

Generación de estrategias de dinamización de turismo comunitario en filiales de la CORDTUCH, Chimborazo-Ecuador

Generation of strategies to promote community tourism in CORDTUCH branches, Chimborazo-Ecuador

Andrea Logroño Cazco¹
andrealogroo@hotmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-9154-9745>

Gorki Aguirre Torres²
gaguirre@uteg.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8812-3093>

Recibido: 01/06/2023; 14/09/Aceptado:

RESUMEN

Este estudio tuvo como finalidad generar estrategias de dinamización de turismo comunitario en filiales de la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo CORDTUCH Ecuador. Para lo cual, se realizó un diagnóstico situacional del sector turístico, posteriormente se elaboró un estudio de mercado. En base a lo recabado anteriormente se formularon las estrategias de dinamización para las iniciativas de turismo comunitario. Para el cumplimiento de los objetivos planteados se aplicó una metodología de tipo descriptiva con enfoque mixto. Este proceso se llevó a cabo por medio de entrevistas dirigidas a representantes de esta organización, con diagnóstico situacional, encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros para el análisis de la demanda turística en el estudio de mercado. Las estrategias determinadas se encuentran dentro de tres programas (atractivos, planta, y demanda turística) y 22 proyectos, en función de las necesidades turísticas de las filiales. Se determinó un requerimiento de inversión de \$378.000 para implementación de las estrategias en los próximos 5 años; requiriéndose el apoyo técnico, económico y político de entidades del sector público y privado para realizar una eficiente gestión de implementación de la propuesta.

Palabras clave: turismo comunitario, estrategias, dinamización, filiales de la CORDTUCH, provincia de Chimborazo.

¹ Magíster en Gestión de Empresas Turísticas, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

² Magíster en Social Sciences mención Desarrollo Comunitario, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

ABSTRACT

The purpose of this study was to generate strategies for the revitalization of community tourism in subsidiaries of the Corporation for the Development of Community Tourism of Chimborazo CCORDTUCH Ecuador. For which, a situational diagnosis of the tourism sector was carried out, later a market study was elaborated. Based on what was previously collected, revitalization strategies for community tourism initiatives were formulated. In order to fulfill the proposed objectives, a descriptive methodology with a mixed approach was applied. This process was carried out through interviews directed to representatives of this organization, with situational diagnosis, surveys directed to national and foreign tourists for the analysis of tourist demand in the market study. The determined strategies are found within three programs (attractions, plant, and tourist demand) and 22 projects, based on the tourist needs of the affiliates. An investment requirement of \$378,000 was determined for the implementation of the strategies in the next 5 years; technical, economic and political support from public and private sector entities is required to efficiently manage the implementation of the proposal.

Keywords: community tourism, strategies, dynamization, CORDTUCH affiliates, province of Chimborazo.

Introducción

Hoy en día, “el sector turístico se ha visto inmerso en un proceso de fortalecimiento de la participación de las comunidades locales por medio de las iniciativas de turismo comunitario” (Sánchez y Babinger, 2022, p. 5). 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 (Montenegro y Jarquín, 2020, p. 21). En este sentido, 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 (Siza et al., 2020, p. 7), que encierran un enfoque más participativo con respecto a la actividad turística y tiene la capacidad de convertirse en un producto turístico viable (Mullo et al., 2019, p. 3).

Asimismo, el turismo comunitario implica “la participación activa de las comunidades locales” (Kastenholz et al., 2023, p. 5), en la creación y gestión de experiencias turísticas en sus territorios (Havadi y Espinosa, 2020, p. 2). Es un enfoque que valora la cultura, el patrimonio y la identidad local (Ruhanen y Whitford, 2019, p. 10) y busca generar beneficios económicos, sociales y ambientales para las comunidades involucradas (Padilla, 2020, p. 4). Este tipo de

turismo generalmente se realiza en áreas rurales (Mullo et al., 2019, p. 6), y las actividades que se ofrecen a los turistas se basan en las formas de vida de los residentes locales (Berlanga y Ochoa, 2020, p. 3). No obstante, el turismo comunitario busca minimizar el impacto ambiental (Sosa, 2023, p. 7) y maximizar los beneficios socioeconómicos para las comunidades locales (Thapa et al., 2022, p. 9).

Con ello, la generación de estrategias de dinamización de turismo comunitario se convierte en un proceso de identificar y desarrollar estrategias que permitan promover el turismo comunitario de manera sostenible y responsable (Hernández et al., 2021, p. 11). Estas estrategias tienen como objetivo dinamizar la economía local, preservar la cultura, y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales (Mestanza y Jiménez, 2021, p. 5). Este proceso implica trabajar en conjunto con las comunidades locales para identificar las experiencias turísticas que pueden ofrecer, así como las necesidades y desafíos que enfrentan (Basulto, 2020, p. 7). Una vez identificadas las necesidades y oportunidades, se pueden desarrollar estrategias específicas para dinamizar el turismo comunitario (González et al., 2019, p. 3). Es importante indicar que “la generación de estrategias de dinamización debe ser un proceso participativo y colaborativo, en el que las comunidades locales sean los principales actores” (Herbold et al., 2020, p. 10), para la creación y gestión de experiencias turísticas auténticas y significativas (Khalid et al., 2019, p. 2).

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 (Miranda et al., 2021, p. 5). Esta organización 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 sostenible”. Esta organización comunitaria se encuentra constituida por 11 iniciativas y cinco cantones de la provincia dedicadas a brindar servicios de turismo comunitario. Surge la problemática en cuanto a que CORDTUCH adolece de no tener en sus filiales estrategias de dinamización de turismo comunitario.

Por este motivo la presente investigación contribuyó a la generación de estrategias de dinamización de turismo comunitario en filiales de la CORDTUCH, Chimborazo-Ecuador. Este estudio se desarrolló estructuradamente a través de un diagnóstico situacional del sector turístico, continuando con un estudio de mercado como base para las líneas de acción y promoción de las iniciativas de turismo comunitario, para finalmente crear y proponer a la CORDTUCH estrategias de dinamización de turismo comunitario.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un diseño de tipo descriptivo y de campo. El alcance de la investigación fue descriptivo, con un enfoque cuali-cuantitativo o mixto. Los métodos empleados fueron el inductivo, deductivo e hipotético-deductivo. La unidad de análisis del estudio fue las establecidas bajo iniciativas de turismo comunitario que son filiales de la CORDTUCH: Casa Cóndor, UCASAJ, Quilla Pacari, Sumak Kawsay, Razu Ñan, Calshi, Artesa Chuquipogio, CEDIBAL, CEDEIN, Guarguallá y Nizag. El tamaño de la muestra utilizada corresponde a todos los representantes de la organización ya que se trata de una población

relativamente pequeña. Mientras que la muestra tomada para el caso de los turistas fue de 151 turistas nacionales y 148 extranjeros.

Para el diagnóstico situacional se empleó una revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización utilizando como instrumento la guía de análisis de documentos. Mientras que para el estudio de mercado se analizó la oferta y la demanda turística. En la oferta se empleó la técnica de la revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización y en la demanda se aplicó un cuestionario diseñado con preguntas de tipo cerradas dirigido a los representantes de la organización. Finalmente, con la información levantada en el diagnóstico situacional y el estudio de mercado se establecieron las estrategias de dinamización de turismo comunitario para las iniciativas de turismo comunitario. El instrumento empleado fue el registro descriptivo para realizar el análisis FODA de las iniciativas filiales. Posteriormente, se utilizó un diagrama de Gantt que establece el cronograma de ejecución de los programas y proyectos formulados para la dinamización de turismo comunitario en filiales de la CORDTUCH.

Resultados y discusión

Diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.- El diagnóstico situacional del sector turístico se convierte en una herramienta fundamental para comprender la situación actual del sector y sus perspectivas futuras. Aquí se anota la información recabada de los actores principales (**Tabla 1**)

Tabla 1. Información recabada de actores principales, para elaboración del diagnóstico situacional

Nro.	PREGUNTA	RESPUESTA
1.-	Sobre ¿De qué manera se administra en el CORDTUCH?	Indicaron que el presidente de la organización es quien actúa como el representante legal de la misma. Mientras que el Gerente Operadora Puruhá Razurku quien organiza diferentes actividades y servicios turísticos para desarrollar dentro de los territorios filiales
2.-	Sobre ¿qué representa el turismo comunitario?	Se evidenció una similitud entre los entrevistados, ya que muestran que esta modalidad de turismo es una alternativa de desarrollo local en donde las comunidades asumen el protagonismo en la planificación turística de sus territorios
3.-	Sobre ¿Cuál es la importancia del turismo para las comunidades filiales a la CORDTUCH?	Señalaron que la actividad turística ha contribuido a la generación de ingresos económicos y a la conservación del patrimonio natural y cultural.
4.-	Sobre ¿Cuáles son los servicios más acogidos por los turistas en el último tiempo	Indican que son: el hospedaje, alimentación autóctona, y la guianza hacia atractivos turísticos naturales y culturales.

5.-	Sobre ¿A qué otras actividades económicas se dedican las comunidades?	Revelaron que se dedican también a la agricultura, ganadería y la realización de artesanías con materiales propios de la zona
6.-	Sobre ¿Cuál es la afectación que ha tenido la actividad turística para la corporación y las comunidades tras la situación mundial con respecto al COVID – 19?	Informaron que estas son, afectaciones emocionales, psicológicas (ansiedad y estrés), económicas (falta de turistas) y sociales provocadas por el aislamiento de las comunidades.
7.-	Sobre ¿Cuáles son las medidas de bioseguridad para la reactivación de los emprendimientos desarrollados por la CORDTUCH?	Coincidieron al mencionar que en las comunidades se cumplieron las medidas establecidas para precautelar la integridad de los turistas y población local.
8.-	Sobre ¿Qué apoyo ha recibido por parte del gobierno para la reactivación turística?	Aseveraron que el apoyo del gobierno es la promoción de las actividades y la creación de nuevos productos turísticos en función al potencial turístico natural y cultural.
9.-	Sobre ¿Cuál ha sido la actuación de las comunidades frente a la pandemia y que propuestas han planteado para su reactivación?	Indicaron que las comunidades filiales son conscientes que deben seguir cumpliendo con los protocolos de bioseguridad en beneficio de los turistas y población local.
10.-	Sobre ¿Qué estrategias han utilizado las comunidades para el impulso del turismo?	Señalaron que se ha hecho uso eficiente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) para la difusión de servicios turísticos por medio del internet

En resumen, el turismo comunitario se convierte en un motor de desarrollo económico y social para las comunidades locales. No obstante, la reactivación de la actividad turística y las medidas de bioseguridad son importantes para garantizar la seguridad de los turistas y comunidades locales. Por lo tanto, la actividad turística debe llevarse a cabo de manera responsable y sostenible, garantizando que los beneficios generados sean equitativos y no afecten negativamente el medio ambiente y la cultura local.

Información recabada de los ámbitos. - En el ámbito físico espacial de la ubicación geográfica de las comunidades, los resultados muestran a 5 cantones: Riobamba, Guano, Colta, Guamote y Alausí, en donde de manera correspondiente se ubican las diferentes organizaciones comunitarias, como se puede observar en la **Tabla 2**.

Tabla 2. Ámbito físico espacial de la ubicación geográfica de las comunidades

Ámbito	Cantón	Organizaciones
	Riobamba	Casa Cóndor, UCASAJ, Quilla Pacari y Sumak Kawsay

<i>Provincia del Chimborazo. Ámbito físico espacial de la ubicación geográfica de las comunidades.</i>	Guano	Razu Ñan, Calshi y Artesa Chuquipogio
	Colta	CEDIBAL y CEDEIN
	Guamote	Guarguallá
	Alausí	Nizag

En el ámbito socio cultural los resultados sobre la demografía de las comunidades indica que en total son 11.122 habitantes distribuidos en 11 iniciativas de turismo comunitario a lo largo de los cantones de Riobamba, Guano, Colta, Guamote y Alausí. En el ámbito ecológico territorial las características del suelo en esta zona pueden variar dependiendo de la altitud, el clima y la geología local. Caracterizados por ser suelos jóvenes, ácidos, poco profundos, con alta capacidad de retener agua y con alto contenido de materia orgánica. En el ámbito económico productivo se evidencia que todas las comunidades tienen actividades destinadas principalmente a la agricultura, producción pecuaria con el mejoramiento genético de especies y la elaboración de artesanías; y la actividad turística como una alternativa de desarrollo local. En el ámbito político administrativo las comunidades indígenas tienen una fuerte presencia política y organizativa, lo que les ha permitido participar en la toma de decisiones a nivel local y nacional.

Los cinco ámbitos analizados anteriormente: físico espacial, socio cultural, ámbito ecológico territorial, económico productivo y político administrativo, son esenciales para comprender la dinámica de un territorio y para tomar decisiones informadas sobre su desarrollo. Cada ámbito tiene su propia relevancia y, por lo tanto, es importante abordarlos de manera integrada para lograr un desarrollo equitativo y sostenible.

Oferta turística. - Los atractivos turísticos son una de las principales razones por las que los turistas eligen un destino en particular. En este sentido, los atractivos turísticos de las organizaciones filiales que se ubican en el cantón Riobamba cuentan con 30 atractivos turísticos. De los cuales, 16 atractivos (53,3%) son sitios naturales y 14 atractivos (46,7%) son manifestaciones culturales. 17 atractivos (56,7%) son de jerarquía I, 11 atractivos (36,7%) son de jerarquía II y 3 atractivos (3,3%) son de jerarquía III y IV respectivamente (**Gráfico 1**).

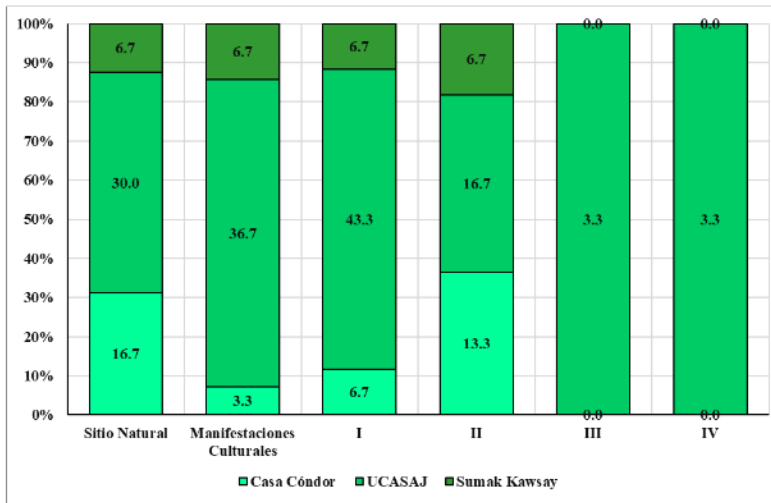


Gráfico 1. Atractivos turísticos las organizaciones filiales: cantón Riobamba

En relación con los atractivos turísticos de las organizaciones filiales que se ubican en el cantón Guano cuentan con 5 atractivos turísticos. De los cuales, 3 atractivos (60%) son sitios naturales y 2 atractivos (40%) son manifestaciones culturales. 3 atractivos (60%) son de jerarquía I y 2 atractivos (40%) son de jerarquía II (**Gráfico 2**).

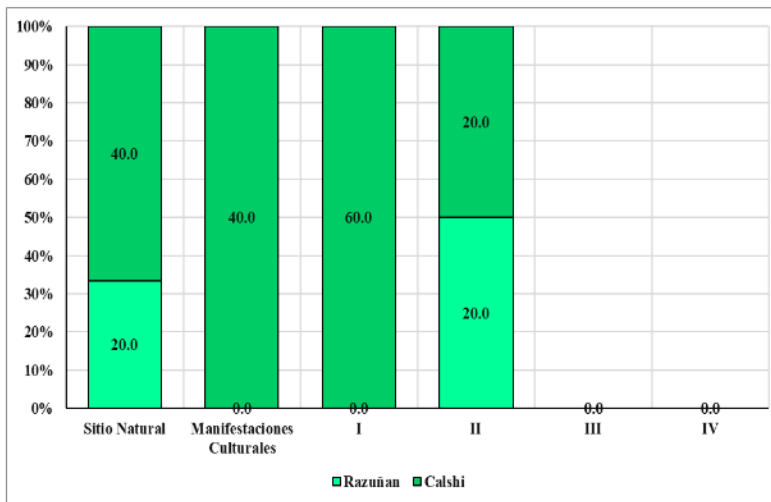


Gráfico 2. Atractivos turísticos las organizaciones filiales: cantón Guano

Con respecto a los atractivos turísticos de las organizaciones filiales que se ubican en el cantón Colta cuentan con 6 atractivos turísticos. De los cuales, 5 atractivos (83,3%) son sitios naturales y 1 atractivo (16,7%) son manifestaciones culturales. 2 atractivos (33,3%) son de jerarquía I, 1 atractivo (16,7%) es de jerarquía II y 3 atractivos (50%) son de jerarquía III (**Ilustración 3**).

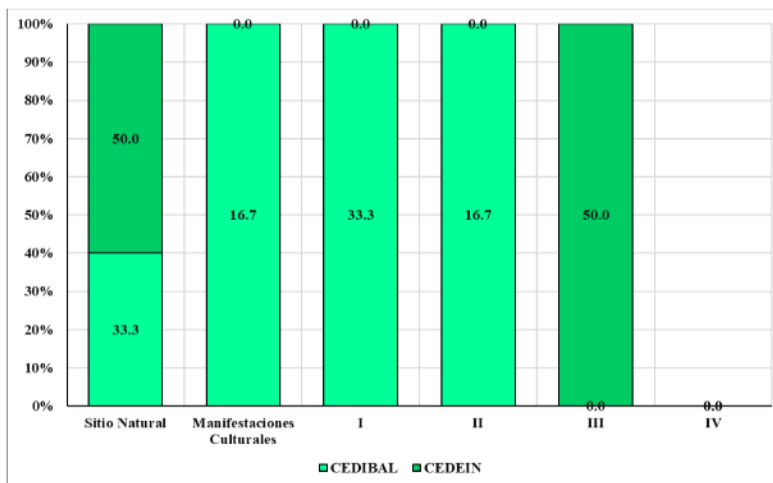


Gráfico 3. Atractivos turísticos las organizaciones filiales: cantón Colta

En el caso de los atractivos turísticos de las organizaciones filiales que se ubican en el cantón Alausí cuentan con 7 atractivos turísticos. De los cuales, 5 atractivos (71,4%) son sitios naturales y 2 atractivos (28,6%) son manifestaciones culturales. 3 atractivos (42,9%) son de jerarquía I, 2 atractivos (28,6%) son de jerarquía II y III respectivamente (**Gráfico 4**).

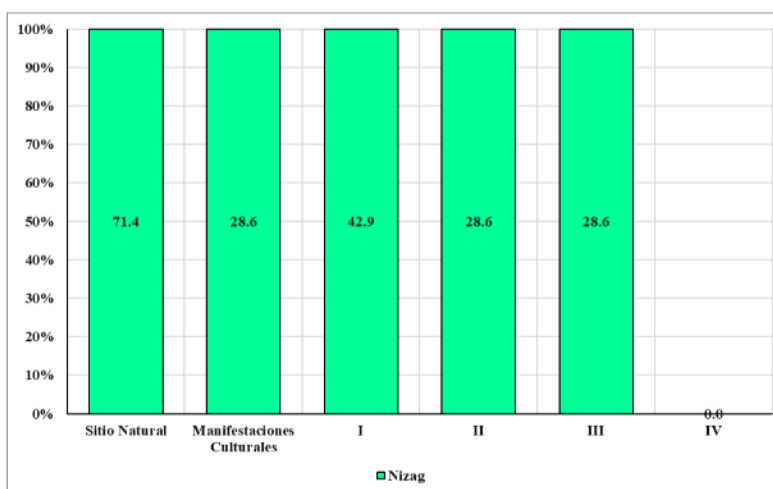


Gráfico 4. Atractivos turísticos las organizaciones filiales: cantón Alausí

Es importante mencionar que en todos los atractivos turísticos se pueden realizar actividades como: caminatas, aviturismo, ecoturismo, turismo de naturaleza, interpretación de patrimonio, ambiental y cultural, turismo medicinal y convivencia comunitaria.

La infraestructura turística es un elemento para el desarrollo de la actividad turística, que proporciona los servicios y las instalaciones necesarias para que los turistas puedan disfrutar de su estancia en un destino turístico. de esta forma, la infraestructura turística en las comunidades filiales la mayoría de los territorios dispone de agua entubada distribuida por la red pública. Asimismo, disponen del servicio de energía eléctrica. En mayor parte las comunidades no cuentan con un carro recolector de basura que brinde el servicio de saneamiento ambiental. La mayor parte del territorio no posee servicio de alcantarillado. Las comunidades disponen de redes viales con vías de primer, segundo y tercer orden. Resulta importante que se invierta en el desarrollo y mantenimiento de una infraestructura turística adecuada para asegurar la competitividad de las comunidades filiales.

La planta turística se refiere al conjunto de instalaciones y servicios turísticos que se ofrecen en las comunidades estudiadas. En este contexto, las comunidades que cuentan con planta turística son Casa Cóndor, UCASAJ, Quilla Pacari, Razu Ñan, Calshi, CEDEIN son servicios de alojamiento y alimentación que han sido adecuadamente equipadas para su funcionamiento. Es importante que los destinos turísticos inviertan en el desarrollo y mantenimiento de una planta turística adecuada para asegurar su éxito a largo plazo.

Finalmente, en cuanto a la superestructura turística las organizaciones que apoyan al turismo en las comunidades filiales son: el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) provincial de Chimborazo, el Ministerio de Turismo (MINTUR), el Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales (CONAGOPARE) Chimborazo, la Corporación Regional Económica Empresarial Riobamba (CRECER), la fundación CODESPA. Estos organismos apoyan en la formulación de proyectos, promoción de la actividad turística, capacitación a prestadores de servicios, etc. Sin duda, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales pueden desempeñar un papel importante en el apoyo al desarrollo del turismo, a través de la implementación de políticas y programas que fomenten la sostenibilidad, la competitividad y la innovación en el sector turístico.

Demanda turística .- Los turistas nacionales 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 presentan el interés por visitar las comunidades, 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.

Por otra parte, los turistas extranjeros, son 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 presentan el interés por visitar las comunidades filiales, 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 (**Tabla 3**).

Tabla 3. Perfil de los turistas nacionales y extranjeros

Variable	Turistas			
	Nacionales	%	Extranjeros	%
Género	Masculino	47,0	Masculino	53,0
	Femenino	53,0	Femenino	47,0
Edad	20 a 30 años	61,4	20 a 30 años	58,0
Procedencia	Riobamba	56,1	EE. UU	50,0
	Guayaquil	20,5	Francia	16,8
	Guaranda	6,1	Canadá	11,1
			Argentina	11,1
Nivel de educación	Secundaria	54,5	Superior	58,0
Motivo de viaje	Vacaciones	56,8	Vacaciones	53,0
	Negocios	15,9	Trabajo	16,0
Compañía de viaje	Familia	61,4	Solo	75,0
Disposición a visitar las OTC	Si	97,7	Si	100,0
Actividades por realizar	Convivencia rural comunitaria	44,8	Convivencia rural 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
Servicios que les gustaría utilizar	Alimentación	73,5	Transporte	40,0
	Alojamiento	9,1	Alimentación	30,0

Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). -El análisis FODA se convierte en una herramienta que permite diseñar la situación actual de la organización consintiendo considerar una perspectiva global de la situación estratégica, como se observa en la (Tabla 4)

Tabla 4. Matriz FODA

	F1. Organizaciones convencidas de trabajar responsablemente con actividades de turismo comunitario.
Fortalezas	F2. Participación de las comunidades en las actividades de turismo comunitario con respeto y equidad. F3. Comunidades mantienen sus tradiciones, costumbres, idioma (Kichwa), vestimenta y medicina tradicional.

F4. *Confianza de las comunidades en la organización comunitaria CORDTUCH y en el trabajo cooperativo.*

F5. *Las comunidades, tienen una localización estratégica por lo cual cuentan con rutas que tienen acceso hacia atractivos turísticos clave.*

F6. *Elaboración de artesanías comercializadas en la tienda de bioproductos.*

F7. *Comunidades poseen atractivos turísticos naturales y culturales importantes con potencial turístico.*

F8. *Comunidades ofertan servicios de alimentación, hospedaje, guianza.*

F9. *Alianzas estrategias con la parte pública, privada y la academia.*

F10. *La operadora Puruhá Razurku trabaja coordinadamente con otras operadoras para la venta de productos turísticos.*

F11. *Comunidades cuentan con paquetes turísticos direccionados al trekking, alta montaña, aventura, convivencia con la comunidad, cabalgata.*

F12. *Comunidades pertenecen a la FEPTCE a nivel nacional.*

D1. Capacitación a los guías locales de las comunidades.

D2. Participación de las mujeres en la ejecución de los proyectos turísticos comunitarios.

D3. Falta de cobertura de internet entre comunidades.

Debilidades

D4. No se cuenta con las facilidades eficientes a nivel tecnológico para la difusión y comercialización de productos turísticos existentes.

D5. Varias comunidades tienen vías de segundo y tercer orden en mal estado.

D6. Falta de facilidades e infraestructura turísticas.

O1. Apoyo de la parte pública, privada y academia para la formulación y 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).

Oportunidades

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.

O6. Asistencia técnica turística de instituciones públicas y privadas.

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

A1. Pérdida de la cultura a causa de la migración de pobladores hacia las ciudades cercanas.

A2. Impactos ambientales generados por las actividades turísticas.

Amenazas

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.

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.

Estrategias de dinamización de turismo comunitario para las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.

Las estrategias de dinamización son un conjunto de acciones planificadas que se llevan a cabo para estimular y mejorar la actividad turística en las comunidades filiales de la CORDTUCH. En función al 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 con relación a los atractivos turísticos (naturales y culturales), planta turística, y demanda turística fortalecida. 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 \$378.000 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% (**Tabla 4**).

Tabla 5. Estrategias de dinamización

Programa	Proyectos	Planificación presupuestaria					Total
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Programa 1: <i>Atractivos turísticos (naturales y culturales)</i>	Proyecto 1: Actualización del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de las comunidades de la CORDTUCH.	22500	22500				\$45000
Programa 2: <i>(naturales y culturales)</i>	Proyecto 2: Formulación de un calendario cultural de las comunidades de la CORDTUCH.		20000				\$20000

	Proyecto 3: Formulación e implementación de un plan de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural de las comunidades de la CORDTUCH.			35000			\$35000
	Proyecto 4: Diseño e implementación de señalética turística en senderos y atractivos turísticos de las comunidades de la CORDTUCH.	20000	20000				\$40000
	Proyecto 5: Formulación e implementación de productos turísticos para las comunidades de la CORDTUCH.			15000	10000	10000	\$35000
	Proyecto 1: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de legislación turística.	4000					\$4000
	Proyecto 2: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de seguimiento de normas de bioseguridad.	4000					\$4000
	Proyecto 3: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de atención al cliente.		4000				\$4000
Programa 2: Planta turística	Proyecto 4: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de operación y guianza turística.		4000				\$4000
	Proyecto 5: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo de grupos.		4000				\$4000
	Proyecto 6: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de salud y nutrición.			4000			\$4000
	Proyecto 7: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos			4000			\$4000

	comunitarios en temas de gastronomía local y nacional.		
	Proyecto 8: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de administración turística.	4000	\$4000
	Proyecto 9: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de idiomas.	4000	\$4000
	Proyecto 10: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo y conservación de atractivos naturales y culturales.	4000	\$4000
	Proyecto 11: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de promoción y publicidad turística.	4000	\$4000
	Proyecto 12: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de elaboración y venta de artesanías.	4000	\$4000
	Proyecto 1: Elaboración de un estudio de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas.	40000	\$40000
Programa 3: <i>Demanda turística fortalecida</i>	Proyecto 2: Elaboración de plan estratégico de marketing digital para la reactivación del turismo comunitario de la CORDTUCH	35000	\$35000
	Proyecto 3: Elaboración de un plan de gestión y seguridad turística.	25000	\$25000
	Proyecto 4: Elaboración de un plan de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas.	30000	\$30000

Proyecto 5: Diseño e implementación de un sistema web para la gestión de servicios turísticos ofertados por la CORDTUCH.								25000	\$25000
Total, inversión	75500	14450	97000	47000	14000	378000			
		0							

La propuesta está encaminada a brindar beneficios tanto económicos y sociales por medio de la ejecución de los 22 proyectos turísticos planteados. La planificación de las estrategias de dinamización beneficiará al crecimiento turístico y económico de las iniciativas de turismo comunitario, aprovechando 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. Finalmente, 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.

Conclusiones

La propuesta de estrategias de dinamización de turismo comunitario en filiales de la CORDTUCH establece contribuir al desarrollo turístico sostenible y responsable, favoreciendo a la población local a alcanzar este desarrollo por medio de programas y proyectos que fortalecerán a las iniciativas de turismo comunitario en el desarrollo de la actividad turística.

Las estrategias determinadas se sitúan dentro de 3 programas (atractivos, planta, y demanda turística) y 22 proyectos dados por las necesidades turísticas de las organizaciones sucursales. Esto demanda una necesidad de inversión de \$378.000 para implementación de las estrategias turísticas en los próximos 5 años.

La articulación de involucrados de la parte pública, privada, comunitaria y la academia con miras de un trabajo coordinado, técnico y organizado permitirá la ejecución de la implementación de las estrategias de dinamización propuestas.

Referencias bibliográficas

- Basulto, O. (2020). Relevancia de los imaginarios sociales en la construcción de valor territorial turístico. Análisis de un caso de estudio comparado. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(3), 932-957.
- Berlanga, M., & Ochoa, M. (2020). El turismo comunitario como herramienta de desarrollo de los pueblos indígenas: interrogantes en el caso de los shuar del Alto Nangaritza (Ecuador). *Hallazgos*, 17(34), 55-78.
- González, M., Álvarez, J., & Azpeitia, L. (2019). Desafíos para el turismo sustentable de base local en Barrancas del Cobre, Chihuahua, México. *El periplo sustentable*(36), 325-371.

- Havadi, K., & Espinosa, A. (2020). Experiences of community-based tourism in Romania: Chances and challenges. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 27(2), 143-163. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JTA-08-2019-0033>
- Herbold, V., Thees, H., & Philipp, J. (2020). The host community and its role in sports tourism— Exploring an emerging research field. *Sustainability*, 12(24), 10488. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su122410488>
- Hernández, S., Vaca, D., Cejas, M., & Martínez, M. (2021). Quality and tourism supply: A study of enterprises linked to rural community-based tourism in the canton of Riobamba. *Richtmann Publishing*, 10(4), 130-140.
- Kastenholz, E., Paço, A., & Nave, A. (2023). Wine tourism in rural areas—hopes and fears amongst local residents. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(1), 29-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2022-0095>
- Khalid, S., Ahmad, M., Ramayah, T., & Hwang, J. (2019). Community empowerment and sustainable tourism development: The mediating role of community support for tourism. *Sustainability*, 11(22), 6248. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su11226248>
- Mestanza, C., & Jiménez, J. (2021). Nature tourism on the colombian—ecuadorian Amazonian border: History, current situation, and challenges. *Sustainability*, 13(8), 4432. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su13084432>
- Miranda, S., Lozano, P., Flores, A., & Gómez, T. (2021). Fortalecimiento organizativo de la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de la provincia de Chimborazo, Ecuador. *Domino de las Ciencias*, 7(3), 802-821.
- Montenegro, C., & Jarquín, F. (2020). Turismo rural comunitario: una alternativa para el desarrollo socioeconómico de la comunidad El Ostional, San Juan del Sur, Rivas, Nicaragua. *La calera*, 20(35), 140-146.
- Mullo, E., Vera, V., & Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183.
- Padilla, M. (2020). Los proyectos comunitarios, una visión de desarrollo desde el escenario turístico rural. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 14-19.
- Ruhanen, L., & Whitford, M. (2019). Cultural heritage and Indigenous tourism. *Journal of heritage tourism*, 14(3), 179-191. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1581788>
- Sánchez, S., & Babinger, F. (2022). Las medidas de reducción del contagio por Covid-19 como certificación de seguridad en el sector turístico español. *Revista de Estudios Andaluces*, (44), 72-89.
- Siza, L., Vásconez, E., & Quintana, Y. (2020). Turismo comunitario en la zona tres del Ecuador: Un análisis de la incidencia en el desarrollo local. *Explorador Digital*, 4(4), 50-69.
- Sosa, M. (2023). La planeación del desarrollo turístico como una industria comunitaria. *Visión de futuro*, 27(1), 40-58.
- Thapa, K., King, D., Banhalmi, Z., & Diedric, M. (2022). Nature-based tourism in protected areas: a systematic review of socio-economic benefits and costs to local people. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 29(7), 625. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13504509.2022.2073616>