombre de Plan de Ordenamiento territorial turístico Destino Quilotoa, Circuito Zumbahua, Chugchilán en el cual menciona en ciertos apartados a la comunidad, a pesar de aquello no existen normativas que se apliquen específicamente al desarrollo de la actividad turística en la localidad y tampoco se evidencia ordenanzas que aplique para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo. En este apartado sobre una ponderación de 10 se obtuvo como resultado 6 puntos.

Actividades que se practican en el atractivo

Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado. En la comunidad Michacalá se realizan actividades en superficies terrestres como escalada senderismo, montañismo, actividades recreativas, caminata, camping, observación de flora y fauna. Todas se realizan en los distintos atractivos naturales que se mencionaron con anterioridad.

En cuanto a los atractivos culturales se puede señalar recorridos guiados, presentaciones en vivo, degustación de platos tradicionales, convivencia con los pobladores, participación de las celebraciones, medicina ancestral, fotografía y actividades lúdicas. En el presente ítem sobre 9 se obtuvo 9 puntos.

Criterios relacionados con la demanda

Promoción y comercialización del atractivo

Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión.
Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.

En cuanto a los medios de comunicación que maneja la comunidad no se registra un plan de promoción turística cantonal, local que pueda contribuir a la difusión de este atractivo, tampoco se encuentra incluido en el plan de promoción turística del cantón. Cabe destacar que el atractivo no forma parte de una oferta establecida es decir de algún paquete turístico. En este criterio sobre 7 puntos se obtuvo como resultado 0 puntos.

Registro de visitantes y afluencia

Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso.
Estimación de demanda potencial. Es evidente la escasez de datos en cuanto al registro de visitantes en consecuencia no se puede generar reportes estadísticos en base al atractivo. Sin embargo, se conoce en base a lo mencionado por los pobladores que hasta la localidad llegan turistas nacionales y extranjeros por diferentes motivaciones, la frecuencia de visita varía de

acuerdo a los días de visita que giran en torno a los fines de semana, feriados o días laborables. En cuanto a este criterio de valoración sobre 5 puntos se adquirió 2 como resultado.

Recursos humanos

Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo. Por el momento en la comunidad se maneja de manera usual el kichwa para lo cual se cuenta con personas bilingües (español-kichwa) que logran que la comunicación entre turistas y comuneros sea significativa, a su vez existe únicamente una persona a cargo de la administración del lugar, dicho dirigente es seleccionado por la directiva actual del lugar. Finalmente, en este criterio sobre 5 puntos se obtuvo 1 punto como resultado de la ponderación.

Resultados de la evaluación técnica

Con base al análisis de los distintos criterios de valoración del atractivo se obtiene como resultado una ponderación de 57.10, que mediante una interpretación se indica que:

La comunidad de Michacalá es un Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional. Pertenece a la jerarquía II de la Metodología de Jerarquización y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador brindada por el Ministerio de Turismo.

Tabla 6

Jerarquización de la comunidad Michacalá

RANGOS	JERARQUÍA
86-100	IV
61-85	III

RANGOS JERARQUÍA	
36-60	II
11-35	I
0-10	Recurso

Nota. En la tabla se detalla el rango y jerarquía alcanzada por la comunidad Michacalá.

Figura 10

Resultados de la evaluación técnica

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	12
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	9,6
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	7,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	1
TOTAL		100	57,1

Nota. En la tabla se detalla los resultados de la evaluación técnica realizada a la comunidad Michacalá.

Capítulo IV

Propuesta

En este capítulo se detalla la propuesta, para lo cual se desarrolla la metodología de Maldonado y Hernández (2011) en su Guía para Autogestión de Sostenibilidad de destinos turísticos comunitarios el cual brinda directrices necesarias para la implementación de estrategias que ayuden al desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario en localidades que cuentan con potencialidad para la promoción turística.

En efecto, en el capítulo III se obtuvo que la comunidad de Michacalá forma parte de la jerarquía II con un puntaje de 57.10 la cual menciona que es un Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional

De esta manera se procede a desarrollar un plan de acción para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad de Michacalá. En primera estancia se despliega estrategias en base al FODA elaborado en el capítulo de diagnóstico, para lo cual se presenta la siguiente tabla:

Formulación de estrategias

FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O1: Los dirigentes de la comunidad conjuntamente con un trabajador independiente cuentan con el conocimiento necesario para la implementación del turismo como parte de la generación de ingresos en la comunidad.</p> <p>O2: Personal externo capacitado para brindar información oportuna de restauración y turismo en la comunidad.</p> <p>O3: A pesar del tiempo aún prevalece el idioma Kiwcha como nativo de la localidad.</p> <p>O4: La visita de turistas tanto nacionales como extranjeros pueden contribuir a la difusión de su cultura,</p> <p>O5: El interés de grupos externos en potencializar las actividades turísticas en la comunidad.</p> <p>O6: A partir de presente proyecto se brinda la oportunidad de que la actividad turística en la comunidad sea tomada de manera responsable con el entorno, con vistas a construir una gestión ambiental a futuro.</p> <p>O7. Existencia de organizaciones públicas y privadas interesadas en el turismo comunitario a nivel Ecuador</p>	<p>A1: Deslizamiento de tierras que afectan a la estructura del ingreso a los atractivos, usualmente en las épocas de invierno.</p> <p>A2. Mala información propiciada por las entidades gubernamentales de turno que provocan un temor en la comunidad para el desarrollo de las actividades turísticas.</p> <p>A3: Riesgo en la pérdida de la identidad cultural debido a la visita prolongada de turistas.</p> <p>A4: La globalización que exige que las personas deben de incorporarse a un mundo más moderno, inclusivo y universal en materia de tecnología, medios de comunicación y nuevos conocimientos.</p> <p>A5: Debido a la escasa información de la importancia de los atractivos, las comunidades conjuntamente con los GAD extraen piedras, tierra de las montañas, destruyendo las mismas a largo plazo.</p> <p>A6: Desastres naturales debido a la zona montañosa que rodea la comunidad como deslaves, inundaciones, terremotos, explosión de volcanes cercanos e incendios provocados.</p>

FORTALEZAS	Estrategias FO	Estrategias FA
<p>F1: Las mujeres son las encargadas de la venta de los productos, es decir de la economía a nivel familiar.</p> <p>F2: Existe una directiva la cual desempeña funciones administrativas en la comunidad.</p> <p>F3: Las mujeres desempeñan funciones en la producción agrícola y ganadera.</p> <p>F4: Festividades tradicionales que se aún se celebran en la comunidad</p> <p>F5: En cuanto al idioma aún existen personas que relatan anécdotas en kichwa</p> <p>F6: Existencia de personas Bilingües que conocen a cerca del valor cultural que en la cocina prevalecen como por ejemplo los alimentos tradicionales como las papas con cuy Habas con Queso, Papas amarillas con Cuy, Chicha, La Mashua en forma de bebida y cocinada</p> <p>F7: Guías nativos que cuentan con el conocimiento necesario sobre la comunidad para la creación de rutas y circuitos.</p> <p>F8: La comunidad de Michacalá cuenta con una gestión y manejo del territorio es decir que se incluye la zonificación funcional como áreas de amortiguamiento, opciones de atractivos turísticos, áreas de cultivo y ganadería específicos.</p> <p>F9: La comunidad cuenta con un recurso natural importante que es el agua, la misma que puede ser utilizada en los establecimientos que visite el turista.</p>	<p>F1O1: Planificar la venta de artesanías a base de la lana de llamingo</p> <p>F4O2: Impartir capacitaciones en servicio al cliente en el turismo con la finalidad de incluir a las mujeres en la preparación de alimentos tradicionales de la comunidad dirigido a los turistas que lleguen a la localidad.</p> <p>F5O5: Potencializar las actividades turísticas de la comunidad para la difusión de festividades y actividades tradicionales que aún se celebran en la comunidad.</p> <p>F8O2: Crear senderos turísticos que puedan ser del disfrute del turista</p>	<p>F3A6: Solicitar a las autoridades de turno realicen planes de contingencia en caso de desastres naturales.</p> <p>F7A2: Realizar conversatorios en la comunidad con la presencia de personas bilingües para combatir la mala información propiciada por las entidades gubernamentales de turno y con ello dar a conocer la importancia de cuidar la cultura en la localidad.</p>

DEBILIDADES	Estrategias DO	Estrategias DA
<p>D1. No se cuenta con infraestructura en cuanto al alojamiento debido a que se considera costoso para la población.</p> <p>D2: Existe una decadencia de la importancia del turismo en la comunidad por parte de las autoridades en curso.</p> <p>D3. En su mayoría los hombres emigran para la búsqueda de trabajo fuera de la comunidad.</p> <p>D4. Falta de conocimiento del servicio que se le brinda al turista.</p> <p>D5: La población de Michacalá aun continua con las creencias en donde el hombre es quien dirige las decisiones del hogar y la mujer.</p> <p>D6. La comunidad no cuenta con disposiciones para el control y mitigación de impactos negativos que provoque la actividad turística.</p> <p>D8: No existen estrategias de información, comunicación y educación sobre la conciencia en la utilización de recursos naturales con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental.</p>	<p>D101: Capacitar a la población para brindar el servicio de alojamiento que se puede prestar dentro de las habitaciones de sus hogares.</p> <p>D404: Difundir la cultura a través de medios de comunicación actuales que permitan llegar a los turistas nacionales y extranjeros a la comunidad.</p>	<p>D2A3: Fortalecer la identidad de la comunidad a través de la creación de un logo y slogan.</p> <p>D7A5: Solicitar a las autoridades de turno la creación de planes que eviten la explotación de los recursos existentes en la comunidad</p>

Una vez planteadas las estrategias se procede a evaluarlas y seleccionarlas para verificar su efectividad cubriendo la satisfacción de la demanda de la comunidad mientras que las estrategias de la oferta serán tomadas en consideración en base las estrategias FO, FA, DO, DA ya planteadas. Dichas estrategias serán seleccionadas concretamente en base a las respuestas obtenidas en las 383 encuestas aplicadas a los turistas, a continuación, se presenta la información tabulada e interpretada:

Tabulación y análisis de los resultados

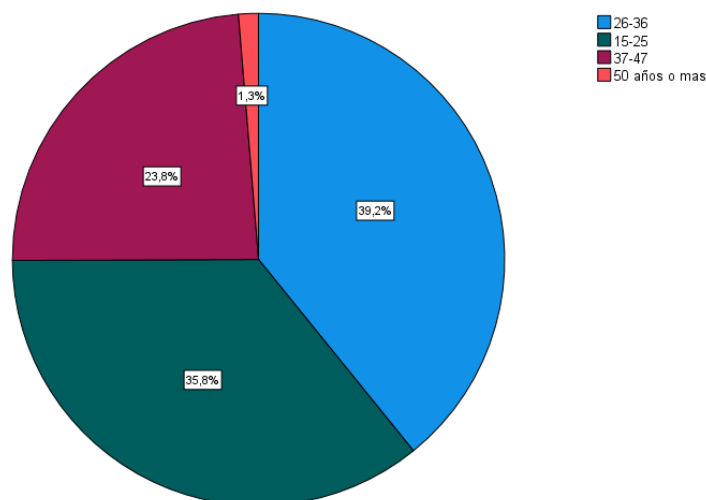
Tabla 9

Edad

		Edad		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	26-36	150	39,2	39,2
	15-25	137	35,8	35,8
	37-47	91	23,8	23,8
	50 años o mas	5	1,3	1,3
	Total	383	100	100

Figura 11

Edad



Análisis

De un total de 383 encuestados el 39.2% de personas se encuentra en un rango etario de 26-36 años, de igual forma que el 35.8% oscila en un intervalo 15-25 años de edad mientras que el 23.8% comprende el rango de 37-47 años y finalmente el 1.3% encuentra entre los 50 años o más.

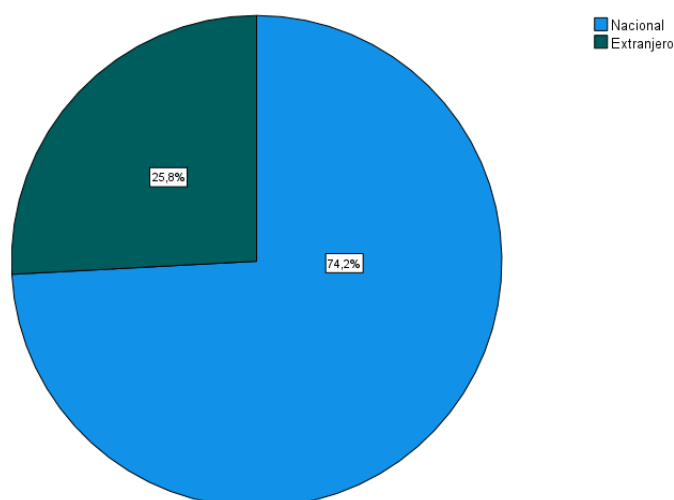
Tabla 10

Procedencia

		Procedencia		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nacional	284	74,2	74,2
	Extranjero	99	25,8	25,8
	Total	383	100	100

Figura 12

Procedencia



Análisis

De los 383 encuestados el 74.2% de personas corresponde a la nacionalidad ecuatoriana y el 25.8% son personas extranjeras.

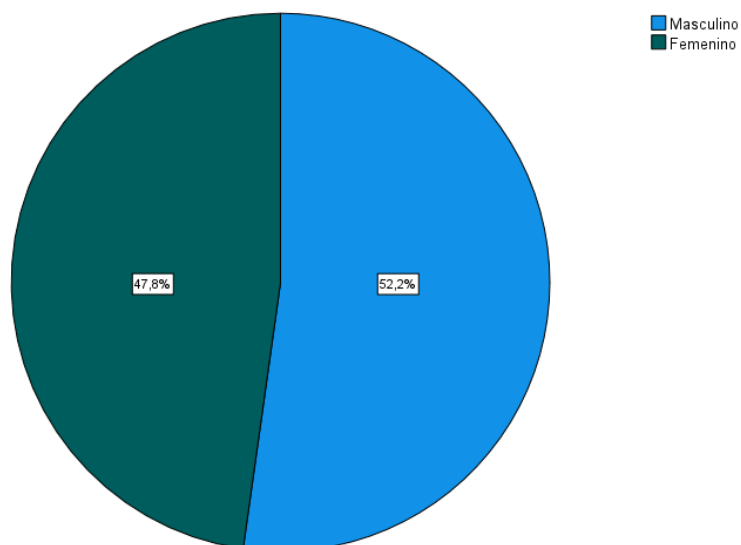
Tabla 11

Género

		Género		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Masculino	200	52,2	52,2
	Femenino	183	47,8	47,8
	Total	383	100,00	100,00

Figura 13

Género



Análisis

De las 383 personas establecidas en la encuesta el 52.2% pertenece al género femenino mientras que el 47.8% corresponde al género masculino.

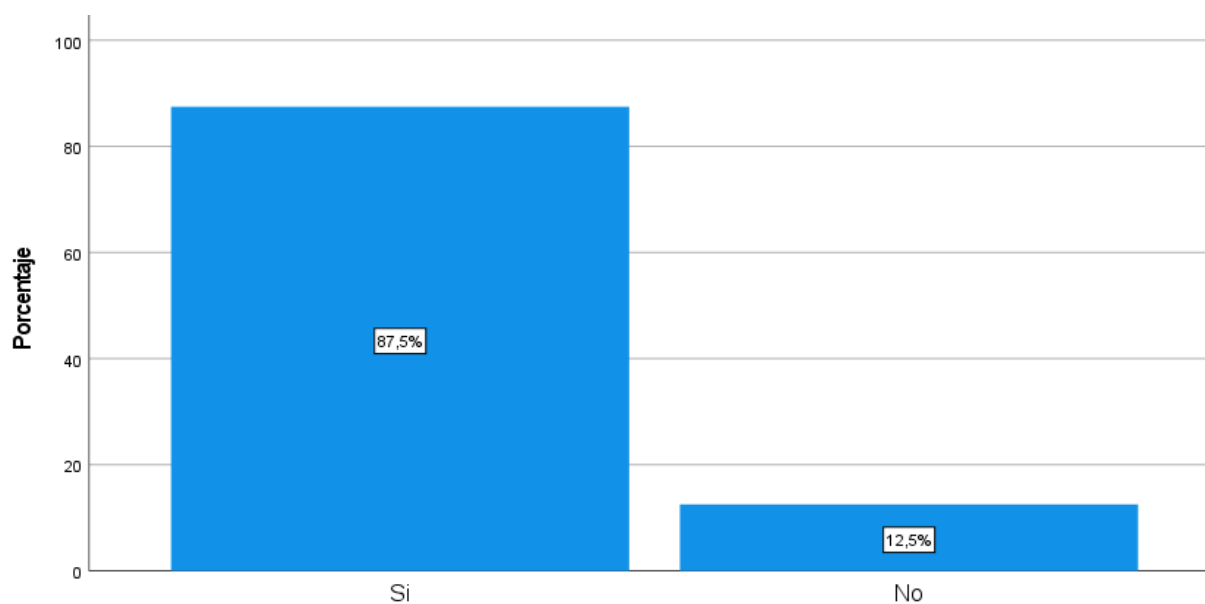
Tabla 12

¿Conoce usted que es el turismo comunitario?

¿Conoce usted que es el turismo comunitario?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	335	87,5	87,5
	No	48	12,5	12,5
	Total	383	100,0	100,0

Figura 14

¿Conoce usted que es el turismo comunitario?



Análisis

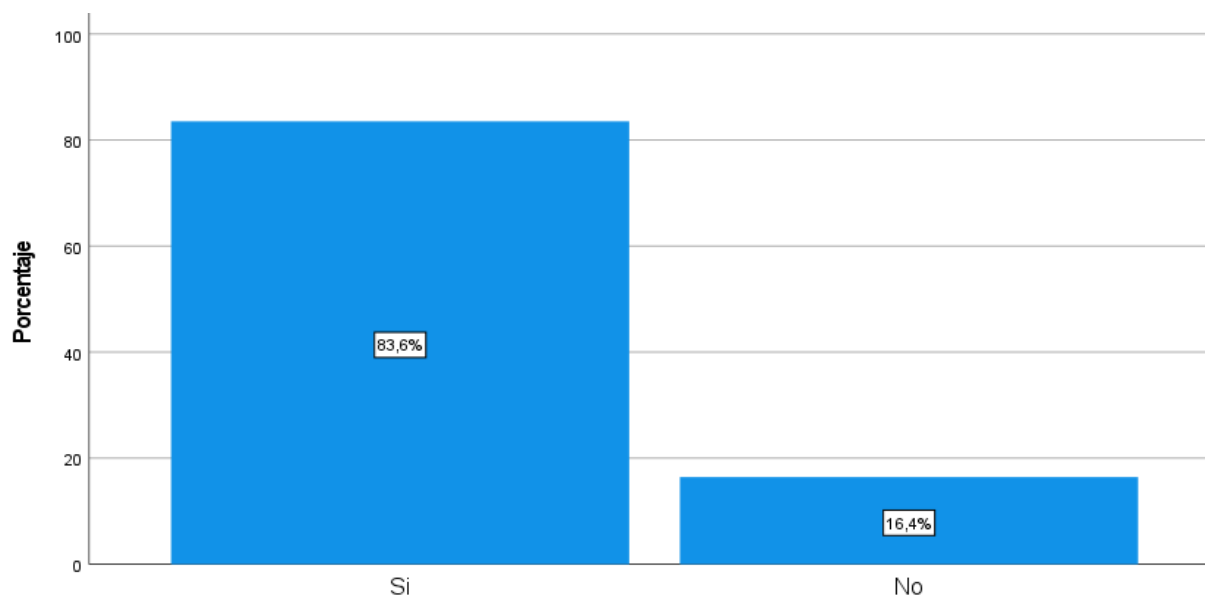
De acuerdo los 383 encuestados sobre la pregunta de que si ¿Conoce usted que es el turismo comunitario?, el 87.5% de personas conocen este tipo de turismo y el 12.5% desconocen o no han manejado el término.

Tabla 13

¿Usted realiza turismo comunitario?

¿Usted realiza turismo comunitario?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	323	83,6	83,6
	No	60	16,4	16,4
	Total	383	100,0	100,0

Figura 15 *¿Usted realiza turismo comunitario?*



Análisis

Con respecto a si las personas aplican o realizan turismo comunitario de los 383 encuestados el 83.6% conocen este tipo de turismo y realiza actividades bajo esta modalidad mientras que el 16.4% no realiza actividades turísticas iguales o relacionadas a este término.

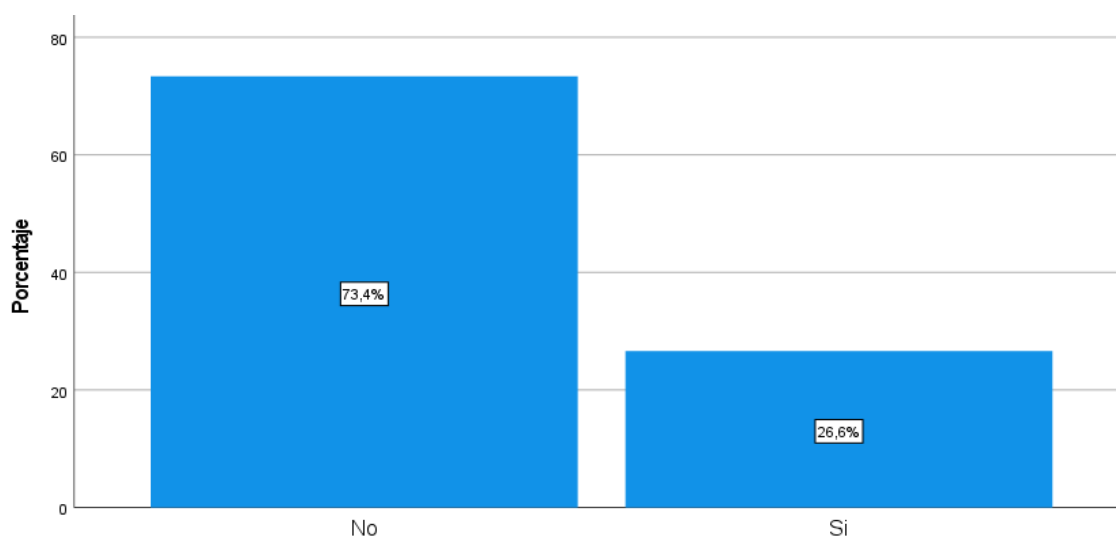
Tabla 14

¿Conoce usted la comunidad Michacalá que se ubica dentro de la parroquia de Zumbahua, cantón Pujilí?

¿Conoce usted la comunidad Michacalá que se ubica dentro de la parroquia de Zumbahua, cantón Pujilí?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	237	61,9	73,4
	Si	86	22,5	26,6
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
Total		383	100,0	

Figura 16

¿Conoce usted la comunidad Michacalá que se ubica dentro de la parroquia de Zumbahua, cantón Pujilí?



Análisis

En cuanto a la pregunta número 3 sobre si las personas conocen la comunidad Michacalá que se ubica dentro de la parroquia de Zumbahua cantón Pujilí, un 73.4% desconoce la ubicación del sitio y el 26.6% conocen donde se encuentra localizada la comunidad. Debido al apartado condicional de la pregunta 2, existe un 15.7% de datos perdidos que corresponde a las personas que no conocen el turismo comunitario y por ende no se aplica la encuesta hacia este grupo de la muestra. A partir de este filtro se cuenta con 323 encuesta llenas en su totalidad.

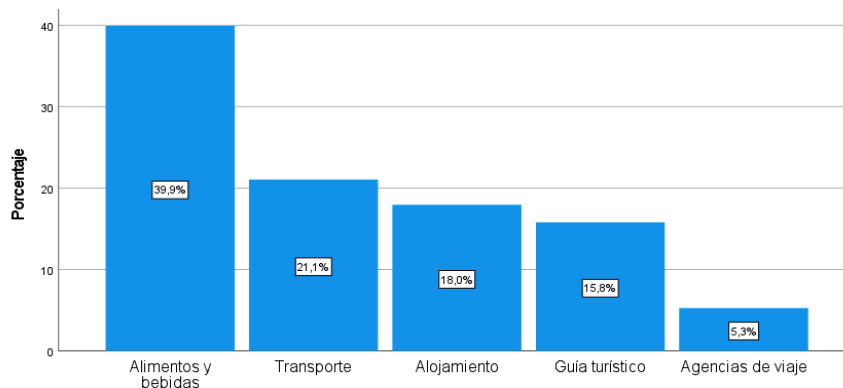
Tabla 15

De los siguientes servicios turísticos: ¿Cuál considera usted que es el más importante en la práctica del turismo comunitario?

De los siguientes servicios turísticos, ¿Cuál considera usted que es el más importante en la práctica del turismo comunitario?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Alimentos y bebidas	129	33,7	39,9
	Transporte	68	17,8	21,1
	Alojamiento	58	15,1	18,0
	Guía turístico	51	13,3	15,8
	Agencias de viaje	17	4,4	5,3
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
	Total	383	100,0	

Figura 17

De los siguientes servicios turísticos, ¿Cuál considera usted que es el más importante en la práctica del turismo comunitario?



Análisis

De acuerdo a la pregunta 4, en un total de 383 encuestados el 39.9% considera que los alimentos y bebidas son un aspecto importante, el 21.1% establece que el transporte también lo es, el 18% menciona el alojamiento como servicio, igualmente el 15.8% de personas enfatiza la importancia de un guía turístico para las actividades de turismo comunitario y por último el 5.3% habla de las agencias de viajes con un parámetro imprescindible.

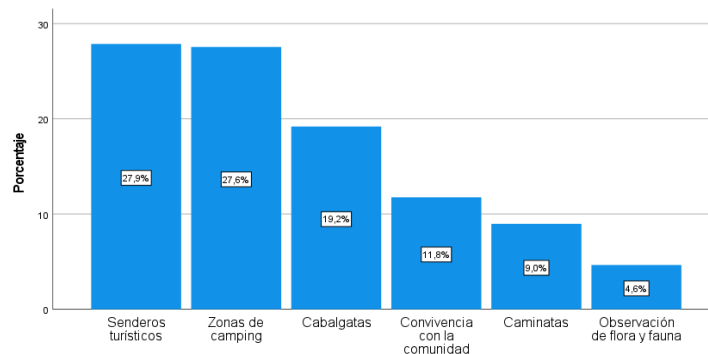
Tabla 16

¿Seleccione las actividades que le gustaría a usted realizar en la comunidad Michacalá?

¿Seleccione las actividades que le gustaría a usted realizar en la comunidad Michacalá?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	Senderos turísticos	90	23,5	27,9
	Zonas de camping	89	23,2	27,6
	Cabalgatas	62	16,2	19,2
Válido	Convivencia con la comunidad	38	9,9	11,8
	Caminatas	29	7,6	9,0
	Observación de flora y fauna	15	3,9	4,6
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
	Total	383	100,0	

Figura 18

¿Seleccione las actividades que le gustaría a usted realizar en la comunidad Michacalá?



Análisis

Con respecto a la pregunta 5 del 100% de encuestados al 27.9% les gustaría realizar recorridos por senderos turísticos en las actividades de turismo comunitario, para el 27.6% el camping puede ser una actividad recreativa, el 19.2% prefieren realizar cabalgatas, un 11.8% establece que la convivencia con la comunidad puede ser muy práctica, un 9% corresponde a caminatas y finalmente el 4.6% prefiere realizar una observación de flora y fauna en la comunidad de Michacalá.

Tabla 17

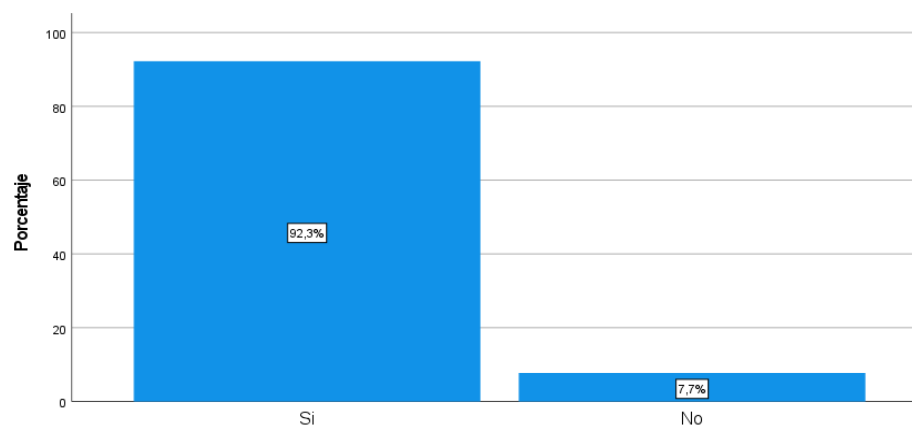
¿Si existiera una tienda de artesanías a base de la lana de llamingo en la comunidad usted accedería a la compra en alguna de ellas?

¿Si existiera una tienda de artesanías a base de la lana de llamingo en la comunidad usted accedería a la compra en alguna de ellas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	298	77,8	92,3
	No	25	6,5	7,7
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
	Total	383	100,0	

Figura 19

¿Si existiera una tienda de artesanías a base de la lana de llamingo en la comunidad usted accedería a la compra en alguna de ellas?

**Análisis**

De acuerdo a la pregunta 6 el 92.3% de encuestados respondió que si existiera una tienda de artesanías a base de la lana de llamingo en la comunidad accederían a la compra de dichos souvenir, a diferencia del 7.7% de personas que respondieron con negatividad al apoyo de este tipo de iniciativa.

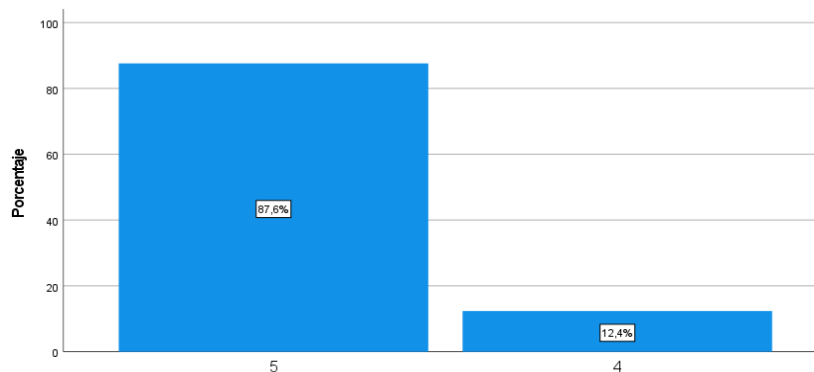
Tabla 18

Del 1 al 5 siendo 1 la menor puntuación y 5 al máximo ¿En qué rango usted considera que es importante preservar la cultura e identidad de una comunidad para ser compartida turísticamente?

Del 1 al 5 siendo 1 la menor puntuación y 5 al máximo ¿En que rango usted considera que es importante preservar la cultura e identidad de una comunidad para ser compartida turísticamente?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	5	283	73,9	87,6
Válido	4	40	10,4	12,4
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
	Total	383	100,0	

Figura 20

Del 1 al 5 siendo 1 la menor puntuación y 5 al máximo ¿En que rango usted considera que es importante preservar la cultura e identidad de una comunidad para ser compartida turísticamente?

**Análisis**

La pregunta 7 que menciona la importancia de preservar la cultura e identidad de una comunidad para ser compartida turísticamente, se estableció con una calificación de 5 siendo un valor demasiado importante, 4 muy importante, 3 importante, 2 poco importante y 1 nada importante, obteniendo que el 87.6% de las personas mencionan que es demasiado importante la preservación de los recursos turísticos y el 12.4% cree que es muy importante compartir dichos recursos con la sociedad a través del turismo comunitario.

Tabla 19

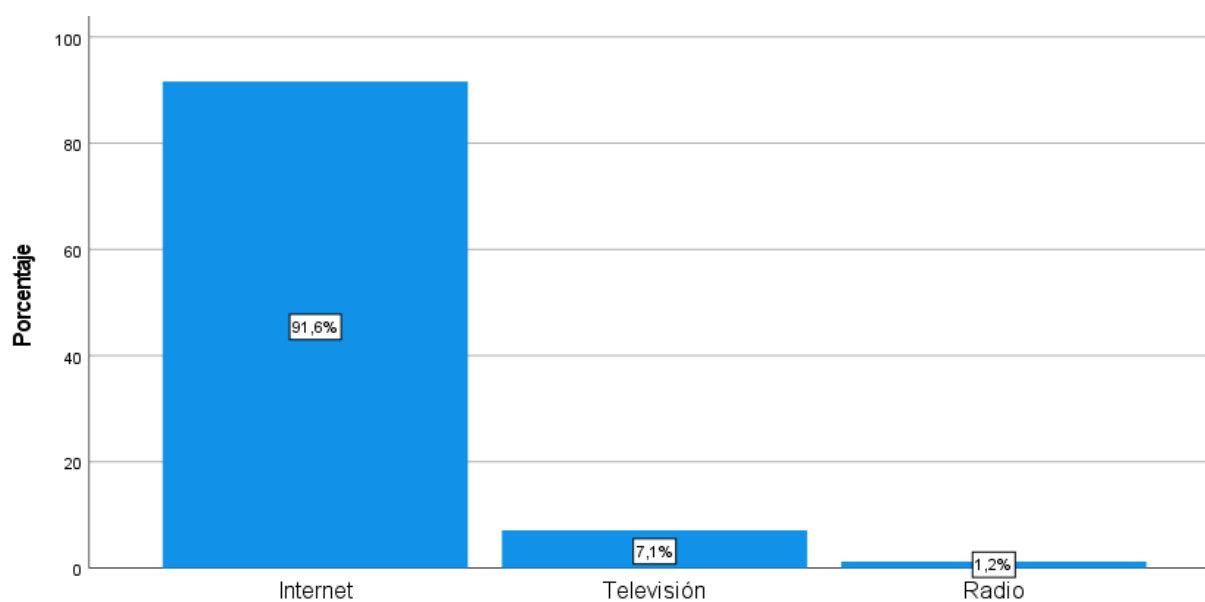
¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?

¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Internet	296	77,3	91,6
	Televisión	23	6,0	7,1

¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	Radio	4	1,0	1,2
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
	Total	383	100,0	

Figura 21

¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?



Análisis

De la totalidad de personas encuestadas el 91.6% utiliza el internet como medio de comunicación, un 7.1% de sujetos utiliza la televisión y finalmente el 1.2% de personas recurre a la radio para adquirir la información.

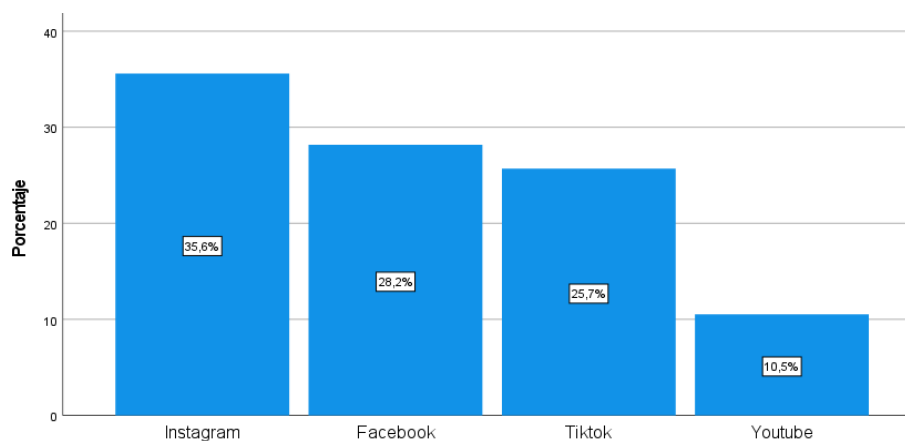
Tabla 20

¿De las siguientes redes sociales utiliza alguna para informarse sobre lugares turísticos que desea visitar?

¿De las siguientes redes sociales utiliza alguna para informarse sobre lugares turísticos que desea visitar?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Instagram	115	30,0	35,6
	Facebook	91	23,8	28,2
	Tiktok	83	21,7	25,7
	Youtube	34	8,9	10,5
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
Total		383	100,0	

Figura 22

¿De las siguientes redes sociales utiliza alguna para informarse sobre lugares turísticos que desea visitar?



Análisis

Con respecto a los 383 encuestados, el 35.6% de personas utiliza el Instagram como red social para conocer lugares de interés turístico, igualmente el 28.2% maneja el Facebook como

medio de información, un 25.7% manipula la aplicación de Tik Tok y por último el 10.5% de sujetos observa atractivos y lugares en YouTube.

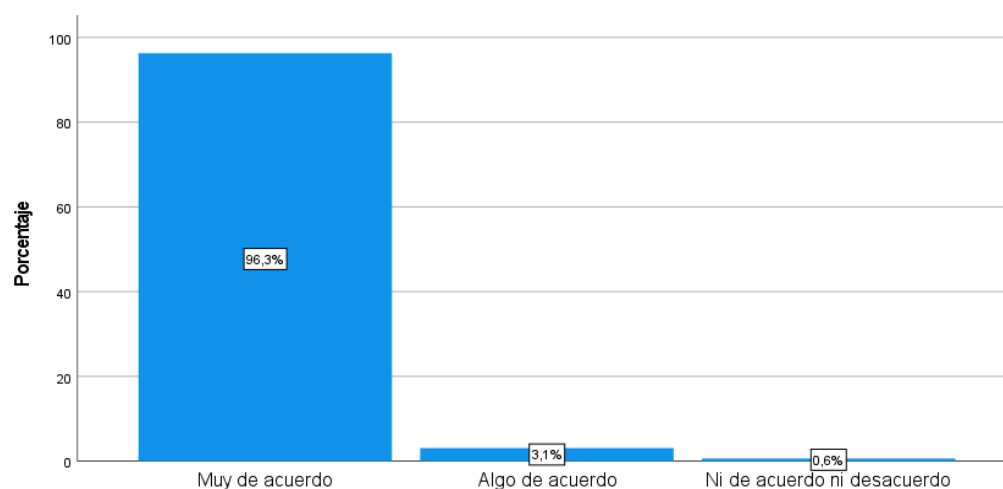
Tabla 21

¿Está de acuerdo que una comunidad para identificarse de las demás deba tener su logo y eslogan?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Muy de acuerdo	311	81,2	96,3
	Algo de acuerdo	10	2,6	3,1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	2	0,5	0,6
	Total	323	84,3	100,0
Perdidos	Sistema	60	15,7	
	Total	383	100,0	

Figura 23

¿Está de acuerdo que una comunidad para identificarse de las demás deba tener su logo y eslogan?



Análisis

Con respecto a la pregunta 10 sobre la identificación de la comunidad con un logo y eslogan propios, del total de encuestados un 96.3% de personas está de acuerdo con la iniciativa, el 3.1% está algo de acuerdo con la iniciativa y un 0.6% de individuos se mantiene al margen de la idea.

Análisis general de la encuesta

De acuerdo a los resultados generales de las encuestas se estableció que los turistas en su mayoría son de nacionalidad ecuatoriana con un 74.2%, pertenecientes al género masculino con un 52.2% y estos se encontraron en un rango etario de 26-36 años (39.2%), de acuerdo a los resultados se determinó que el 87.5% de encuestados conocen el turismo comunitario y un 83.6% de estos lo realizan de forma frecuente, también se observó que el 61.9% de todos los turistas no conoce la comunidad de Michacalá y que en las actividades del turismo comunitario el 33.7% respondió que el servicio más importante corresponde a la existencia de establecimientos de alimentos y bebidas, además que las actividades de su preferencia para este tipo de turismo son los senderos turísticos (23.5%), camping (23.2%) y cabalgatas (16.2%).

Con respecto al apoyo del emprendimiento destinado a la creación de tiendas de artesanías en la comunidad un 77.8% de turistas respondió que, si estarían dispuesto apoyar dicha iniciativa, a su vez el 73.9% de turistas también consideran que es importante preservar la cultura e identidad de una comunidad para ser compartida turísticamente. En cuanto a medios de comunicación se determinó que el 77.3% de turistas utilizan el internet para informarse y que el 30% utiliza el Instagram como medio digital para conocer lugares turísticos y poder visitarlos, por último, el 93.6% de encuestados está de acuerdo que una comunidad se identifique con un logo y eslogan propios.

Plan de acción para el fortalecimiento del turismo comunitario de la comunidad

Michacalá

Antecedentes de propuesta

Como se conoce la comunidad Michacalá cuenta con potencial para ser conocida y visitada por turistas nacionales o extranjeros y presenta al mismo tiempo condiciones adecuadas para el desarrollo de diferentes actividades turísticas, por lo que previo al análisis realizado se plantea ciertas estrategias que de una u otra manera buscan fortalecer a la localidad en el aspecto turístico comunitario.

Cabe recalcar que mediante encuestas dirigidas a los turistas se logró identificar las estrategias idóneas de acuerdo a sus gustos, preferencias y decisiones al realizar turismo comunitario, dichas opiniones fueron de gran importancia para que el plan de acción cuente con un beneficio evidente para la comunidad.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un plan de acción para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Michacalá

Objetivos específicos

- Plantear las posibles estrategias de acuerdo a un análisis FO, FA, DO, DA
- Seleccionar las estrategias de acuerdo a las preferencias de los turistas
- Concretar actividades en base a los resultados obtenidos.

Posibles estrategias

En este apartado se detalla las posibles estrategias planteadas en base al análisis

FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O1: Los dirigentes de la comunidad conjuntamente con un trabajador independiente cuentan con el conocimiento necesario para la implementación del turismo como parte de la generación de ingresos en la comunidad.</p> <p>O2: Personal externo capacitado para brindar información oportuna de restauración y turismo en la comunidad.</p> <p>O3. A pesar del tiempo aún prevalece el idioma Kiwcha como nativo de la localidad.</p> <p>O4: La visita de turistas tanto nacionales como extranjeros pueden contribuir a la difusión de su cultura,</p> <p>O5: El interés de grupos externos en potencializar las actividades turísticas en la comunidad.</p> <p>O6: A partir de presente proyecto se brinda la oportunidad de que la actividad turística en la comunidad sea tomada de manera responsable con el entorno, con vistas a construir una gestión ambiental a futuro.</p> <p>O7. Existencia de organizaciones públicas y privadas interesadas en el turismo comunitario a nivel Ecuador</p>	<p>A1: Deslizamiento de tierras que afectan a la estructura del ingreso a los atractivos, usualmente en las épocas de invierno.</p> <p>A2. Mala información propiciada por las entidades gubernamentales de turno que provocan un temor en la comunidad para el desarrollo de las actividades turísticas.</p> <p>A3: Riesgo en la pérdida de la identidad cultural debido a la visita prolongada de turistas.</p> <p>A4: La globalización que exige que las personas deben de incorporarse a un mundo más moderno, inclusivo y universal en materia de tecnología, medios de comunicación y nuevos conocimientos.</p> <p>A5: Debido a la escasa información de la importancia de los atractivos, las comunidades conjuntamente con los GAD extraen piedras, tierra de las montañas, destruyendo las mismas a largo plazo.</p> <p>A6: Desastres naturales debido a la zona montañosa que rodea la comunidad como deslaves, inundaciones, terremotos, explosión de volcanes cercanos e incendios provocados.</p>

FORTALEZAS	Estrategias FO	Estrategias FA
<p>F1: Las mujeres son las encargadas de la venta de los productos, es decir de la economía a nivel familiar.</p> <p>F2: Existe una directiva la cual desempeña funciones administrativas en la comunidad.</p> <p>F3: Las mujeres desempeñan funciones en la producción agrícola y ganadera.</p> <p>F4: Festividades tradicionales que se aún se celebran en la comunidad</p> <p>F5: En cuanto al idioma aún existen personas que relatan anécdotas en kichwa</p> <p>F6: Existencia de personas Bilingües que conocen a cerca del valor cultural que en la cocina prevalecen como por ejemplo los alimentos tradicionales como las papas con cuy Habas con Queso, Papas amarillas con Cuy, Chicha, La Mashua en forma de bebida y cocinada</p> <p>F7: Guías nativos que cuentan con el conocimiento necesario sobre la comunidad para la creación de rutas y circuitos.</p> <p>F8: La comunidad de Michacalá cuenta con una gestión y manejo del territorio es decir que se incluye la zonificación funcional como áreas de amortiguamiento, opciones de atractivos turísticos, áreas de cultivo y ganadería específicos.</p> <p>F9: La comunidad cuenta con un recurso natural importante que es el agua, la misma que puede ser utilizada en los establecimientos que visite el turista.</p>	<p>F1O1: Planificar la venta de artesanías a base de la lana de llamingo</p> <p>F4O2: Impartir capacitaciones en servicio al cliente en el turismo con la finalidad de incluir a las mujeres en la preparación de alimentos tradicionales de la comunidad dirigido a los turistas que lleguen a la localidad.</p> <p>F5O5: Potencializar las actividades turísticas de la comunidad para la difusión de festividades y actividades tradicionales que aún se celebran en la comunidad.</p> <p>F8O2: Crear senderos turísticos que puedan ser del disfrute del turista</p>	<p>F3A6: Solicitar a las autoridades de turno realicen planes de contingencia en caso de desastres naturales.</p> <p>F7A2: Realizar conversatorios en la comunidad con la presencia de personas bilingües para combatir la mala información propiciada por las entidades gubernamentales de turno y con ello dar a conocer la importancia de cuidar la cultura en la localidad.</p>

DEBILIDADES	Estrategias DO	Estrategias DA
<p>D1. No se cuenta con infraestructura en cuanto al alojamiento debido a que se considera costoso para la población.</p> <p>D2: Existe una decadencia de la importancia del turismo en la comunidad por parte de las autoridades en curso.</p> <p>D3. En su mayoría los hombres emigran para la búsqueda de trabajo fuera de la comunidad.</p> <p>D4. Falta de conocimiento del servicio que se le brinda al turista.</p> <p>D5: La población de Michacalá aun continua con las creencias en donde el hombre es quien dirige las decisiones del hogar y la mujer.</p> <p>D6. La comunidad no cuenta con disposiciones para el control y mitigación de impactos negativos que provoque la actividad turística.</p> <p>D8: No existen estrategias de información, comunicación y educación sobre la conciencia en la utilización de recursos naturales con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental.</p>	<p>D101: Capacitar a la población para brindar el servicio de alojamiento que se puede prestar dentro de las habitaciones de sus hogares.</p> <p>D404: Difundir la cultura a través de medios de comunicación actuales que permitan llegar a los turistas nacionales y extranjeros a la comunidad.</p>	<p>D2A3: Fortalecer la identidad de la comunidad a través de la creación de un logo y slogan.</p> <p>D7A5: Solicitar a las autoridades de turno la creación de planes que eviten la explotación de los recursos existentes en la comunidad</p>

Estrategias

Una vez establecidas las estrategias, en los siguientes cuadros se desarrollan las más óptimas de acuerdo a la disponibilidad de recursos que tiene la comunidad:

Tabla 23*Estrategia 1: Creación de logo y slogan*

Estrategia 1	Objetivo	Acciones/tareas	Recursos	Responsable	Costo	Indicador
Creación de un logo y slogan que represente la identidad de la comunidad	Crear un logo y slogan a través de formas gráficas que representen la cultura de la comunidad con la finalidad de manifestar su identidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar imágenes representativas de la comunidad (atractivos turísticos naturales y culturales) ✓ Realizar bosquejos de logos ✓ Socializar cada uno de los logos a la comunidad para la toma de decisión en la elección del logo ✓ Deliberación de la mejor opción ✓ Presentación oficial del logo y slogan final, por medio de una reunión programada 	Computador Programas para diseño Internet Refrigerios Recurso humano	Directiva de la comunidad	\$150	Número de turistas que recuerdan el logo y slogan de la comunidad después de su visita

Descripción de las actividades/tareas

Con la finalidad de cumplir en su totalidad las actividades planificadas para la estrategia número 1 es pertinente describir las realizadas, en primera estancia, por medio de una visita programada a la comunidad se identificó lugares representativos en los cuales se distinguen atractivos naturales y culturales, que forman parte de la comunidad.

En cuanto a los atractivos naturales se encuentra; la Quebrada de Michacalá, Muntun Rumi o Cascahuiche, La montaña de Campana, la montaña de Guayama, mientras que los atractivos culturales se identifica la gastronomía y fiestas tradicionales del sector. Este paso es de utilidad debido a que el logo y slogan deben corresponder a la identidad que lleva esta comunidad y dentro de ella sus atractivos más representativos.

A continuación, se realiza una propuesta de logo para en lo posterior socializar con los pobladores de la comunidad que a través de una votación permitirá la aprobación del mejor logo y slogan de acuerdo a sus preferencias, para en lo posterior realizar una convocatoria en la cual se formalice la presentación del logo y slogan oficial, con su correspondiente explicación de su simbología.

De acuerdo a los factores analizados anteriormente, a continuación, se presenta una alternativa de logo y slogan:

Figura 24

Propuesta de Logo y Slogan de la comunidad Michacalá



Como se observa en la imagen, el logotipo se encuentra conformado por figuras y un slogan "un paraíso entre montañas". El símbolo corresponde a las dos montañas más representativas de la comunidad: La montaña de Campana, la montaña de Guayama a su vez un sol el cual representa la fuerza que tiene la naturaleza para los pueblos indígenas debido a que en tiempos atrás era su principal divinidad pues los caciques eran considerados hijos del sol, y en efecto se practicaban ceremonias especiales con la creencia de enviar y recibir mensajeros del sol (hombres puros de corazón y portadores de fuerza, vida y luz),, al mismo tiempo se distingue una línea en posición curva la cual representa los senderos que son ofertados en la comunidad, finalmente el nombre de la comunidad que se encuentra escrita en dos colores diferentes para su distinción. A continuación, se explica el sentido del color en el logo:

Blanco: En la psicología este color es considerado como una inspiración a la creatividad, crecimientos del ser humano en varios aspectos, inocencia y reflexión.

Crema: En cambio este color corresponde a la evocación de la paz, tranquilidad y el equilibrio.

Café: En psicología el color café es asociado con la naturaleza debido a que en el entorno se puede encontrar árboles, tierra que lleva este color.

En conclusión, los colores utilizados en el logotipo tienen como objetivo llamar la atención de propios y extraños para que puedan vincularlo con la identidad de la comunidad, con ello incentivar a que posean un recuerdo a largo plazo de la localidad conjuntamente con la presencia de memorias sobre los atractivos naturales y culturales que puedan visitar y la ejecución de actividades correspondientes al turismo comunitario.

Tabla 24*Estrategia 2: Venta de artesanías*

Estrategia 1	Objetivo	Acciones/tareas	Recursos	Responsable	Costo	Indicador
Venta de artesanías elaboradas a base de la lana de llamingo en la comunidad.	Planificar la venta de artesanías elaboradas a base de la lana de llamingo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar a las mujeres que elaboran las distintas artesanías en la comunidad ✓ Seleccionar las artesanías a fabricar ✓ Solicitar asesoría a personas profesionales con conocimiento sobre atención al cliente ✓ Encontrar lugares estratégicos para la venta de estos productos. ✓ Elaborar croquis para la ubicación de cada una de las artesanas 	Materiales para la elaboración de artesanías Carpas para la venta Silletas Mesas Materiales de oficina Recurso humano (asesores designados por el MINTUR)	Directiva de la comunidad Mujeres artesanas Especialistas del Ministerio de Turismo	\$450	Cantidad de artesanías vendidas a nivel mensual

Descripción de las actividades/tareas

Por medio de una reunión programada se podrá identificar a las mujeres que elaboran distintas artesanías en la comunidad con la finalidad de seleccionar los souvenir y recuerdos aptos para ser elaborados de acuerdo al presupuesto que se cuenta para esta actividad, a continuación, es pertinente realizar una capacitación sobre la atención al cliente con la finalidad de recibir a los turistas y satisfacer sus expectativas, para ello será necesario que la directiva de la comunidad solicite al Ministerio de Turismo personal profesional para realizar las capacitaciones necesarias, finalmente se establecerá lugares estratégicos dentro de la comunidad para cada una de las artesanías. Tomando en consideración que las artesanías que se fabricarán serán a base de la lana de llamingo se propone las siguientes:

Tabla 25

Propuesta de artesanías

Artesanía	Descripción
	<p>Buzos para hombre y mujer de distintos colores, además que puede contener el logotipo y slogan de la comunidad.</p>
	<p>Alfombras de varios colores y figuras.</p>

Artesanía**Descripción**



Bufandas y gorros elaborados a base de la lana de llamingo.



Guantes de lana de llamingo, varios colores y estilos.



Llaveros de llamingo elaborados con lana y otros materiales.

Tabla 26*Estrategia 3: Capacitación a mujeres de la comunidad*


Estrategia 3	Objetivo	Acciones/tareas	Recursos	Responsable	Costo	Indicador
Capacitación a las mujeres con la finalidad de incluir el servicio de alimentos y bebidas como servicio turístico en la comunidad	Brindar el servicio de alimentos y bebidas en la comunidad mediante capacitaciones para garantizar la satisfacción del turista en su estancia en la comunidad Michalá.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Socializar la estrategia a las mujeres de la comunidad ✓ Identificar los alimentos tradicionales en la comunidad ✓ Estandarizar productos y precios ✓ Programar días y horas de capacitación (dos días por semana) ✓ Capacitación a las mujeres por parte de personal capacitado (especialistas turísticos) ✓ Organizar lugares adecuados para el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> Útiles de oficina Hojas Carpetas Insumos de cocina Espacio físico Esferos Marcadores Pizarrón Personal capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> Directiva de la comunidad Mujeres de la comunidad Especialistas del Ministerio de Turismo 	\$250	Cantidad de establecimiento de alimentos y bebidas establecidos en un año dentro de la comunidad

Descripción de las actividades/tareas

Para la puesta en marcha de la estrategia número tres es importante socializarla de manera previa, debido a que se tendrá como actores principales a las mujeres de la comunidad para con ello prestar atención a la predisposición de cada una de ellas en ser parte del proyecto, el cual tiene como objetivo preparar platos de los alimentos tradicionales de la comunidad, para lo cual es indispensable que la mujer conozca sobre la preparación de los alimentos, sin embargo es necesario que la directiva de la comunidad realice los trámites necesarios para que el Ministerio de Turismo y las entidades a fin designen recurso humano necesario para la capacitación sobre normas de inocuidad, buenas prácticas de manufactura, entre otras temáticas para garantizar la buena preparación de cada uno de los platos. A continuación, se presenta la propuesta de platos típicos a preparar por la comunidad con la finalidad de prestar el servicio de alimentos y bebidas:

Tabla 27

Gastronomía de la comunidad Michacalá

Plato tradicional	Descripción
	<p>Se trata de un cuy frito en abundante aceite, hasta alcanzar un punto crocante, bajo una piedra que hace las veces de tapa. Se suele acompañar con papas hervidas, maíz y salsas de ají, como la crema de huacatay.</p>

Plato tradicional

Descripción

Las habas un producto delicioso que por años ha sido consumido especialmente en la región Sierra, este plato se lo acompaña con queso surge la combinación perfecto.



Los granos [de maíz blanco o amarillo] eran masticados y escupidos por las mujeres sobre una piedra, ya que su saliva apuraba la fermentación; con otra piedra eran machacados y luego se remojaban en agua y depositaban en una olla de barro.

Tabla 28*Estrategia 4: Senderos turísticos*

Estrategia 4	Objetivo	Acciones/tareas	Recursos	Responsable	Costo	Indicador
Implementación de senderos turísticos en la comunidad	Organizar senderos turísticos por medio del conocimiento de guías nativos existentes en la comunidad para lograr una oferta turística más amplia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar a los guías de la localidad ✓ Socializar la estrategia ✓ Realizar reuniones trabajo (guías, directiva de la comunidad y funcionarios públicos profesionales en el tema) ✓ Efectuar las rutas previamente ✓ Identificar problemáticas ✓ Establecer posibles soluciones ✓ Ofertar los senderos 	Espacio físico para reuniones Insumos de oficina Transporte Personal capacitado Guías Equipo de montaña Computador Recurso humano	Directiva de la comunidad Guías locales Especialistas del Ministerio de Turismo	\$300	Cantidad de turistas que han realizado los senderos turísticos a nivel mensual

Para una mejor comprensión del croquis a continuación se efectúa una descripción del mismo a través de los puntos y actividades que se pueden realizar en cada uno de ellos.

- A. Ingreso de la vía la Maná Pujilí Latacunga hacia la comunidad Michacalá.
- B. A 2 kilómetros la Quebrada de Michacalá y la montaña de Guayama. En estos lugares se puede realizar senderismo, camping, entre otras actividades de recreación debido a que se trata de un espacio natural que cuenta con amplitud y área para estos fines. Además que en la montaña de Guayama se puede realizar actividades turística como senderismo, fotografía, avistamiento de flora y fauna,
- C. A 500 metros se encuentra la Unidad Educativa Michacalá, dicho lugar cuenta con espacios para visitarlo en caso de existir ferias de emprendimiento, exposiciones estudiantiles, etc.
- D. Seguidamente a 1.5 kilómetros se llegar a la comunidad Michacalá con la finalidad de encontrar establecimientos de alimentos y bebidas, servicios higiénicos, zonas de descanso además se tendrá la oportunidad de visitar atractivos como iglesias, parques.
- E. A continuación aproximadamente a 2 kilómetros se puede visitar la Montaña de Muntum Rumi en donde se permite el avistamiento de 3 cóndores machos y pequeños cóndores en su proceso de crecimiento.
- F. Finalmente se continúa en el trayecto en donde se puede distinguir a los llamingos y otras especies propias del sector. A su vez se accede a visitar la Montaña la Campana debido a que en sus faldas se llevan a cabo las corridas de toros y otros eventos en ciertas épocas del año. Cabe resaltar que en esta elevación también se puede encontrar un mirador en donde se observará flora, fauna, montañas y el centro de Michacalá.

Tabla 29*Estrategia 5: Capacitación a la población*

Estrategia 5	Objetivo	Acciones/tareas	Recursos	Responsable	Costo	Indicador
Capacitar a la población sobre la importancia de conservar la cultura e identidad	Efectuar una capacitación sobre la relevancia de conservar la identidad, cultura y tradiciones en la comunidad para lograr que los pobladores reconozcan su valor patrimonial, cultural presentes en cada una de sus costumbres y tradiciones.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Por medio de un documento solicitar a las autoridades de turno, una capacitación dirigida a la comunidad ✓ Establecer día y hora de la capacitación (dos veces por semana) ✓ Realizar una convocatoria a la comunidad ✓ Solicitar personal bilingüe en la comunidad para una buena comunicación ✓ Medir los conocimientos adquiridos por medio de check list 	Pizarrón Marcadores Computador Esferos Hojas Refrigerios Proyector	Directiva de la comunidad Especialistas del Ministerio de Turismo	\$250	Calificación adquirida en el check list elaborado por los asistentes de la capacitación.

Descripción de las actividades/tareas

En primera estancia será pertinente que la directiva de la comunidad realice las gestiones necesarias para que las autoridades de turno y el ministerio de turismo designen a las personas profesionales en la materia para impartir las capacitaciones cuyo objetivo es lograr que los pobladores reconozcan su valor cultural, patrimonial en base a las costumbres y tradiciones que poseen.

Una vez contactados las entidades gubernamentales a cargo es necesario crear un lazo de comunicación entre las personas que conocen del idioma kichwa y español para que brinden apoyo en la traducción de la información impartida por el personal a cargo. Finalmente se procederá a solicitar a todos los asistentes el llenado de un check list el cual contiene la información impartida con la finalidad de identificar la cantidad de conocimiento que fue adquirido y aquellos que hace falta reforzar.

A continuación, se presenta un bosquejo del check list a mostrar:

Tabla 30

Check list de capacitación

CHECK LIST DE EVALUACIÓN		
Nombre:		
Fecha:		
Criterio a evaluar	Si	No
Puntualidad del capacitador		
Tono de voz (atención y comprensión)		

CHECK LIST DE EVALUACIÓN

¿Considera que Material

(diapositivas) fue claro y

conciso?

¿Piensa que ahora después

de la capacitación podría

crear un concepto de cultura,

tradición, costumbres?

¿Considera que puede

realizar una diferenciación

entre los términos

expuestos?

¿Cree usted que la

conservación de la cultura es

importante dentro de la

comunidad?

¿Estaría dispuesto a seguir

asistiendo a más

capacitaciones con la

temática presentada?

Tabla 31*Estrategia 6: Difusión de la cultura y actividades*



Estrategia 6	Objetivo	Acciones/tareas	Recursos	Responsable	Costo	Indicador
Difusión de la cultura y actividades turística a través de medios de comunicación actuales	Difundir la cultura y las diferentes actividades turísticas que se pueden desarrollar en la comunidad mediante el uso de la red social Instagram con la finalidad de promover las visitas turísticas hacia la comunidad Michacalá.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear la red social a nombre de la comunidad ✓ Configurar de manera general la red social ✓ Planificar las publicaciones a nivel semana, mensual y anual ✓ Dar seguimiento al avance que se tenga en la página ✓ Contratar una persona para continuar con la gestión de la red social 	Computador Cámara fotográfica Esferos Hojas Internet	Directiva de la comunidad Especialistas del Ministerio de Turismo Persona profesional externa	\$500	Cifra de seguidores a nivel mensual, anual en la página oficial de Instagram de la comunidad Michacalá

Descripción de las actividades/tareas

A continuación, se describe los pasos a seguir para abrir y configurar la red social Instagram a nombre de la comunidad:

Tabla 32

Red social de la comunidad Michacalá

Proceso	Descripción
	<p>Creación de la red social a nombre de la comunidad Michacalá para en lo posterior subir la foto de perfil que será el logotipo de la comunidad.</p>
	<p>Configuración de la red social, es decir el cambio a cuenta profesional con la finalidad de obtener herramientas necesarias para la gestión de la cuenta a largo plazo.</p>

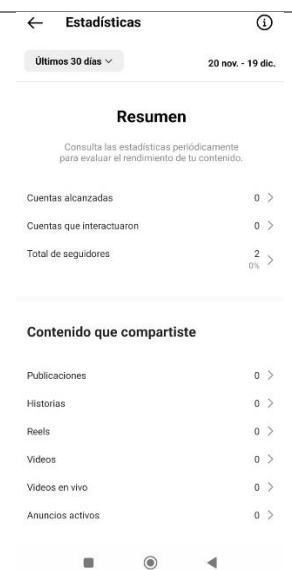
Proceso

Descripción



Programar las publicaciones con las fotografías tomadas en los atractivos naturales y culturales de la comunidad.

Es indispensable el uso de hashtag como, por ejemplo: #comunidad #cotopaxi con el objetivo de lograr mayor alcance al público objetivo.



Brindar seguimiento de la cuenta por medio de las estadísticas que brinda Instagram sobre las publicaciones realizadas, historias, reels, videos, videos en vivo y otros anuncios. A su vez el total de seguidores que se adquiriera a nivel diario, semanal, mensual y anual.

Presupuesto

Tabla 33

Presupuesto

ESTRATEGIAS	VALOR
Estrategia 1: Creación de logo y slogan	\$150
Estrategia 2: Venta de artesanías	\$450
Estrategia 3: Capacitación a mujeres de la comunidad	\$250
Estrategia 4: Senderos turísticos	\$300
Estrategia 5: Capacitación a la población	\$250
Estrategia 6: Difusión de la cultura	\$500
TOTAL	\$2000

Cronograma del plan de acción

Tabla 34

Cronograma del plan de acción

ESTRATEGIAS	1 mes				2 mes				3 mes				4 mes				5 mes				6 mes						
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Estrategia 1: Creación de logo y slogan	■	■	■	■																							
Estrategia 2: Venta de artesanías					■	■	■	■																			
Estrategia 3: Capacitación a mujeres de la comunidad									■	■																	
Estrategia 4: Senderos turísticos											■	■	■	■													
Estrategia 5: Capacitación a la población																	■	■	■								
Estrategia 6: Difusión de la cultura y actividades turísticas																					■	■	■	■			

Conclusiones de la propuesta

Por medio de la tabla cruzada se estableció un total de 10 estrategias con la finalidad de disminuir las debilidades y amenazadas utilizando las fortalezas y oportunidades con las que cuenta la comunidad para en lo posterior realizar un análisis de las adecuadas en beneficio del sector turístico.

Como se menciona, las estrategias fueron establecidas previo a un análisis FODA en los entornos económicos, sociales, cultural y ambiental de la comunidad, sin embargo, se eligió las que beneficiaban a la localidad en el ámbito turístico con base a las preferencias de los visitantes, es decir que a partir de los datos obtenidos de las encuestas tabuladas e interpretadas se logró una selección de estrategias factibles para la construcción del plan de acción.

Cada una de las actividades fueron designadas en base a las estrategias, considerando factores como recursos económicos, humanos, tecnológicos, conjuntamente con el responsable que para este caso corresponde en su mayor parte a la directiva de la comunidad, un presupuesto destinado para cada una de las estrategias y finalmente un indicador que permitirá medir el avance de cada proyecto.

Recomendaciones de la propuesta

Para poner en marcha las estrategias planificadas es importante que la comunidad establezca un presupuesto, el mismo que deberá ser solicitado al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí, Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Zumbahua, debido a que el gobierno de turno establece rubros para la generación de proyectos turísticos y productivos a nivel nacional.

La directiva de la comunidad es la única encargada de la puesta en marcha de cada una de las actividades debido a que es la organización intermediaria entre la comunidad y las autoridades para la solicitud de los requerimientos necesarios.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Después de haber realizado el trabajo investigativo se puede concluir que:

- La búsqueda de información de manera digital fue limitada debido a que no se cuenta con proyectos previos de la comunidad Michacalá además que en las páginas de oficiales de las entidades gubernamentales no se dispone de documentos oficiales actuales como por ejemplo el plan de ordenamiento territorial, catastros, planes de contingencia, emergencia, entre otros necesarios para el desarrollo de las metodologías, por lo que la investigación de campo fue necesaria para adquirir los datos indispensables en la generación de la ficha de la metodología de Jerarquización y generación de espacios turísticos del Ministerio de turismo.
- Una vez desarrolladas las metodologías y por medio de la investigación se logró identificar que la comunidad Michacalá cuenta con el potencial turístico necesario para la realización de actividades turísticas; en base a una metodología internacional se adquirió datos importantes de la localidad en cuanto a factores, económicos, sociales, culturales y ambientales además se desarrolló una segunda metodología brindada por el Ministerio de Turismo, la misma que brindó parámetros para una calificación adecuada del atractivo obteniendo como resultado una jerarquización nivel II que cuenta con la siguiente definición “Es un atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional”.
- A pesar de que la comunidad Michacalá se encuentra organizada para la llegada de turistas fue necesario que el enfoque turístico sea destinado al reconocimiento de la identidad y cultural, para con ello aprovechar este recurso y lograr que se desarrolle un

turismo comunitario mejor gestionado y con las garantías de satisfacción a cada uno de los turistas actuales que buscan actividades en las cuales influyen el entorno ambiental, social y cultural de la sociedad.

- El plan de acción presentado cuenta con seis estrategias dentro de las cuales se especifican los objetivos, acciones, recursos, responsables, costos e indicadores para su ejecución y garantía de su factibilidad para el fortalecimiento del turismo comunitario que se desarrolla en la localidad.

Recomendaciones

Una vez que se ha detallado los resultados y conclusiones del presente proyecto se recomienda que:

- El gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pujilí debe de tomar en cuenta a la Comunidad de Michacalá dentro de sus planes de desarrollo turístico-cultural con la finalidad de destinar recursos necesarios para el progreso de las distintas actividades turísticas que beneficiaran en el ámbito económico y social de la comunidad.
- En su momento, es importante que la comunidad Michacalá cuente con su propio plan de promoción turística contando como antecedente que mediante el presente proyecto se identificó que la comunidad cuenta con el potencial necesario para ser comercializado a nivel nacional e internacional.
- Las entidades gubernamentales de turno, tanto del Gobierno autónomo cantonal y parroquial deben de gestionar el talento humano y recursos económicos necesarios para la puesta en marcha de proyectos que involucren a la comunidad de Michacalá con las actividades turísticas, para con ello disminuir la migración que ha impactado fuertemente en la sociedad por la búsqueda de una mejor economía para sus familias.

Bibliografía

- Alcarraz, J. (2020). *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/22881/1/T-ESPEL-ITH-0138.pdf>
- Alvarez, D. (2013). Obtenido de EL turismo de aventura y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Quisapincha, Provincia de Tungurahua: Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/4623>
- Ander, E. (2005). *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad*. Buenos Aires: Lumen Hymanitas.
- Arias, I. (2005). *Apuntes para una discusión sobre desarrollo rural en Venezuela*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a05v26n02/05260231.html#pres>
- Baca, J. (2010). *Turismo alternativo*. Obtenido de <https://profebaca.wordpress.com/tag/definicion-turismo-alternativo/>
- Benites, J., & Cueva, J. (2016). *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/12156>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0061.pdf>
- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Obtenido de <http://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico Robertoc.boullon.pdf>
- Cabezas, E., Naranjo, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Obtenido de

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

Candelaria, P. (2015). *La importancia de medir el potencial turística de un sitio*. Obtenido de <https://prezi.com/fsfr1rt5cqxl/la-importancia-de-medir-el-potencial-turistico-de-un-sitio/>

Chan, K., & Renée, M. (2005). *La estrategia del Océano Azul*. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3008/1/La%20estrategia%20del%20Oc%C3%A9ano%20Azul.pdf>

Chardler, A. (2003). *Strategy and structure. Chapters un the history of the American Industrial Enterprise*. New York: Beard Books.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

De la Rosa, A. (2014). Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HXeU7mKLJ1kJ:https://www.cepal.org/publicaciones/xml/1/53681/MetodosyaplicacionesAL.pdf+&cd=10&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

Delgado, D. (2017). *Diagnóstico del potencial turístico para el Diseño de senderos ecoturísticos*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2017000100028&script=sci_arttext

Dominguez, P., Burguete, E., & Bernard, A. (1998). *Universidad Austral de Chile*. Obtenido de Turismo alternativo y tecnología: Promoción de la Sierra Mágica por medio de Internet: <http://revistas.uach.cl/index.php/gestur/article/view/3425>

- Escobar, A. (2015). *Territorios de diferencia: la ontología política de los "Derechos al Teritorio"*.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1809/180942587002.pdf>
- García, C. (2016). *Turismo comunitario en Ecuador*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502011.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi. (10 de 2022). *Prefectura de Cotopaxi*. Obtenido de <https://www.cotopaxi.gob.ec/>
- Goeldner, C., & Brent, J. (2016). Turismo planeación, administración y perspectivas.
http://www.sancristoballibros.com/libro/turismo-planeacion-administracion-y-perspectivas_21708.
- González, F., Acosta, J., Agüera, F., & Verdugo, M. (2015). *Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los Stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana*.
Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-21062015000100006
- Guevara, J. (2012). *Teoría General de Turismo: Un enfoque Global y Nacional*. Mexico.
- Gutiérrez, S., & Utreras, P. (2015). *Alternativas para mejorar la comercialización del turismo comunitario en el Ecuador*. Obtenido de
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/12338>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura . (2014). *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura* . Obtenido de
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yi6DjgWU07AJ:www.iica.int/es/content/gu%25C3%25ADa-para-la-formulaci%25C3%25B3n-deplanes-de-desarrollo-tur%25C3%25ADstico-en-territoriosrurales+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

- Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios. (2010). *Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/INSTRUCTIVO-PARA-REGISTRO-DE-CTC.pdf>
- Jarrín, M. (2014). *Diagnóstico de la potencialidad Turística de la parroquia de Tumbaco*. Obtenido de Dialnet-DiagnosticoDeLaPotencialidadTuristicaDeLaParroquia-4754379%20(3).pdf
- Kotler, P. (2002). *Dirección de mercadotecnia*. Obtenido de <https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>
- Ley de Turismo. (2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Logroño, K., & Waspash, J. (2016). *Diagnóstico del potencial turístico natural de la Comunidad Shuar Shaimi , estación científica Nangaritza*. Obtenido de Universidad Estatal Amazónica: <https://repositorio.uea.edu.ec/xmlui/handle/123456789/443>
- López, C., & Ortega, A. (2019). *Aprovechamiento de recursos naturales y culturales con fines turísticos*. Obtenido de https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1721/2491#content/contributor_reference_1
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Guía Metodológica para la Jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Molina, S. (2004). *Fundamentos del nuevo turismo*. Obtenido de <https://turismogrupodeestudio.files.wordpress.com/2019/04/resumen-servicios.pdf>

- Montero, M. (2007). *Introducción a la psicología comunitaria*. Buenos Aires: Paidós.
- Montero, V., & Utreras, B. (2018). *Turismo comunitario como alternativa de desarrollo local para la parroquia Cochapamba del cantón Saquisilí*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/20533/1/T-ESPEL-ITH-0112.pdf>
- Orellana, J., & Lalvay, T. (2018). *Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Catón Chilla, EL Oro, Ecuador*. . Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00065.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>
- Plan de creación de Oportunidades. (2021). *Plan de creación de Oportunidades*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf
- Plan de Ordenamiento Territorial*. (2021). Obtenido de <http://zumbahua.gob.ec/cotopaxi/wp-content/uploads/2017/01/Rendicion-Cuentas-2017.pdf>
- Reglamento para los centros turístico Comunitarios. (2010). *Reglamento para los centros turístico Comunitarios*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Robertis, C., & Pascal, H. (2007). *La intervención colectiva en trabajo social. La acción con grupos y comunidades*. Buenos Aires: Lumen Hymanitas.
- Rodas, M., & Santamarín, L. (2015). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. Cuenca.

- Roux, F. (2013). *Turismo comunitario Ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178
- Rumelt, R. (2012). *Good Strategy/Bad Strategy: The Diferencua and Why it Matters*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/280183839_Good_StrategyBad_Strategy_The_Difference_and_Why_It_Matters
- Salvador, M. (2015). *Enfoque: Turismo Sostenible; Un nuevo motor de desarrollo para el Ecuador*. Quito.
- Schendell, D., & Hatten. (2008). *Business policy or strategic management. A broader view for an emerging*. USA: Bases Conceptuales.
- Secretaría Nacional de Turismo. (2002). México.
- Suntasig, J. (Septiembre de 2020). *Gestión del turismo comunitario y su impacto sociocultural en la comunidad Ponce-Quilotoa del cantón Pujilí*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1629/Gesti%3%b3n%20del%20turismo%20comunitario%20y%20su%20i mpacto%20sociocultural%20en%20la%20comunidad%20Ponce-Quilotoa%20del%20cant%c3%b3n%20Pujil%
- Tisdell, J. (2003). *Exploring Spirituality and Culture in Adult and Higher Education / E.J. Tisdell*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/31775274_Exploring_Spirituality_and_Culture_in_Adult_and_Higher_Education_EJ_Tisdell

Universidad Técnica de Ambato. (10 de 2013). *El turismo de aventura y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia quisapincha, provincia de Tungurahua*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/4623>

Vendramini, A. (2018). *Evaluación de potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado(Río Colorado,Río Negro-La Adela, La Pampa*. Obtenido de <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4122/TESINA%20VENDRAMINI%20ALDANA.pdf;jsessionid=EAC30F7AE8DE7FEFDB4862AA4427EA02?sequence=1>

ANEXOS