



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Facultad de Postgrado e Investigación

Tesis en opción al título de:

Magíster en Gestión de Empresas Turísticas

Tema de tesis:

**ESTRATEGIAS DE DINAMIZACIÓN PARA EL TURISMO
COMUNITARIO EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO. CASO:
CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE TURISMO
COMUNITARIO DE CHIMBORAZO (CORDTUCH)**

Autora:

Ing. Andrea María Logroño Cazco

Director de tesis:

MgSc. Gorki Dimitrov Aguirre Torres

Marzo, 2023

Guayaquil – Ecuador

DECLARACIÓN EXPRESA

Yo, Andrea María Logroño Cazco con cédula de ciudadanía #0604081703, declaro que el presente trabajo de investigación es original, de mi autoría, creación e investigación; siendo la recopilación de fuentes bibliográficas según corresponde y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente.

Atentamente,

Andrea María Logroño Cazco
Cédula de identidad N° 0604081703

DEDICATORIA

A los forjadores de mi camino, Willan y Angelita, su apoyo constante e incondicional me motiva a seguir creciendo y sin ellos no lo hubiera logrado.

A mi hermana, quien me acompaña en todo momento y que con sus palabras de aliento me ayudan a no decaer ante las adversidades.

A mi pequeño Julián, quien es mi fuente de amor y mi motor para no rendirme.

Andrea María Logroño Cazco

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque es el quien permite que me levante cada día para poder lograr mis objetivos.

A la UTEG por acogerme en este proceso que me permite crecer profesionalmente.

A mis profesores, en especial a mi tutor Msc. Gorki Aguirre por la paciencia y por haber impartido sus conocimientos los cuales han sido esenciales para poder culminar con la meta trazada.

A mis padres, que son mi ejemplo a seguir y sin su apoyo no lo hubiera logrado.

Andrea María Logroño Cazco

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo establecer estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la CORDTUCH. Para ello se elaboró el diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario, seguidamente se realizó un estudio de mercado, para que sirva como base para las líneas de acción y promoción de las iniciativas de turismo comunitario, de esta forma se logró establecer estrategias de dinamización mediante programas y proyectos, para el desarrollo del turismo comunitario que son filiales a la organización. Para el cumplimiento de los objetivos planteados se utilizó una metodología de tipo descriptiva, con un alcance exploratorio, con un enfoque cuantitativo y cualitativo, empleando métodos inductivo, deductivo e hipotético deductivo, todo este proceso se llevó a cabo por medio de entrevistas dirigidas a representantes de la organización CORDTUCH para la validación de información y encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros para el análisis de la demanda turística en el estudio de mercado. Las estrategias establecidas están compuestas por 3 programas y 22 proyectos, acorde a las necesidades turísticas de las iniciativas de turismo comunitario. Para la implementación de la propuesta se necesita una inversión de \$378000 para los próximos 5 años. Finalmente, para la ejecución de las estrategias es necesario el apoyo técnico, económico y político de varios involucrados del sector público para realizar una eficiente gestión de implementación de la propuesta de estrategias de dinamización para las comunidades filiales a la organización.

Palabras claves: Turismo Comunitario, CORDTUCH, Estrategias de dinamización, iniciativas de turismo, provincia Chimborazo

ABSTRACT

The objective of this research is to establish revitalization strategies for community tourism in CORDTUCH. For this, the situational diagnosis of the tourism sector of community tourism initiatives was developed, followed by a market study, to serve as a basis for the lines of action and promotion of community tourism initiatives, in this way it was possible to establish revitalization strategies through programs and projects, for the development of community tourism that are affiliated to the organization. For the fulfillment of the proposed objectives, a descriptive methodology was used, with an exploratory scope, with a quantitative and qualitative approach, using inductive, deductive and hypothetical deductive methods, this entire process was carried out through interviews directed to representatives of the CORDTUCH organization for the validation of information and surveys aimed at national and foreign tourists for the analysis of tourist demand in the market study. The established strategies are made up of 3 programs and 22 projects, according to the tourist needs of the community tourism initiatives. For the implementation of the proposal, an investment of \$378,000 is needed for the next 5 years. Finally, for the execution of the strategies, the technical, economic and political support of several stakeholders in the public sector is necessary to carry out an efficient management of the implementation of the proposal of revitalization strategies for the affiliated communities of the organization.

Keywords: Community Tourism, CORDTUCH, Strategies for revitalization, tourism initiatives, Chimborazo province

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I. Marco Teórico Conceptual	3
1.1. Antecedentes de la Investigación	3
1.2. Planteamiento del Problema de Investigación	5
1.2.1. Formulación del Problema	6
1.2.2. Sistematización del Problema	6
1.3. Objetivo de la Investigación	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.2. Objetivos Específicos	6
1.4. Justificación de la Investigación	7
1.5. Marco Referencial de la Investigación	8
1.5.1. Marco Teórico	8
Turismo	8
Turismo Sostenible	9
Turismo Comunitario	9
Sistema Turístico	10
Diagnóstico Situacional	12
Análisis Situacional - Matriz de Análisis FODA	12
Planificación Estratégica	13
Programas	14
Proyectos	14
Capítulo II. Marco Metodológico	15
2.1. Tipo, Diseño, Alcance y Enfoque de la Investigación	15
2.2. Métodos de la Investigación	16
2.3. Unidad de Análisis, Población y Muestra	17
2.4. Fuentes, Técnicas e Instrumentos de Recolección	19
Capítulo III. Presentación de Resultados y discusión	21
3.1. Diagnóstico Situacional del Sector Turístico de las Iniciativas de Turismo Comunitario de la CORDTUCH	21

3.1.1. Información levantada de los actores principales de la CORDTUCH	21
3.1.2. Ámbitos.....	25
Ámbito Físico Espacial	25
Ámbito Socio Cultural	28
Ámbito Ecológico Territorial	30
Ámbito Económico Productivo	31
Ámbito Político Administrativo.....	34
3.2. Estudio de Mercado como Base para las Líneas de Acción y Promoción de las Iniciativas de Turismo Comunitario de la CORDTUCH	35
3.2.1. Análisis de la Oferta Turística.....	36
Atractivos Turísticos.....	36
Infraestructura Turística	40
Planta Turística.....	46
Superestructura Turística	49
3.2.2. Análisis de la Demanda Turística	51
Género	51
Edad	52
Procedencia.....	53
Nivel de Educación	54
Motivo de Viaje	55
Compañía de Viaje.....	56
Realización de Actividades de Turismo Comunitario en las OTC de la CORDTUCH	57
Actividades que les Gustaría Realizar	58
Servicios que les Gustaría Utilizar.....	59
Promedio de Estancia.....	60
Capacidad de Gasto por día	61
Formas en la que se Organiza su Viaje	62
Tipo de Publicidad por la que les Gustaría Informarse	63
Perfil del Turista	64
Demanda Potencial.....	65

Capítulo IV. Propuesta.....	67
4.1. Programas y proyectos que coadyuven a determinar estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en la CORDTUCH.....	67
4.1.1. Análisis FODA.....	67
4.1.2. Definición de Programas y Proyectos como Estrategia de Dinamización	69
CONCLUSIONES.....	82
RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 OTC de la CORDTUCH.....	17
Tabla 2 Población de estudio	18
Tabla 3 Demografía de las OTC de la CORDTUCH	28
Tabla 4 Clima de las OTC de la CORDTUCH.....	30
Tabla 5 Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Riobamba	36
Tabla 6 Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Guano	37
Tabla 7 Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Colta	38
Tabla 8 Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Alausí	38
Tabla 9 Distribución de la demanda según el género	51
Tabla 10 Edad.....	52
Tabla 11 Procedencia.....	53
Tabla 12 Nivel de educación	54
Tabla 13 Motivo de viaje	55
Tabla 14 Compañía de viaje	56
Tabla 15 Realizar actividades de turismo comunitario	57
Tabla 16 Actividades que les gustaría realizar	58
Tabla 17 Servicios que les gustaría utilizar	59
Tabla 18 Promedio de estancia	60
Tabla 19 Capacidad de gasto	61
Tabla 20 Formas en la que se organiza su viaje	62
Tabla 21 Tipo de publicidad.....	63
Tabla 22 Perfil del turista	64
Tabla 23 Proyección de la demanda potencial	66
Tabla 24 Análisis FODA	68
Tabla 25 Programas y proyectos: Atractivos turísticos como estrategia de dinamización.....	70
Tabla 26 Programas y proyectos: Planta turística como estrategia de dinamización	70
Tabla 27 Programas y proyectos: Demanda turística fortalecida como estrategia de	

dinamización	71
Tabla 28 Cronograma de ejecución del programa 1	72
Tabla 29 Cronograma de ejecución del programa 2	73
Tabla 30 Cronograma de ejecución del programa 3	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de georreferenciación de las organizaciones de turismo comunitario de Chimborazo	26
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Distribución de la demanda según el género	51
Gráfico 2 Edad.....	52
Gráfico 3 Procedencia turistas nacionales.....	53
Gráfico 4 Procedencia turistas extranjeros	54
Gráfico 5 Nivel de educación	54
Gráfico 6 Motivo de viaje	55
Gráfico 7 Compañía de viaje.....	56
Gráfico 8 Realizar actividades de turismo comunitario en las OTC de la CORDTUCH	57
Gráfico 9 Actividades que les gustaría realizar	58
Gráfico 10 Servicios que les gustaría utilizar.....	59
Gráfico 11 Promedio de estancia	60
Gráfico 12 Capacidad de gasto	61
Gráfico 13 Formas en la que se organiza su viaje	62
Gráfico 14 Tipo de publicidad	63
Gráfico 15 Inversión estrategias de dinamización.....	79

INTRODUCCIÓN

Actualmente el sector turístico se ha visto inmerso en un proceso de fortalecimiento de la participación de las comunidades locales por medio de a las iniciativas de turismo comunitario. Estas iniciativas tienen la capacidad de incidir positivamente en el bienestar social, la calidad de vida de la población y la protección del entorno natural, histórico y cultural. En este sentido, la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo “CORDTUCH”, es una organización, que promueve y fortalece las actividades turísticas enfocadas a la protección de los territorios y emprendimientos para la conservación del patrimonio cultural.

La CORDTUCH fue reconocida el 23 de agosto del 2006, mediante el acuerdo ministerial No. 235 del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE). Su objetivo principal es: “promover y fortalecer las actividades turísticas comunitarias en la provincia de Chimborazo como estrategia para diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable”. Esta organización comunitaria se encuentra constituida por 11 iniciativas dedicadas a brindar servicios de turismo comunitario. Estas iniciativas se encuentran distribuidas en cinco cantones de la provincia de Chimborazo, entre estos: Riobamba, Guano, Colta, Guamote, Alausí.

Se reconoce la importancia del turismo comunitario y su potencial para contribuir al progreso de las comunidades en relación a cultura local, costumbres, gastronomía y su propia historia. Por este motivo la presente investigación estableció estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la CORDTUCH, centrando en la participación de las iniciativas desarrolladas en los cantones de la provincia de Chimborazo. La investigación comprende una división en capítulos, que se presentan de la siguiente manera:

El Capítulo I, plantea el marco teórico conceptual, con los antecedentes de la investigación, el planteamiento del problema de investigación, formulación y sistematización del problema, objetivos generales y específicos, justificación de la

investigación y el marco de referencia de la investigación para establecer las estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la organización.

El Capítulo II, contiene el marco metodológico, con el tipo de diseño, alcance y enfoque; métodos de investigación; unidad de análisis, población y muestra; variables de la investigación, operacionalización; fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección y tratamiento de información.

El Capítulo III, presenta los resultados y discusión con la información obtenida de la investigación en función al diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario y el estudio de mercado en función al análisis de la oferta y la demanda turística.

El Capítulo IV, evidencia la propuesta con programas y proyectos que coadyuven a determinar estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en la CORDTUCH.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas utilizadas en el manuscrito.

Capítulo I

1. Marco Teórico Conceptual

1.1. *Antecedentes de la Investigación*

Para el desarrollo de los antecedentes se consideraron las siguientes obras científicas orientadas a investigaciones relacionadas con el tema del presente estudio:

Según Yang et al. (2021) en el artículo científico “Effects of rural revitalization on rural tourism”. Este estudio utilizó datos de múltiples fuentes, como imágenes de sensores remotos, datos de edificios, sitios web oficiales y encuestas de campo, para investigar la evolución morfológica y social de las comunidades rurales desde la perspectiva de la turistificación y analizar sus impulsores. Los datos generados respaldan que la estrategia de revitalización rural es beneficiosa para las comunidades no urbanas en términos de su desarrollo económico y crecimiento en China. Los hallazgos brindaron implicaciones gerenciales que sugirieron que el gobierno local debería implementar proyectos de desarrollo relacionados con el turismo para mejorar las actividades de turismo rural para desarrollar la economía local y aumentar el empleo.

En el artículo científico de Martins (2018) titulado: “Tourism planning and tourismphobia: An analysis of the strategic tourism plan of Barcelona 2010-2015” indica que el plan estratégico de turismo pretendía crear relaciones de múltiples partes interesadas buscando un mejor y más sostenible desarrollo turístico de turismo El plan también pretendía mejorar la forma en que residentes y turistas usan la ciudad y se relacionan entre ellos mismos en ella.

En el artículo científico de Aguirre (2019) titulado: “El turismo sostenible comunitario en Puerto El Morro: análisis de su aplicación e incidencia económica” manifiesta que las acciones tomadas en relación al desarrollo rural en los diferentes territorios debe ser sostenible e incluir una visión a largo plazo de su impacto medio

ambiental. De esta manera, el territorio se ha visto beneficiada económicamente por la presencia del turismo comunitario, mejorando sus ingresos económicos y modus vivendi, estableciendo un estado generacional de costumbre vivencia en armonía con la naturaleza, creando un estado consiente de la acción productiva y de desarrollo sostenible.

En el trabajo de titulación de Magíster en Administración Estratégica de Empresas Turísticas de Sepúlveda et al. (2010) denominado: "Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Región Cusco" indica que el turismo rural comunitario es una alternativa dentro de la industria del turismo para el desarrollo de las comunidades rurales que mediante una organización adecuada, les permite aprovechar el entorno y específicamente los recursos turísticos con que cuentan. Se realiza un análisis de los factores externos e internos que afectan el turismo rural comunitario en la región y aplicando el proceso de planeamiento estratégico, se plantean la visión, misión, objetivos de largo y corto plazo, así como las estrategias y políticas necesarias para el crecimiento del subsector en la región. Las principales estrategias formuladas para ser implementadas durante la vigencia del plan estratégico están relacionadas con la construcción de infraestructura, la creación de productos innovadores, la implementación de planes de marketing, la capacitación del recurso humano y mejorar la calidad y la atención del turista.

En la misma línea, el artículo científico de Lucio et al. (2020) titulado: "El turismo comunitario como estrategia de desarrollo sostenible de la parroquia rural San Andrés", abordan la importancia del turismo comunitario como estrategia de desarrollo sostenible del sector rural. Un primer análisis que se realiza es sobre las características socioeconómicas de la población y su influencia en el bajo nivel de desarrollo de la comunidad. Asimismo, se destaca la importancia de gestionar junto con las autoridades parroquiales, los atractivos turísticos naturales, culturales y gastronómicos con los que cuenta la zona. Entre los principales resultados obtenidos se puede resaltar el alto nivel de motivación de las personas, traducido en la participación activa durante la construcción de una visión compartida, estrategias y acciones, que trazan una hoja de ruta para gestionar los recursos

necesarios que permitan implementar el proyecto en coordinación con autoridades locales y otros organismos que apoyan este tipo de iniciativas comunitarias.

1.2. *Planteamiento del Problema de Investigación*

El turismo comunitario es una alternativa endógena a las estrategias de turismo tercerizado en regiones poco desarrolladas (Su et al., 2022: p.8), posibilitando la creación de destinos específicos que permitan a las comunidades locales generar riqueza con una nueva actividad complementaria, nunca sustitutiva, de la tradicional dominante (Gkoumas, 2019: p.12). A pesar de ser una fuente de grandes beneficios económicos, su crecimiento no planificado también ha contribuido significativamente a la degradación ambiental e impactos socioculturales negativos (Eslami et al., 2019: p.32). Estos efectos secundarios indeseables han llevado a una creciente preocupación por la conservación y preservación de los recursos naturales, el bienestar humano y la viabilidad económica a largo plazo buscando nuevas formas de planificación, gestión y desarrollo turístico (Lee & Jan, 2019: p.2).

En relación a lo descrito anteriormente, en la CORDTUCH existen 11 iniciativas de turismo comunitario: Casa Cóndor, UCASAJ, Quilla Pacari, Sumak Kawsay, Razu Ñan, Calshi, Artesa Chuquipogio, CEDIBAL, CEDEIN, Guarguallá y Nizag que presentan los siguientes factores como una problemática actual: falta de fortalecimiento en los emprendimientos, productos y servicios turísticos en las iniciativas de turismo lo cual dificulta el desarrollo de la actividad turística, poca afluencia de visitantes causada por la pandemia COVID-19, inexistencia de capacitaciones en temas turísticos dirigidos al personal que prestan los servicios turísticos (alojamiento, alimentación y operación), el poco aprovechamiento de las ventajas del uso de las nuevas tecnologías de comunicación para ofertar turísticamente a las iniciativas.

1.2.1. Formulación del Problema

¿La Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH) podrá ser dinamizada a través de estrategias para el turismo comunitario?

1.2.2. Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la situación turística actual (oferta - demanda) de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH?
- ¿Cuáles serían las estrategias para dinamizar la actividad turística en la provincia de Chimborazo, con énfasis en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH?

1.3. *Objetivo de la Investigación*

1.3.1. Objetivo General

- Establecer estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la CORDTUCH.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Elaborar el diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo.
- Realizar un estudio de mercado, para que sirva como base para las líneas de acción y promoción de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.
- Proponer programas y proyectos que coadyuven a determinar estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en la CORDTUCH.

1.4. Justificación de la Investigación

El establecimiento de estrategias para la dinamización del turismo comunitario debe aprovechar las ventajas comparativas y elementos del territorio para satisfacer las necesidades de los turistas y mejorar la calidad de vida de la población local. Considerando que el turismo comunitario contribuye a la generación de cambios económicos, socioculturales y ambientales en la vida de la comunidad anfitriona.

Con ello, la dinamización de la actividad turística se enfoca en fortalecer al turismo comunitario por medio de estrategias que fomenten la planificación, competitividad turística y la gestión del territorio especialmente en los destinos turísticos que encierran un enfoque más participativo con respecto a la actividad turística y tiene la capacidad de convertirse en un producto turístico viable.

La investigación se fundamenta en conceptos y propuestas teóricas de diferentes autores, relacionadas a la problemática que actualmente atraviesa la CORDTUCH en la dinamización turística comunitaria de los territorios involucrados, por ello se destaca la importancia de diseñar estrategias en la dinamización turística como instrumento de intervención que exige la coordinación entre diferentes administraciones públicas, privadas, comunitarias y la academia.

Mediante el establecimiento de las estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la CORDTUCH se contribuye al desarrollo turístico sostenible y responsable que permite favorecer a la población a alcanzar el desarrollo por medio de programas y proyectos que fortalecerán a las iniciativas de turismo comunitario en el desarrollo de la actividad turística.

De igual manera, se logra la articulación de involucrados de la parte pública, privada, comunitaria y la academia con miras de un trabajo coordinado, técnico y organizado aprovechando las oportunidades y abriendo nuevas perspectivas del turismo. Por ello, esta propuesta de estrategias crea nuevas oportunidades que potencian las capacidades de los pobladores y se fomenta el desarrollo

socioeconómico, político y cultural de los territorios.

Se considera que la presente investigación es pertinente puesto que las estrategias pueden aportar a la innovación, mejorar los mecanismos de cooperación interterritorial, y fortalecer la gestión entre distintos organismos y la comunidad.

1.5. Marco Referencial de la Investigación

1.5.1. Marco Teórico

Turismo

“El turismo representa un potencial enorme de desarrollo y progreso para el futuro se puede argumentar que es la combinación de distintas actividades, servicios e industrias que suministran una experiencia de viaje garantizando la recreación y satisfacción de las personas que adquieran o contrate cualquiera de estos factores”.

En este contexto, el turismo es el factor clave para impulsar la economía de muchas naciones. Este sector industrial conecta varios tipos de actividades económicas (Andrade, 2019: p.6). De acuerdo a Santamaría & López (2019), menciona que “el turismo se constituye como la actividad o conjunto de actividades que realiza el ser humano, que consiste en viajar por placer, fuera de su entorno habitual” (p.22). *“En otras palabras, es la acción que incluye viajar, hospedarse o alojarse, por un tiempo determinado, en un lugar específico, que no corresponde al habitual”.*

De otro modo, la Organización Mundial de Turismo (2007) define al turismo como “la actividad que consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año” (p.17). *“Al ser el turismo uno de los negocios más dinámicos y con mayor perspectiva del mundo”.* Es de gran importancia planificar y desarrollar el turismo de manera

decidida y sostenible a través de la búsqueda de compromisos entre los objetivos ambientales, económicos y sociales de la sociedad (Pérez, 2022: p.37).

Turismo Sostenible

Los defensores del turismo responsable y sostenible han desafiado a los defensores del impulso durante décadas, argumentando que el turismo debe gestionarse para la sostenibilidad, incluida la limitación de su crecimiento (Rodríguez & Martínez, 2022: p.22). Por ello, Alfaro & Marrugo (2018) indica que “la gestión del desarrollo del turismo sostenible debe mantener un alto grado de satisfacción de las necesidades de los turistas, asegurar una experiencia significativa para los consumidores, aumentar su conciencia en temas de sostenibilidad y propagar prácticas de turismo sostenible entre ellos” (p. 14).

Con el fin de disminuir los efectos negativos del turismo, la OMT anunció el año 2018, “el año del turismo sostenible e invitó a toda la población mundial a viajar, siguiendo los principios del turismo sostenible y recurriendo a las comunidades locales” (OMT, 2018: p.102). De esta manera, el desarrollo sostenible del turismo es un proceso dinámico que experimenta constantemente nuevos desafíos a medida que cambian las tecnologías aplicadas y los aspectos de consumo del turismo (Benavides, 2020): p.36).

Turismo Comunitario

“El turismo comunitario es una alternativa endógena a las estrategias de turismo tercerizado en regiones poco desarrolladas”, posibilitando la creación de destinos específicos que permitan a las comunidades locales generar riqueza con una nueva actividad complementaria, nunca sustitutiva, de la tradicional dominante (Cabanilla, 2018: p.11). Además, es una forma de turismo sostenible basado en la comunidad que pretende satisfacer las necesidades tanto de los residentes como de los turistas actuales sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras (Bravo & Zambrano, 2018: p.27).

Por lo tanto, el turismo comunitario es de carácter sostenible mismo que debe apuntar a mejorar el nivel de vida de los residentes al tiempo que optimiza los beneficios económicos locales, minimiza los efectos adversos del turismo, protege el entorno natural y construido y brinda una experiencia de calidad a los visitantes (Cruz & Velázquez, 2020: p.134). En las últimas décadas en los países en vías de desarrollo, el sector turístico ha estado inmerso en un intenso proceso de fortalecimiento de la participación de las comunidades locales a través de las denominadas iniciativas de turismo comunitario (Ledesma et al., 2018: p.31), “cuyo principal objetivo es mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades anfitrionas, asegurando la subsistencia de la cultura tradicional” (Alcívar, 2019: p.26).

Según Mullo et al. (2019: p.15) los ejes de desarrollo sobre los cuáles pone énfasis el turismo comunitario se describen a continuación:

- **Ambiente:** capacitación, conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo por parte de las comunidades.
- **Cultura:** valorar, concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades y comuneros con relación a su territorio.
- **Economía:** dinamización, integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria motor de los emprendimientos de turismo comunitario.
- **Organización:** consolidación, mediación, resolución de conflictos y el tejido de estructuras organizativas en las comunidades, organizaciones o emprendimientos de turismo comunitario.

Sistema Turístico

“El sistema turístico por su parte está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos”, ya sea que su

involucramiento sea como turistas o como anfitriones (Pineda et al., 2019: p.6). El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura (Vallejo, 2019: p.14). Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes (Lapo et al., 2019: p.19). De esta manera los elementos del sistema turístico son:

Atracciones y actividades: son elementos materiales y/o inmateriales de tipo natural o cultural, que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio (Camilleri, 2018: p.12).

Infraestructura turística: Son las construcciones subterráneas y de superficie, como red de abastecimiento de agua corriente, sistemas de drenaje, sistemas eléctricos, alcantarillado, tuberías de gas doméstico, autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, y estacionamientos, parques, iluminación nocturna, instalaciones de marinas y muelles, estaciones de autobuses y de ferrocarriles, e instalaciones similares de servicio turístico, otros (Mandić et al., 2018: p.17).

Planta turística: comprende el conjunto de bienes o servicios tangibles que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo, aquellos servicios que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino como el alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc (Chkalova et al., 2019: p.27).

Superestructura turística: comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples

y dispares servicios que componen el producto turístico (Yu & Xu, 2019: p.13).

Diagnóstico Situacional

“El diagnóstico situacional es un proceso de producción de conocimientos generales y específicos a cerca de la realidad actual en que se encuentra el objeto de estudio, este proceso es participativo y colectivo produciendo un ámbito de interacción dialógica entre los actores involucrados en la acción social para la toma de decisiones” (Campoverde et al., 2019: p.7). De manera específica, Enríquez et al. (2020) menciona que “es la recopilación de la información de base que sirve como una suerte de fotografía de la realidad local, desde la cual se parte para tener una primera visión de los aspectos que permiten caracterizar a la población y la problemática social en el espacio territorial correspondiente” (p.46).

Análisis Situacional - Matriz de Análisis FODA

Según Barragán & González (2020) indican que “el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad” (p. 57). También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso, donde los elementos son:

- **Fortalezas (F):** son los aspectos que han salido bien, los logros, las cosas que uno se enorgullece de contar a los demás. Son los mejores aspectos de una situación.
- **Oportunidades (O):** son las posibilidades futuras de cambio positivo, los potenciales que surgen del análisis de las fortalezas y debilidades.
- **Debilidades (D):** son aquellos aspectos que no han salido bien, dificultades u obstáculos que se han presentado en el camino.
- **Amenazas (A):** son las cosas que nos impiden lograr las oportunidades. Son limitaciones insuperables, aspectos que ponen en riesgo nuestro trabajo.

Planificación Estratégica

La planificación estratégica es un modelo sistemático en el que figuran un conjunto de actividades encaminadas a obtener determinados resultados, insertando estrategias que permita elevar el nivel de vida de una o varias comunidades, para ello es de mayor importancia trazar objetivos claros analizando distintas dificultades que se centran en la elaboración del plan para dar continuidad a la propuesta en un tiempo determinado (Guerrero et al., 2020: p.58). También George et al. (2019) indican que “es un término de carácter más global, referencia a decisiones generales que expresan los lineamientos políticos fundamentales, las prioridades que se derivan de esas formulaciones, la asignación de recursos acorde a esas prioridades, las estrategias de acción y el conjunto de medios e instrumentos que se van a utilizar para alcanzar las metas y objetivos” (p.36).

De esta manera, *“la planificación estratégica consiste en formular programas y proyectos a corto plazo que pongan de relieve las diversas partes de la organización”*. Asimismo, se caracteriza por ser un instrumento indispensable de teorización y organización, en la cual se deben contemplar todos los detalles para la ejecución de acciones concretas (Bryson et al., 2018: p.34).

En este contexto, las etapas de la planificación estratégica según Sedarati et al. (2019) son las siguientes:

- **Crear la estrategia:** en esta primera etapa se crea toda la estrategia gracias a la definición de la información y al despliegue de las herramientas estratégicas.
- **Planear la estrategia:** en esta segunda etapa se debe organizar los objetivos estratégicos, indicadores, metas, iniciativas y presupuestos que le permitirán poner en marcha todo el plan estratégico.
- **Alinear la organización con la estrategia:** durante esta etapa debe existir una concentración en relacionar la estrategia total de la organización con las estrategias de todas sus unidades funcionales.

Programas

“Está conformado por dos o más proyectos. Su función está en solucionar integralmente el problema (o al menos, en la mayor globalidad posible)”. Los problemas muy complejos pueden necesitar dos o más programas (y cada uno de ellos con sus respectivos proyectos) (Kapera, 2018: p.42).

Un programa, en sentido amplio, trata de concretar las líneas generales contenidas en un plan. Un plan, por tanto, está constituido por un conjunto de programas. Y un programa es un conjunto organizado y coherente de servicios que se descompone en varios proyectos de similar naturaleza (Stylidis, 2018: p.21).

De donde se puede concluir que el programa es el elemento fundamental para operar, gestionar, administrar y promover un plan. Asimismo, de un programa se derivan una serie de proyectos y que estos a su vez tienen su propia conceptualización y es importante conocerla (Modica et al., 2018: p.6).

Proyectos

Según Vetrova et al. (2018) define al proyecto “como una unidad de actividad de cualquier naturaleza, que requiere para su realización, del uso o consumo inmediato a corto plazo de algunos recursos escasos o al menos limitados” (p.96). Cada día más autores le adjudican al proyecto mayor importancia en el proceso de programación y planificación (Kapera, 2018: p.31).

De esta manera, el proyecto es definido hoy en día por Murcia et al. (2019) “como la unidad más pequeña de actividad que puede planificarse analizarse y ejecutarse administrativamente, en forma independiente” (p.72). “Se puede considerar como la operación de inversión bien definida para alcanzar ciertos objetivos de desarrollo”. La célula básica de cualquier plan de desarrollo está compuesta por proyectos, sin ellos no puede haber ejecución posible de plan alguno (Lozano, 2020: p.54).

Capítulo II

2. Marco Metodológico

2.1. *Tipo, Diseño, Alcance y Enfoque de la Investigación*

El diseño de la investigación fue de tipo descriptiva para establecer estrategias de dinamización para el turismo comunitario en la provincia de Chimborazo en un caso de estudio de la CORDTUCH. De igual manera, considerando que la investigación de campo es un proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables (Morales, 2012: p.2), para el presente estudio se empleó una investigación de campo a través de la aplicación de entrevistas y encuestas apoyadas con la observación directa.

El alcance de la investigación fue de tipo exploratorio debido a que este tipo es aplicado en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características (Morales, 2015: p.26). Por tanto, se empezó explorando el fenómeno para poder tener un primer acercamiento en la comprensión de sus características, como fue el caso de la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. En este objetivo se analizó la situación actual de las comunidades que conforman la CORDTUCH, en relación a los ámbitos: físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo. Esta información se levantó haciendo uso de fuentes secundarias en la revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización.

El enfoque del estudio fue de tipo cuantitativo, el cual utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente (Urbina, 2020: p.19). Este enfoque permitió realizar un estudio de mercado en el análisis de la oferta y análisis de la demanda turística. Por otra parte, se estableció un enfoque de tipo cualitativo para establecer las estrategias de dinamización turística mediante programas y proyectos en beneficio

de las comunidades filiales a la CORDTUCH, para potenciar el desarrollo turístico de los territorios involucrados. De esta forma, Báez & De Tudela, (2006) manifiesta que “el enfoque cualitativo se centra en recolectar información donde se puedan obtener datos clave para explicar, predecir, describir la naturaleza de los vínculos entre la información” (p.74).

2.2. *Métodos de la Investigación*

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el método inductivo, el cual contribuyó a diagnosticar la situación actual del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. La información recabada se convierte en una herramienta fundamental para establecer las estrategias de dinamización, analizando cada uno de los ámbitos (físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo) relacionados a las iniciativas de turismo comunitario de la organización. En este contexto, Andrade et al. (2018) señala que este método permite utilizar premisas particulares para llegar a una conclusión general (p.9). Posteriormente, se empleó el método deductivo, que contribuyó al análisis de la oferta y de la demanda turística que constituye el estudio de mercado. Esto debido a que este método utiliza principios generales para llegar a una conclusión específica (Chagoya, 2008: p.26). Finalmente, se utilizó el método hipotético – deductivo el cual contribuyó a la comprobación de la hipótesis de estudio (Marone & Galetto, 2011: p.83), en este caso en el establecimiento de las estrategias de dinamización mediante programas y proyectos, para el desarrollo del turismo comunitario.

2.3. Unidad de Análisis, Población y Muestra

Unidad de Análisis. La unidad de análisis del estudio fue las iniciativas de turismo comunitario (Tabla 1) que conforman la CORDTUCH como organización.

Tabla 1

OTC de la CORDTUCH

N°	Cantón	OTC	Comunidad	Longitud	Latitud	Altitud (m.s.n.m)
1	Riobamba	Casa Cóndor	Pulinguí San Pablo	740495	9830470	3.852
		UCASAJ	Calera Shobol Pamba, Calerita Baja, Calerita Santa Rosa, Shobol Alto	746427	9819622	3.231
			Guadalupe, Santa Isabel, Chimborazo, Calera Pomaló, Pisicaz, Guabug, La Delicia, Shobol Llin Llin			
			San Francisco de Cunuguachay			
Sumak Kawsay	Palacio Real	750913	9819676	3.210		
2	Guano	Razu Ñan	Pulinguí Centro	750908	9827467	3.240
		Calshi	Calshi	750846	9828301	3.300
		Artesa Chuquipogio	Santa Lucía de Chuquipogio	749180	9832142	3.657
3	Colta	CEDIBAL	Balda Lupaxi	754315	9792782	3.180
		CEDEIN	Cajabamba	747458	9811395	4.024
4	Guamote	Guarguallá	Guarguallá Chico	773456	9786610	3.394
5	Alausí	Nizag	Nizag	740617	9752928	2.304

Población. En la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico en la investigación se consideró como población de estudio a dos representantes de la organización CORDTUCH: i) Pedro Yupanqui presidente de la CORDTUCH, y ii) Olmedo Cayambe Gerente Operadora Puruhá Razurku. Además, para el análisis de la demanda turística la población estuvo conformada por los turistas nacionales y extranjeros registrados en la Dirección Zonal 3 del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) que ingresaron hacia la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en el año 2021, un total de 60759 turistas, de los cuales el 88% (53.222) son nacionales y 12% (7.537) extranjeros (Tabla 2).

Tabla 2

Población de estudio

Descripción	Total	Fecha de recolección de información
Representantes de la organización CORDTUCH	2	15-04-2022
Turistas nacionales	53.222	14-05-2022
Turistas extranjeros	7.537	21-05-2022

* **Información:** Demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo año 2019 (84.364 turistas nacionales y 25.116 turistas extranjeros) y en el año 2020 (48.134 turistas nacionales y 8.265 turistas extranjeros).

Muestra. El tamaño de la muestra de estudio en el caso de los representantes de la organización CORDTUCH para la validación de información en la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico, está conformado por el total de la población, ya que se trata de una población relativamente pequeña. Por otro lado, para el estudio de mercado el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de Canavos para poblaciones finitas:

Fórmula:

$$n = \frac{N(P * Q)}{\left[(N - 1) \left(\frac{E}{K} \right)^2 \right] + (P * Q)}$$

Donde:

n	= Tamaño de la muestra
N	= Universo de estudio
P	= Probabilidad de ocurrencia de un evento (0.5)
Q	= Probabilidad de no ocurrencia de un evento (0.5)
E	= Margen de error (8%)
K	= Nivel de confianza (95%)
P*Q	= Probabilidad de ocurrencia, fenómeno (0.25)

Cálculo encuestas turistas nacionales:

$$n = \frac{(53.222 * 0.25)}{\left[(53.222 - 1) * \left(\frac{0,08}{95} \right)^2 \right] + 0.25} = 151 \text{ encuestas}$$

Cálculo encuestas turistas extranjeros:

$$n = \frac{(7.537 * 0.25)}{\left[(7.537 - 1) * \left(\frac{0,08}{95} \right)^2 \right] + 0.25} = 148 \text{ encuestas}$$

2.4. Fuentes, Técnicas e Instrumentos de Recolección

Fuentes. Para el levantamiento de información se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Entre las fuentes secundarias se encuentran: revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización en el diagnóstico de la situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. Por otro lado entre las fuentes primarias están: aplicación de entrevistas a representantes de la organización CORDTUCH para la validación de información. Mientras que para el análisis de la demanda turística en el estudio de mercado se aplicaron encuestas a turistas nacionales (151 encuestas) y extranjeros (148 encuestas).

Técnicas e Instrumentos de la Investigación. En la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, se empleó una revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización. En este sentido, se levantó información sobre los ámbitos: físico espacial (ubicación geográfica de las iniciativas de turismo comunitario y límites), socio cultural (demografía e instrucción formal), ecológico territorial (clima, clasificación ecológica, características del suelo), económico productivo (actividades económicas) y político administrativo. Para la validación de información se aplicó como técnica una entrevista a representantes de la organización CORDTUCH.

El instrumento utilizado para el diagnóstico fue la guía de análisis de documentos que representó una forma práctica y funcional para la selección de las ideas relevantes de un documento a fin de expresar su contenido sin ambigüedades de información e identificar los puntos de acceso de evidencias documentales. Mientras que para la validación de información se aplicó como instrumento la guía de entrevista estructurada por 10 preguntas de tipo abiertas (Anexo A). Según,

Gómez, (2014) este tipo de preguntas son aquellas que le permiten al interpelado responder aquello que desee, ya que no se le imponen opciones entre las que debe elegir su respuesta.

En el estudio de mercado se analizó la oferta y la demanda turística. Para el análisis de la oferta turística se utilizó la técnica de la revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización, recabando información relacionada a: atractivos (naturales y culturales), infraestructura, planta y superestructura turística. El instrumento utilizado fue la guía de análisis de documentos. Por otro lado, en el análisis de la demanda turística se utilizó la técnica de la encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros con la finalidad de conocer sus gustos, preferencias y establecer el perfil. El instrumento aplicado fue el cuestionario diseñado con preguntas de tipo cerradas (Anexos C y D). Según, Fernández (2007) este tipo de preguntas son aquellas en las que se les da a los encuestados una determinada cantidad de opciones entre las cuales escoger.

Finalmente, para establecer los programas y proyectos con la información recabada anteriormente se empleó la técnica de la observación para determinar los programas y proyectos. El instrumento empleado fue el registro descriptivo para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. La información recabada fue sistematizada dentro de la matriz FODA. Posteriormente, se utilizó un diagrama de Gantt que establece el cronograma de ejecución de los programas y proyectos de las estrategias de dinamización. Este cronograma está compuesto por elementos como: programas, proyectos, indicadores, planificación operativa anual por los próximos cinco años dividido en cuatrimestres y el total de inversión por cada uno de las estrategias y programas.

Tratamiento de la Información. La información recolectada fue procesada en el programa estadístico Microsoft Excel® 2021. Se realizó un análisis estadístico descriptivo, mediante la generación de tablas y gráficos según lo requerido dentro del estudio.

Capítulo III

3. Presentación de Resultados y discusión

A continuación se presentan los resultados en función a los objetivos específicos establecidos: i) elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo, ii) realización del estudio de mercado como base para las líneas de acción y promoción de las iniciativas de turismo comunitario y iii) proponer programas y proyectos que coadyuven a determinar estrategias para el desarrollo del turismo comunitario. Es importante mencionar que cada uno de estos objetivos han sido desarrollado por separado y se encuentran bien explicados.

3.1. *Diagnóstico Situacional del Sector Turístico de las Iniciativas de Turismo Comunitario de la CORDTUCH*

El estudio de diagnóstico de las iniciativas de turismo comunitario permite evaluar cuál es la situación actual en referente a turismo, asimismo constituye la fuente directa de información contribuye a la tomar decisiones acerca de las futuras estrategias de planificación turística. En este contexto, este apartado se encuentra dividido por: los resultados de las entrevistas aplicadas a representantes de la organización CORDTUCH en complemento del diagnóstico situacional; y la explicación concisa de los ámbitos: físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo.

3.1.1. Información levantada de los actores principales de la CORDTUCH

Para recabar la siguiente información se utilizó como técnica la entrevista de manera virtual y como instrumento la guía de entrevista, dirigida a dos de los representantes más importantes de la organización: i) presidente de la CORDTUCH: Pedro Yupanqui y ii) Gerente Operadora Puruhá Razurku: Olmedo Cayambe. Esta entrevista, tuvo la finalidad de establecer el escenario actual de las

comunidades y tener una visión más clara de la situación con respecto a la actividad turística. Asimismo, estuvo conformada por 10 preguntas abiertas que permitieron la obtención de detalles cualitativos más profundos en las respuestas de los entrevistados, basándose en su propio conocimiento, sentimientos y comprensión.

En relación a la pregunta uno sobre cuál es la actividad que desempeña en la CORDTUCH, las respuestas de los entrevistados son: Pedro Yupanqui como presidente de la organización y Olmedo Cayambe Gerente Operadora Puruhá Razurku a través de proyectos de vinculación. En este sentido, el presidente actúa como el representante legal de la organización, es decir la persona designada para actuar en nombre de la misma. Por otra parte, el Gerente Operadora Puruhá Razurku organiza los servicios y visitas en las 11 organizaciones, así como el acceso oficial a las áreas protegidas de la provincia con guías turísticos locales. Finalmente, el apoyo técnico a la CORDTUCH se por medio de proyectos de vinculación a través de la academia.

En relación a la pregunta dos sobre el qué representa el turismo comunitario, existió una similitud en las respuestas al señalar que es una alternativa de desarrollo local en donde las comunidades asumen el protagonismo en la planificación turística de sus territorios. Además, tiene un gran potencial para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las comunidades, reducir la pobreza, mejorar las relaciones interculturales y proteger el medio ambiente. En definitiva, desempeña una importante función en la estrategia de desarrollo económico sostenible en las comunidades.

En relación a la pregunta tres sobre la importancia del turismo para las comunidades pertenecientes a la CORDTUCH, los entrevistados mencionan que esta actividad ha contribuido a la conservación de su territorio, en este caso sería de la preservación del patrimonio natural y cultural. También ayudado a la generación de ingresos económicos por la utilización de servicios de hospedaje, alimentación, guianza en la realización de actividades. Con ello, también las comunidades han valorado más su cultura sintiéndose orgullosos de su vestimenta, idioma, gastronomía, entre otros aspectos que pueden mostrar a los turistas cuando

visitan sus emprendimientos.

En relación a la pregunta cuatro sobre los servicios más acogidos por los turistas en el último tiempo, los entrevistados indican que están: el hospedaje, la alimentación autóctona, y la guianza hacia atractivos turísticos como: páramos, nevados, volcanes y áreas protegidas. Sin duda estos servicios requeridos por los turistas son importante para satisfacer sus necesidades básicas durante su estancia en las comunidades de la CORDTUCH, por ello hay que reconocer que el brindar un servicio de calidad a los clientes se convierte en un factor elemental en el crecimiento turístico de las organizaciones.

En relación a la pregunta cinco sobre a qué otras actividades económicas se dedican las comunidades, aparte de la actividad turística los entrevistados coinciden en sus respuestas, declarando que se dedican a la agricultura, ganadería y la realización de artesanías con materiales propios del territorio. En este contexto, en la agricultura las comunidades aprovechan los suelos para sembrar: frutos, granos, vegetales para su posterior consumo y venta a otros sectores. Mientras que la ganadería consiste en la cría de animales domésticos para el consumo humano y la obtención de carne, leche, lana, pieles, entre otros elementos.

En relación a la pregunta seis sobre la afectación que ha tenido la actividad turística para la corporación y las comunidades tras la situación mundial con respecto al COVID – 19, los entrevistados señalan que las afectaciones son de diversas índoles: emocional, psicológica, económica y sociales provocadas por el aislamiento de las comunidades. Por ejemplo, en la afectación emocional y psicológica probablemente estaba el miedo a la infección como el origen de elevados niveles de ansiedad y estrés. Asimismo, la afeción económica tuvo mucho que ver por la falta de turistas hacia las comunidades reduciendo los ingresos económicos obtenidos a través de la actividad turística.

En relación a la pregunta siete sobre las medidas de bioseguridad para la reactivación de los emprendimientos desarrollados por la CORDTUCH, todos los entrevistados coincidieron que un factor positivo de la organización es que se

cumplieron las medidas establecidas y barreras destinadas a prevenir el riesgo biológico para precautelar la integridad tanto de las comunidades como de los turistas, evitando el riesgo para la salud. En sí la bioseguridad frente al COVID – 19 requiere tener una técnica adecuada en la higiene de manos, utilización del correcto equipo de protección personal como mascarilla y la desinfección constante del ambiente.

En relación a la pregunta ocho sobre el apoyo que ha recibido por parte del gobierno para la reactivación turística, varios de los entrevistados concuerdan que el apoyo del gobierno es la promoción de las actividades existentes por medio del gobierno provincial de Chimborazo y a través del Ministerio de turismo la creación de nuevos productos en función al potencial turístico natural y cultural. De esta manera, es muy importante la existencia de la promoción de actividades turísticas de las iniciativas de turismo comunitario, puesto que ello despierta el interés de los posibles turistas, sin embargo para realizar una efectiva promoción se deben utilizar los medios más adecuados para transmitir la información eficaz.

En relación a la pregunta nueve sobre la actuación de las comunidades frente a la pandemia y que propuestas han planteado para su reactivación, los entrevistados indican que aun persiste el temor de las comunidades por contagiarse, no obstante las personas aplican los protocolos de bioseguridad para poder brindar a los turistas los servicios que necesitan de hospedaje, alimentación y guianza. Con ello, las iniciativas de turismo comunitario están conscientes de que los protocolos son de obligatorio cumplimiento y buscan proteger a la población, contribuyendo a la reactivación del sector turístico.

En relación a la pregunta 10 sobre las estrategias que ha utilizado las comunidades para el impulso del turismo, los entrevistados señalan que La CORDTUCH ha hecho uso eficiente del aspecto tecnológico para la difusión de sus servicios a través del internet. En este sentido, la organización ha compartido imágenes por medio de redes sociales sobre las experiencias de los visitantes in situ. No obstante, se podrían acceder a otras tecnologías utilizadas en la industria del turismo como: Realidad Aumentada, Asistentes de voz, Big Data, Blockchain,

entre otros. Además, la CORDTUCH, necesita de varias capacitaciones a nivel de comunidades. Sin duda estas capacitaciones proporcionarán las herramientas para la construcción de conocimientos, desarrollo de destrezas y habilidades, y lo más importante que las personas tengan una actitud crítica, analítica y responsable con la actividad turística.

3.1.2. Ámbitos

Para recabar la siguiente información se realizó una revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización, para lo cual se empleó como instrumento la guía de análisis de documentos que ofreció un panorama bibliográfico sobre el diagnóstico situacional. Esta revisión secundaria permitió el levantamiento de información sobre los ámbitos que influyen la actividad turística en la CORDTUCH: ámbito físico espacial (ubicación geográfica de las iniciativas de turismo comunitario y límites), ámbito socio cultural (demografía e instrucción formal), ámbito ecológico territorial (clima, clasificación ecológica, características del suelo), ámbito económico productivo (actividades económicas) y ámbito político administrativo.

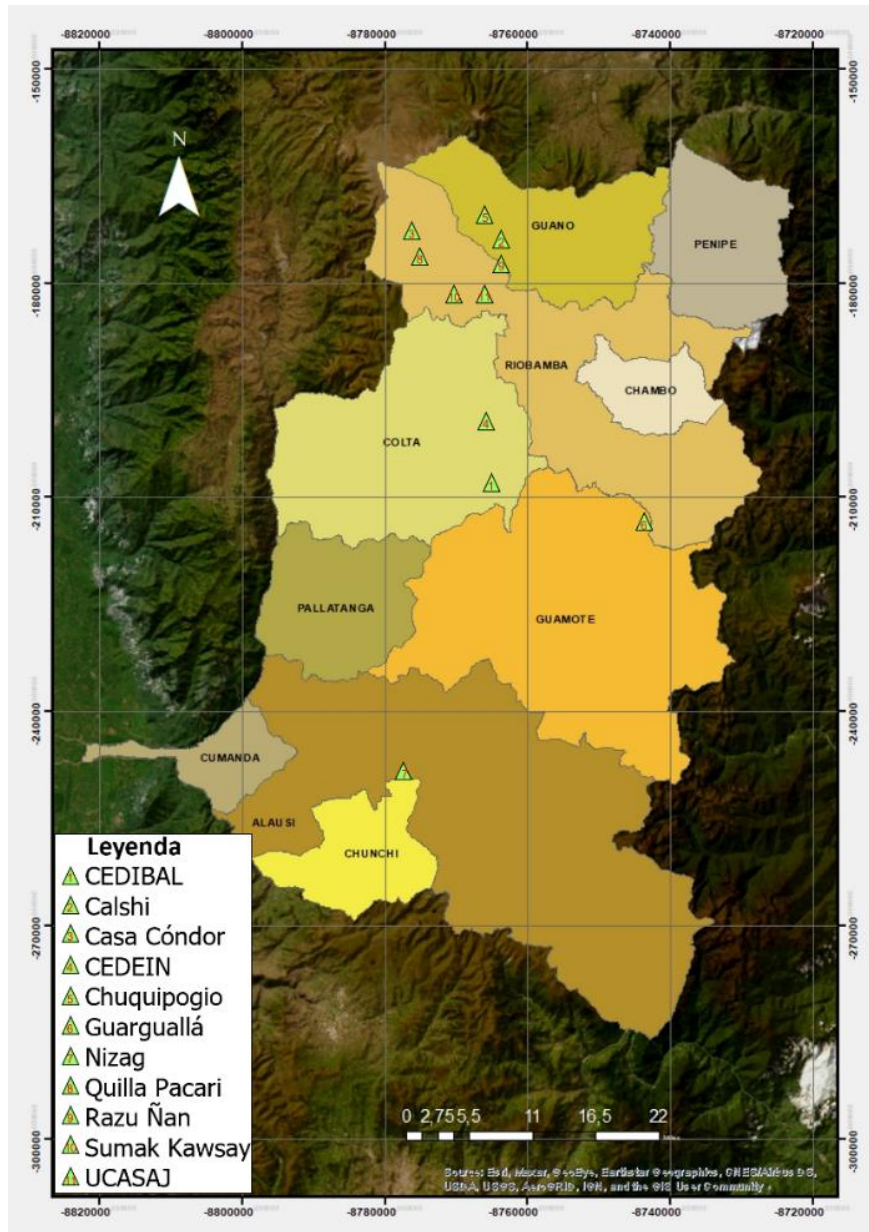
Ámbito Físico Espacial

Ubicación geográfica. El cantón Riobamba se encuentra situado al norte de la provincia de Chimborazo y cuenta con una extensión de 978 km². Dentro de este territorio se localizan las organizaciones: Casa Cóndor, UCASAJ, Quilla Pacari y Sumak Kawsay. En el cantón Guano se encuentra localizado de igual forma al norte de la provincia, con una extensión de 473 km². Dentro de este territorio se localizan las organizaciones: Razu Ñan, Calshi y Artesa Chuquipogio. El cantón Colta se encuentra localizado al noroccidente de la provincia con una extensión de 829 km². Dentro de este territorio se localizan las organizaciones: CEDIBAL y CEDEIN. El cantón Guamote se encuentra localizado al sur de la provincia con una extensión de 1216 km². Dentro de este territorio se localiza la organización de Guarguallá. Finalmente, el cantón Alausí se encuentra localizado al sur de la provincia con una extensión es de 1644 km². Dentro de este territorio se localiza la organización de

Nizag (Figura 1).

Figura 1

Mapa de georreferenciación de las organizaciones de turismo comunitario de Chimborazo



Límites. La organización Casa Cóndor limita al norte con la Asociación Chorrera Mirador, al sur la Comunidad Ganquis Pazguazo. La organización UCASAJ limita al norte con Loma Yanacochoa, al sur con el origen del río Tililag, al

este con la parroquia Calpi y al oeste con Loma Panzaloma. La organización Quilla Pacari limita al norte con la comunidad de Nitiluisa, al sur con la comunidad Gaushi, al este con la comunidad de Palacio Real y al oeste con la comunidad de Capilla Loma y Pisicaz. La organización Sumak Kawsay limita al norte con las comunidades de San Vicente, Luisa y Gaushi, al sur con el centro poblado de la parroquia Calpí y la comunidad Bayushi San Vicente, al este con las comunidades de Gaushi, Cunduana y Asunción y al oeste con las comunidades de Calpí loma, San Francisco y la parroquia San Juan.

La organización Razu Ñan limita al norte con la comunidad Cuatro esquinas, al sur con Tagualag, al este con Tunsalao Jatari y al este con Rumicruz - La Delicia. La organización Calshi limita al norte con la comunidad de Santa Lucia de Chuquipogio, al sur con la comunidad El Rosal, al este con la comunidad Pulinguí y al oeste con la comunidad de Cuatro esquinas. La organización Artesa Chuquipogio limita al norte con la comunidad Cuatro esquinas, al sur con Tagualag, al este con Tunsalao- Jatari y al este con Rumicruz - La Delicia.

La organización CEDIBAL limita al norte con la comunidad San Martín, al sur con La Providencia y San José de Columbe, al este con las comunidades de Balada Lupaxí Alto, y Tejar Balbanera y al oeste con la comunidad San Martín Bajo. La comunidad de CEDEIN limita al norte con la comunidad Pulinguí San Pablo, al sur con la comunidad de Chimborazo, al este con la comunidad Santa Teresita de Guabug y al oeste con la comunidad de Ganquis. La organización de Guarguallá limita al norte con la Hacienda Guarguallá, al sur con los páramos de Hazaraty, al este con el río Guarguallá y al oeste con los páramos de Hazaraty. Finalmente, la organización de Nizag limita al norte con la comunidad de Shushilcon, al sur con la parroquia Pistishí, al este con la parroquia Guasuntos y al oeste con el cantón Alausí.

Ámbito Socio Cultural

Demografía. Es la población humana en continuo cambio, considerando los ámbitos cuantitativo (estado) y cualitativo (dinámica), en este sentido la demografía de las OTC que conforman la CORDTUCH se describe a continuación (Tabla 3):

Tabla 3

Demografía de las OTC de la CORDTUCH

N	Cantón	Comunidad	N° de Habitantes por edad						Habitantes por sexo		Total de habitantes	N° familias beneficiadas por turismo		
			<1	1-9	10-14	15-29	30-49	50-64	>65	H		M	Directos	Indirectos
1	Riobamba	Casa Cóndor	2	35	43	27	25	35	31	97	101	198	48	40
		UCASAJ	80	671	476	889	419	586	355	1623	1852	3476	690	560
		Quilla Pacari	9	84	55	129	104	70	61	238	274	512	82	185
		Sumak Kawsay	6	55	37	85	69	46	40	159	179	338	125	62
2	Guano	Razu Ñan	28	281	163	396	274	129	114	664	721	1385	76	200
		Calshi	10	169	117	187	163	93	52	395	396	791	180	90
		Artesa Chuquipogio	6	56	51	87	82	24	29	165	169	335	45	20
3	Colta	CEDIBAL	7	59	71	63	193	131	64	275	313	588	35	15
		CEDEIN	56	198	187	312	277	167	53	605	645	1250	10	50
4	Guamote	Guarguallá	22	52	77	103	104	63	28	220	229	449	28	105
5	Alausí	Nizag	70	296	248	447	368	295	76	720	1080	1800	30	340
Total			296	1.956	1.525	2.725	2078	1.639	903	5.163	5.959	11.122	1349	1667

Fuente: CORDTUCH, 2021

La CORDTUCH en su totalidad tiene 11.122 habitantes distribuidos en sus 11 iniciativas de turismo comunitario a lo largo de los cantones de Riobamba, Guano, Colta, Guamote y Alausí. El cantón con menor población de las iniciativas de turismo es Guamote (449 habitantes), mientras que Riobamba es el cantón con mayor cantidad de habitantes (4.524).

Instrucción Formal. En la organización Casa Cóndor el 80% de la población cuenta con instrucción formal primaria, y el restante 20% no cuentan con ningún tipo de instrucción, por la misma razón que existe una escuela en la comunidad lo que ha permitido a la mayoría de la población acceder a una educación de nivel primario, en tanto que son pocos los que tienen acceso a una educación de nivel secundario,

que lo hacen asistiendo a establecimientos educativos que ofrece la parroquia San Juan.

En la organización UCASAJ el 73% de la población tiene instrucción formal primaria, secundaria y superior y el restante 27% no cuentan con ningún tipo de instrucción. La organización Quilla Pacari cuenta con una escuela su nombre es "Quitumbe" a la que acuden 40 niños aproximadamente de todos los sectores aledaños. La organización Sumak Kawsay se encuentra solamente una escuela hispana, la cual funciona desde el año 1962. La escuela toma el nombre de "Escuela Fiscal Mixta Pio Jaramillo Alvarado".

La organización Razu Ñan cuenta con establecimientos educativos como: una guardería llamada Abdón Calderón con 50 niños, en educación primaria la escuela se llama Dr. Rafael Pacheco Larrea con 150 niños, en lo educación secundaria se tiene el colegio 11 de Noviembre por lo que en la actualidad 70% de habitantes ya cuenta con un grado instrucción y el 15% a partir de los 50 años de edad son analfabetos. La organización Calshi cuenta con una escuela cuyo nombre es "República Federal de Alemania", a la misma que acuden 125 niños de la comunidad. Además posee un jardín de infantes y una guardería.

La organización Artesa Chuquipogio cuenta con una escuela y un Colegio a distancia que funciona los días sábados y domingos. Ambos ubicados en el centro de la comunidad de Santa Lucia de Chuquipogio. La organización CEDIBAL presenta que el 74% de la gente de la comunidad cuenta con instrucción primaria, el 3% de la gente tiene instrucción secundaria, otro 3% de los miembros de la comunidad tiene instrucción superior, y el 20% de la población no tiene ningún tipo de instrucción, por lo tanto son analfabetos.

La comunidad de CEDEIN dispone de centros educativos que permiten recibir una educación de calidad tal como lo pueden hacer acudiendo a centro educativos del cantón Colta, así como también en el cantón Guamote. La organización de Guarguallá cuenta que el 70% de habitantes tiene algún tipo de instrucción entre primaria y secundaria, por lo tanto el 30% de sus habitantes son

analfabetos, es decir aquellos que están dentro de la tercera edad. Finalmente, la organización de Nizag presenta que el 80% población tiene una instrucción primaria, secundaria y superior, solo un 20% de aquellas personas que pertenecen a la tercera edad son analfabetos.

Ámbito Ecológico Territorial

Clima y la Clasificación Ecológica. El clima y la clasificación ecológica de las comunidades que conforman la CORDTUCH es el siguiente (Tabla 4):

Tabla 4

Clima de las OTC de la CORDTUCH

N°	Cantón	OTC	Clima		Clasificación ecológica
			Temperatura promedio (°C)	Precipitación media anual (mm)	
1	Riobamba	Casa Córdor	3 – 6	500	Bosque húmedo Montano Bosque húmedo Sub Alpino Bosque muy húmedo Sub Alpino Estepa Montano
		UCASAJ	12 – 16	500 – 1000	Bosque seco Montano Bajo Bosque húmedo Montano Bajo Bosque húmedo Montano Bajo
		Quilla Pacari	6 – 22	500 a 1000	
		Sumak Kawsay	18 – 22	500 a 1000	Bosque húmedo Montano Estepa Montano
2	Guano	Razu Ñan	13 – 18	500 – 1000	Montano o templado Bosque húmedo Montano Bajo
		Artesa Chuquipogio	10	1200	Páramo seco
		CEDIBAL	13 – 18	500 – 1000	Bosque montano bajo seco Bosque húmedo Montano Bosque húmedo Sub Alpino Bosque muy húmedo Sub Alpino Estepa Montano
3	Colta	CEDEIN	3 – 6	250 – 500 y 500 – 1000	
4	Guamote	Guarguallá	6 – 12	500 – 1000	Bosques tropicales, nublados Nieves perpetuas
5	Alausí	Nizag	8	117, 153 y 127	Bosque seco Montano Bosque seco Montano Bajo Estepa Montano Bajo

Fuente: CORDTUCH, 2021

Características del Suelo. En la organización de Casa Cóndor sus suelos están formados por roca de origen volcánico, sedimentos de material volcánico, rocas y tobas volcánicas pliocénicas. En la organización UCASAJ los suelos se caracterizan por ser de dos tipos: i) suelos franco arenosos: muy sueltos con baja retención de humedad. ii) suelos alofánicos: con gran retención de humedad y negros. En las organizaciones de Quilla Pacari y Sumak Kawsay la clase textural de sus suelos es franco limoso con color pardo oscuro. En la organización Razu Ñan por lo general sus suelos son franco arcillosos mientras que en la comunidad de Calshi se caracterizan por ser arcillosos.

En la organización de Artesa Chuquipogio los suelos son franco arcillosos con una pendiente del 30 al 80%. En la organización de CEDIBAL los suelos están formados por roca de origen volcánico. En la organización de CEDEIN los suelos en general están formados por roca de origen volcánico, sedimentos de material volcánico, morrenas, rocas y tobas volcánicas pliocénicas. En la organización de Guarguallá el suelo se configura con rocas no metamórficas, rocas metamórficas y rocas cuaternarias. Finalmente, en la organización de Nizag los suelos son arcillosos en un 60% seguido con un 30% de pedregosos y un 10% de gredoso.

Ámbito Económico Productivo

Actividades Económicas. En la comunidad de Casa Cóndor principalmente se dedican a la producción de papas, habas, mellocos, cebolla y cebada. La producción pecuaria está caracterizada por el mejoramiento continuo de la genética, tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores. Las labores artesanales son realizadas por el grupo de mujeres, que desde hace años viene recibiendo capacitaciones para mejorar el producto artesanal. En la organización UCASAJ lo económico productivo está encaminado a la producción de papas, habas, cebada, zanahoria y hortalizas en mínima cantidad. La producción pecuaria está caracterizada por el mejoramiento continuo de la genética, tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores. Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, de ahí que en la producción artesanal se destacan las asociaciones de

mujeres del barrio de Calera Baja, Calera Santa Rosa, Guadalupe, Santa Isabel y Guabug.

En la organización Quilla Pacari se caracteriza por dedicarse a la producción de papas, habas cebadas, ocas, mashuas y mellocos su producción es tanto para la venta como para el auto consumo. Asimismo la parte pecuaria está encaminada en el mejoramiento continuo de la genética tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores, así como, la crianza de especies menores (cuyes y conejos) todos estos para el autoconsumo y venta, ya que mediante ellos pueden adquirir ingresos económicos adicionales. Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, siendo las más comunes la elaboración de guantes, sacos, bufandas con la fibra de borrego, para el vestir diario o para ser vendidas. En la comunidad Sumak Kawsay se dedican a la siembra de productos locales como: papas, cebada, habas, quinua. Ganado vacuno, especies menores como cuyes y conejos y camélidos. Elaboración de artesanías en base a la fibra de llama y borrego.

En la comunidad Razu Ñan las principales actividades económicas son: agricultura, cultivan (papas, mellocos, habas, cebada, choclos) y como actividades complementaria la crianza de animales domésticos (gallinas, cuyes, chanchos, conejos y bovinos) y guías de turismo y la migración a las ciudades a trabajar en el campo de la construcción. En la comunidad Calshi los habitantes locales son cultores del agro, donde el cultivo es su forma de vida para la mayoría de ellos se dedican a la siembra de varios productos propios del clima frío, como: las papas, habas, cebada, trigo, cebolla colorada, cebolla blanca, ajo, arveja, zanahoria. Se dedican a la crianza de ganado vacuno, bovino, y porcino en pocas cantidades. Del ganado vacuno se extrae la leche, carne que son vendidos en los lugares circundantes de la zona al igual que la lana que se extrae de las ovejas, y la carne de chanco. Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, siendo las más comunes la elaboración de guantes, sacos, bufandas con la fibra de borrego, para luego ser vendidas o para el vestir diario. El turismo se ha vinculado estrechamente con la elaboración de artesanías, cultivo de productos orgánicos,

forestación, reforestación los mismos que deberán estar agrupados en un paquete turístico.

En la comunidad Artesa Chuquipogio se caracteriza por la producción de papas, habas cebadas, ocas, mashuas y mellocos, su producción es tanto para la venta como para el auto consumo. Está caracterizada para el mejoramiento continuo de la genética tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores, así como, la crianza de especies menores todos estos para el autoconsumo y venta, ya que mediante ellos pueden adquirir ingresos económicos adicionales. Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, siendo las más comunes la elaboración de guantes, sacos, bufandas con la fibra de borrego, para luego ser vendidas o para el vestir diario. En la comunidad CEDIBAL la mayoría de la población se dedica a la agricultura, todos los productos como: zanahoria, col, col morada, coliflor, quinua, lechuga, papas mellocos, mashuas y algunas plantas medicinales como: manzanilla, toronjil, hierba buena, menta, borraja y orégano son empleados para la alimentación diaria, exceptuando la quinua que es consumida por la gente de la comunidad y comercializada en gran cantidad. Con la ganadería su propósito principal es la obtención de leche, la misma que es vendida a los lecheros que llegan a la comunidad. En menor porcentaje se dedican a la crianza y venta de porcinos, ovinos, equinos, aves de corral, cuyes, conejos, patos gansos entre otros.

En la comunidad CEDEIN el territorio es utilizado para el pastoreo de las alpacas. La producción pecuaria está caracterizada por el mejoramiento continuo de la genética, como de camélidos son de mucha importancia para los pobladores. Las labores artesanales son realizadas en su mayoría por las mujeres que desde hace años viene recibiendo capacitaciones para mejorar el producto artesanal. En la comunidad Guarguallá la población de la comunidad se dedica principalmente a la agricultura (papas, habas, cebada, cebolla, hortalizas), a la ganadería (vacas lecheras, borregos, caballos, alpacas) y a la actividad turística, muy poca gente trabaja en la ciudad de Riobamba en forma asalariada. En la comunidad Nizag se realizan actividades de producción agrícola, se cultiva una gran variedad de

productos entre ellos varias frutas como: guabas, naranjas, limones; muchas familias tienen pozos con truchas en donde se puede pescar. La producción pecuaria está caracterizada por la crianza de especies menores. La producción artesanal se destacan los bordados de prendas de vestir tradicional, fufadas, guantes y gorras en lana de borrego.

Ámbito Político Administrativo

Fundación de Organizaciones. En la comunidad Casa Cóndor la fundación de la organización fue en 1975 se fundó la comunidad Pulingui San Pablo, con 19 familias. Desde 1996 empezaron con la construcción de la Casa Cóndor, y a partir de 1998 empiezan a desarrollar actividades turísticas, recibiendo a los primeros visitantes en este año. Es una Asociación de tipo comunitaria conformada por 48 socios residentes en las comunidades Pulinguí Centro, Tunzalao, Rumi cruz, La Delicia, Chimborazo. Actualmente la situación legal de la asociación de Trabajadores Pulingui San Pablo, fue legalizada ante el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP).

En la comunidad UCASAJ la fundación de la organización fue en el año 2002, desde ese momento se conformó el comité de turismo comunitario, integrado en primera instancia por representantes de cuatro comunidades y a la fecha se han integrado siete comunidades más, totalizando una participación en este proceso turístico de 11 comunidades. Es una Asociación de segundo grado, conformada por 25 comunidades, de las cuales 14 son los beneficiarios indirectos por ser parte de la Organización, y 11 comunidades identificadas para el desarrollo del turismo comunitario los beneficiarios directos. Actualmente la situación legal de la asociación tiene una trayectoria desde el año de 1974 y cuenta con personería jurídica desde el 9 de marzo de 1984.

En la comunidad Quilla Pacari los socios consideran que la organización es una asociación. Actualmente la situación legal cuenta con un estatuto, obtenido por CONAMU. En la comunidad Sumak Kawsay la organización fue fundada el 24 de julio del 2006. Es una Organización que agrupa a 62 familias de la comunidad

quienes se benefician directamente por la actividad turística. En la comunidad Razu Ñan la organización fue fundada en abril del 2005. Se caracteriza por ser una organización de tipo asociación. En la comunidad Calshi su estructura organizativa está dada por la asamblea general, dirigencia, comunidad, presidencia, vicepresidencia, secretario, tesorero, sindico y vocal. En la comunidad Artesa Chuquipogio la organización fue fundada desde el año 1998, cuando se fundó la Asociación de mujeres “Visión Futura” que se formó con la finalidad de desarrollar actividades turísticas. Visión Futura es una asociación que une al 90% de las familias de la comunidad, representadas por las mujeres. La comunidad CEDIBAL fue creada el 14 de Marzo del 2004. Es una organización de tipo corporación. La comunidad CEDEIN a raíz del año 1990 hasta 2000, viene emprendiendo actividades de Conservación de los suelos, la misma que a fines del mismo año. Es una organización no gubernamental sin fines de lucro. La comunidad Guarguallá fue creada el 28 de noviembre de 1998; que en mayo del 2008 fue legalizado en el CODENPE. Es una organización de tipo asociación que tiene una trayectoria desde el año de 1998 y cuenta con personería jurídica desde mayo del año 2008. Finalmente, la comunidad Nizag los pobladores de la comunidad se unen el 15 de febrero del 2001 para comenzar a trabajar en la actividad turística. Se caracteriza por ser una organización de base productiva.

3.2. *Estudio de Mercado como Base para las Líneas de Acción y Promoción de las Iniciativas de Turismo Comunitario de la CORDTUCH*

Los mercados son una parte muy importante de las sociedades y un potenciador de la economía local. De esta manera, el estudio de mercado ayuda a la tomar decisiones bien informadas, eliminar las conjeturas y canalizar recursos en ideas y proyectos que tienen el mayor potencial para establecer las líneas de acción y promoción de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. En este sentido, el estudio de mercado se desarrolló en dos momentos: i) el análisis de la oferta turística y ii) el análisis de la demanda turística.

3.2.1. Análisis de la Oferta Turística

La oferta turística es la combinación de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio cultural que se presentan a los turistas al momento de la realización de su viaje. En este contexto, para el análisis de la oferta de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH se levantó información en relación a los atractivos turísticos naturales y culturales, infraestructura turística, planta turística y superestructura turística. Para lo cual se utilizó como técnica a revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización, y como instrumento la guía de análisis de documentos orientado al esclarecimiento e interpretación de la totalidad del contenido temático sobre la demanda turística.

Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico de una localidad y que son idóneos para atraer a los viajeros haciendo así posible la actividad turística. De esta forma, las OTC que conforman la CORDTUCH se caracterizan por tener importantes atractivos (naturales y culturales) que se presentan a continuación en función a cada uno de los cantones Riobamba, Guano, Colta y Alausí:

Tabla 5

Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Riobamba

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
	Casa Cóndor	Bosque de Polylepis	Sitio Natural	Bosque	Paramo	II
		Templo Machay	Sitio Natural	Montaña	Desfiladero	II
		Piedra Negra	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II
		Árbol Solitario	Sitio Natural	Bosque	Páramo	II
		Cuartel de los Incas	Sitio Natural	Montaña	Desfiladero	I
Riobamba		Pulingui San Pablo	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
	UCASAJ	Árbol Solitario	Sitio Natural	Bosque	Páramo	II
		Tambo Huasha	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Pulinguí San Pablo	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Calerita Shobol Pamba	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Calera Baja	Manifestaciones	Étnico	Pueblo	II

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
			Culturales		Kichwa	
		Calerita Santa Rosa	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II
		Shobol Alto Guadalupe	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Santa Isabel	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Calera Grande Pomaló	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Pisicaz	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Guabug	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		La Delicia	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Tutupala	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Rumi Cruz	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Rayo Loma	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Parva Machay	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Bosque de Polyepis	Sitio Natural	Bosque	Páramo	II
		Shobol Urku	Sitio Natural	Montaña	Colina	II
		Reserva de Producción Faunística Chimborazo	Sitio Natural	Sistema de Áreas Protegidas	Refugio de Vida Silvestre	III
		Nevado Chimborazo	Sitio Natural	Montaña	Alta Montaña	IV
		Mira Loma	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I
		El camino de Simón Bolívar	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II
	Sumak Kawsay	Museo de la Llama	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II
		Hilandería	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I

Son cuatro las OTC que se encuentran en el cantón Riobamba, mismas que presentan un total de 30 atractivos turísticos (Tabla 5). En cuanto a la categoría el 53% (16 atractivos) son sitios naturales y el 47% (14 atractivos) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 57% (17 atractivos) son de jerarquía I, el 37% (11 atractivos) son de jerarquía II, el 3% (3 atractivos) son de jerarquía III y IV respectivamente.

Tabla 6

Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Guano

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
	Razu Ñan	Minas de Hielo	Sitio Natural	Montaña	Glaciales	II
Guano		Virgen de Yacupamba	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
	Calshi	Colinas de Huampag	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Ruinas de la escuela	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
		El camino de Simón Bolívar	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II

Son tres las OTC que se encuentran en el cantón Guano, mismas que presentan un total de 5 atractivos turísticos (Tabla 6). En cuanto a la categoría el 60% (3 atractivos) son sitios naturales y el 40% (2 atractivos) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 60% (3 atractivos) son de jerarquía I y el 40% (2 atractivos) son de jerarquía II.

Tabla 7

Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Colta

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Colta	CEDIBAL	Minas de Hielo	Sitio Natural	Montaña	Glaciales	II
		Comunidad Santa Lucia de Chuquipogio Sector	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Artesa	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
	CEDEIN	Piedra Negra (Yana Rumi)	Sitio Natural	Formación Geológica	Piedra	II
		La Chorrera	Sitio Natural	Río	Caída de agua (Cascada)	II
		Aguas Subterráneas	Sitio Natural	Aguas Subterráneas	Vertiente	II

Son dos las OTC que se encuentran en el cantón Colta, mismas que presentan un total de 6 atractivos turísticos (Tabla 7). En cuanto a la categoría el 83% (5 atractivos) son sitios naturales y el 17% (1 atractivo) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 33% (2 atractivos) son de jerarquía I, el 17% (1 atractivo) es de jerarquía II y el 50% (3 atractivos) son de jerarquía III.

Tabla 8

Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Alausí

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Alausí	Nizag	Cerro Cóndor	Sitio Natural	Montaña	Colina	III
		Puñuna o Nariz del Diablo	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II
		Panzarumi	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Río	I
		Río Zula	Sitio Natural	Montaña	Mirador	III

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
		Chiripungo	Sitio Natural	Bosque	Caída de agua	I
		Cruzpamba	Manifestaciones Culturales	Zonas Históricas	Conjuntos Parciales	I
		Camino del Inca	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II

Es una la OTC que se encuentran en el cantón Alausí, misma que presenta un total de 7 atractivos turísticos (Tabla 8). En cuanto a la categoría el 71% (5 atractivos) son sitios naturales y el 29% (2 atractivos) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 43% (3 atractivos) son de jerarquía I, el 29% (2 atractivos) son de jerarquía II y III respectivamente.

De manera particular, entre los atractivos que sobresalen de las comunidades filiales a la CORDTUCH se encuentra el nevado Chimborazo un icono a nivel mundial y conocido como el punto más cercano al sol. Varias comunidades hacen uso de este atractivo como parte de su oferta. Además, en su mayoría se promociona atractivos culturales, en especial las costumbres y tradiciones de cada comunidad cabe mencionar que en las comunidades presentar similares ofertas como sus formas de vida acompañado de su gastronomía, leyendas, mitos, danzas y música. En relación a las actividades turísticas, en todos los atractivos se pueden realizar una serie de actividades como: caminatas, aviturismo, ecoturismo, turismo de naturaleza, interpretación de patrimonio, ambiental y cultural, turismo medicinal y convivencia comunitaria.

Un total de 48 atractivos turísticos presentan las OTC de la CORDTUCH. Estos atractivos en su mayoría se encuentran en la comunidad de UCASAJ (20 – 41,7%), seguido por la comunidad de Nizag (7 – 14,6%), Casa Cóndor (6 – 12,5%), Sumak Kawsay y Calshi (4 – 8,3%), CEDIBAL y CEDEIN (3 – 6,3%) y Razu Ñan (1 – 2,1%). Existen comunidades como Quilla Pacari (Riobamba), Artesa Chuquipogio (Guano) y Guarguallá (Guamote) donde no se ha realizado un inventario turístico por lo que no se registran atractivos turísticos.

Infraestructura Turística

El servicio básico de abastecimiento de agua de las OTC que conforman la CORDTUCH se caracteriza porque en la comunidad Casa Cóndor dispone de agua entubada en cada una de las casas, la misma que lo obtienen de las vertientes del sector. La comunidad de UCASAG dispone de la red pública de distribución de agua entubada, la mayoría tienen agua en sus domicilios. En la comunidad Quilla Pacari disponen de agua entubada con los tratamientos necesarios apta para el consumo humano. En la comunidad Sumak Kawsay el agua proviene de las faldas del Chimborazo a través de tubos, la misma que recibe un tratamiento antes de ser utilizada para beber, cocinar y atender las necesidades de higiene personal. En la comunidad Razu Ñan todas las familias disponen de agua desde hace más de 20 años.

En la comunidad de Calshi disponen de la red de distribución de agua entubada, la mayoría tienen agua en sus domicilios. En la comunidad Artesa Chuquipogio se abastecen de agua entubada con los tratamientos necesarios apta para el consumo humano de los deshielos del nevado Chimborazo por más de 10 años. En la comunidad de CEDIBAL el agua para el consumo humano es entubada y lo disponen desde el año 1980, se lo obtiene a través del sistema de bombeo eléctrico, para ser depositados en unos tanques, cumplir con el proceso de purificación con cloro, y finalmente llegar a los hogares de todos los pobladores de la comunidad.

En la comunidad CEDEIN se abastecen de agua del río culebrillas, a la misma que se le ha sometido al análisis necesario, dado resultados favorables, siendo esta apta para el consumo humano. El agua se está extrayendo a través de una bomba para que llegue hasta las cabañas y pueda ser consumida. En la comunidad Guarguallá disponen de la red pública de distribución de agua entubada desde el año 1998, solo ciertas familias tienen agua en sus domicilios. Finalmente, en la comunidad de Nizag disponen de la red pública de distribución de agua entubada, la mayoría tienen agua en sus domicilios.

El servicio de cobertura del servicio de energía eléctrica de las OTC que conforman la CORDTUCH en la comunidad Casa Cóndor disponen del servicio de energía eléctrica del sistema interconectado nacional. En la comunidad UCASAJ, Quilla Pacari, Calshi y Artesa Chuquipogio, Guarguallá y Nizag disponen del servicio de energía eléctrica del sistema interconectado nacional. En la comunidad Sumak Kawsay el servicio de energía eléctrica es a través del sistema interconectado, el mismo que está conectado a la parroquia San Juan.

En la comunidad Razu Ñan dispone de energía eléctrica del sistema interconectado nacional. La comunidad tiene energía eléctrica desde el año 1980. En la comunidad CEDIBAL la población cuenta con energía eléctrica desde el año 1982, gracias a los trámites y presión constante de los líderes de la comunidad, todos los hogares cuentan con este servicio pero lamentablemente no existe alumbrado público en las calles principales y secundarias de la comunidad. En la comunidad CEDEIN por ejemplo en Yana Rumi se ha implementado la energía alternativa a través de los paneles solares.

El servicio de cobertura del servicio de saneamiento de las OTC, en la comunidad Casa Cóndor no cuentan con un carro recolector de basura, todos sus desechos inorgánicos generados por la actividad turística son recolectados en sacos y trasladados hasta la ciudad de Riobamba, mientras que los desechos orgánicos generados por las familias correspondientes a la cocina, son utilizados como abono y alimento para los animales. En cuanto a los desechos inorgánicos como papel son quemados. La comunidad no posee del servicio de alcantarillado, de ahí que hay un mínimo porcentaje de servicios higiénicos de uso privado tanto que otros de uso común y la mayoría disponen de letrinas.

En la comunidad UCASAJ la mayor parte del territorio no posee servicio de alcantarillado, de ahí que un mínimo porcentaje de servicios higiénicos de uso privado tanto que otros de uso común y la mayoría de letrinas. La parroquia cuenta con el servicio del carro recolector de basura del Municipio de Riobamba una vez por semana, mientras que las comunidades los desechos orgánicos correspondientes a la cocina, siembra, cosecha y estiércol de animales son

utilizados en su mayoría como abono y alimento para los animales. En cuanto a los desechos inorgánicos como papel son quemados mientras que las latas y los vidrios son arrojados a los ríos y quebradas más cercanas.

En la comunidad Quilla Pacari no disponen del servicio de saneamiento, pero los desechos orgánicos son utilizados para abonar sus cultivos, así también como alimento para los animales mientras que los desechos inorgánicos son enterrados, quemados o arrojados a la quebrada cercana al lugar. La comunidad no posee el servicio de alcantarillado, pero sí de pozos sépticos en su mayoría. En la comunidad Sumak Kawsay el 40% de las viviendas tiene pozo séptico en buenas condiciones es decir 37 casas, el 43% tiene red pública en buenas condiciones, es decir 40 casas, el 8.6% tiene pozo ciego en condiciones regulares y el 8.6% de las viviendas tiene letrinas. Los residuos son tratados de diferentes maneras: la mayor parte de la población el 30%, elimina los residuos enterrándolos y/o por incineración, el 21% lo utiliza como abono, y el 20 % de las viviendas lo entierran o envía en el recolector de basura que llega a la comunidad cada 15 días, los días miércoles.

En la comunidad Razu Ñan no poseen alcantarillado, disponen de pozos sépticos. La comunidad de Pulinguí no cuenta con el servicio de recolección de basura, es así que los desechos orgánicos lo arrojan en los terrenos y los desechos sólidos lo queman o los arrojan en las calles. En la comunidad Calshi no dispone de este servicio, pero los desechos orgánicos son utilizados para abonar sus cultivos, así también como alimento para los animales mientras que los desechos inorgánicos son enterrados, quemados o arrojados a la quebrada cercana al lugar. La comunidad no cuenta con servicio de alcantarillado.

En la comunidad Artesa Chuquipogio no posee el servicio de alcantarillado, pero sí de pozos sépticos en su mayoría. La comunidad no dispone de este servicio, pero los desechos orgánicos son utilizados para abonar sus cultivos, así también como alimento para los animales, mientras que los desechos inorgánicos son enterrados, quemados o arrojados a la quebrada cercana al lugar. En la comunidad CEDIBAL no dispone de este servicio, es por ello que la mayoría de familias dispone de pozos sépticos. La comunidad no cuenta con el servicio de recolección de

desechos sólidos, por lo que se puede observar una gran cantidad estos en las calles y terrenos, pero los desechos orgánicos los habitantes lo utilizan para elaborar abonos orgánicos para el cultivo de productos agrícolas sanos y nutritivos.

En la comunidad CEDEIN en Yana Rumi por estar ubicado en una zona alejada (páramo), no cuenta con el servicio de alcantarillado, por esta razón se está trabajando en la implementación de letrinas aboneras las mismas que armonizan con el ambiente que se encuentra en un estado sano y equilibrado y al mismo que hay que seguirlo protegiendo. Los desechos orgánicos generados por la actividad así como también el excremento del proyecto de alpacas son utilizados para los huertos de plantas medicinales que cada una de las familias tienen y que proveen a la planta procesadora de tes del centro de capacitación indígena CEDEIN; mientras que los desechos sólidos son recolectados para depositarlos en los basureros de la parroquia San Juan o de la ciudad de Riobamba.

En la comunidad Guarguallá no cuenta con el servicio del carro recolector de basura, los desechos orgánicos correspondientes a la cocina, estiércol de animales son utilizados en su mayoría como abono y alimento para los animales. En cuanto a los desechos inorgánicos como papel son quemados mientras que las latas y los vidrios son arrojados a los ríos y quebradas más cercanas. La comunidad no cuenta con alcantarillado, de ahí que la mayoría de la población no tiene baterías sanitarias. En la comunidad Nizag solamente en la parte central cuentan con el servicio de alcantarillado, mientras que los hogares que están alegados de este sector no lo tienen. Nizag no cuenta con el servicio de recolección de desechos sólidos, por lo que se puede observar una gran cantidad de estos en las calles y terrenos, pero los desechos orgánicos los utilizan para la lombricultura.

El servicio de cobertura del servicio de telecomunicaciones de las OTC que conforman la CORDTUCH en la comunidad Casa Cóndor, UCASAJ, Sumak Kawsay, Razu Ñan, Calshi, Artesa Chuquipogio, CEDIBAL, CEDEIN y Guarguallá las instalaciones turísticas cuentan con servicio de internet que se encuentra a disposición de los visitantes. En la comunidad Quilla Pacari las instalaciones turísticas cuentan con servicio de internet que se encuentra a disposición de los

visitantes. Los habitantes de la comunidad cuentan con líneas telefónicas, lo que facilita la comunicación en el sector, además existe cobertura celular (claro y movistar). En la comunidad Nizag los medios de comunicación que dispone la comunidad son las siguientes: telefonía celular, televisión, radio, Internet y también cuenta con el servicio de teléfono convencional.

Las redes viales y de transporte de las OTC que conforman la CORDTUCH en la comunidad Casa Cóndor disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Guaranda km 37. Transporte: cooperativa Atenas, cooperativa Flota Bolívar, cooperativa Patria, cooperativa 10 de noviembre. En la comunicada UCASAJ disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Guaranda km 18, Vía 2: primer orden Riobamba – San Juan km 18, vías a las comunidades: el ingreso a las comunidades se lo hace por vías de segundo y tercer orden. Transporte: cooperativa 2 de Octubre, cooperativa Alianza San Juan, cooperativa Atenas, cooperativa Flota Bolívar, cooperativa Patria, cooperativa 10 de noviembre.

En la comunidad Quilla Pacari disponen de redes viales: vía 1: (primer orden) Guaranda – Cuatro Esquinas, desvió a la derecha comunidad san francisco de Cunuguachay (tercer orden). Vía 2: (Primer Orden) Guaranda – desvió Palacio Real (tercer orden). Transporte: cooperativa de Transportes Unidos y camionetas comunitarias. En la comunidad Sumak Kawsay disponen de redes viales: vía (primer orden) San Juan - Guaranda, finalmente se toma un desvío hacia Palacio Real (tercer orden), vías 2. se toma un sendero por la comunidad Bayushi. Transporte: Cooperativa de Transportes Unidos.

En la comunidad Razu Ñan disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Entrada al empedrado. Vías de la comunidad: el ingreso a las comunidades se lo hace por vías de segundo (empedrado). Transporte: Cooperativa El Cóndor. En la comunidad Calshi disponen de redes viales: vía 1: panamericana norte – Hostería la Andaluza: Se ingresa a 500 metros antes de la hostería la Andaluza por una vía de segundo orden. vía 2: panamericana norte, continuando por la antigua carretera García Moreno, esta ruta conduce hasta la Comunidad Calshi por un camino de segundo orden hasta la altura de la comunidad Silveria.

Vías a la comunidad: el ingreso a la comunidad se lo hace por una vía de segundo y tercer orden. Transporte: camionetas, cooperativa de Transportes San Andrés, cooperativa El Cóndor.

En la comunidad Artesa Chuquipogio disponen de redes viales: vía 1: (primer orden). Riobamba – Quito panamericana norte desvío entrada antigua carretera García Moreno, vía de segundo orden empedrado pasando la comunidad de Pulinguí Centro y Cuatro Esquinas siguiendo por la misma vía llegara a la Comunidad Santa Lucia de Chuquipogio por un camino de tercer orden. Vía 2: Riobamba – Quito Panamericana norte desvío por la hostería Andaluza. Transporte: Cooperativa de Transportes Cóndor.

En la comunidad CEDIBAL disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Guamote y sur del país, vía 2: tercer orden, ingreso a la comunidad que lo hacen únicamente carros particulares, no existe ninguna cooperativa que ingrese hasta la comunidad. Transporte: cooperativa Guamote, cooperativa Ñuca Llacta, cooperativa Alausí, cooperativa, Chunchi, cooperativa Patria y cooperativa Sucre. En la comunidad CEDEIN disponen de redes viales: Vía 1: Primer orden Riobamba – Guaranda km 35. Vía 2: segundo orden Riobamba- Comunidad Yanquis. Transporte: cooperativa Atenas, cooperativa Flota Bolívar, cooperativa Patria, cooperativa 10 de noviembre. En la comunidad Guarguallá disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Licto, vía 2: segundo orden Licto- Guarguallá. Transporte: camionetas particulares, camión Recolector de Leche.

En la comunidad Nizag disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Alausí. vía 2: primer orden Riobamba – Cuenca- Loja. Vía a la comunidad: el ingreso a la comunidad se lo hace por vías de segundo y tercer orden. Su acceso se lo puede realizar por la panamericana sur hasta el desvío a Quilliquín, siguiendo desde allí una carretera de segundo orden, llegando a la parte alta de la comunidad, otra manera de llegar es por la panamericana siguiendo hasta la Moya hasta la entrada del puente “el Peligro” de allí se llega a un camino con dos ramales uno que se dirige a la parte alta y otro a la parte baja de la comunidad. Transporte: Furgonetas, cooperativa Alausí, interprovinciales que se dirigen a Cuenca, Loja.

Planta Turística

La planta turística la conforman las instalaciones físicas (alojamiento y alimentación) necesarias para el desarrollo de la actividad turística en un determinado espacio geográfico. En este contexto, el servicio de alojamiento las OTC que conforman la CORDTUCH la comunidad Casa Cóndor posee un tipo de infraestructura turística en forma de cóndor de ahí el nombre del proyecto, esta planta dispone de un área de hospedaje distribuida en dos cuartos comunitarios: A la derecha del cóndor: cuenta con 6 camas literas y un baño, con capacidad para 12 pax. A la izquierda: distribuida en 2 cuartos, el uno con 3 camas literas con capacidad para 6 Pax y el otro con 2 camas literas con capacidad para 4 pax, esta ala dispone de un baño, 2 duchas y una cocina. El atillo: cuenta 6 camas individuales de una plaza con capacidad para 6 Pax. Cabañas nuevas: distribuidas en cuatro habitaciones dobles con camas individuales, un área común y dos baños.

La comunidad UCASAJ cuenta con una infraestructura turística de dos plantas, ubicada en la parroquia de San Juan en los terrenos que forman parte de la sede de la organización. Esta infraestructura considerada como una Hospedería Turística está planificada de acuerdo a las siguientes áreas: Hospedaje (Segunda planta). Posee un área de alojamiento con cuatro habitaciones con una capacidad para 15 plazas (3 cuádruples y 1 triple) cada una con su baño privado, un área común y una chimenea, la misma que se encuentra en proceso de implementación de sus equipos y mobiliario para prestar este servicio, en habitaciones compartidas con baño privado y duchas de agua caliente.

La comunidad Quilla Pacari posee 2 cuartos comunitarios cada uno de ellos con 3 camas literas y el equipamiento necesario. La comunidad Sumak Kawsay cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

La comunidad Razu Ñan el servicio de alojamiento lo realiza en las instalaciones pertenecientes a la asociación Santa Anita, es considerado como albergue, con una capacidad de 22 pax, distribuidos en 5 dormitorios, las

acomodaciones se las puede realizar en: cuatro dormitorios que poseen tres camas individuales cada uno (8 pax) y un dormitorio con cinco camas literas (10 Pax); 2 dormitorios poseen un baño con ducha y agua caliente. Adicional se dispone de un baño y duchas en las afuera de las instalaciones. Los dormitorios en el momento del alojamiento, disponen de una toalla, y un jabón, únicamente los dormitorios que tienen baño.

La comunidad Calshi cuenta con una cabaña con 2 habitaciones con capacidad para 5 personas. La comunidad Artesa Chuquipogio cuenta con un albergue que está dividido de la siguiente manera: tiene dos habitaciones, la primera que cuenta con cinco camas literas y la segunda con 4 con capacidad total para 18 plazas. Cada habitación posee de un baño privado. Cuenta con un área común y una chimenea. Con una capacidad para 18 pax. La comunidad CEDIBAL cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

La comunidad CEDEIN posee un tipo de infraestructura turística de cemento armado, esta planta dispone de un área de hospedaje distribuida en cuatro habitaciones dos dobles y dos triples y un baño, cada una de ellas con el equipamiento necesario para el confort del cliente. La comunidad Guarguallá posee un albergue, en donde se ofrece un tipo de hospedaje compartido, con capacidad para 12 Pax, dispone de cobijas, sábanas, almohadas y colchones. La comunidad Nizag cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

El servicio de alimentos y bebidas de las OTC que conforman la CORDTUCH en la comunidad Casa Cóndor cuenta con un comedor, con una capacidad para 30 personas, este presta el servicio de alimentos y bebidas únicamente cuando llegan grupos de turistas hasta la comunidad, se caracteriza por ofrecer al visitante un tipo de comida tradicional preparada a base de productos locales. La comunidad UCASAJ cuenta con un restaurante "Alli Mikuy", ubicado en la planta baja es de infraestructura moderna. Alli Mikuy alcanza la Categoría de Restaurante, dispone de 8 mesas cada una con dos bancas disponibles para 4 pax, con capacidad total para

32 personas. Actualmente se encuentra a la disposición del público con servicios diarios de almuerzos, dedicado a la preparación de comida local. Preparación de comida típica de la zona con productos naturales y platos vegetarianos de acuerdo a los requerimientos del turista.

La comunidad Quilla Pacari cuenta con un el comedor de la casa de turismo Quilla Pacari con 1 mesa para 14 pax. La comunidad Sumak Kawsay s través de un Restaurante, ofrece al público platos en base a carne de llama preparados en diferentes especialidades, caminatas y un museo donde se cuenta la historia de la llama. La comunidad Razu Ñan cuenta con la oferta de desayunos continental y americano, almuerzo (una sopa o crema, plato fuerte, jugo y postre); meriendas (una sopa o crema, plato fuerte y jugo), refrigerios, (sanduche, bebida, fruta) etc. En la actualidad se planifica los menús, y las porciones. El servicio se efectúa en un comedor que tiene la capacidad para 24 pax (personas), con 3 mesas rectangulares de 8 pax, para el montaje de la mesa disponen de mantelería básica.

La comunidad Calshi, la alimentación está elaborada a base de productos locales tales como papas, habas, mellocos, ocas, quinua, cebada, etc. La comunidad Artesa Chuquipogio dentro de la infraestructura mixta de la casa de alojamiento se encuentra el comedor que dispone de mesas y sillas con una capacidad total para 18 Pax, con su respectiva cocina para la preparación de alimentos caracterizado por la preparación de platos a base de productos locales. La comunidad CEDIBAL cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

La comunidad CEDEIN cuenta con un comedor, con una capacidad para 15 personas, este presta el servicio de alimentos y bebidas únicamente cuando llegan grupos de turistas hasta la comunidad, se caracteriza por ofrecer al visitante un tipo de comida tradicional preparada a base de productos locales. La comunidad Guarguallá dispone de un espacio destinado como área de comedor, mismo que dispone del equipamiento y vajillas necesaria para brindar el servicio turístico, las personas responsables del área están debidamente capacitadas, quienes se

caracterizan en la preparación de platos típicos de la zona y de comida preparada a base productos locales. La comunidad Nizag cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

Superestructura Turística

Considerando que la superestructura turística está compuesta por institutos e identidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo, la misma tiene múltiples grados de interés dentro del desarrollo turístico dentro de las OTC que conforman la CORDTUCH y son las siguientes:

El GAD provincial de Chimborazo tiene como función el desarrollo de proyectos de manejo de recursos naturales, sectores productivos, salud, infraestructura social y turística. Siendo sus ámbitos de intervención la infraestructura social y turística proyectos productivos, recursos naturales, salud, y servicios básicos. El GAD municipal de Riobamba tiene como funciones: planificar, programar y proyectar las obras públicas; mejorar los servicios públicos; formación de capacidades a través de capacitación a la colectividad; apoyar a la población local en diferentes proyectos de salud, educación y turismo. Siendo sus ámbitos de intervención la educación, obras públicas, salud, servicios públicos y turismo.

El Ministerio de Turismo (MINTUR) tiene como funciones: dinamizar la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población; fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad. Siendo sus ámbitos de intervención la promoción, capacitación, financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos y establecer el marco legal del turismo. La mesa de turismo sostenible de Chimborazo tiene como función: articular e impulsar el desarrollo turístico sostenible de la provincia de Chimborazo, por medio de la concertación, coordinación, y apoyo técnico y económico de todos los actores que tienen que ver con la actividad turística

de la provincia. Siendo sus ámbitos de intervención el impulso del turismo, gobernanza, políticas públicas - marco legal del turismo, recursos naturales y culturales, comunicación y comercialización.

El CONAGOPARE Chimborazo tiene como función: articular acciones en las comunidades base que conforman las juntas parroquiales con los Municipios y el Consejo provincial de Chimborazo. Siendo sus ámbitos de intervención la infraestructura básica, vialidad, salud, educación y turismo. La Cámara provincial de Turismo de Chimborazo (CAPTUR) tiene como función: promocionar, comercializar, capacitar y asesorar a la empresa privada de la planta turística de Chimborazo. Siendo sus ámbitos de intervención la promoción y comercialización, capacitación, asesoría técnica.

La Corporación Regional Económica Empresarial Riobamba (CRECER) tiene como función: apoyar procesos de gobernabilidad a nivel del sector productivo. Siendo sus ámbitos de intervención la gobernanza, fortalecimiento organizacional. La Confederación de Movimiento Indígena de Chimborazo (COMICH) tiene como función: apoyar en el área organizacional. Representatividad del pueblo Puruwa en la provincia. Siendo sus ámbitos de intervención el fortalecimiento organizativo, la cultura.

La fundación CODESPA tiene como función: prestar apoyo a personas de escasos recursos en países en desarrollo, a través de proyectos de cooperación. Siendo sus ámbitos de intervención el acceso a los mercados, formación y microfinanzas, acceso al mercado, acceso a la formación y microfinanzas, acceso a la formación,, codesarrollo y acceso a las microfinanzas. Las Instituciones de Educación pública como la ESPOCH, UNACH, Estatal de Bolívar, etc tienen como función: Formar profesionales competitivos y brindar una educación de calidad para involucrarse en diferentes proyectos de desarrollo en beneficio de la colectividad. Siendo sus ámbitos de intervención la educación, la investigación científica y tecnológica.

3.2.2. Análisis de la Demanda Turística

La demanda turística es el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de esparcimiento. De esta forma, se empleó la técnica de la encuesta dirigida a los turistas nacionales (151 encuestas) y extranjeros (148 encuestas) con la finalidad de conocer sus gustos, preferencias y establecer el perfil. Mientras que el instrumento aplicado fue el cuestionario diseñado con preguntas de tipo cerradas. Este instrumento fue aplicado en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo del 14 al 21 de mayo del año 2022.

Se presenta la información obtenida con la aplicación de encuestas a turistas nacionales y extranjeros:

Género

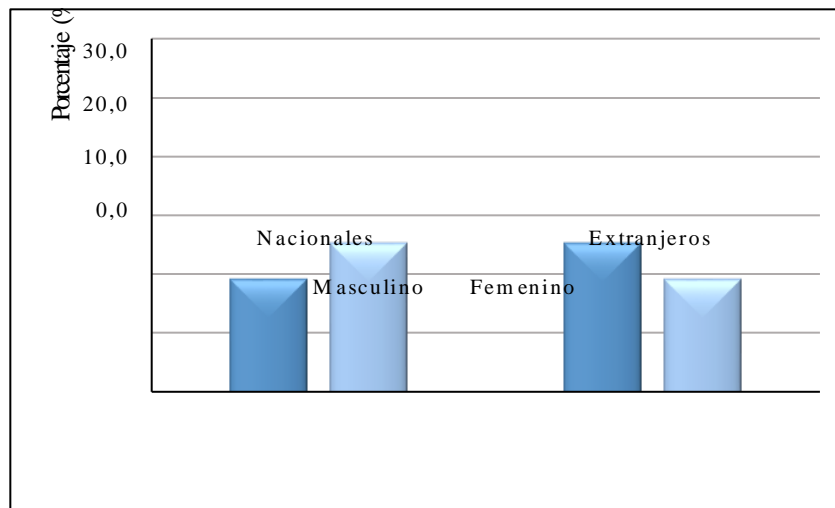
Tabla 9

Distribución de la demanda según el género

Género	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Masculino	62	47,0	10	53,0
Femenino	70	53,0	8	47,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 1

Distribución de la demanda según el género



Interpretación: los turistas nacionales son de género masculino 47,0 y femenino 53,0% en su mayoría; por otro lado los turistas extranjeros corresponden a un 53,0% de género masculino y 47,0% femenino (Tabla 9 y Gráfico 1).

Edad

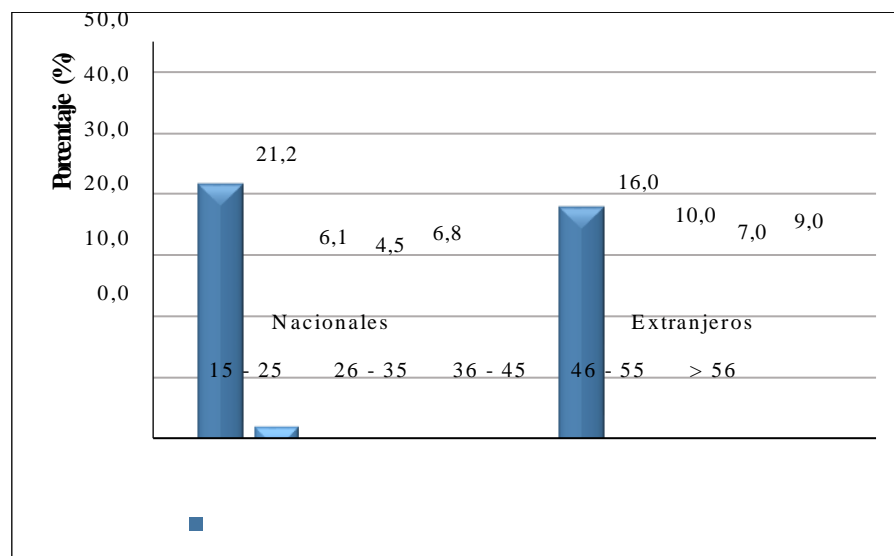
Tabla 10

Distribución de la demanda según la edad

Edad	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
20 a 30 años	81	61,4	10	58,0
31 a 40 años	28	21,2	3	16,0
41 a 50 años	8	6,1	2	10,0
51 a 60 años	6	4,5	1	7,0
> 56 años	9	6,8	2	9,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 2

Edad



Interpretación: en cuanto a la edad de los turistas nacionales, esta se encuentra en el 61,4% de 20 a 30 años, seguido de 21,2% entre 31 a 40 años, que el 6,8% son > 56 años, el 6,1% son de 41 a 50 años y tan solo el 4,5% son de 51 a 60 años. Por otra parte, los turistas extranjeros el 58,0% son de 20 a 30 años, el 16,0% son entre 31 a 40 años, por otra parte el 10,0% son de 41 a 50 años, el 9,0%

son de > 56 años y el 7,0% de 51 a 60 años (Tabla 10 y Gráfico 2).

Procedencia

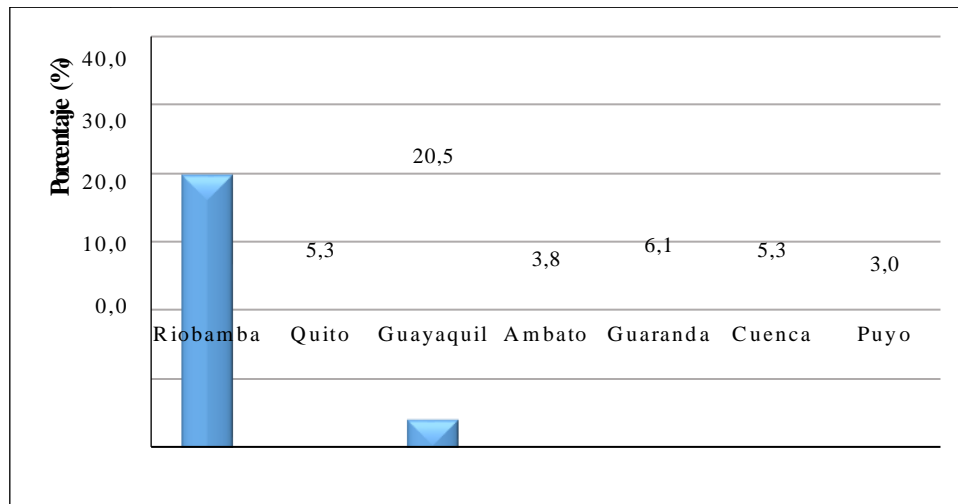
Tabla 11

Distribución de la demanda según la procedencia

Procedencia (ciudad)	Nacionales		Procedencia (país)	Extranjeros	
	N	%		N	%
Riobamba	74	56,1	Francia	3	16,8
Quito	7	5,3	Alemania	1	6,0
Guayaquil	27	20,5	EE.UU	9	50,0
Ambato	5	3,8	Canadá	2	11,1
Guaranda	8	6,1	Argentina	2	11,1
Cuenca	7	5,3	España	1	5,0
Puyo	4	3,0			
Total	132	100,0	Total	18	100,0

Gráfico 3

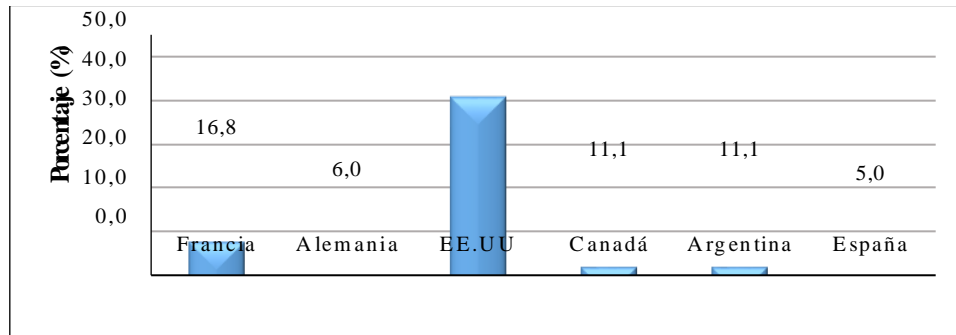
Procedencia turistas nacionales



Interpretación: los turistas nacionales proceden en su mayoría de ciudades como Riobamba 56,1%, Guayaquil 20,5% y Guaranda 6,1% (Tabla 11 y Gráfico 3).

Gráfico 4

Procedencia turistas extranjeros



Interpretación: los turistas extranjeros proceden de países como EE.UU 50,0%, Francia 16,8%, Canadá y Argentina 11,1% respectivamente (Tabla 11 y Gráfico 4).

Nivel de Educación

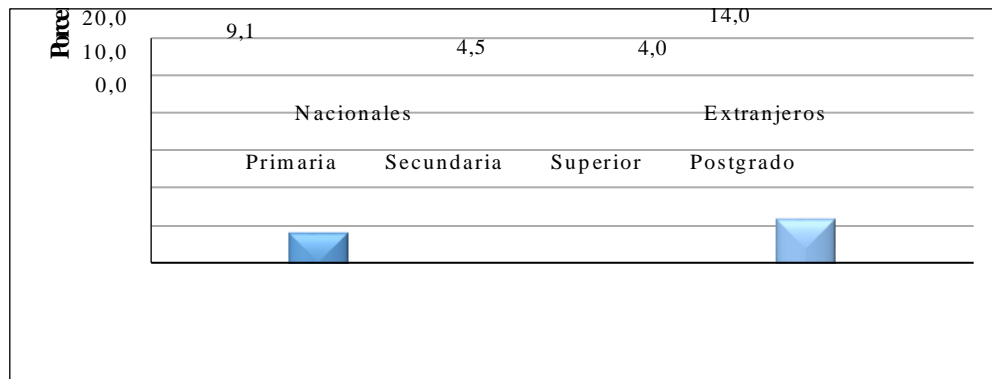
Tabla 12

Nivel de educación

Nivel de educación	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Primaria	12	9,1	1	4,0
Secundaria	72	54,5	3	14,0
Superior	42	31,8	10	58,0
Posgrado	6	4,5	4	24,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 5

Nivel de educación



Interpretación: la instrucción de los turistas nacionales corresponde en un 54,5% a nivel secundaria, seguidos por el 31,8% superior. Por otro lado, el nivel de los turistas extranjeros es el 58,0% superior y el 24,0% posgrado (Tabla 12 y Gráfico 5).

Motivo de Viaje

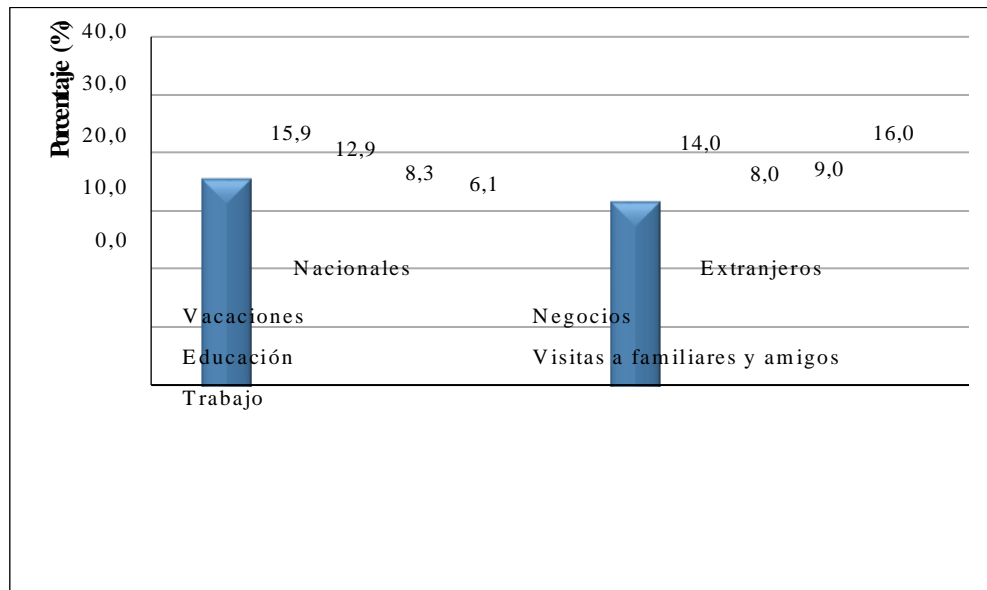
Tabla 13

Motivo de viaje

Motivo de viaje	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Vacaciones	75	56,8	10	53,0
Negocios	21	15,9	3	14,0
Educación	17	12,9	1	8,0
Visitas a familiares y amigos	11	8,3	2	9,0
Trabajo	8	6,1	3	16,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 6

Motivo de viaje



Interpretación: en cuanto al motivo de viaje de los turistas nacionales es el 56,8% por vacaciones, seguido por el 15,9% por negocios 12,9% por educación. Mientras tanto, los turistas extranjeros viajan por vacaciones en un 53,0%, trabajo 16,0% y negocios 14,0% (Tabla 13 y Gráfico 6).

Compañía de Viaje

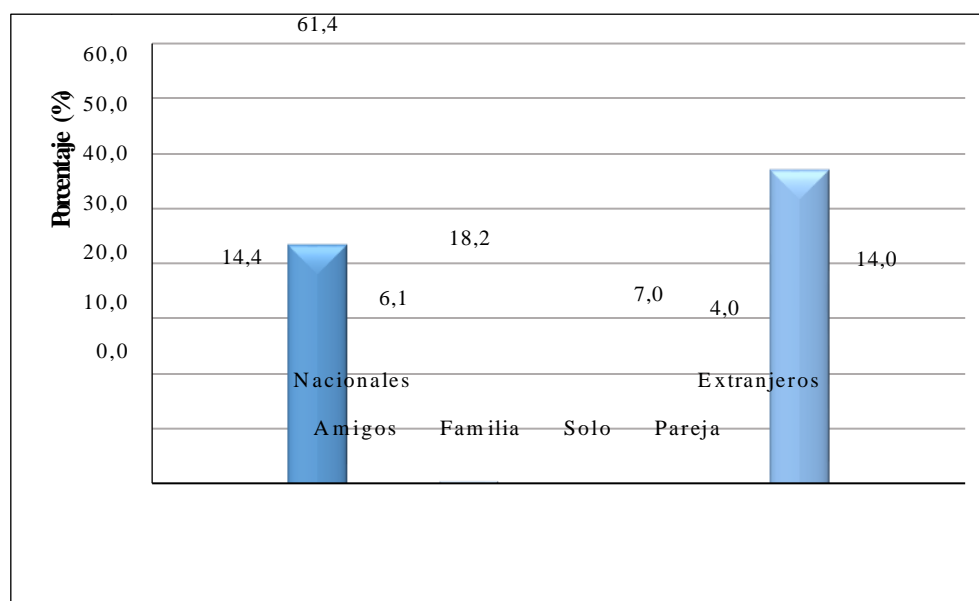
Tabla 14

Compañía de viaje

Compañía	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Amigos	19	14,4	1	7,0
Familia	81	61,4	1	4,0
Solo	8	6,1	14	75,0
Pareja	24	18,2	3	14,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 7

Compañía de viaje



Interpretación: la compañía de viaje de los turistas nacionales es el 61,4% en familia, 18,2% en pareja. De otra forma, los turistas extranjeros manifestaron que viajan solos en un 75,0% y 14,0% en pareja (Tabla 14 y Gráfico 7).

Realización de Actividades de Turismo Comunitario en las OTC de la CORDTUCH

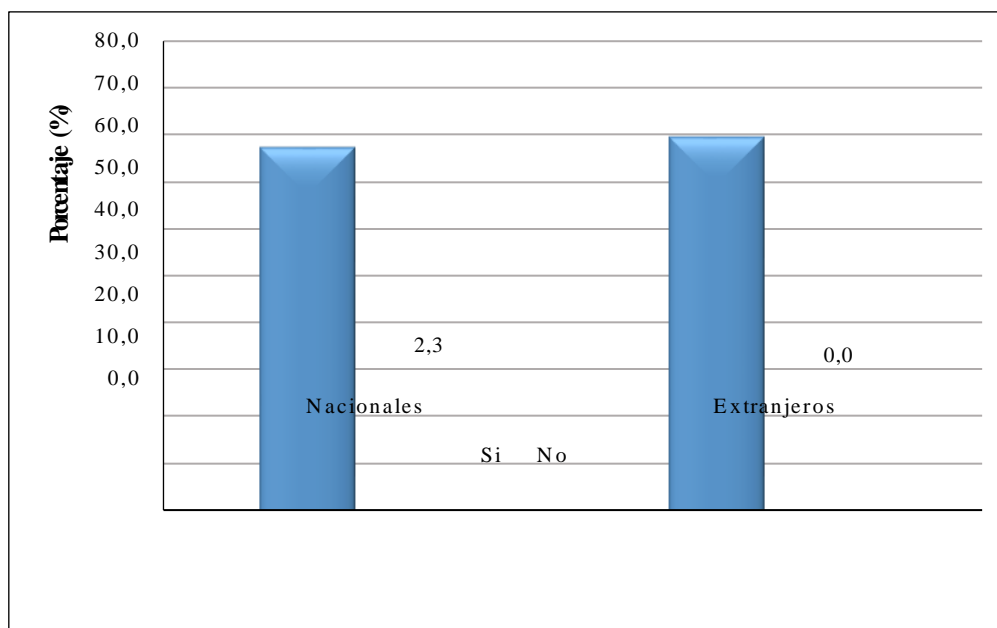
Tabla 15

Realizar actividades de turismo comunitario

Visitaría	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Si	129	97,7	18	100,0
No	3	2,3	0	0,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 8

Realizar actividades de turismo comunitario en las OTC de la CORDTUCH



Interpretación: el 97,7% de turistas nacionales y el 100.0% de turistas extranjeros presentan la predisposición de visitar las OTC de la CORDTUCH (Tabla 15 y Gráfico 8).

Actividades que les Gustaría Realizar

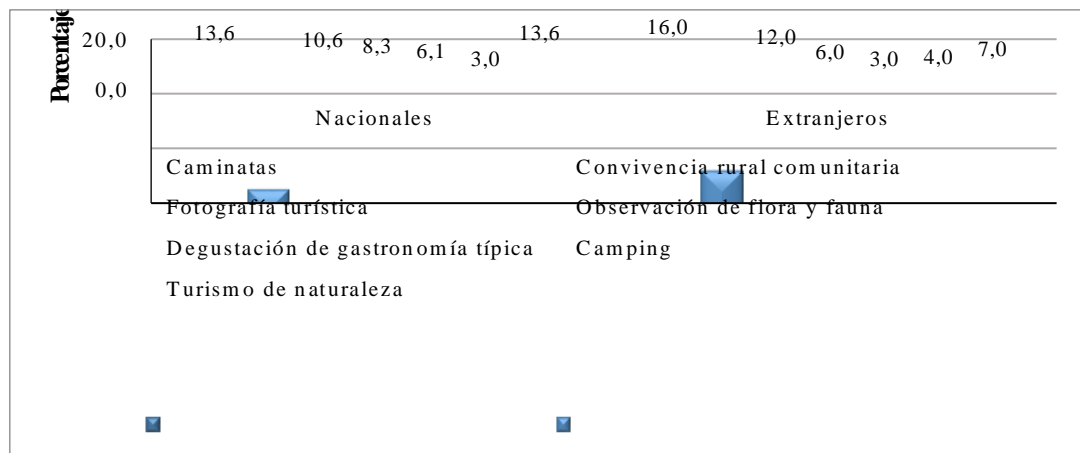
Tabla 16

Actividades que les gustaría realizar

Actividades	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Caminatas	18	13,6	3	16,0
Convivencia rural comunitaria	59	44,8	9	52,0
Fotografía turística	14	10,6	2	12,0
Observación de flora y fauna	11	8,3	1	6,0
Degustación de gastronomía típica	8	6,1	1	3,0
Camping	4	3,0	1	4,0
Turismo de naturaleza	18	13,6	1	7,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 9

Actividades que les gustaría realizar



Interpretación: entre las actividades que les gustaría realizar a los turistas nacionales se encuentran: 44,8% convivencia rural comunitaria, 13,6% caminatas y turismo de naturaleza respectivamente, 10,6% fotografía turística, 8,3% observación de flora y fauna, 6,1% degustación de gastronomía típica y 3,0% camping. Por otro lado, los resultados de los turistas extranjeros revelan las siguientes actividades: 52,0% convivencia rural comunitaria, 16,0% caminatas, 12,0% fotografía turística, 7,0% turismo de naturaleza, 6,0% observación de flora y fauna, 4,0% camping y el 3,0% degustación de gastronomía típica (Tabla 16 y Gráfico 9).

Servicios que les Gustaría Utilizar

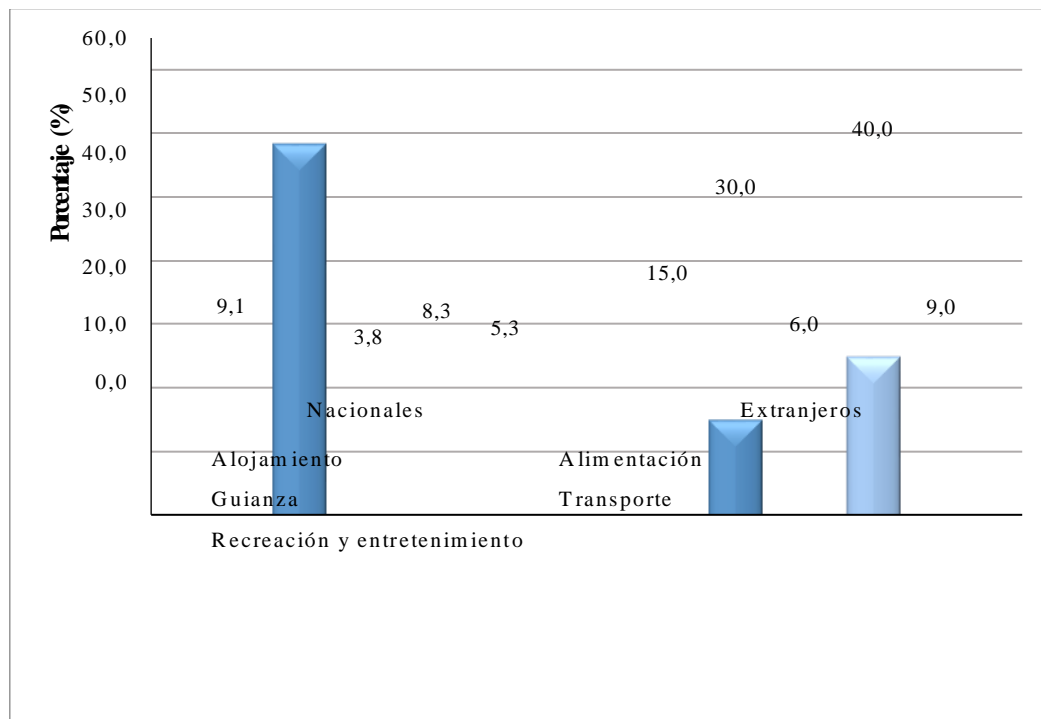
Tabla 17

Servicios que les gustaría utilizar

Servicios	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Alojamiento	12	9,1	3	15,0
Alimentación	97	73,5	5	30,0
Guianza	5	3,8	1	6,0
Transporte	11	8,3	7	40,0
Recreación y entretenimiento	7	5,3	2	9,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 10

Servicios que les gustaría utilizar



Interpretación: entre los servicios que les gustaría utilizar a los turistas nacionales se encuentran: 73,5% alimentación, 9,1% alojamiento y 8,3% transporte. Mientras que a los turistas extranjeros les gustaría: 40,0% transporte, 30,0% alimentación y 15,0% alojamiento (Tabla 17 y Gráfico 10).

Promedio de Estancia

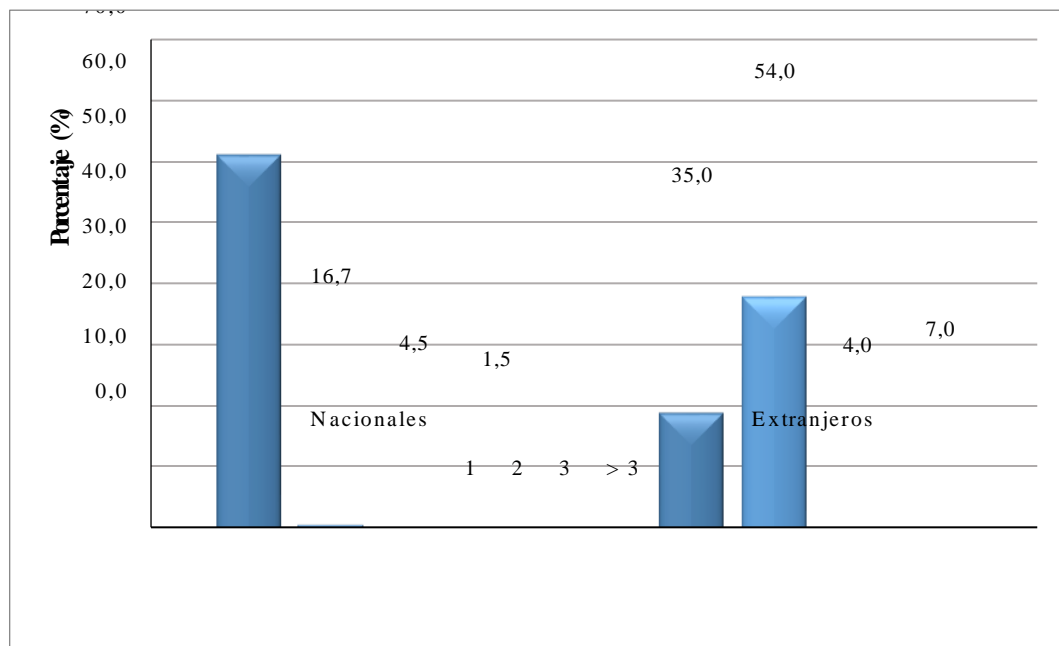
Tabla 18

Promedio de estancia

Estancia	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Un día	102	77,3	6	35,0
Dos días	22	16,7	10	54,0
Tres días	6	4,5	1	4,0
Más de tres días	2	1,5	1	7,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 11

Promedio de estancia



Interpretación: en cuanto al promedio de estancia, los turistas nacionales permanecerían en un 77,3% un día. Mientras que los turistas extranjeros lo harían en un 54,0% dos días (Tabla 18 y Gráfico 11).

Capacidad de Gasto por día

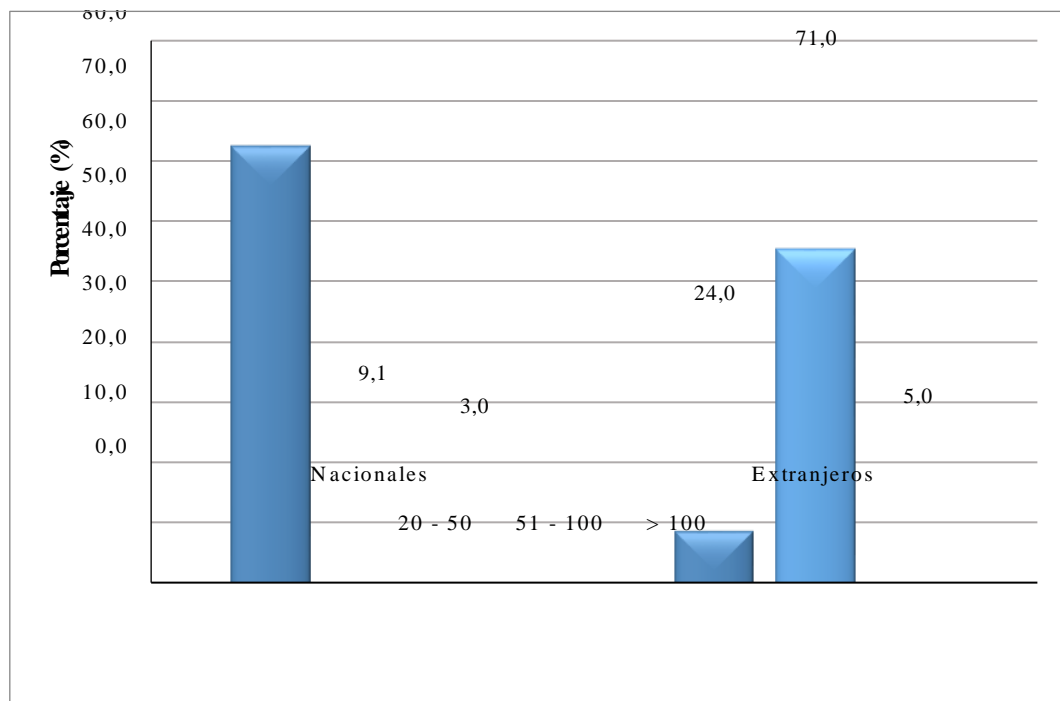
Tabla 19

Capacidad de gasto

Gasto	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
20 a 50 dólares	116	87,9	4	24,0
51 a 100 dólares	12	9,1	13	71,0
Más de \$100 dólares	4	3,0	1	5,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 12

Capacidad de gasto



Interpretación: los turistas nacionales estarían dispuestos a gastar un promedio de 20 a 50 dólares en un 87,9%. Mientras que, los turistas extranjeros en un 71,0% lo harían en promedio de 51 a 100 dólares (Tabla 19 y Gráfico 12).

Formas en la que se Organiza su Viaje

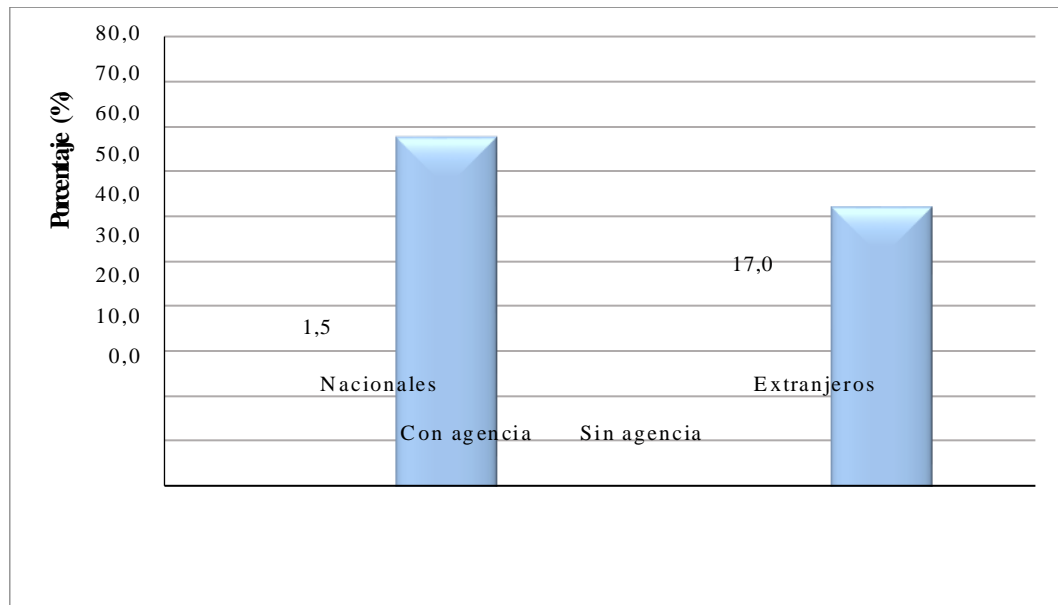
Tabla 20

Formas en la que se organiza su viaje

Medio de viaje	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Viaje organizado por agencia de viajes o tour operadora	2	1,5	3	17,0
Viaje organizado por su propia cuenta	130	98,5	15	83,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 13

Formas en la que se organiza su viaje



Interpretación: tanto turistas nacionales en un 98,5% y turistas extranjeros en un 83,0% su medio de viaje es sin agencia (Tabla 20 y Gráfico 13).

Tipo de Publicidad por la que les Gustaría Informarse

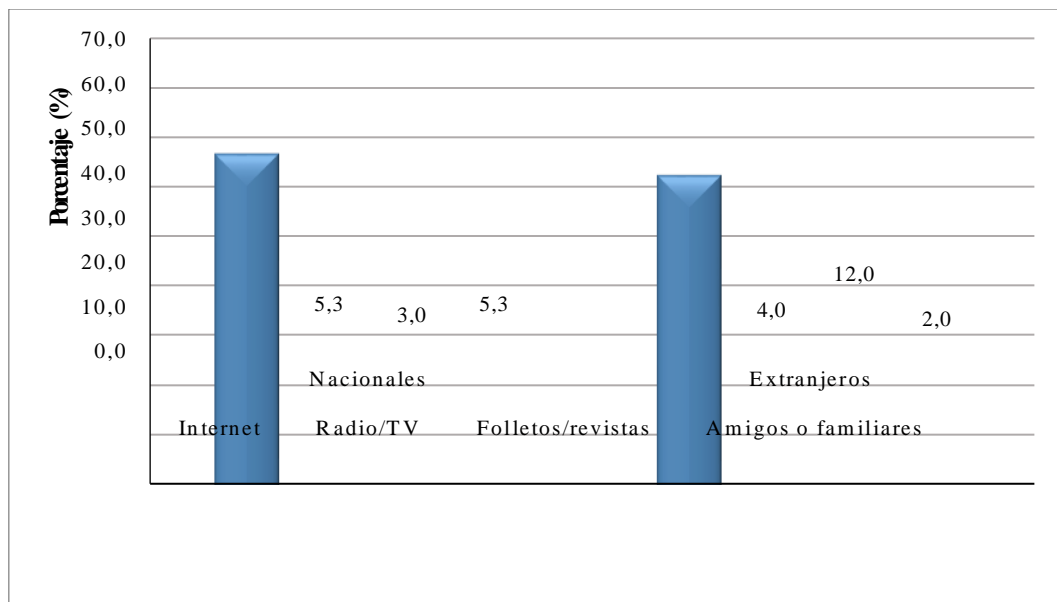
Tabla 21

Tipo de publicidad

Publicidad	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Internet	114	86,4	15	82,0
Radio/TV	7	5,3	1	4,0
Folletos/revistas	4	3,0	2	12,0
Amigos o familiares	7	5,3	0	2,0
Total	132	100,0	18	100,0

Gráfico 14

Tipo de publicidad



Interpretación: en cuanto al tipo de publicidad tanto turistas nacionales 86,4% y turistas extranjeros 82,0% les gustaría informarse a través del internet (Tabla 21 y Gráfico 14).

Perfil del Turista

Tabla 22

Perfil del turista

N°	Variable	Turistas			
		Nacionales	%	Extranjeros	%
1	Género	Masculino	47,0	Masculino	53,0
		Femenino	53,0	Femenino	47,0
2	Edad	20 a 30 años	61,4	20 a 30 años	58,0
3	Procedencia	Riobamba	56,1	EE.UU	50,0
		Guayaquil	20,5	Francia	16,8
		Guaranda	6,1	Canadá	11,1
				Argentina	11,1
4	Nivel de educación	Secundaria	54,5	Superior	58,0
5	Motivo de viaje	Vacaciones	56,8	Vacaciones	53,0
		Negocios	15,9	Trabajo	16,0
6	Compañía de viaje	Familia	61,4	Solo	75,0
7	Conocimiento de las OTC	No	82,6	No	97,0
8	Disposición a visitar las OTC	Si	97,7	Si	100,0
9	Actividades a realizar			Convivencia rural comunitaria	
		Convivencia rural comunitaria	44,8	comunitaria	52,0
		Caminatas	13,6	Caminatas	16,0
		Turismo de naturaleza	13,6	Fotografía turística	12,0
		Fotografía turística	10,6	Turismo de naturaleza	7,0
10	Servicios que les gustaría utilizar	Alimentación	73,5	Transporte	40,0
		Alojamiento	9,1	Alimentación	30,0
11	Temporada de viaje	Julio – Septiembre	64,4	Julio – Septiembre	65,0
12	Promedio de estancia	Un día	77,3	Dos días	54,0
13	Capacidad de gasto	20 a 50 dólares	87,9	51 a 100 dólares	71,0
14	Medio de viaje	Sin agencia	98,5	Sin agencia	83,0
15	Tipo de publicidad	Internet	86,4	Internet	82,0

Los turistas de carácter nacional, corresponden a hombres y mujeres, en un rango de edad comprendido entre 20 a 30 años, con una procedencia de las ciudades de Riobamba, Guayaquil y Guaranda, con su nivel de educación secundaria, que su motivo de viaje es por vacaciones y negocios en compañía de la familia, que no presentan un conocimiento de la existencia de las OTC de la CORDTUCH, sin embargo presentan el interés por visitarlas, para realizar actividades de convivencia rural comunitaria, caminatas, turismo de naturaleza y fotografía turística, a su vez desean que existan servicios de alimentación y

alojamiento, y presentan una temporada de viaje de Julio – Septiembre, su promedio de estancia sería de un día, con un gasto diario promedio de 20 a 50 dólares, su medio de viaje es sin agencia y que finalmente les gustaría informarse por medio de internet.

Por otro lado, los turistas extranjeros, corresponden a hombres y mujeres, en un rango de edad comprendido entre 20 a 30 años, con una procedencia de países como EE.UU, Francia, Canadá y Argentina, con su nivel de educación superior, que su motivo de viaje es por vacaciones y trabajo, que prefieren viajar solos, que no presentan un conocimiento de la existencia de las OTC de la CORDTUCH, sin embargo presentan el interés por visitarlas, para realizar actividades de convivencia rural comunitaria, caminatas, fotografía turística y turismo de naturaleza, a su vez desean que existan servicios de transporte y alimentación, y presentan una temporada de viaje de Julio – Septiembre, su promedio de estancia sería de dos días, con un gasto diario promedio de 51 a 100 dólares, su medio de viaje es sin agencia y que finalmente les gustaría informarse por medio de internet (Tabla 22).

Demanda Potencial

Para la determinación de la demanda potencial se aplicó lo siguiente, en función al porcentaje (%) de aceptación de visitar las OTC de la CORDTUCH:

$$DP = DT * \% \text{ aceptación}$$

$$DP = (53,222 * 97,7\% \text{ aceptación nacional}) \text{ y } (7,537 * 100\% \text{ aceptación extranjeros})$$

$$DP = 51,998 \text{ nacionales; } 7,537 \text{ extranjeros}$$

Los potenciales clientes nacionales para la realización de actividades turísticas en las OTC de la CORDTUCH son de 53,222 turistas nacionales, considerando el porcentaje de aceptación del 97,7%. Mientras que la aceptación de los potenciales clientes extranjeros corresponden a 7,537 turistas con un porcentaje de aceptación del 100%.

Posteriormente, según datos de la Coordinación General de Estadística e

Investigación del MINTUR (2021) la tasa de crecimiento anual del turismo interno es del 4% debido a la pandemia del COVID-19. Por lo tanto, para la proyección de la demanda potencial se empleó el método del incremento compuesto a través de la fórmula:

$$C_o = C_n(1 + i)^n$$

Donde:

Cn= Demanda potencial (51,998 turistas nacionales y 7,537 extranjeros)

i= Índice de crecimiento anual de turismo interno (6%)

n= Año a proyectarse (1 – 5)

Tabla 23

Proyección de la demanda potencial

Nº	Año	Demanda potencial	Turistas nacionales (88%)	Turistas extranjeros (12%)
0	2021	59535	51998	7537
1	2022	61916	54078	7838
2	2023	64393	56241	8152
3	2024	66969	58491	8478
4	2025	69647	60830	8817
5	2026	72433	63263	9170

En el año 2021 se tiene una demanda potencial de 59,535 proyectado a 5 años se obtiene un total de 72433 para el 2026. Sin embargo, hay que considerar que estas cifras pueden ser cambiadas en base de que la crisis causada por el covid-19 supondrá, por sus características, un antes y un después para la industria turística (Tabla 23).

Capítulo IV

4. Propuesta

4.1. *Programas y proyectos que coadyuven a determinar estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en la CORDTUCH*

La presente propuesta presenta los programas y proyectos como estrategias de dinamización como un aporte desarrollo del turismo comunitario de la organización, contribuyendo a la gestión del territorio. Con ello, para establecer las estrategias de dinamización con la información recabada en el diagnóstico situacional del sector turístico y el estudio de mercado se utilizó la técnica de la observación para determinar los programas y proyectos. Y el instrumento empleado fue el registro descriptivo para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH a través del análisis FODA.

4.1.1. Análisis FODA

El análisis FODA compone una parte fundamental dentro de la planeación estratégica en puesto que permitió el desarrollo de estrategias en beneficio de la organización. Asimismo, pone de manifiesto las circunstancias cambiantes y las posibilidades de mejora o riesgos de crisis, siempre con el objetivo de responder a ellas de una manera proactiva. A continuación se presenta el análisis cualitativo de FODA de las organizaciones comunitarias que conforman la CORDTUCH, el mismo que facilita la formulación de estrategias de dinamización para el desarrollo del turismo comunitario de la organización (Tabla 24).

Tabla 24

Análisis FODA

Factor interno	
Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Organizaciones convencidas de trabajar responsablemente con actividades de turismo comunitario.</p> <p>F2. Participación de las comunidades en las actividades de turismo comunitario con respeto y equidad.</p> <p>F3. Comunidades mantienen sus tradiciones, costumbres, idioma (Kichwa), vestimenta y medicina tradicional.</p> <p>F4. Confianza de las comunidades en la organización comunitaria CORDTUCH y en el trabajo cooperativo.</p> <p>F5. Las comunidades que conforman la CORDTUCH, tienen una localización estratégica por lo cual cuentan con rutas que tienen acceso hacia atractivos turísticos clave como el nevado Chimborazo y se encuentran cerca de áreas protegidas como la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y el Parque Nacional Sangay.</p> <p>F6. Elaboración de artesanías (gorros, bufandas, suéteres, ponchos, guantes, otros) comercializadas en la tienda de Bioproductos.</p> <p>F7. Comunidades poseen atractivos turísticos naturales y culturales importantes con potencial turístico para el desarrollo de la actividad turística.</p> <p>F8. Comunidades ofertan servicios de alimentación, hospedaje, guianza, entre otros.</p> <p>F9. Alianzas estrategias con la parte pública, privada y la academia.</p> <p>F10. La operadora Puruhá Razurku trabaja coordinadamente con otras operadoras para la venta de los productos turísticos que ofertan las comunidades.</p> <p>F11. Comunidades cuentan con paquetes turísticos direccionados al trekking, alta montaña, aventura, convivencia con la comunidad, cabalgata, entre otros.</p> <p>F12. Comunidades pertenecen a la FEPTCE a nivel nacional.</p>	<p>D1. Capacitación a los guías locales de las comunidades.</p> <p>D2. Participación de las mujeres en la ejecución de los proyectos turísticos comunitarios.</p> <p>D3. Falta de cobertura de internet entre comunidades.</p> <p>D4. No se cuenta con las facilidades eficientes a nivel tecnológico para la difusión y comercialización de productos turísticos existentes.</p> <p>D5. Varias comunidades tienen vías de segundo y tercer orden en mal estado, lo que no permite el óptimo ingreso de los turistas hacia los territorios.</p> <p>D6. Falta de facilidades turísticas (miradores, senderos, señalización) e infraestructura turística.</p>
Factor externo	
Oportunidades	Amenazas
<p>O1. Apoyo de la parte pública, privada y academia (Universidades: ESPOCH, UNACH, Estatal de Bolívar) para la formulación y</p>	<p>A1. Pérdida de la cultura a causa de la migración de pobladores hacia las ciudades cercanas.</p>

ejecución de nuevos proyectos de carácter turístico.

O2. Capacitación turística en temas de interés (como: elaboración de artesanías, atención al cliente, seguimiento de normas de bioseguridad, operación y guianza, manejo de grupos, gastronomía, administración, idiomas, manejo y conservación de atractivos naturales y culturales, salud y nutrición).

O3. Financiamiento del Ministerio de Turismo para la implementación de proyectos turísticos.

O4. Mejoramiento de servicios básicos y vías de acceso con la ayuda del GAD provincial, GAD's cantonales y GAD's parroquiales.

O5. Fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos indígenas en los que se desarrolla el turismo comunitario.

O6. Asistencia técnica turística de instituciones públicas y privadas.

O7. Participar en eventos para promocionar y comercializar los productos turísticos ofertados en las comunidades.

A2. Impactos ambientales generados por las actividades turísticas.

A3. Pobladores no manejan adecuadamente los desechos sólidos.

A4. Inestabilidad de las condiciones climáticas de las localidades que afectan al desarrollo de las actividades productivas (agricultura, ganadería, turismo, otras).

A5. Pandemia Covid-19

A6. Inestabilidad política del país

En cuanto a los factores internos (fortalezas y debilidades), son doce las fortalezas identificadas y se convierten en las capacidades y recursos con los que se cuenta para construir ventajas competitivas con la finalidad de posicionarse en el mercado turístico. Además, son seis las debilidades que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Por otra parte, los factores externos (oportunidades y amenazas), son siete las oportunidades se convierten en factores que considerables para identificar las posibilidades de potenciar a las organizaciones de turismo a nivel turístico. Mientras que son seis las amenazas que podrían ser evitadas o convertidas en una oportunidad. En definitiva el análisis FODA se convierte en una herramienta que permite diseñar la situación actual de la organización permitiendo capturar una perspectiva global de la situación estratégica.

4.1.2. Definición de Programas y Proyectos como Estrategia de Dinamización

Se presentan programas que agrupan proyectos relacionados como estrategias de dinamización. Estos proyectos pueden ser ejecutados de manera secuencial o paralela. En relación al número de proyectos, el primer programa referente a los atractivos turísticos (naturales y culturales), se compone de cinco

proyectos (Tabla 25).

Tabla 25

Programas y proyectos: Atractivos turísticos como estrategia de dinamización

Programa	Proyectos	Presupuesto
Programa 1: Atractivos turísticos (naturales y culturales)	Proyecto 1: Actualización del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de las comunidades de la CORDTUCH.	\$45000
	Proyecto 2: Formulación de un calendario cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	\$20000
	Proyecto 3: Formulación e implementación de un plan de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	\$35000
	Proyecto 4: Diseño e implementación de señalética turística en senderos y atractivos turísticos de las comunidades de la CORDTUCH.	\$400000
	Proyecto 5: Formulación e implementación de productos turísticos para las comunidades de la CORDTUCH.	\$35000

En relación al número de proyectos, el segundo programa referente a la planta turística, se compone de doce proyectos (Tabla 26).

Tabla 26

Programas y proyectos: Planta turística como estrategia de dinamización

Programa	Proyectos	Presupuesto
Programa 2: Planta turística	Proyecto 1: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de legislación turística.	\$4000
	Proyecto 2: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de seguimiento de normas de bioseguridad.	\$4000
	Proyecto 3: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de atención al cliente.	\$4000
	Proyecto 4: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de operación y guianza turística.	\$4000
	Proyecto 5: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo de grupos.	\$4000
	Proyecto 6: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de salud y nutrición.	\$4000
	Proyecto 7: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de gastronomía local y nacional.	\$4000

Programa	Proyectos	Presupuesto
	Proyecto 8: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de administración turística.	\$4000
	Proyecto 9: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de idiomas.	\$4000
	Proyecto 10: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo y conservación de atractivos naturales y culturales.	\$4000
	Proyecto 11: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de promoción y publicidad turística.	\$4000
	Proyecto 12: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de elaboración y venta de artesanías.	\$4000

En relación al número de proyectos, el tercer programa referente a la demanda turística fortalecida se compone de cinco proyectos (Tabla 27).

Tabla 27

Programas y proyectos: Demanda turística fortalecida como estrategia de dinamización

Programa	Proyectos	Presupuesto
	Proyecto 1: Elaboración de un estudio de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas.	\$40000
	Proyecto 2: Elaboración de plan estratégico de marketing digital para la reactivación del turismo comunitario de la CORDTUCH	\$35000
Programa 3: Demanda turística fortalecida	Proyecto 3: Elaboración de un plan de gestión y seguridad turística.	\$25000
	Proyecto 4: Elaboración de un plan de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas.	\$30000
	Proyecto 5: Diseño e implementación de un sistema web para la gestión de servicios turísticos ofertados por la CORDTUCH.	\$25000

En definitiva, son tres los programas establecidos como estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la CORDTUCH: programa 1: Atractivos turísticos (naturales y culturales), programa 2: Planta turística, y programa 3: Demanda turística fortalecida.

Los atractivos turísticos constituyen un reflejo de la valoración diferenciada los lugares donde existen, mismos que permiten la generación de experiencias turísticas. Debido a la importancia de los atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH se ha planteado como estrategia de dinamización el programa 1 (Tabla 28).

Tabla 28

Cronograma de ejecución del programa 1: Atractivos turísticos como estrategia de dinamización

Programas	Proyectos	Indicadores	Plan Operativo Anual (cuatrimestres)					Total												
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027													
Programa 1: Atractivos turísticos (naturales y culturales)	Proyecto 1: Actualización del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de las comunidades de la CORDTUCH.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de atractivos naturales y culturales con potencialidad turística actualizados</td> <td>24</td> <td>24</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de atractivos naturales y culturales con potencialidad turística actualizados	24	24	0	0	0	22500	22500				\$45000
	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027														
	N° de atractivos naturales y culturales con potencialidad turística actualizados	24	24	0	0	0														
	Proyecto 2: Formulación de un calendario cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de calendarios culturales formulados</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de calendarios culturales formulados	0	1	0	0	0		20000				\$20000
	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027														
N° de calendarios culturales formulados	0	1	0	0	0															
Proyecto 3: Formulación e implementación de un plan de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de planes de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de planes de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural	0	0	1	0	0			35000			\$35000	
Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027															
N° de planes de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural	0	0	1	0	0															
Proyecto 4: Diseño e implementación de señalética turística en senderos y atractivos turísticos de las comunidades de la CORDTUCH.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de señalética turística diseñada e implementada</td> <td>25</td> <td>25</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de señalética turística diseñada e implementada	25	25	0	0	0	20000	20000				\$400000	
Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027															
N° de señalética turística diseñada e implementada	25	25	0	0	0															
Proyecto 5: Formulación e implementación de productos turísticos para las comunidades de la CORDTUCH.									15000	10000	10000	\$35000								

Programas	Proyectos	Indicadores	Plan Operativo Anual (cuatrimestres)					Total
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	
		Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
		N° de productos turísticos formulados e implementados	0	0	1	1	1	
Subtotal			42500	62500	50000	10000	10000	\$175000

El programa 1 se encuentra conformado por cinco proyectos enfocados en el fortalecimiento de los atractivos turísticos tanto naturales como culturales. La inversión total para este programa es de \$175000 en los próximos cinco años, siendo necesario el 24,3% para el primer año, el 35,7% para el segundo año, el 28,6% para el tercer año y el 5,7% para el cuarto y quinto año respectivamente.

La planta turística comprende las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos dentro de un territorio con potencial turístico. Debido a la importancia de la planta turística de las OTC de la CORDTUCH se ha planteado como estrategia de dinamización el programa 2 (Tabla 29).

Tabla 29

Cronograma de ejecución del programa 2: Planta turística como estrategia de dinamización

Programas	Proyectos	Indicadores	Plan Operativo Anual (cuatrimestres)					Total
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	
Programa 2: Planta turística	Proyecto 1: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de legislación turística.	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de legislación turística	1	0	0	0	0	4000	\$4000
	Proyecto 2: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de seguimiento de normas de bioseguridad.						4000	\$4000

Programas	Proyectos	Indicadores	Plan Operativo Anual (cuatrimestres)					Total
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	
		Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
		N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de seguimiento de normas de bioseguridad	1	0	0	0	0	
	Proyecto 3: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de atención al cliente.	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
		N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de atención al cliente	0	1	0	0	0	\$4000
	Proyecto 4: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de operación y guianza turística.	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
		N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de operación y guianza turística	0	1	0	0	0	\$4000
	Proyecto 5: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo de grupos.	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
		N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de manejo de grupos	0	1	0	0	0	\$4000
	Proyecto 6: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de salud y nutrición.	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
		N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas	0	0	1	0	0	\$4000

Programas	Proyectos	Indicadores	Plan Operativo Anual (cuatrimestres)					Total
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	
		de salud y nutrición						
		Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
	Proyecto 7: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de gastronomía local y nacional.	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de gastronomía local y nacional	0	0	1	0	0	\$4000
		Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
	Proyecto 8: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de administración turística.	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de administración turística	0	0	1	0	0	\$4000
		Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
	Proyecto 9: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de idiomas.	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de idiomas	0	0	0	1	0	\$4000
		Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
	Proyecto 10: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo y conservación de atractivos naturales y culturales.	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de manejo y conservación de atractivos naturales y culturales	0	0	0	1	0	\$4000
		Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	
	Proyecto 11: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de promoción y publicidad turística.							\$4000

Tabla 30

Cronograma de ejecución del programa 3: Demanda turística fortalecida como estrategia de dinamización

Programas	Proyectos	Indicadores	Plan Operativo Anual (cuatrimestres)					Total												
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027													
Programa 3: Demanda turística fortalecida	Proyecto 1: Elaboración de un estudio de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de estudios de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas elaborados</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de estudios de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas elaborados	0	1	0	0	0		40000				\$40000
	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027														
	N° de estudios de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas elaborados	0	1	0	0	0														
	Proyecto 2: Elaboración de plan estratégico de marketing digital para la reactivación del turismo comunitario de la CORDTUCH	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de planes estratégicos de marketing digital elaborados</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de planes estratégicos de marketing digital elaborados	0	0	1	0	0			35000			\$35000
	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027														
N° de planes estratégicos de marketing digital elaborados	0	0	1	0	0															
Proyecto 3: Elaboración de un plan de gestión y seguridad turística.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de planes de gestión y seguridad turística elaborados</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de planes de gestión y seguridad turística elaborados	1	0	0	0	0	25000					\$25000	
Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027															
N° de planes de gestión y seguridad turística elaborados	1	0	0	0	0															
Proyecto 4: Elaboración de un plan de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de planes de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas elaborados</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de planes de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas elaborados	0	1	0	0	0		30000				\$30000	
Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027															
N° de planes de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas elaborados	0	1	0	0	0															
Proyecto 5: Diseño e implementación de un sistema web para la gestión de servicios turísticos ofertados por la CORDTUCH.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de sistema web para la gestión de</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	N° de sistema web para la gestión de	0	0	0	1	0				25000		\$25000	
Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027															
N° de sistema web para la gestión de	0	0	0	1	0															

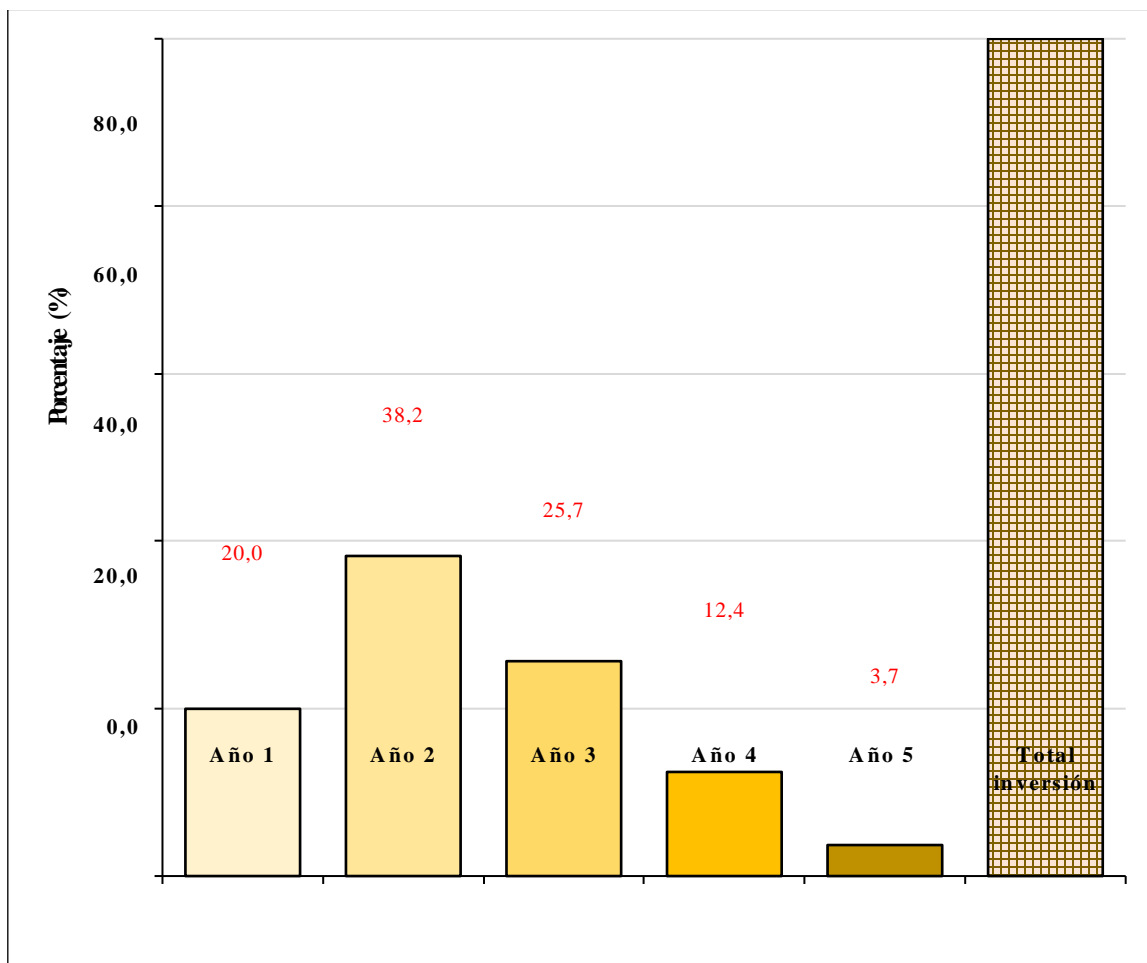
Programas	Proyectos	Indicadores	Plan Operativo Anual (cuatrimestres)					Total
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	
		servicios turísticos ofertados por la CORDTUCH diseñados e implementados						
Subtotal			25000	70000	35000	25000		\$155000

El programa 3 se encuentra conformado por cinco proyectos enfocados en el fortalecimiento de la demanda turística. La inversión total para este programa es de \$155000 en los próximos cuatro años, siendo necesario el 16,1% para el primer año, el 45,2% para el segundo año, el 22,6% para el tercer año y el 16,1% para el cuarto año.

La ejecución de las estrategias de dinamización mediante programas y proyectos, para el desarrollo del turismo comunitario en la CORDTUCH necesita una inversión total de \$378000 en los próximos cinco años, siendo la inversión para el primer año de 20%, el segundo año del 38,2%, el tercer año del 25,7% el cuarto año del 12,4% y el quinto año del 3,7% (Gráfico 15).

Gráfico 15

Inversión estrategias de dinamización



Para esta ejecución se necesitará el apoyo de varios involucrados del sector público con su soporte técnico, económico y político para realizar una eficiente gestión de implementación de la propuesta de estrategias de dinamización para las comunidades filiales a la organización. Estos involucrados serían: el GAD provincial de Chimborazo que tiene como competencia fomentar las actividades productivas

provinciales (incluyendo al turismo como actividad productiva), los GAD municipales de los cantones filiales a la CORDTUCH que tiene como una de sus competencias preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines. Los GAD's parroquiales filiales a la organización haciendo alusión a su competencia de incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad, considerando como actividad productiva al turismo. Asimismo, el Ministerio de Turismo que ejerce la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar a los territorios como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible y la protección del ambiente. Por su parte, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural que 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. El Ministerio del Ambiente que tiene como función garantizar la calidad, conservación y sostenibilidad de los recursos naturales, mediante el ejercicio efectivo de la rectoría, planificación, regulación, control, coordinación y gestión ambiental y de los recursos hídricos. También, la academia (Universidades e Institutos) que tienen como función impulsar la investigación básica y aplicada, vinculándola con las otras funciones universitarias y con los sectores productivos y sociales. Además, de promover la generación de bienes y prestación de servicios basados en el potencial científico-tecnológico.

Finalmente, es fundamental mencionar que por medio de una adecuada planificación con base en un diagnóstico de la situación actual del turismo y un estudio de mercado se estableció la propuesta con las estrategias de dinamización mediante los tres programas determinados en relación a los atractivos turísticos (naturales y culturales), planta turística, y demanda turística fortalecida. Esta propuesta está encaminada a brindar varios beneficios tanto económicos y sociales

por medio de la ejecución de los 22 proyectos planteados. Sin duda la planificación de las estrategias de dinamización beneficia al crecimiento turístico y económico de las iniciativas de turismo comunitario puesto que se aprovecha el potencial de los atractivos turísticos que permiten la generación de experiencias turísticas, se fortalece la planta turística a través de la readecuación de instalaciones físicas para dar un efectivo servicio turístico a los visitantes. Al igual que la demanda turística se beneficia de los servicios turísticos fortalecidos. La implementación de la presente propuesta fortalece la gestión entre múltiples organismos y la comunidad local aprovechando la cultura como factor diferenciador. En la parte social ayuda al fortalecimiento de la identidad de los habitantes. Con ello, el desarrollo de las actividades turísticas dentro de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH apunta a consolidarse en un marco de responsabilidad, ética y seguridad, valores que deben ser adoptados por todos los actores del sector público, privado, comunitario y los turistas. Esto con la finalidad de ver al turismo como un instrumento de apoyo para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.

CONCLUSIONES

- En relación al diagnóstico situacional de las iniciativas de la CORDTUCH se presenta que la actividad turística es vista como una alternativa de desarrollo local en donde las comunidades asumen el protagonismo en la planificación turística de sus territorios, obteniendo beneficios económicos, sociales y ambientales. Esta actividad complementaria beneficia a 1349 personas directamente y 1667 personas indirectamente.
- El estudio de mercado, revela que las comunidades presentan 48 atractivos turísticos entre naturales y culturales que son importantes para el desarrollo turístico de las comunidades. Dentro de los atractivos identificados se pueden realizar actividades como: caminatas, aviturismo, ecoturismo, turismo de naturaleza, interpretación de patrimonio, ambiental y cultural, turismo medicinal y convivencia comunitaria. Asimismo, el perfil del turista identifica los gustos y preferencias, sobresaliendo que el 97,7% de turistas nacionales y el 100% de extranjeros están interesados en visitar las iniciativas de turismo comunitario.
- Las estrategias establecidas para el desarrollo del turismo comunitario está conformada por 3 programas enfocados a: atractivos turísticos, planta turística, y demanda turística. En total son 22 proyectos que abarcan los programas mencionados, acorde a las necesidades turísticas de las iniciativas de turismo de la CORDTUCH. De esta manera, para la implementación de la propuesta se necesita una inversión de \$378000 para los próximos 5 años. La distribución para cada uno de los programas es: \$175000 para el programa 1, \$48000 para el programa 2 y \$155000 para el programa 3. Finalmente, es necesario el apoyo técnico, económico y político de los involucrados de diferentes sectores para realizar una eficiente gestión de implementación de la propuesta de estrategias de dinamización para las comunidades filiales a la organización.

RECOMENDACIONES

Se presentan las siguientes recomendaciones del trabajo de investigación:

- Se debe diagnosticar periódicamente la situación actual del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, mismo que permite conocer la realidad y sus falencias en busca de una mejora continua y se convierte en una herramienta fundamental para la planificación turística del territorio.
- Se recomienda poner en práctica la presente investigación, específicamente en lo que se refiere a la propuesta de las estrategias establecidas para el desarrollo del turismo comunitario, mismo que necesita ser socializado con la población que conforman las 11 iniciativas de turismo comunitario. Asimismo, resulta importante que los representantes de la CORDTUCH gestionen la implementación de la propuesta presentada ante las autoridades competentes: GAD provincial de Chimborazo, GAD municipales de los cantones filiales a la organización, GAD's parroquiales de las comunidades alineadas a la organización, MINTUR y la academia (universidades e institutos), para una eficiente gestión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcívar, I. (2019). *El turismo comunitario como alternativa de desarrollo sostenible. Caso comunidad de Ligüiqui–Manta* (Doctoral dissertation).
- Alfaro, A., & Marrugo, L. (2018). Turismo sostenible. *Saber, ciencia y libertad*, 13(2), 163-175.
- Andrade, F., Alejo, O., & Armendariz, C. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. *Conrado*, 14(63), 117-122.
- Andrade, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (30), 211-227.
- Báez, J., & De Tudela, P. (2006). *Investigación cualitativa*. Esic Editorial.
- Barragán, C., & González, G. (2020). Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica.. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 15(1).
- Benavides, S. (2020). El aporte del turismo a la economía costarricense: más de una década después. *Economía y Sociedad*, 25(57), 1-29.
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 28-43.
- Bryson, J., Edwards, L., & Van Slyke, D. (2018). Getting strategic about strategic planning research. *Public management review*, 20(3), 317-339.
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131.
- Camilleri, M. (2018). The tourism industry: An overview. *Travel marketing, tourism economics and the airline product*, 3-27.
- Campoverde, D., Álvarez, J., & Zurita, I. (2019). Diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia Ricaurte, Azuay. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(1), 376-407.
- Chagoya, E. (2008). Métodos y técnicas de investigación. *Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion>*.
- Chkalova, O., Efremova, M., Lezhnin, V., Polukhina, A., & Sheresheva, M. (2019).

- Innovative mechanism for local tourism system management: a case study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 2052.
- Cruz, E., & Velázquez, J. (2020). Las tendencias del desarrollo turístico: entre el fortalecimiento del sector privado y el desarrollo del turismo comunitario en el estado de Hidalgo. *Intersticios sociales*, (19), 165-189.
- Enríquez, D., Carabalí, A., Males, N., & Montenegro, K. (2020). Diagnóstico situacional de las modalidades y destinos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha. *Siembra*, 7(1), 80-89.
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079.
- Fernández, L. (2007). ¿Cómo se elabora un cuestionario?.
- George, B., Walker, R., & Monster, J. (2019). Does strategic planning improve organizational performance? A meta-analysis. *Public Administration Review*, 79(6), 810-819.
- Gkoumas, A. (2019). Evaluating a standard for sustainable tourism through the lenses of local industry. *Heliyon*, 5(11), e02707.
- Gómez, E. (2014). Preguntas abiertas en encuestas¿ cómo realizar su análisis?. *Comunicaciones en estadística*, 7(2).
- Guerrero, A., Rodríguez, J., Cabeza, M., & Moreno, F. (2020). Planificación estratégica para el desarrollo territorial de la Provincia Esmeraldas en Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 130-147.
- Kapera, I. (2018). Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland. *Sustainable cities and society*, 40, 581-588.
- Lapo, J., Quituisac, M., & Calle, D. (2019). Diagnóstico de los elementos internos del sistema turístico en la parroquia urbana de Zaruma, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 170-179.
- Ledesma, M., Peñaloza, A., & Gálve, P. (2018). Turismo comunitario vs. Emprendimientos comunitarios. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 143-149.

- Lee, T., & Jan, F. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Lozano, R. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores*. Ecoe Ediciones.
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and hospitality management*, 24(1), 41-62.
- Marone, L., & Galetto, L. (2011). El doble papel de las hipótesis en la investigación ecológica y su relación con el método hipotético-deductivo. *Ecología austral*, 21(2), 201-216.
- Modica, P., Capocchi, A., Foroni, I., & Zenga, M. (2018). An assessment of the implementation of the European tourism indicator system for sustainable destinations in Italy. *Sustainability*, 10(9), 3160.
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.
- Morales, N. (2015). Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos. Recuperado de <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria>.
- Mullo, E., Vera, V., & Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183.
- Murcia, J., Piraquive, F., Vilorio, L., Bello, G., Murcia, S., Neira, R., & López, G. (2019). *Proyectos: formulación y criterios de evaluación*. Alpha Editorial.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2007). Entender el turismo. Glosario básico. Comunicación. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-elturismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2018). *Entender el turismo: glosario básico*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- Pérez, B. (2022). Turismo sostenible, ecoturismo y la CETS: Sierra Nevada

- (España). *HUMAN REVIEW. International Humanities Review/Revista Internacional de Humanidades*, 11(Monográfico), 1-18.
- Pined, A., Sojos, G., & Calle, M. (2019). Análisis del sistema turístico de la parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 162-169.
- Rodríguez, G., & Martínez, C. (2022). Turismo responsable: propuesta para gestionar destinos turísticos regionales en la etapa post-covid-19. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 128-136.
- Santamaría, E., & López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista venezolana de gerencia*, 24(86), 417-434.
- Sedarati, P., Santos, S., & Pintassilgo, P. (2019). System dynamics in tourism planning and development. *Tourism Planning & Development*, 16(3), 256-280.
- Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.
- Su, Y., Li, R., Ma, H., & Huang, L. (2022). Adaptive change of institutions and dynamic governance of the tragedy of the tourism commons: Evidence from rural China. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 32-49.
- Urbina, E. (2020). Investigación cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).
- Vallejo, R. (2019). Turismo en España durante el primer tercio del siglo xx: la conformación de un sistema turístico. *Ayer: Revista de Historia Contemporánea*, 114(2).
- Vetrova, E., Kabanova, E., Nakhratova, E., Baynova, M., & Evstratova, T. (2018). Project management in the sphere of tourism (using the example of Taganrog). *Academy of Strategic Management Journal*, 17(3), 1-9.
- Yu, X., & Xu, H. (2019). Cultural heritage elements in tourism: A tier structure from a tripartite analytical framework. *Journal of Destination Marketing & Management*, 13, 39-50.

ANEXOS

ANEXO A: Entrevista



Entrevista:

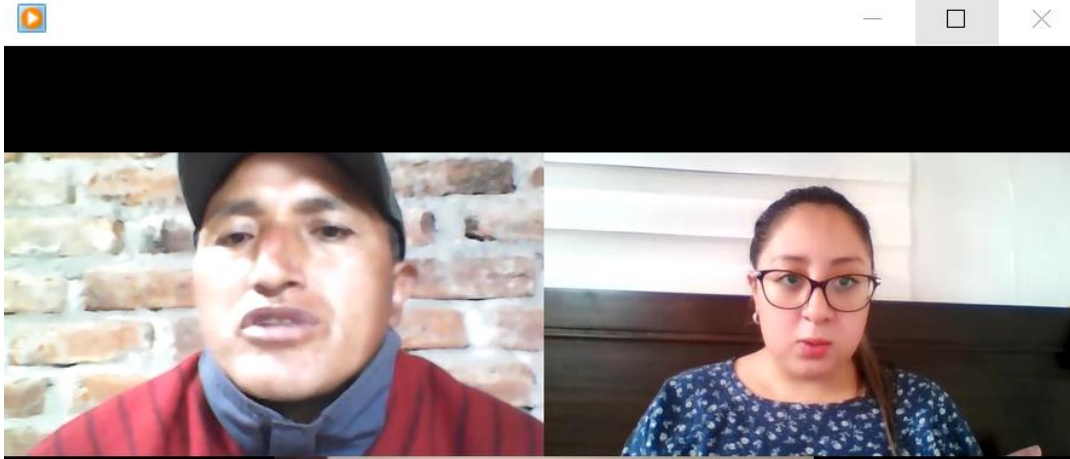
La siguiente entrevista estuvo dirigida hacia actores principales de la CORDTUCH como representantes de la organización. La aplicación de este instrumento es con la finalidad de conocer el escenario actual de las comunidades y tener una visión más clara de la situación con respecto a la actividad turística.

Preguntas:

1. ¿Cuál es la actividad que desempeña en la CORDTUCH?
2. ¿Para usted que representa el turismo comunitario?
3. ¿Cuán importante es el turismo para las comunidades pertenecientes a la CORDTUCH?
4. ¿Qué servicios han sido los más acogidos por los turistas en el último tiempo?
5. ¿A parte de la actividad turística que desarrollan en las comunidades de la CORDTUCH, a que otras actividades económicas se dedican?
6. ¿Cuál fue la afectación que ha tenido la actividad turística para la corporación y las comunidades tras la situación mundial con respecto al COVID – 19?
7. ¿Cuáles son las medidas de bioseguridad para la reactivación de los emprendimientos desarrollados por la CORDTUCH?
8. ¿Cuál ha sido el apoyo que ha recibido por parte del gobierno o existe algún plan de reactivación turística impulsada por este?
9. ¿Cómo han actuado las comunidades frente a la pandemia y que propuestas han planteado para su reactivación?
10. ¿Cuáles son las estrategias que ha utilizado las comunidades para el impulso del turismo?

ANEXO B: Información obtenida con la aplicación de la entrevista hacia actores principales de la CORDTUCH

Entrevista a Pedro Yupanqui presidente de la CORDTUCH



1. ¿Cuál es la actividad que desempeña en la CORDTUCH?

- Soy el representante legal de la organización.
- Gestión de CORDTUCH y la parte organizacional de las organizaciones de base.
- Planificaciones de las actividades en todo lo que se refiere al ámbito del turismo en cada una de las comunidades.

2. ¿Para usted que representa el turismo comunitario?

Para mí el turismo comunitario es una actividad económica complementaria de todas las actividades que realizan las familias y las comunidades. Considerando que las comunidades están empeñadas en otras actividades como la agricultura y la ganadería. El turismo es una actividad complementaria que práctica en cada una de las comunidades. Siendo un motivo para organizarse en cada uno de los territorios para mantener la cultura, mantener la sabiduría ancestral y también el cuidado del ambiente, el control de todos los territorios dentro de las comunidades y para mantener la resistencia de nuestra identidad de ser pueblos indígenas.

3. ¿Cuán importante es el turismo para las comunidades pertenecientes a la CORDTUCH?

El turismo es primordial puesto que en las nuevas generaciones se han estado perdiendo todos los valores que se tiene como pueblos indígenas, entonces el turismo ha permitido revitalizar todos los valores, los principios que cada comunidad tiene. En ese sentido, es importante para las comunidades indígenas, para rescatar los valores, la cultura, la vestimenta, el idioma, la gastronomía. Por ejemplo se ha estado perdiendo el patrón alimentario en las comunidades debido a la migración hacia otras ciudades. Y al llegar turistas a las comunidades, estos valoran todo lo que hay en estos territorios, productos sanos para la alimentación, la cultura, el modo de vivir. Con ello, el turismo gastronómico ha sido una motivación para los turistas visitar a las organizaciones de la CORDTUCH.

4. ¿Qué servicios han sido los más acogidos por los turistas en el último tiempo?

- El turismo gastronómico debido a que los turistas visitan las comunidades por el hecho de tener una variedad de platos que son propios de las localidades.
- El turismo vivencial, la convivencia con las comunidades eso ha hecho más interesante para los turistas, puesto que eso es lo que no encuentran en una ciudad. Compartir con las familias, compartir como un amigo más.

5. ¿A parte de la actividad turística que desarrollan en las comunidades de la CORDTUCH, a que otras actividades económicas se dedican?

Practicamos la agricultura, ganadería y otras actividades complementarias como ser empleados públicos, negocios propios.

6. ¿Cuál fue la afectación que ha tenido la actividad turística para la corporación y las comunidades tras la situación mundial con respecto al COVID – 19?

La afectación es más emocional, psicológica, económica debido a que a través de la actividad turística las comunidades tenían un ingreso económico adicional. También la afectación fue en la parte organizativa de las comunidades,

debido a que con el aislamiento debilito un poco en este aspecto de organización porque no se permitían reuniones entre comunidades y eran limitadas. Sin embargo, un aspecto positivo de la situación es que permitió volver a nuestras chacras y a dedicar más tiempo a nuestras familias.

7. ¿Cuáles son las medidas de bioseguridad para la reactivación de los emprendimientos desarrollados por la CORDTUCH?

Si seguimos normas de bioseguridad, lo que estamos haciendo es una desinfección personal, de los equipajes, vehículos. Utilizamos alcohol, mascarillas, lavado de las manos con frecuencia y el distanciamiento. Antes nosotros las actividades hacíamos de forma participativa con los turistas y actualmente no se puede realizar, quizá una demostración a una distancia prudente es lo que se puede hacer. En el tema de la alimentación antes el que atiende en la cocina podía compartir con los turistas conversando, pero actualmente no se puede hacer. Actualmente existe un espacio para turistas y otro para los que atienden el servicio. Esto para dar seguridad a los trabajadores y turistas.

8. ¿Cuál ha sido el apoyo que ha recibido por parte del gobierno o existe algún plan de reactivación turística impulsada por este?

Lo que nosotros necesitamos es un tema de inversión por ejemplo en tema de los insumos que es lo que debería apoyarnos el estado. Como CORDTUCH las instituciones públicas no han invertido directamente. El gobierno provincial ayudado con el tema de promocionar nuestros servicios a nivel más provincial.

9. ¿Cómo han actuado las comunidades frente a la pandemia y que propuestas han planteado para su reactivación?

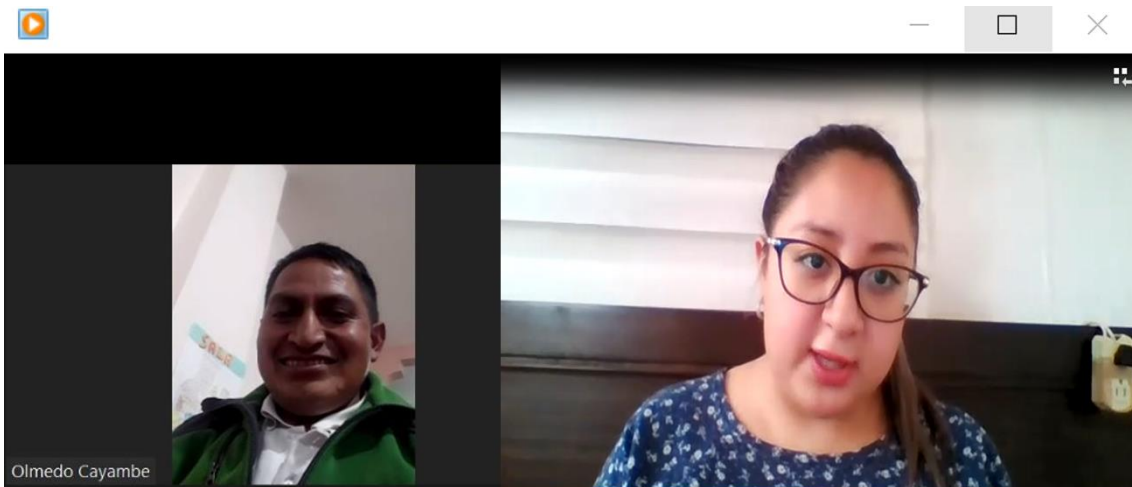
Hay comunidades que se resisten a reactivar lo que es la actividad turística, puesto que quieren asegurar la vida de los pobladores. Entonces en caso de las circunstancias exista una nueva infección de la pandemia, las comunidades no quieren contagiarse. Pero existen otras organizaciones que se arriesgan a reactivar el turismo. El tema tecnológico es importante en medio de la pandemia, el uso de What app, redes sociales. Pero el problema que existe es que no existe una cobertura total de internet en todas las comunidades. Hay algunas empresas que

se han ofrecido a instalar el servicio, pero eso tiene un costo, al cual solo han accedido las familias que tienen niños o jóvenes estudiando. Esto es una debilidad en parte de las comunidades, que las instituciones públicas podrían ayudar en el tema de conectividad de localidades.

10. ¿Cuáles son las estrategias que ha utilizado las comunidades para el impulso del turismo?

Como organización estamos en espera porque no hemos podido contactar con las 11 organizaciones, se han dado reuniones virtuales cada 15 días. El tema es que no todos participan debido a que no todos tienen acceso a las tecnologías. Pero con los que sí pueden comunicarse mantenemos el diálogo, las planificaciones. Lo que ahorita en las comunidades se ha previsto es mejorar la infraestructura de cocina, alojamiento, señalética, implementos de insumos de bioseguridad, promoción de productos y servicios a través de redes sociales tomando en cuenta los recursos económicos existentes en las comunidades. Algunas comunidades han realizado autogestiones para realizar estos cambios. Ha existido más apoyo de las organizaciones privadas que de la parte pública.

Entrevista a Olmedo Cayambe Gerente Operadora Puruhá Razurku



1. ¿Cuál es la actividad que desempeña en la CORDTUCH?

- Soy el Gerente de la operadora Puruhá Razurku misma que fue creada para las organizaciones filiales a la CORDTUCH.

2. ¿Para usted que representa el turismo comunitario?

El turismo comunitario es un modelo de gestión turística basado en la propiedad y la autogestión de los recursos naturales y culturales de las comunidades. En este caso, el turismo de gestión comunitaria de la CORDTUCH, ha ido adquiriendo un gran reconocimiento, ha ido adquiriendo un gran reconocimiento a nivel provincial, nacional e internacional.

3. ¿Cuán importante es el turismo para las comunidades pertenecientes a la CORDTUCH?

La importancia del turismo para las comunidades de la CORDTUCH es que funciona bajo un enfoque de compromiso social, respeto al medio ambiente y distribución equitativa de beneficios entre todos.

4. ¿Qué servicios han sido los más acogidos por los turistas en el último tiempo?

La operadora es propiedad de CORDTUCH, y fue creada por para las organizaciones comunitarias. Oferta una gran variedad de actividades y servicios turísticos combinado la experiencia de vivir en comunidad, iniciar y consolidar una actividad alternativa que les permita vivir en armonía con la naturaleza y fortalecer la cultura. Los principales atractivos turísticos que se ofrecen en las comunidades indígenas son los páramos, los nevados, los volcanes y las áreas protegidas.

5. ¿A parte de la actividad turística que desarrollan en las comunidades de la CORDTUCH, a que otras actividades económicas se dedican?

La mayor parte de las comunidades se dedican a la agricultura y ganadería pero también realizan artesanías sobre materias primas alternativas como cabuya, paja y lana de alpaca que son comercializados en la tienda de Bioproductos.

6. ¿Cuál fue la afectación que ha tenido la actividad turística para la corporación y las comunidades tras la situación mundial con respecto al COVID – 19?

La pandemia del COVID-19 ha afectado notablemente la actividad turística de las comunidades de la CORDTUCH, son graves las consecuencias económicas

y sociales para las localidades dependientes de ese sector. La llegada de turistas fue nula en toda la pandemia, por temas de seguridad propia de los pobladores como también de los turistas.

7. ¿Cuáles son las medidas de bioseguridad para la reactivación de los emprendimientos desarrollados por la CORDTUCH?

Para la reactivación de los emprendimientos se cumplen varias reglas de bioseguridad. Entre estas se encuentran: exigir la vacunación tanto de pobladores como también pedir carnet de vacunación a los turistas, mantener al menos un metro de distancia, evitar aglomeraciones y el contacto directo, utilizar mascarilla, lavado de manos con agua y jabón, uso de alcohol. Desinfección de todas las áreas donde se desarrollan las actividades turísticas.

8. ¿Cuál ha sido el apoyo que ha recibido por parte del gobierno o existe algún plan de reactivación turística impulsada por este?

Lo que respecta a la ayuda por el gobierno para la reactivación de la actividad turística contempla la promoción de las actividades y la creación de nuevos productos. Debo mencionar que algunos de nuestros productos actuales son: la ruta del hielero, tour al volcán Sangay, visita al Museo de la Llama - Palacio Real, tour en el nevado Chimborazo, entre otros.

9. ¿Cómo han actuado las comunidades frente a la pandemia y que propuestas han planteado para su reactivación?

Las comunidades en sí han tenido miedo al contagio del virus, sin embargo han aplicado los protocolos de bioseguridad para poder brindar nuevamente todos los servicios y ofertar las actividades turísticas hacia las personas interesadas en conocer cada una de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. Una de las propuestas que hemos planteado es aprovechar las redes sociales para difundir nuestros productos turísticos que incluyen aventura, cultura e intercambio de saberes.

10. ¿Cuáles son las estrategias que ha utilizado las comunidades para el impulso del turismo?

Una de las principales estrategias para el impulso del turismo es que la operadora Puruhá Razurku surgió como una estrategia para que las comunidades vendan sus productos turísticos directamente a los turistas sin intermediarios, puesto que antes dependían de operadoras de las ciudades de Quito y Riobamba. Asimismo, otra de las estrategias aplicadas es la capacitación hacia la población de las comunidades en la formación de guías nativos, en aprender nuevas técnicas para la elaboración de artesanías en fibras de alpaca, atención al cliente, etc.

ANEXO C: Encuesta para turistas nacionales



La presente encuesta tiene como objetivo obtener información sobre los gustos y preferencias turísticas de la demanda aplicada dentro del presente estudio. Es importante recordar que la opinión emitida por su persona es relevante para la obtención de los resultados de la investigación, por lo tanto, se requiere respuestas de manera honesta.

1. Género:

- a) Masculino b) Femenino

2. Edad:

- a) 20 a 30 años b) 31 a 40 años c) 41 a 50 años
d) 51 a 60 años e) > 56 años

3. Lugar de procedencia _____

4. Nivel de educación:

- a) Primaria b) Secundaria c) Superior d) Postgrado

5. ¿Cuál es su motivo de viaje?

- a) Vacaciones b) Negocios c) Educación
d) Visitas a familiares y amigos e) Trabajo

6. ¿Cuándo usted viaje, quién es su compañía?

- a) Amigos b) Familia c) Solo d) Pareja

7. ¿Le gustaría realizar actividades de turismo comunitario?

- a) Si b) No

8. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

- a) Caminatas
- b) Convivencia rural comunitaria
- c) Fotografía turística
- d) Observación de flora y fauna
- e) Degustación de gastronomía típica
- f) Camping
- g) Turismo de naturaleza

9. ¿Con cuál de los siguientes servicios turísticos le gustaría contar?

- a) Alojamiento
- b) Alimentación
- c) Guianza
- d) Transporte
- e) Recreación y entretenimiento

10. ¿Cuál es su promedio de estancia?

- a) Un día
- b) Dos días
- c) Tres días
- d) Más de tres días

11. ¿Cuál es su capacidad promedio de gasto diario cuando usted viaja?

- a) 20 a 50 dólares
- b) 51 a 100 dólares
- c) Más de \$100 dólares

12. ¿Entre las formas en la que se organiza su viaje, cuál de las siguientes prefiere?

- a) Viaje organizado por su propia cuenta
- b) Viaje organizado por agencia de viajes o tour operadora

13. ¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse sobre actividades turísticas?

- a) Internet
- b) Radio/TV
- c) Folletos/revistas
- d) Amigos o familiares

GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

ANEXO D: Encuesta para turistas extranjeros



The objective of this survey is to obtain information on the tourist tastes and preferences of the demand applied within the present study. It is important to remember that the opinion issued by you is relevant to obtaining the results of the investigation, therefore, honest responses are required.

1. Gender:

- a) Male b) Female

2. Age:

- a) 20 to 30 years b) 31 to 40 years c) 41 to 50 years
d) 51 to 60 years e) > 56 years

3. Place of origin _____

4. Level of education:

- a) Primary b) Secondary c) Higher d) Postgraduate

5. ¿What is your reason for travel?

- a) Holidays b) Business c) Education
d) Visits to family and friends e) Work

6. ¿When you travel, who is your company?

- a) Friends b) Family c) Alone d) Partner

7. ¿Would you like to carry out community tourism activities?

- a) Yes b) No

8. ¿What activities would you like to do?

- a) Walks b) Rural community coexistence c) Tourist photography

- d) Observation of flora and fauna e) Tasting of typical gastronomy
- f) Camping g) nature tourism

9. ¿Which of the following tourist services would you like to have?

- a) Accommodation b) Food c) Guidance
- d) Transportation e) Recreation and entertainment

10. ¿What is your average stay?

- a) One day b) Two days
- c) Three days d) More than three days

11. ¿What is your average daily spending capacity when you travel?

- a) \$ 20 to \$ 50 b) \$ 51 to \$ 100 c) More than \$ 100

12. ¿Among the ways in which your trip is organized, which of the following do you prefer?

- a) Organized trip on your own
- b) Trip organized by travel agency or tour operator

13. ¿What means of communication do you prefer to find out about tourist activities?

- a) Internet b) Radio / TV c) Brochures / magazines d) Friends or family

THANKS FOR YOUR ATTENTION!