



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE COMERCIO
CARRERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: Estudio del potencial turístico de la comunidad Michacalá para el fortalecimiento del
Turismo Comunitario en el cantón Pujilí**

AUTORA:

JÁCOME HERRERA, MONICA ALEJANDRA

DIRECTOR:

MSC. ALBAN YÁNEZ, CARLOS GEOVANNY

**LATACUNGA
2023**



Generalidades y bases teóricas

Metodología del proyecto

Diagnóstico

Propuesta



Planteamiento del Problema

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

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 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

Formulación del Problema

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



Justificación e Importancia

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

Es importante ofrecer nuevas alternativas turísticas a los visitantes por medio de la captación de nuevos segmentos de mercado

Movimiento en la economía local al mismo tiempo que se permite la generación de empleo dentro de los distintos atractivos turísticos

Conocer la cultura mediante tradiciones, conocimiento, costumbres que caracteriza a la comunidad.



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.



Variables de estudio

VARIABLE DEPENDIENTE

POTENCIAL TURÍSTICO
SECTUR (2002)
Delgado (2017)



VARIABLE INDEPENDIENTE

TURISMO
Organización Mundial
del turismo(2016)
Molina (2004)



TURISMO

Turismo alternativo

Turismo rural

Turismo comunitario

Gestión turística

Desarrollo sostenible

Recursos naturales

Recursos culturales

Comunidad



Metodología

Enfoque de investigación

- Cualitativo
- Cuantitativo

Tipo de investigación

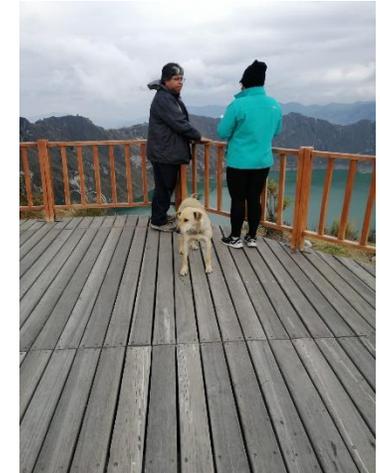
- De campo
- Bibliográfica
- Descriptiva

Fuentes

- Primarias
- Secundarias

Instrumento de recolección de datos

- Ficha del MINTUR
- Encuesta



Fuentes y técnicas de recopilación de información y análisis de datos



Diagnóstico

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.

Información general

Rango altitudinal

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

Forma de propiedad y modo de gestión de la empresa

Estudio de las dimensiones genéricas de la sostenibilidad



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. 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. Las mujeres desempeñan funciones en la producción agrícola y ganadera.</p>	<p>Festividades tradicionales que se aún se celebran en la comunidad En cuanto al idioma aún existen personas que relatan anécdotas en kichwa 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 Papas amarillentas con cuy Chicha La mashua en forma de bebida y cocinada Guías nativos que cuentan con el conocimiento necesario sobre la comunidad para la creación de rutas y circuitos.</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. 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>
Debilidades	<p>No se cuenta con infraestructura en cuanto al alojamiento debido a que se considera costoso para la población. 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>Falta de conocimiento del servicio que se le brinda al turista. 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>La comunidad no cuenta con disposiciones para el control y mitigación de impactos negativos que provoque la actividad turística. 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>
Oportunidades	<p>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>Personal externo capacitado para brindar información oportuna de restauración y turismo en la comunidad.</p>	<p>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>	<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 ecuatoriano.</p>
Amenazas	<p>Deslizamiento de tierras que afectan a la estructura del ingreso a los atractivos, usualmente en las épocas de invierno.</p>	<p>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>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.</p>	<p>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.</p>

Diagnóstico

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	5	0	4	5	8	M	C	0	2	0	1	0	3	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Comunidad Michacalá																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES CULTURALES				ACERVO CULTURAL Y POPULAR				PUEBLO Y/O NACIONALIDAD (ETNICIDAD)									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
COTOPAXI				PUJILI				ZUMBAHUA									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
Comunidad Michacalá				S/N				Km 23		Vía Zumbahua							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altitud (msnm)									
-0,95832				-78,90038				4.300									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				GADMP				b. Nombre de la Institución:				GADP ZUMBAHUA					
c. Nombre del Administrador:				José Tulpa				d. Cargo que ocupa:				Presidente					
e. Teléfono / Celular:				032672025				f. Correo Electrónico:				o.guaman@yshoo.ec					
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	

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
	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	1
TOTAL		100	57,1

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





PROPUESTA



F101: Planificar la venta de artesanías a base de la lana de llamingo

F505: Potencializar las actividades turísticas de la comunidad para la difusión de festividades y actividades tradicionales que aún se celebran en la comunidad.

F3A6: Solicitar a las autoridades de turno realicen planes de contingencia en caso de desastres naturales.

D101: Capacitar a la población para brindar el servicio de alojamiento que se puede prestar dentro de las habitaciones de sus hogares.

D2A3: Fortalecer la identidad de la comunidad a través de la creación de un logo y slogan

F402: 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.

F802: Crear senderos turísticos que puedan ser del disfrute del turista

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.

D404: Difundir la cultura a través de medios de comunicación actuales que permitan llegar a los turistas nacionales y extranjeros a la comunidad.

D7A5: Solicitar a las autoridades de turno la creación de planes que eviten la explotación de los recursos existentes en la comunidad

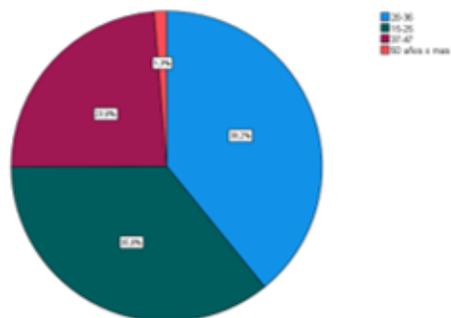


Análisis y tabulación de datos

Tabla 8 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



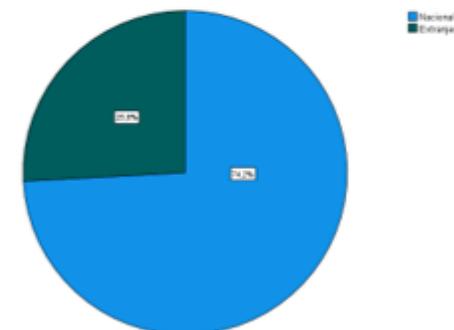
Análisis

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 9 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

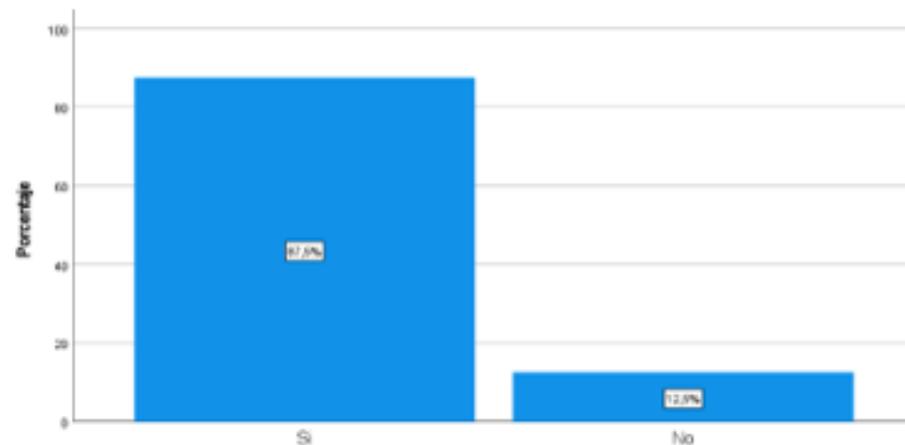
De los 383 encuestados el 74.2% de personas corresponde a la nacionalidad ecuatoriana y el 25.8% son personas extranjeras.



Tabla 11 ¿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?



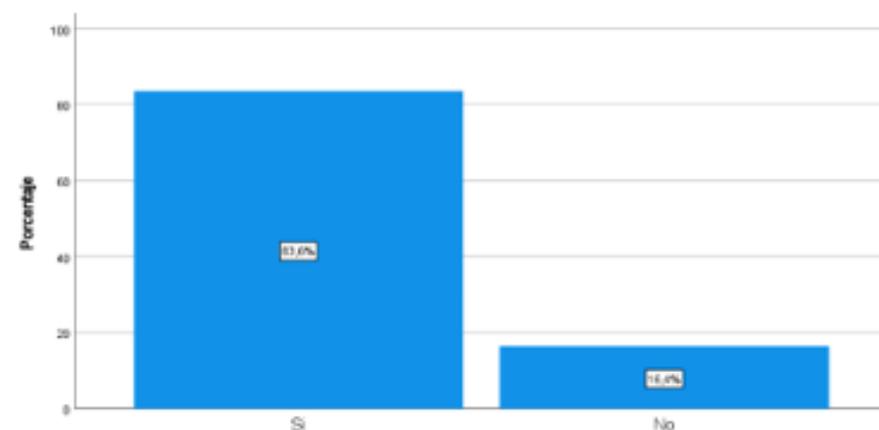
Análisis

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 12 ¿Usted realiza turismo comunitario?

¿Usted realiza turismo comunitario?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	323	83,8	83,8
	No	60	16,4	16,4
Total		383	100,0	100,0

Figura 15 ¿Usted realiza turismo comunitario?



Análisis

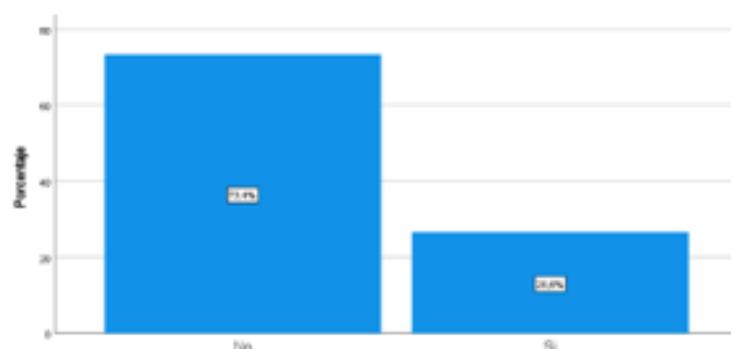
Con respecto a si las personas aplican o realizan turismo comunitario de los 383 encuestados el 83.8% conocen este tipo de turismo y realiza actividades bajo esta modalidad mientras que el 16.4% no realiza actividades turísticas iguales o relacionadas a este término.



Tabla 13 ¿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	287	81,9	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?



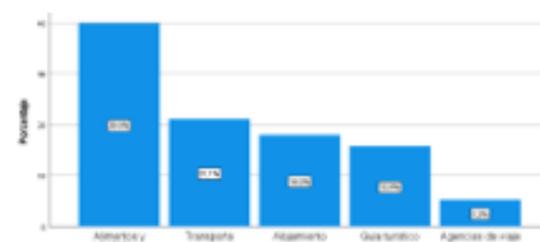
Análisis

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 14 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
Perdidos	Total	323	84,3	100,0
	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.

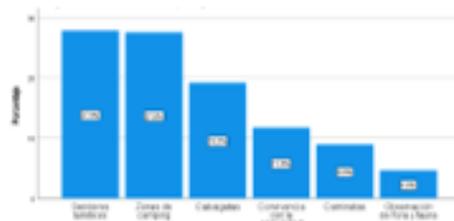


Tabla 16 ¿Seleccione las actividades que le gustaría a usted realizar en la comunidad Michacalá?

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

Figura 18 ¿Seleccione las actividades que le gustaría a usted realizar en la comunidad Michacalá?

Michacalá?



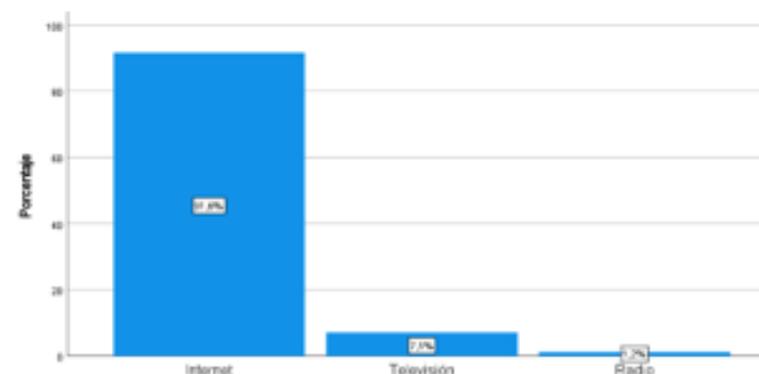
Análisis

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 18 ¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?

¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Internet	296	77,3
	Televisión	23	6,0
	Radio	4	1,0
	Total	323	84,3
Perdidos	Sistema	60	15,7
Total		383	100,0

Figura 21 ¿Qué medios de comunicación usted utiliza actualmente?



Análisis

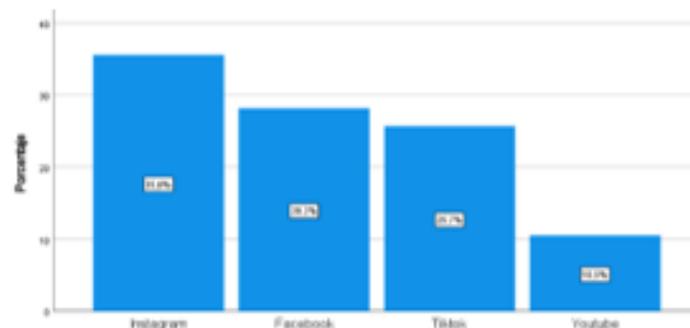
De la totalidad de personas encuestadas el 91.6% utiliza el internet como medio de comunicación, un 7.1% de sujetos utiliza la televisión y finalmente el 1.2% de personas recurre a la radio para adquirir la información.



Tabla 18 ¿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	35,8
	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?



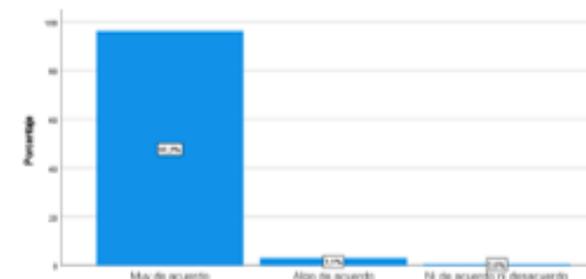
Análisis

Con respecto a los 383 encuestados, el 35.8% 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 20 ¿Está de acuerdo que una comunidad para identificarse de las demás deba tener su logo y eslogan?

¿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 28 ¿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.



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

- Antecedentes



- 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.



Estrategias

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 	<ul style="list-style-type: none"> 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



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



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 	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



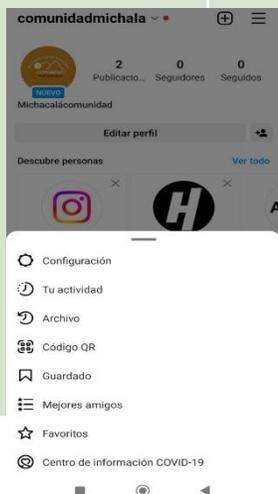
Estrategia 4	Objetivo	Acciones/tareas	Recursos	Responsable	Costo	Indicador
Implementación de senderos turísticos en la comunidad	Organizar senderos turísticos por medio del conocimiento de guías nativos existentes en la comunidad para lograr una oferta turística más amplia	<ul style="list-style-type: 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 	<ul style="list-style-type: none"> Espacio físico para reuniones Insumos de oficina Transporte Personal capacitado Guías Equipo de montaña Computador Recurso humano 	<ul style="list-style-type: none"> Directiva de la comunidad Guías locales Especialistas del Ministerio de Turismo 	\$300	Cantidad de turistas que han realizado los senderos turísticos a nivel mensual



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 	<ul style="list-style-type: none"> 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.



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 	<ul style="list-style-type: none"> Computador Cámara fotográfica Esferos Hojas Internet 	<ul style="list-style-type: none"> 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



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

Tabla 32 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

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

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

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

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

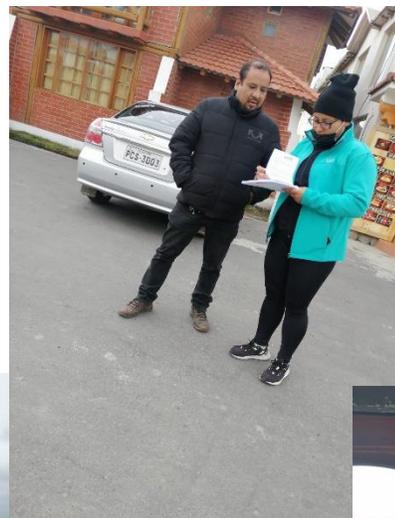
El gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pujilí debe de tomar en cuenta a la Comunidad de Michacalá dentro de sus planes de desarrollo turístico-cultural con la finalidad de destinar recursos necesarios para el progreso de las distintas actividades turísticas

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

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



ANEXOS



GRACIAS.



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA SOCIEDAD