



**Los emprendimientos a base del mortifio como factor de desarrollo del turismo comunitario,
caso de estudio Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi**

Quinaluisa Erazo, Deisy Fernanda y Siza Herrera, Carlos Israel

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

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

Mgs. Mendoza Jaramillo, Blanca Inés

10 de agosto del 2022



Tesis_Plagio_Quinaluisa_Siza-2 (1).pdf

Scanned on: 19:35 August 7, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	0
Words with Minor Changes	0
Paraphrased Words	0
Omitted Words	0



Escanea electrónicamente por:

BLANCA INES
MENDOZA
JARAMILLO



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación: **“Los emprendimientos a base del mortifio como factor de desarrollo del turismo comunitario, caso de estudio Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi”** fue realizado por los señores **Quinaluisa Erazo, Delsy Fernanda y Siza Herrera, Carlos Israel**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 10 de agosto de 2022

Firma:



Formado electrónicamente por:
**BLANCA INES
MENDOZA
JARAMILLO**

Mgs. Mendoza Jaramillo, Blanca Inés

C. C.: 1708628951



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de Autoría

Nosotros, **Quinaluisa Erazo, Deisy Fernanda y Siza Herrera, Carlos Israel**, con cédulas de ciudadanía n° 1725881138 y n° 1718804600, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Los emprendimientos a base del mortiño como factor de desarrollo del turismo comunitario, caso de estudio Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 10 de agosto de 2022

Firma:

Quinaluisa Erazo, Deisy Fernanda

C.C.: 1725881138

Firma:

Siza Herrera, Carlos Israel

C.C.: 1718804600



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Autorización de Publicación

Nosotros Quinaluisa Erazo, Deisy Fernanda y Siza Herrera, Carlos Israel, con cédulas de ciudadanía n° 1725881138 y n° 1718804600, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Los emprendimientos a base del mortiño como factor de desarrollo del turismo comunitario, caso de estudio Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 10 de agosto de 2022

Firma:

Quinaluisa Erazo, Deisy Fernanda

C.C.: 1725881138

Firma:

Siza Herrera, Carlos Israel

C.C.: 1718804600

Dedicatoria

Todo sacrificio tiene su recompensa, el trabajo de investigación se lo dedico a mi familia, gracias al apoyo que me brindaron esto pudo ser posible.

A mi familia quienes con su sacrificio y amor han contribuido en la persona que me he convertido, quienes desde el primer día siempre me apoyaron y me impulsaron hacer lo que me gusta, ellos me han enseñado a ser una persona de valores, a cumplir mis metas y nunca rendirme.

Deisy Quinaluisa

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación, primeramente, a mis padres; Carlos Siza y Elizabeth Herrera. A ellos, quienes con todo su esfuerzo, sacrificio, apoyo, cariño y amor me dieron la oportunidad de seguir todos mis estudios, en Italia y en Ecuador, guiándome siempre por el camino de la perseverancia hasta alcanzar y culminar, el día de hoy, mis estudios de tercer nivel.

Igualmente, se lo dedico a mi hermano, Isac, quien, a pesar de ser el menor entre los dos, me supo alentar y acompañar en todo mi proceso universitario, dándome un apoyo incondicional para dar siempre lo mejor y alcanzar lo que me proponga.

Finalmente, se lo dedico a mis amigos que siempre han estado brindándome su amistad sincera y su apoyo incondicional.

Carlos Siza

Agradecimientos

A mi familia, porque me enseñaron que todo esfuerzo tiene su recompensa y que si me lo propongo puedo lograr todas las metas que tengo en mi vida.

A mis maestros, por compartir sus conocimientos e impulsarme siempre a la superación constante.

A mis amigos, por estar siempre conmigo y haberme apoyado en todos los momentos que pasamos juntos.

Deisy Quinaluisa

Agradecimientos

Agradezco a mis padres por darme la vida y haber estado conmigo en cada etapa de mi vida, sean estas buenas o malas, inculcándome valores, confianza y seguridad para siempre seguir adelante y nunca rendirme frente a las adversidades, logrando así alcanzar todo lo que me proponga en la vida.

A mi hermano, quien me ha dado muchos momentos de felicidad, desde que nació, mostrándome su apoyo y cariño siempre. Él me lleva a querer ser una mejor persona, a diario, para volverme una referencia para él, siendo así yo el hermano mayor que da un buen ejemplo.

A Joe, Kevin y Gerardo, por ser aquellas personas con quien compartí experiencias inolvidables dentro y fuera de la universidad, que me brindaron su sincera amistad y demostrarme que son personas con quien seguiré contando, en las buenas o en las malas, hasta después de terminar nuestros estudios de tercer nivel.

A mis docentes, que me han preparado académicamente en esta hermosa carrera que escogí, poniendo entusiasmo, pasión y voluntad en compartir sus conocimientos y experiencias para construir y fortalecer mis bases de conocimiento, necesarias para mi futura vida profesional.

A mi tutora, Blanca Mendoza quien me apoyó en el desarrollo y culminación del trabajo de titulación por medio de sus conocimientos y experiencias.

Carlos Siza

Índice de Contenidos

Carátula	1
Similitud de Contenido.....	2
Certificado del Director.....	3
Responsabilidad de Auditoría	4
Autorización de Publicación.....	5
Dedicatoria.....	6
Dedicatoria.....	7
Agradecimientos	8
Agradecimientos	9
Índice de Contenidos	10
Índice de Tablas	18
Índice de Figuras	22
Resumen	24
Abstract.....	25
Introducción.....	26
Planteamiento del problema	26
Objetivos	27
Objetivo general	27
Objetivos específicos	27
Capítulo I	28
Fundamentación Teórica	28
Marco Teórico.....	28
<i>Teoría del desarrollo local territorial</i>	<i>28</i>

<i>Teoría general de sistemas</i>	29
<i>Sistema turístico de Molina</i>	30
<i>Objetivos de Desarrollo Sostenible</i>	32
Marco Referencial.....	33
<i>Emprendimientos a base de recursos naturales locales en la comunidad Yunguilla</i>	33
Marco Conceptual.....	36
<i>Desarrollo turístico</i>	36
<i>Ecoturismo</i>	37
<i>Emprendimiento</i>	37
<i>Identidad cultural</i>	37
<i>Mortiño</i>	38
<i>Tradicición</i>	38
<i>Turismo comunitario</i>	39
<i>Turismo sostenible</i>	39
<i>Turista</i>	39
Capítulo II	40
Marco Metodológico	40
Enfoque de investigación.....	40
Definición del objeto de estudio.....	41
Variables de la investigación.....	41
<i>Variable dependiente</i>	41
<i>Variable independiente</i>	41
Procedimiento para recolección de datos y análisis de datos.....	41
<i>Población de estudio</i>	41

	12
<i>Determinación de la muestra</i>	42
Matriz de variables	43
Técnica de investigación Documental	47
<i>Investigación bibliográfica</i>	47
Técnicas de Campo	47
<i>Encuesta</i>	47
<i>Entrevista</i>	48
Herramientas de campo	48
<i>Cuestionario de encuesta</i>	48
Formato Cuestionario Encuesta.	50
<i>Cuestionario de entrevista</i>	50
Formato Cuestionario Entrevista.....	52
Diagnóstico Situacional.....	52
<i>Diagnóstico Macro de la Provincia de Cotopaxi</i>	53
Factor Geográfico.	53
<i>Ubicación.</i>	53
<i>Superficie.</i>	54
<i>Límites.</i>	54
<i>Clima.</i>	54
<i>Precipitación.</i>	54
Factor económico.	55
<i>Población Económicamente Activa (PEA).</i>	55
<i>Valor Agregado Bruto (VAB).</i>	55
Factor social.....	56

	13
<i>División Política</i>	56
<i>Población por Cantón</i>	57
Factor Turístico.....	58
<i>Atractivos Turísticos más Visitados</i>	58
<i>Diagnóstico Micro del Cantón Sigchos</i>	59
Factor Geográfico.	59
<i>Ubicación</i>	59
<i>Superficie</i>	60
<i>Límites</i>	61
<i>Clima</i>	61
Factor Económico.....	62
<i>Producto Interno Bruto (PIB)</i>	62
<i>Población Económicamente Activa Cantonal (PEA Cantonal)</i>	63
<i>Valor Agregado Bruto (VAB) cantonal</i>	64
Factor social.....	65
<i>Cantonización</i>	65
<i>División Política</i>	66
<i>Número de habitantes por parroquias</i>	66
Factor Turístico.....	67
<i>Áreas protegidas</i>	68
<i>Alojamiento</i>	69
<i>Gastronomía</i>	69
<i>Transporte</i>	70
<i>Accesibilidad</i>	71

<i>Atractivos Turísticos más Visitados.</i>	71
<i>Turismo comunitario.</i>	72
<i>Los emprendimientos a base del mortiño.</i>	73
Capítulo III	75
Resultados.....	75
Análisis de resultados	75
<i>Análisis de los resultados de encuestas aplicadas a los visitantes del Cantón Sigchos</i>	76
Pregunta 1: Edad.	77
Pregunta 2: Género.	78
Pregunta 3: Lugar de residencia.	79
Pregunta 4: Nivel de educación.....	81
Pregunta 5: Ocupación.	82
Pregunta 6: Nivel de ingresos mensuales.....	83
Pregunta 7: ¿Ha visitado alguna vez el Cantón Sigchos en la Provincia de Cotopaxi?.....	84
Pregunta 8: ¿Cuántas veces ha viajado a este destino?.....	85
Pregunta 9: ¿Cuál es el principal motivo de su visita?.....	86
Pregunta 10: ¿Con quién realizó la visita al destino?.....	87
Pregunta 11: ¿Cuánto tiempo permaneció en el lugar?.....	88
Pregunta 12: ¿Ha escuchado hablar del turismo comunitario?.....	89
Pregunta 13: ¿Usted conoce o ha escuchado que se realiza turismo comunitario en el Cantón Sigchos?.....	90
Pregunta 14: ¿Las actividades de turismo comunitario en el Cantón Sigchos satisfacen su participación activa en la comunidad?.....	91
Pregunta 15: ¿Usted conoce qué tipo de emprendimientos se realizan en el Cantón Sigchos?.....	92

Pregunta 16: ¿Usted conoce la fruta del mortiño?	93
Pregunta 18: ¿Qué productos ha degustado a base de mortiño?	95
Pregunta 19: ¿Qué nuevos productos a base de mortiño le gustaría probar y/o preparar?.....	96
<i>Análisis de resultados de entrevista realizada al Gobierno Autónomo Descentralizado Sigchos</i>	<i>98</i>
<i>Análisis de resultados de las entrevistas realizadas a los emprendimientos del Cantón Sigchos</i>	<i>99</i>
Emprendimiento del “Choricuy”	100
Emprendimiento de “Sigcholac Quesería”	101
Emprendimiento de “Sisacha Chocolate Orgánico”	103
Emprendimiento de “Grandes Foods Planta de chochos”	104
Emprendimiento de “Último Inca”	106
Emprendimiento de “Alimentos La Reina”	107
Emprendimiento de “Perla Andina”	109
<i>Conclusiones</i>	<i>111</i>
Capítulo IV.....	112
Propuesta.....	112
Justificación.....	112
Objetivos.....	113
<i>Objetivo General</i>	<i>113</i>
<i>Objetivos Específicos</i>	<i>113</i>
Direccionamiento Estratégico.....	114
<i>Misión</i>	<i>114</i>
<i>Visión</i>	<i>114</i>
Análisis FODA	114
<i>Matriz de Confrontación</i>	<i>115</i>

Alternativas estratégicas.....	117
<i>Lineamientos estratégicos</i>	119
<i>Elementos de los lineamientos estratégicos</i>	120
<i>Descripción de las estrategias</i>	125
Actividades y acciones de la estrategia FO.....	125
<i>Acción 1 de la Actividad 1</i>	125
<i>Acción 2 de la Actividad 1</i>	127
<i>Acción 1 de la Actividad 2</i>	128
Actividades y acciones de la estrategia FA.....	129
<i>Acción 1 de la Actividad 1</i>	129
<i>Acción 2 de la Actividad 1</i>	130
<i>Acción 1 de la Actividad 2</i>	131
<i>Acción 1 de la Actividad 3</i>	132
<i>Acción 2 de la Actividad 3</i>	133
Actividades y acciones de la estrategia DO.....	133
<i>Acción 1 de la Actividad 1</i>	134
<i>Acción 2 de la Actividad 1</i>	136
Actividades y acciones de la estrategia DA.....	137
<i>Acción 1 de la Actividad 1</i>	138
<i>Acción 2 de la Actividad 1</i>	138
<i>Acción 1 de la Actividad 2</i>	139
Capítulo V.....	140
Conclusiones y Recomendaciones	140
Conclusiones	140

Recomendaciones.....	142
Bibliografía.....	144
Apéndices.....	154

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Dimensión, variable y categoría</i>	43
Tabla 2 <i>Relación de objetivos y variables para el diagnóstico del Cantón Sigchos</i>	44
Tabla 3 <i>Relación de objetivos y variables para el análisis de los emprendimientos a base del mortiño del Cantón Sigchos</i>	45
Tabla 4 <i>Relación de objetivos y variables para la propuesta de estrategias por medio de los emprendimientos a base del mortiño del Cantón Sigchos</i>	46
Tabla 5 <i>Secciones del cuestionario de encuesta</i>	49
Tabla 6 <i>Etapas del cuestionario de entrevista</i>	51
Tabla 7 <i>Límites de la Provincia Cotopaxi</i>	54
Tabla 8 <i>PEA de la provincia de Cotopaxi</i>	55
Tabla 9 <i>Cantones de la Provincia Cotopaxi</i>	57
Tabla 10 <i>Población por cantón de la Provincia de Cotopaxi</i>	57
Tabla 11 <i>Atractivos turísticos de la Provincia Cotopaxi</i>	58
Tabla 12 <i>Extensión de cada parroquia del Cantón Sigchos</i>	61
Tabla 13 <i>Confines del Cantón Sigchos</i>	61
Tabla 14 <i>Tipos de clima en el Cantón Sigchos</i>	62
Tabla 15 <i>PEA por cantones de la provincia de Cotopaxi</i>	63
Tabla 16 <i>Valor Agregado Bruto del Cantón Sigchos</i>	64
Tabla 17 <i>Parroquias rurales y urbana del Cantón Sigchos</i>	66
Tabla 18 <i>Población de las parroquias del Cantón Sigchos</i>	66
Tabla 19 <i>Situación étnica del Cantón Sigchos</i>	67
Tabla 20 <i>Territorio cantonal bajo cuidado ambiental</i>	69
Tabla 21 <i>Establecimientos turísticos de alojamiento en el Cantón Sigchos</i>	69

Tabla 22 <i>Platillos y bebidas típicas del Cantón Sigchos</i>	70
Tabla 23 <i>Principales ejes viales dentro del Cantón Sigchos</i>	71
Tabla 24 <i>Género de los encuestados</i>	78
Tabla 25 <i>Lugar de residencia de los encuestados</i>	79
Tabla 26 <i>Nivel de educación de los encuestados</i>	81
Tabla 27 <i>Ocupación de los encuestados</i>	82
Tabla 28 <i>Nivel de ingresos mensuales de los encuestados</i>	83
Tabla 29 <i>Visita de los encuestados al Cantón Sigchos</i>	84
Tabla 30 <i>Frecuencia de visitas de los encuestados al Cantón Sigchos</i>	85
Tabla 31 <i>Motivo de visita de los encuestados al Cantón Sigchos</i>	86
Tabla 32 <i>Compañía de los encuestados al visitar el Cantón Sigchos</i>	87
Tabla 33 <i>Tiempo de permanencia de los encuestados en el Cantón Sigchos</i>	88
Tabla 34 <i>Conocimiento del turismo comunitario</i>	89
Tabla 35 <i>Conocimiento de la realización de turismo comunitario en el Cantón Sigchos</i>	90
Tabla 36 <i>Satisfacción de los encuestados en la participación activa en las actividades de turismo comunitario</i>	91
Tabla 37 <i>Conocimiento de los encuestados acerca de los emprendimientos en el Cantón Sigchos</i>	92
Tabla 38 <i>Conocimiento del encuestado sobre la fruta del mortiño</i>	93
Tabla 39 <i>Degustación de los encuestados de productos hechos a base de mortiño</i>	94
Tabla 40 <i>Productos a base de mortiño degustados por los encuestados</i>	95
Tabla 41 <i>Nuevos productos a base de mortiño de agrado para los encuestados</i>	96
Tabla 42 <i>Análisis de la entrevista al Alcalde del Cantón Sigchos</i>	98
Tabla 43 <i>Análisis de la entrevista al emprendimiento del “Choricuy”</i>	100
Tabla 44 <i>Análisis de la entrevista al emprendimiento “Sigcholac Quesería”</i>	101

Tabla 45 <i>Análisis de la entrevista al emprendimiento “Sisacha Chocolate Orgánico”</i>	103
Tabla 46 <i>Análisis de la entrevista al emprendimiento “Grandes Foods Planta de chochos”</i>	105
Tabla 47 <i>Análisis de la entrevista al emprendimiento “Último Inca”</i>	106
Tabla 48 <i>Análisis de la entrevista al emprendimiento “Alimentos La Reina”</i>	108
Tabla 49 <i>Análisis de la entrevista al emprendimiento “Perla Andina”</i>	109
Tabla 50 <i>Análisis interno Fortalezas y Debilidades</i>	115
Tabla 51 <i>Análisis externo Oportunidades y Amenazas</i>	115
Tabla 52 <i>Escala de valoración</i>	116
Tabla 53 <i>Tipos de estrategias</i>	117
Tabla 54 <i>Elaboración de alternativa estratégica FO</i>	118
Tabla 55 <i>Elaboración de alternativa estratégica FA</i>	118
Tabla 56 <i>Elaboración de alternativa estratégica DO</i>	118
Tabla 57 <i>Elaboración de alternativa estratégica DA</i>	119
Tabla 58 <i>Lineamientos estratégicos</i>	120
Tabla 59 <i>Lineamiento estratégico FO</i>	121
Tabla 60 <i>Lineamiento estratégico FA</i>	122
Tabla 61 <i>Lineamiento estratégico DO</i>	123
Tabla 62 <i>Lineamiento estratégico DA</i>	124
Tabla 63 <i>Actividades y acciones de la estrategia FO</i>	125
Tabla 64 <i>Actividades y acciones de la estrategia FA</i>	129
Tabla 65 <i>Influencias de los actores en la actividad turística de Sigchos</i>	130
Tabla 66 <i>Actividades y acciones de la estrategia DO</i>	134
Tabla 67 <i>Alternativas de categorías y productos a realizar con el mortiño</i>	135
Tabla 68 <i>Actividades y acciones de la estrategia DA</i>	138

Tabla 69 <i>Programa de capacitación</i>	139
--	-----

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Modelo del sistema turístico de Molina</i>	31
Figura 2 <i>Objetivo de Desarrollo Sostenible 8</i>	32
Figura 3 <i>Ubicación de la provincia Cotopaxi</i>	53
Figura 4 <i>Ubicación del Cantón Sigchos</i>	59
Figura 5 <i>Pendientes del Cantón Sigchos</i>	60
Figura 6 <i>Símbolos cantonales del Cantón Sigchos</i>	65
Figura 7 <i>Intervalos de edad de los encuestados</i>	77
Figura 8 <i>Género de los encuestados</i>	78
Figura 9 <i>Lugar de residencia de los encuestados</i>	80
Figura 10 <i>Nivel de educación de los encuestados</i>	81
Figura 11 <i>Ocupación de los encuestados</i>	82
Figura 12 <i>Nivel de ingresos mensuales de los encuestados</i>	83
Figura 13 <i>Visita de los encuestados al Cantón Sigchos</i>	84
Figura 14 <i>Frecuencia de visitas de los encuestados al Cantón Sigchos</i>	85
Figura 15 <i>Motivo de visita de los encuestados al Cantón Sigchos</i>	86
Figura 16 <i>Compañía de los encuestados al visitar el Cantón Sigchos</i>	87
Figura 17 <i>Tiempo de permanencia de los encuestados en el Cantón Sigchos</i>	88
Figura 18 <i>Conocimiento del turismo comunitario</i>	89
Figura 19 <i>Conocimiento de la realización de turismo comunitario en el Cantón Sigchos</i>	90
Figura 20 <i>Satisfacción de los encuestados en la participación activa en las actividades de turismo comunitario</i>	91
Figura 21 <i>Conocimiento de los encuestados acerca de los emprendimientos en el Cantón Sigchos</i>	92
Figura 22 <i>Conocimiento del encuestado sobre la fruta del mortiño</i>	93

Figura 23 <i>Degustación de los encuestados de productos hechos a base de mortiño</i>	94
Figura 24 <i>Productos a base de mortiño degustados por los encuestados</i>	95
Figura 25 <i>Nuevos productos a base de mortiño de agrado para los encuestados</i>	96
Figura 26 <i>Matriz de Confrontación</i>	116
Figura 27 <i>Página Web del Municipio de Latacunga</i>	126
Figura 28 <i>Cuenta Tik Tok del Municipio de Latacunga</i>	127
Figura 29 <i>Cuenta Tik Tok del Municipio de Salcedo</i>	128
Figura 30 <i>Radio Municipal Sigchos</i>	128
Figura 31 <i>Estudiantes de la PUCE desarrollan proyecto con el zapallo en Sigchos</i>	132
Figura 32 <i>Punto de información turística en La Frontera, España</i>	133
Figura 33 <i>Cosmético que usa el mortiño</i>	135
Figura 34 <i>Participación de turista en cultivos orgánicos en Yunguilla</i>	137
Figura 35 <i>Participación de turista en la elaboración de queso en Yunguilla</i>	137

Resumen

Esta investigación tiene como propósito presentar principalmente la capacidad de aprovechamiento de uno de los productos principales del Cantón Sigchos, siendo este el mortiño, de una manera diferente a la simple recolección y venta de este producto, sino como una fuente para promover el desarrollo del turismo comunitario, ya existente en el cantón, mediante la entrega de estrategias innovadoras para los diversos emprendimientos del sector que se benefician del mortiño.

La innovación de emprendimientos a base del mortiño se puede obtener a través de diferentes y numerosos enfoques con referencia a la planta en sí o a lo que se puede elaborar con su fruto, hasta tal punto que este conjunto de emprendimientos pueda representar una oferta turística diferente e innovadora en comparación a lo tradicional. Esta innovación en el Cantón Sigchos fomenta el desarrollo del turismo comunitario basado en la realización de nuevos productos y actividades que pueden ser fuentes de desarrollo socioeconómico y generador de empleo.

La investigación tiene como objetivo mantener a los turistas extranjeros y nacionales dentro del territorio y no solamente de paso, sino brindando una experiencia en alojamiento, alimentación y actividades que forman parte de la innovación ofrecida por los emprendimientos que se basan en el aprovechamiento del mortiño.

El presente trabajo de investigación recopila la información obtenida por parte de los turistas que visitan el cantón, por los emprendimientos locales y el GAD Sigchos por medio de encuestas y entrevistas, además de fuentes bibliográficas. Todas las fuentes mencionadas son necesarias para determinar el conocimiento y el aprecio que pueden tener los emprendimientos a base del mortiño como influencia en el turismo comunitario y así permitir el desarrollo local del Cantón Sigchos.

Palabras clave: desarrollo turístico, emprendimiento, mortiño, turismo comunitario.

Abstract

The purpose of this research is to present mainly the capacity to use one of the main products of the Sigchos Canton, this being the blueberry, in a different way from the simple collection and sale of this product, but as a source to promote the development of community tourism, already existing in the canton, through the delivery of innovative strategies for the various undertakings in the sector that benefit from the blueberry.

The innovation of entrepreneurships based on the blueberry can be obtained through different and numerous approaches with reference to the plant itself or to what can be made with its fruit, to the point that this set of entrepreneurships can represent a different touristic offer and innovative compared to traditional. This innovation in the Sigchos Canton promotes the development of community tourism based on the realization of new products and activities that can be sources of socioeconomic development and job generators.

The research aims to keep foreign and national tourists within the territory and not just passing through, but also providing an experience in accommodation, food and activities that are part of the innovation offered by the entrepreneurships that are based on the use of the blueberry.

This research work compiles the information obtained by tourists who visit the canton, by the local entrepreneurship and the GAD Sigchos through surveys and interviews, as well as bibliographic sources.

All the sources mentioned are necessary to determine the knowledge and appreciation that the ventures based on the blueberry can have as an influence on community tourism and thus allow the local development of the Sigchos Canton.

Key words: turistic development, entrepreneurship, blueberry, community tourism.

Introducción

Planteamiento del problema

En el Cantón de Sigchos existe una oferta turística tradicional basada en los diversos recursos naturales y culturales existentes que han permitido atraer a numerosos turistas tanto nacionales como extranjeros, a pesar de que estos recursos no hayan sido aprovechados correctamente. Al contar con una amplia oferta turística, se refleja la posibilidad de innovar los emprendimientos con alto potencial turístico, sin embargo no se ha considerado un valor agregado para volverse más competitivo frente a otros sitios que ofrezcan una experiencia similar, ni cuentan con una diversificación turística de modo que se podría implementar a partir de los mismos recursos, por ejemplo, en un enfoque ecuatoriano, el desarrollo del turismo comunitario mediante los emprendimientos basados en recursos locales de alto potencial como el mortíño, generando así una nueva tendencia.

Por otro lado, la oferta turística también refleja la escasa capacitación que existe, para que la comunidad local pueda aprovechar de mejor forma sus recursos, con el fin de diversificar las actividades turísticas en el cantón para que exista un crecimiento en esta área mediante el desarrollo de actividades ya existentes o la aplicación de nuevas tendencias en el turismo aplicables al estado nacional.

En resumen, en el Cantón Sigchos existe una oferta turística, pero no se han tenido en cuenta las posibles innovaciones a desarrollar en los emprendimientos que se basan en el aprovechamiento del mortíño para la creación de productos, por lo que se entiende que existe una falta de conocimiento sobre la innovación en estos emprendimientos para añadir un valor agregado a lo que ofrecen.

Objetivos

Objetivo general

Determinar a los emprendimientos a base del mortiño como factor de desarrollo del turismo comunitario, caso de estudio Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.

Objetivos específicos

Diagnosticar la situación turística actual de la zona de estudio.

Analizar un levantamiento de inventario de los emprendimientos a base del mortiño que favorezcan el desarrollo del turismo comunitario en el Cantón Sigchos.

Proponer estrategias que permitan el desarrollo local por medio de emprendimientos a base del mortiño en el Cantón Sigchos.

Capítulo I

Fundamentación Teórica

Marco Teórico

Teoría del desarrollo local territorial

La teoría del desarrollo local nació en el siglo XX debido al desequilibrio de la política liberal de la época. El desarrollo local presta especial atención a las regiones o lugares para que puedan iniciar y sostener un proceso continuo de desarrollo socioeconómico mediante el aprovechamiento y uso de sus propios recursos para promover el bienestar, la convivencia y una mejor calidad de vida para todos los que están dentro del territorio que se trate (Orozco y Núñez, 2013).

Por otro lado, se debe tener en cuenta que las actividades turísticas enfocadas al desarrollo territorial local deben contener bajo sus intereses un conjunto específico de elementos que combinen las aspiraciones de la comunidad y las expectativas de los turistas o consumidores en ese territorio. Además, dada la importancia de la innovación dentro del territorio, debido a su uso, es posible desarrollar de manera más favorable donde esté relacionada con el status de los territorios, es decir, una organización territorial centralizada y, con el objetivo de crecimiento y empleo, enfocados al desarrollo territorial, todo lo cual puede progresar a través de iniciativas y recursos locales (Orozco y Núñez, 2013).

Al tomar en consideración otro aspecto de esta teoría se establece que, al potenciar el recurso territorial local, en el cual el incentivo principal es la obtención de un progreso en la zona que se manifestaría bajo un incremento en el aspecto económico y el empleo. Esto induce a pensar que la innovación, sin importar en qué lugar, permite una adaptación de los recursos y las comunidades con relación a los constantes cambios que se manifiestan al exterior de la zona local (Orozco y Núñez, 2013).

Para concluir con lo antes mencionado, tener un enfoque innovativo es un plus para que las comunidades se animen a analizar cuales recursos poseen en su territorio y cuáles son sus potenciales

para aprovecharlo de una forma sustentable para crear productos tangibles o servicios que generen un desarrollo general personal y local (Orozco y Núñez, 2013).

Tomando en cuenta otro punto de vista con relación a la teoría de desarrollo local territorial, esta posee diferentes dimensiones que favorecen un análisis más amplio de un territorio en lo que concierne el entorno, los recursos locales y los involucrados en la actividad turística, analizándolos de forma individual y sus relaciones (Orozco y Núñez, 2013). Las dimensiones principales de esta teoría son:

- Dimensión ambiental, abarca todo aquello que se vincula con los recursos naturales de un territorio y la sostenibilidad.
- Dimensión económica, trata todos los aspectos que se elaboran con relación a la riqueza de un territorio.
- Dimensión social y cultural, incorpora a aquellos aspectos de representación humana que se distinguen e identifican en base a ciertos valores.
- Dimensión política, comprende determinados aspectos del territorio relacionas a lo legal y otros aspectos que sean bajo una jurisdicción local.

Para concluir, en la presente investigación se aplicará la teoría de desarrollo local territorial porque refleja y describe claramente la manera de alcanzar un desarrollo socioeconómico local en el Cantón Sigchos por medio del aprovechamiento de recursos y personal local, enfocados a emprendimientos a base de mortifio. Todo esto favorecerá una mejor calidad de vida para las personas de Sigchos debido a la difusión de crecimiento económico y de empleo en el sector (Orozco y Núñez, 2013).

Teoría general de sistemas

La teoría general de sistemas favorece la obtención de datos por medio de un análisis de la estructura completa de estudio, tomando en cuenta a esta como uno solo, o también hay la posibilidad

de segmentarlo en fracciones menores para que su entendimiento y análisis sean más sencillos (Panosso y Lohmann, 2012).

Bertalanffy expresa en su obra literaria *Teoría general de sistemas* que, el sistema por él propuesto, al ser de tipo abierto, representaría un beneficio para que en cualquier ámbito y caso se pueda aprovechar y obtener resultados (Panosso y Lohmann, 2012).

Se puede definir que un sistema es completo cuando se pueden identificar ocho aspectos principales del sistema (Panosso y Lohmann, 2012).

- el medio ambiente, es la colocación.
- las unidades, son los fragmentos.
- las relaciones, son los enlaces de los involucrados.
- los atributos, son las características generales e individuales.
- el input, es todo lo que ingresa.
- el output, es todo lo que egresa.
- el feedback, es una revisión.
- el modelo, es una representación gráfica.

En conclusión, en la presente investigación se aplicará la teoría general de sistemas porque permite analizar la actividad turística del Cantón Sigchos en una visión general, pero también da la oportunidad de analizar individualmente el entorno sigchense, los involucrados, sus enlaces, sus emprendimientos, sus recursos y sus características. En base a esta teoría, se han creado varios sistemas turísticos, pero el que se va a escoger para esta investigación es el sistema de Molina (Panosso y Lohmann, 2012).

Sistema turístico de Molina

Sergio Molina representaba al turismo como un conjunto general que, a su vez, en su interior se podían identificar piezas o sistemas menores que buscan cumplir sus objetivos de forma individual, pero

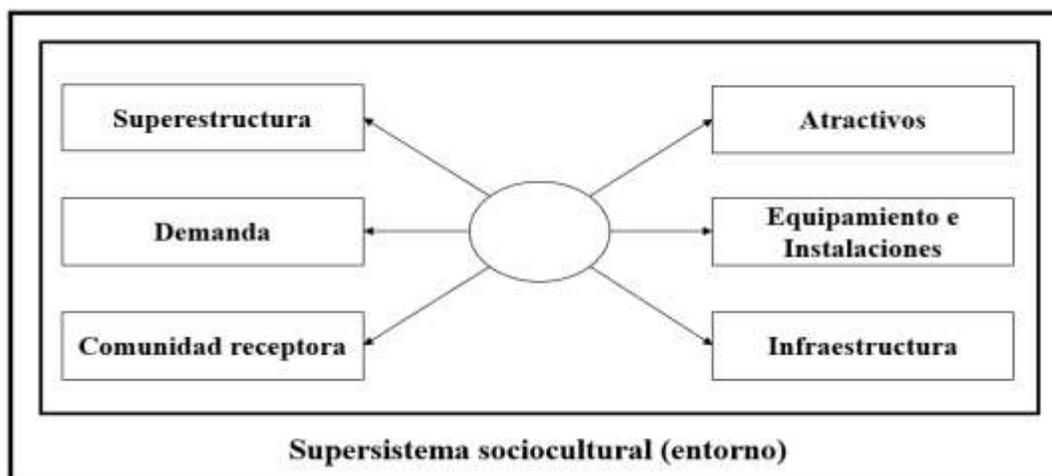
al relacionarse cada uno llegan a alcanzar una meta en común a todo el sistema total (Panosso y Lohmann, 2012).

En base a lo mencionado en el anterior párrafo, los elementos que crean el sistema turístico de Molina son la superestructura, la demanda, la comunidad que recibe a los turistas, los atractivos, el equipamiento, las instalaciones, y en fin la infraestructura (Panosso y Lohmann, 2012).

En la Figura 1 se pueden observar los elementos que componen al supersistema sociocultural, es decir el entorno, y la presencia de interacción que existe entre cada uno de ellos para que el sistema tenga el soporte y la funcionalidad para poder lograr el objetivo común a todas las partes del sistema turístico de Molina.

Figura 1

Modelo del sistema turístico de Molina



Nota.

El sistema comprende seis elementos principales que existen en un entorno y se interrelacionan entre sí. Tomado de *Teoría del Turismo* (p.28), por Panosso A. y Lohmann G., 2012.

En conclusión, en la presente investigación se aplicará la teoría general de sistemas tomando en cuenta el sistema turístico de Molina porque se va a poder elaborar un análisis general del turismo en el Cantón Sigchos y uno específico de todos aquellos factores que lo componen y sus relaciones para alcanzar un beneficio y desarrollo cantonal en varios aspectos (Panosso y Lohmann, 2012).

Objetivos de Desarrollo Sostenible

En el 2015, los representantes de cada país del mundo se reunieron para establecer un conjunto de objetivos globales para alcanzar 17 objetivos fijos que se denominaron con las siglas ODS, que en su extensión significa Objetivos de Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2022).

La característica principal de cada objetivo es que tienen metas específicas que se buscan cumplir en un plazo máximo de 15 años, involucrando a todas las poblaciones, organizaciones, entidades y todo lo que exista en un país en todo el mundo (Naciones Unidas, 2022).

Todos los ODSs tienen una imagen que las representan, en la Figura 2 se puede observar la representación gráfica del Objetivo de Desarrollo Sostenible 8.

Figura 2

Objetivo de Desarrollo Sostenible 8



Nota. La figura representa el gráfico oficial del ODS número 8 que se centra en promover el trabajo decente y el crecimiento económico. Tomado de *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, por Organización de las Naciones Unidas, 2022.

La investigación se basa en el objetivo 8 que se refiere a promover un desarrollo de la economía cantonal con un enfoque específico de sostenibilidad e inclusión, además de generar plazas de empleo para alcanzar un progreso en la calidad de vida de las personas locales (Organización de las Naciones Unidas, 2022). La raíz principal de la presente investigación se identifica en el potencial de los emprendimientos a base de mortiño para el desarrollo del turismo comunitario, fomentado la generación de nuevas actividades y la construcción de nuevas infraestructuras que favorezcan, por un

lado, el progreso económico cantonal, ya que se da una oferta innovadora y, por el otro lado, el origen de nuevas plazas de empleo para la comunidad con el fin de obtener beneficios personales y generales.

Marco Referencial

Actualmente, la actividad turística es el factor socioeconómico que más constantemente incrementa a nivel global, esto se establece así dado que se han analizado datos que revelaron como la presencia del turismo, en los países en vía de desarrollo y los que ya están industrializados, ha aportado beneficios económicos a nivel local y regional, además de la generación de empleo y, de manera indirecta, un apoyo al progreso de varios sectores diferentes al turismo y al comercio (Organización Mundial del Turismo, 2022).

Al definir que la influencia del turismo se expande en todo el mundo, es lógico especificar que existen organizaciones que se hacen cargo de esta actividad dentro de todos los países y a nivel global como la es la Organización Mundial del Turismo que expone al turismo como una manifestación de diferentes indoles que se fundamenta en la movilización de la gente hacia sitios que se encuentran afuera de su entorno rutinario por ciertas razones específicas (Organización Mundial del Turismo, 2022).

El potencial turístico que tiene el Ecuador es inmenso porque posee recursos naturales y culturales que posicionan al país en el mercado turístico internacional, además que tiene la oportunidad de innovarse constantemente en productos y servicios turísticos para estar al paso con el nacimiento de las nuevas tendencias mundiales, y así continuar con el progreso, que ya se presenta en la actualidad, con relación a las comunidades, las áreas protegidas y el país en general (Grigenti, 2018).

Emprendimientos a base de recursos naturales locales en la comunidad Yunguilla

En un lugar pueden existir recursos naturales que cuentan con un gran potencial turístico que pueden ser usados tanto para la creación o innovación de productos o servicios que pueden ser ofertados permitiendo un aumento en sus ingresos económicos tanto para la comunidad como para mejorar su calidad de vida, sin olvidar la conservación del medioambiente. En la comunidad de Yunguilla

existe un caso muy renombrado donde supieron aprovechar de la mejor manera sus diversos recursos naturales, por ejemplo: la uvilla que es uno de sus productos más reconocidos, entre otros, que se volvieron un pilar fundamental en su turismo comunitario (Movimiento Regional por la Tierra, 2020).

El Movimiento Regional por la Tierra (2020) indica que desde los años 60, aun con la presencia de huasipungueros, las principales actividades a las que se dedicaba la comunidad rural de Yunguilla eran agrícolas y ganadera, en los años 80 comenzaron el contrabando de aguardiente hacia las ciudades más cercanas e igualmente el bosque nublado fue destruido una parte de él, ya que las familias empezaron a depender de la elaboración de carbón y tala de bosques. Las diversas actividades que se realizaron fueron de poco a poco generando un impacto negativo para el medioambiente teniendo como consecuencia la incertidumbre en un futuro sustentable de la comunidad y la emigración de sus pobladores hacia las ciudades cercanas (Movimiento Regional por la Tierra, 2020).

En 1995, la Fundación Maquipucuna desarrolló un proyecto para lidiar con la explotación de los bosques y conservar el medioambiente, la etapa principal se dio en 1996 cuando la comunidad, en especial las mujeres Mamapallo implementaron un huerto orgánico donde se elaboró mermeladas de las frutas locales que representaban a la comunidad, en este caso como es la uvilla, siendo el origen del turismo comunitario en el lugar dando como excelente posibilidad de obtener un ingreso económico extra para las familias de la comunidad (Movimiento Regional por la Tierra, 2020).

El proyecto de turismo comunitario sostenible comenzó utilizando recursos naturales de locales como la uvilla, logrando involucrar a un gran número de personas de la comunidad, siendo este el caso que en la actualidad se ofertan los diversos productos y servicios a los turistas (Movimiento Regional por la Tierra, 2020). La oferta de Yunguilla, expresa el Movimiento Regional por la Tierra (2020), que se basa en lo siguiente:

Fábrica de quesos: a partir de la entrega de la leche entregada por gente de la comunidad se elaboran quesos, manjar de leche y yogurt sin químicos que vienen comercializados en Yunguilla, en

ferias y en ciudades cercanas. Además, la elaboración de estos productos puede ser expuesta a los turistas que tengan curiosidad e interés.

- **Fábrica de quesos:** en este caso la comunidad entrega la leche y a partir de esta, se elaboran lo que son quesos, manjar de leche y yogurt sin químicos, estos productos son comercializados tanto en ferias como en ciudades cercanas. En este caso, la elaboración de los productos es expuesto a los turistas que se encuentran con curiosidad e interés.
- **Fábrica de mermeladas:** desde 1996 se han elaborado diversos tipos de mermeladas con frutas silvestres locales sin químicos, siendo la uvilla la que destaca por su particular y único sabor. Dichas mermeladas se comercializan igual que los productos lácteos e igualmente la fábrica se pone a disposición para la visita de turistas.
- **Taller de artesanías:** en esta actividad se realizan artesanías a base de productos reciclados que pueden ser elaboradas en conjunto con los turistas.
- **Orquideario:** cuenta con la presencia de un invernadero donde se encuentran las diversas orquídeas que se encuentran en el bosque húmedo.
- **Huertos orgánicos:** aquí se realizan cultivos de productos típicos de la sierra de manera orgánica siendo este el punto principal de abastecimiento del restaurante comunitario que es tanto para los turistas como para la gente local.
- **Construcción de viviendas:** las viviendas de los habitantes locales han sido mejoradas con el objetivo de ofrecer alojamiento a los turistas que desean una experiencia más cercana a la comunidad al momento de hospedarse, haciendo que de esta manera las familias cuenten con un ingreso económico extra.
- **Voluntarios:** llegan voluntarios desde Estado Unido y Europa que aportan el turismo de Yunguilla.

- Turismo: en la parte del turismo comunitario lo más fundamental es la posibilidad de que los turistas puedan ser parte de las actividades ya antes mencionadas, además de realizar caminatas guiadas por los culuncos, que son túneles creados de manera natural que se usaban como caminos.
- Restaurante comunitario: en este lugar se oferta la gastronomía típica de la comunidad tanto para los turistas como para sus habitantes, procesan los alimentos que provienen de los huertos y granjas de la comunidad.

El Movimiento Regional por la Tierra (2020) nos indica que el turismo comunitario sostenible que se ha desarrollado en la comunidad Yunguilla ha sido el inicio del incremento de turistas hacia el lugar, igualmente el aumento de ingresos económicos para las familias de la comunidad ya sea de manera grupal o individual, el aumento del empleo debidos al desarrollo de más proyectos turísticos, ha existido una disminución de la emigración por parte de la comunidad hacia las ciudades cercanas y que de esta manera los ingresos se queden en la comunidad siendo una relación gasto-ingreso ya sea por productos o servicio sin recurrir a otras comunidades o ciudades cercanas (Movimiento Regional por la Tierra, 2020).

Marco Conceptual

El presente marco conceptual se basa en la definición de aquellos conceptos principales que representan esta investigación, a través de lo expresado por diferentes autores citados.

Desarrollo turístico

El desarrollo turístico se lo puede definir como un camino hacia la organización de aquellos recursos disponibles de tal manera que puedan cumplir con las expectativas en relación a lo económico, lo social y lo estético, salvaguardando contemporáneamente la identidad cultural, el medioambiente, la biodiversidad y los conjuntos sistémicos que favorecen la presencia de la vida (Linares y Morales, 2014).

Ecoturismo

El ecoturismo es una clase de turismo que se basa en el desplazamiento de las personas hacia sectores donde prevalece el medioambiente para visitar sus atractivos naturales, pero manteniendo la influencia negativa de la actividad turística lo más bajo posible y favoreciendo un desarrollo sostenible para las personas del lugar (González, 2018).

El ecoturismo es un tipo de turismo sostenible donde las personas pueden estar en un sitio natural alejado de la zona urbana, envueltas en un medioambiente poco o casi nada alterado, donde la comunidad local se compromete, junto a los visitantes y autoridades, al cuidado y respeto de su cultura y de la naturaleza al momento de realizar ciertas actividades turísticas (Crespo, 2018).

Emprendimiento

El emprendimiento es un tipo de negocio que nace a partir de una idea diferente que se le ocurre a alguien, en muchos de los casos que busca solucionar una necesidad, por medio de un ingenio audaz donde se identifica una oportunidad de progreso y que se logra mediante la perseverancia, de este modo alcanza la posibilidad de definir a su oferta, sea producto o servicio, como sujeto de innovación (Borja et al., 2020).

Los emprendimientos comunitarios son una representación de lo que significa innovar un producto o servicio a partir de la materia prima local que se posee, entregando así un valor agregado a la oferta de su negocio para posicionarse de mejor manera a nivel local y nacional, definiendo así su estatus de competitividad y generando ingresos económicos extras (Ordoñez et al., 2020).

Identidad cultural

La identidad cultural hace mención a aquellos elementos que destacan y son propios de un lugar o de un grupo de personas que comparten la misma cultura, dándose a conocer frente a los demás porque cada identidad cultural es exclusiva y diferente entre ellas (Cepeda, 2018).

Se puede agregar que, la identidad cultural reagrupa todos aquellos rasgos que definen ante los demás cual es el patrimonio representativo de un pueblo involucrando todo lo que lo representa a nivel cultural (Milla, 2019).

Mortiño

La fruta del mortiño se lo conoce también con el nombre de agraz y es una planta que hace parte de la categoría Vaccinium, que se ubica en algunos países en sectores con una determinada elevación para que este producto silvestre pueda crecer, y posiblemente ser cosechado (Fernández et al., 2020).

El aprovechamiento de esta fruta silvestre favorece la elaboración diferentes productos como, por ejemplo, el más destacado es el vino, el cual es un claro ejemplo, junto a otras frutas que tengan un proceso de fermentación, que es posible conseguir una bebida alcohólica frutal de calidad, pero siempre manteniendo un cierto nivel de estándares en su recolección, selección, clasificación, procesamiento y la obtención del producto final que cumpla con la normativa nacional (Erazo et al., 2021).

Tradición

La tradición es la representación de lo que se pasa de generación en generación dentro de toda comunidad, en toda familia quien recibe esta herencia sociocultural para mantener viva la memoria de sus antepasados y manteniéndolas en el presente con el objetivo de que se siga manteniendo viva en el futuro (Núñez, 2018).

La tradición es la esencia que representa una comunidad desde su existencia, pero en la actualidad existe el temor de que esta herencia se vaya perdiendo a causa de la globalización, al cual las personas se van adecuando para obtener beneficios, pero existen proyectos que fomentan la preservación de estas tradiciones de diferente manera hasta llegar a los niños que, representando la nueva generación, serán los encargados de mantener viva la tradición de su comunidad, y hasta de su país (Moreno et al., 2020).

Turismo comunitario

El turismo comunitario es un tipo de turismo que es muy conocido en la actualidad y siempre hay constancia para que esa reputación de proveer desarrollo y beneficio general a las comunidades de los destinos turísticos, además de los ingresos económicos generados, siempre sea permanentes (Cabanilla, 2018).

El turismo comunitario no únicamente se preocupa por los temas de ofertas en ámbito turístico, sino también tiene un enfoque social, señalando las consecuencias de la presencia del turismo en la población para establecer si estas repercuten de manera positiva o negativa al destino, aunque si al resaltar el valor sostenible del turismo comunitario, mayoritariamente existe un desarrollo local en diferentes aspectos (Rodas et al, 2015).

Turismo sostenible

El turismo sostenible se enfoca en prevenir las posibles consecuencias que se pueden ocasionar por un turismo no correctamente gestionado, a raíz de la realización de posibles actividades turísticas que sí generan un beneficio económico, pero pueden alterar negativamente al medioambiente, entonces por esta razón se busca la manera de equilibrar el cuidado medioambiental con las actividades económicas del sector turístico (Lalangui et al, 2017).

El turismo sostenible, en el Ecuador, es una fuente de doble beneficio puesto que, por medio de la creación y coordinación de proyectos, se logra alcanzar un desarrollo económico y, contemporáneamente, se conserva la naturaleza y las culturas ecuatorianas (Barros, 2021).

Turista

El turista es aquel sujeto que pasa al menos 24 horas en un lugar diferente al de su diario vivir por una razón específica (Organización Mundial del Turismo, 2022).

También se puede agregar que, existen numerosas y diferentes razones por las cuales el turista decida viajar hacia un lugar que esté fuera de su rutina diaria, ya que el objetivo del viaje es satisfacer

una necesidad y teniendo las expectativas siempre en alto de quedar sorprendido del destino que va a visitar (Ibáñez y Cabrera, 2011).

Capítulo II

Marco Metodológico

Enfoque de investigación

El tema que se ha establecido, para desarrollar en esta investigación, posee diferentes elementos que no son únicamente categorizados en cualidad o cantidad, sino es una agrupación de ambas, lo que se resume en que el enfoque de la investigación es de carácter mixto (Pereira, 2011). La relación entre el enfoque mixto y la presente investigación se fundamenta en que se abarcan variables cuantitativas que se reflejan en el cuestionario de la encuesta, y también variables cualitativas que se obtuvieron por medio de la información adquirida por las entrevistas.

Lo que se quiere dar a entender es que, aquellas variables que otorgan informaciones que no se pueden captar de manera autónoma, son lo que define a cada persona como única y que, en varios casos, pueden coincidir en el valor cualitativo de lo que les representa (Bedregal et al., 2017). Esto se refleja en la presente investigación para determinar aquellos valores cualitativos de los visitantes que llegan al Cantón Sigchos con relación a los emprendimientos que usan el mortiño del lugar, y de los mismos emprendedores acerca del manejo innovador de este fruto silvestre para el desarrollo turístico cantonal.

Por otro lado, las variables que tienen posibilidad de ser analizadas y medidas de forma precisa representan una importancia en la investigación que busca obtener datos de cantidad con referencia a un determinado estudio (Cadena et al., 2017). Lo referente a lo antes mencionado, es que en esta investigación se van a presentar datos específicos y medibles que se pueden determinar con relación a los emprendimientos que se han tomado en cuenta y los turistas, con el fin de obtener datos estadísticos que aporten a establecimiento de la situación actual de la actividad turística sigchense.

En base a otro punto de vista, el nivel de la investigación es de carácter transversal simple, debido a que la recolección de los datos se efectúa de manera única a la muestra definida de la población de estudio y en un determinado periodo de tiempo, con el objeto de comprender la conducta de las variables.

Definición del objeto de estudio

El objetivo de la presente investigación radica en determinar a los emprendimientos a base del mortío como factor de desarrollo del turismo comunitario en el Cantón Sigchos. Por esta razón, el objeto de estudio para esta investigación se define en englobar los emprendimientos que ofrecen productos a base de mortío y aquellos visitantes que llegan al Cantón Sigchos.

Variables de la investigación

Variable dependiente

El desarrollo del turismo comunitario.

Variable independiente

Los emprendimientos a base del mortío.

Procedimiento para recolección de datos y análisis de datos

Población de estudio

La población de estudio es una agrupación de elementos que cumple con ciertos estándares preestablecidos y es necesaria para la realización de una investigación porque esta es el referente para elegir la muestra posteriormente (Arias et al., 2016).

En esta investigación, la población se compone por aquellos turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón Sigchos. Para tener un valor seguro del número de turistas, se toma en consideración una de las herramientas del Ministerio de Turismo donde se resalta que la cantidad de personas que han visitado el Cantón Sigchos, en el periodo anual del 2018, es de 47.252 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021).

Determinación de la muestra

La muestra es una fracción delimitada y relevante de sujetos que se obtiene de un grupo mayor, que representa la totalidad de algo, pero en una cantidad que permita representarlo y así recabar datos que favorezcan y sustenten el desarrollo de una investigación (Hernández y Carpio, 2019).

A raíz de lo expresado en el párrafo anterior, se connota que sí se conoce el número exacto de turistas que visitan el Cantón Sigchos, por esta razón, para determinar el tamaño de la muestra, para esta investigación, se tiene en cuenta una población finita (Puente et al., 2017). En base a todo lo mencionado, se aplica la siguiente fórmula para la definición de la muestra, al haber establecido ya una población finita (Herrera, 2011).

$$n = \frac{(Z)^2 * (N) * (p) * (q)}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * (p) * (q)}$$

En donde:

Z = es el nivel de confiabilidad (95%, que corresponde a un puntaje de 1,96)

N = es el tamaño poblacional (47.252)

p = es la probabilidad de suceso (50%)

q = es la probabilidad de pérdida (1-p, osea el 50%)

e = es el porcentaje de precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (8%)

n = es el tamaño muestral

Reemplazamos a la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (47.252) * (0,5) * (0,5)}{(0,08)^2 * (47.252 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(45.380,82)}{(302,41) + (0,96)}$$

$$n = \frac{(45.380,82)}{(303,37)}$$

$n = 150$

Las unidades de la muestra obtenida para la investigación son de 150.

La recolección de datos se realiza mediante la investigación documental y las técnicas de campo.

Matriz de variables

Una etapa de suma importancia, para continuar con el desarrollo de la investigación, es el análisis de las variables que se relacionan con los objetivos planteados. Estas variables se pueden categorizar y derivan de aquellas dimensiones que se presentan en el marco teórico, en este caso en aquellas dimensiones de la teoría del desarrollo local territorial, así como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 1

Dimensión, variable y categoría

Dimensión	Variable	Categoría
Social y cultural	Cantón Sigchos	Variable cualitativa nominal
	Desarrollo turístico	Variable cualitativa nominal
	Mortiño	Variable cualitativa nominal
	Turismo comunitario	Variable cualitativa nominal
	Turista	Variable cualitativa nominal
Económica	Comunidad	Variable cualitativa nominal
	Turista	Variable cuantitativa continua
	Comunidad	Variable cuantitativa continua

Nota. Las dimensiones en esta investigación son la social y cultural, además de la económica, 2022.

Las variables analizadas, al relacionarse con los objetivos, favorecen el establecimiento de las técnicas de investigación, las herramientas a aplicar, su diseño y la fuente de información. Por este motivo, se realizó una matriz de variables para detallar la relación que existen entre estas últimas y los objetivos.

Tabla 2

Relación de objetivos y variables para el diagnóstico del Cantón Sigchos

Objetivo	Hipótesis	Dimensión	Variable	Indicador	Ítem	Fuente
Diagnosticar la situación turística actual de la zona de estudio.	N/A	Social y cultural	Cantón Sigchos	Generalidades	Ubicación	Fuentes bibliográficas
					Superficie	
					Límites	
					Clima	
					Población	
					Características naturales	
					Características culturales	
			Desarrollo turístico	Oferta turística	Desarrollo económico	Catastro turístico
					Desarrollo social	
					Alojamiento	
					Transporte	
					Accesibilidad	
					Atractivos turísticos	
					Actividades turísticas	

Nota. El primer objetivo de la investigación involucra dos variables que son el Cantón Sigchos y su desarrollo turístico, 2022.

Tabla 3

Relación de objetivos y variables para el análisis de los emprendimientos a base del mortiño del Cantón Sigchos

Objetivo	Hipótesis	Dimensión	Variable	Indicador	Ítem	Fuente
Analizar un levantamiento de inventario de los emprendimientos a base del mortiño que favorezcan el desarrollo del turismo comunitario en el Cantón Sigchos.	N/A	Social y cultural	Mortiño	Características	¿Usted conoce la fruta del mortiño? ¿Ha degustado algún producto hecho a base de mortiño? ¿Qué productos ha degustado a base de mortiño?	Turista
			Emprendimiento	Características	¿Qué tipo de emprendimientos existen en la zona? ¿El emprendimiento realizado sí es rentable? ¿Usted conoce qué tipo de emprendimientos se realizan en el Cantón Sigchos?	Comunidad GAD Turista
			Turismo comunitario	Características	¿Ha escuchado hablar del turismo comunitario? ¿Usted conoce o ha escuchado que se realiza turismo comunitario en el Cantón Sigchos?	Turista
				Satisfacción del turista	¿Las actividades de turismo comunitario en el Cantón Sigchos satisfacen su participación activa en la comunidad?	
			Turista	Afluencia de turistas	¿Ha visitado alguna vez el Cantón Sigchos en la Provincia de Cotopaxi? ¿Cuántas veces ha viajado a este destino? ¿Cuál es el principal motivo de su visita? ¿Con quién realizó la visita al destino? ¿Cuánto tiempo permaneció en el lugar?	Turista Comunidad

Nota. El segundo objetivo de la investigación involucra cuatro variables que son el mortiño, el emprendimiento, el turismo comunitario y el

turista, 2022.

Tabla 4

Relación de objetivos y variables para la propuesta de estrategias por medio de los emprendimientos a base del mortiño del Cantón Sigchos

Objetivo	Hipótesis	Dimensión	Variable	Indicador	Ítem	Fuente
Proponer estrategias que permitan el desarrollo local por medio de emprendimientos a base del mortiño en el Cantón Sigchos.	N/A	Social y cultural	Turista	Edad	¿Qué edad tiene?	Turista
				Género	¿Qué género es?	
				Lugar de residencia	¿Cuál es su lugar de residencia?	
				Nivel de educación	¿Cuál es su nivel de educación?	
				Ocupación	¿Cuál es su ocupación?	
	Gustos	¿Qué nuevos productos a base de mortiño le gustaría probar y/o preparar?				
	N/A	Comunidad	Emprendimientos	¿Qué emprendimientos existen en la comunidad?	Comunidad GAD	
				¿Cuáles son los emprendimientos más atractivos para los turistas?		
	Económica	Turista	Ingresos	¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?	Turista	
				Comunidad		Ingresos

Nota. El tercer y último objetivo de la investigación involucra dos variables que son el turista y la comunidad, con respecto a la dimensión económica, además de la social y cultural, 2022.

Técnica de investigación Documental

Investigación bibliográfica

El aprovechamiento de fuentes de información por parte de las investigaciones es algo muy importante, por este motivo en este estudio se realiza una investigación bibliográfica destacando que, en este caso, los datos son secundarios. Los datos secundarios son aquellos que ya están registrados en plataformas y documentos que pueden ser de gran utilidad para la base teórica de la investigación, siempre que tengan relación con el tema tratado (Hernández, 2011).

Para finalizar, la investigación bibliográfica se caracteriza por la utilización de informaciones secundarias como fuente de datos, por lo que se usan los instrumentos de plataformas y documentos que tengan un contenido de valor referente al Cantón Sigchos.

Técnicas de Campo

La recolección de datos que se realiza recurriendo a las técnicas de campo se da por el empleo de informaciones de carácter primario. Los datos primarios son aquellos que se recaban de primera mano, ósea que es nueva la información a la que se va a acceder (Hernández et al., 2011).

La extracción de informaciones primarias se la ejecuta con la ayuda de las técnicas de campo de la encuesta y la entrevista.

Por consiguiente, la recopilación de datos se lleva a cabo a partir de un contacto directo con los sujetos involucrados en la presente investigación, y a continuación se van a detallar las técnicas elegidas.

Encuesta

La encuesta es una útil técnica para recabar información primaria y esencial para la realización de la investigación al momento de ir a la zona establecida, conocida también como

campo, para recabar datos de tipo social que se puede ir acoplando acorde a la investigación científica realizada (López y Fachelli, 2015).

La encuesta es una técnica que se la aplica a los turistas no residentes que han visitado el Cantón Sigchos, para así obtener información primaria de valor y necesaria para el avance de la presente investigación. Para valerse de esta técnica, la herramienta a aprovechar es el cuestionario de encuesta.

Entrevista

La técnica de la entrevista es un medio para lograr alcanzar una extracción de informaciones personales y de mucha relevancia que se pueden expresar oralmente y así definir aspectos que se pueden haber planificado o menos, es decir que se obtienen resultados que van más allá de lo que está al alcance de la encuesta (Hernández et al., 2017). Dada esta información, este tipo de técnica se procederá a realizarla a algún representante de los emprendimientos sigchenses a base de mortño y otros con potencial para vincularlos con el mortño, además de una autoridad del GAD Municipal Sigchos.

Para valerse de esta técnica, las herramientas a aprovechar son dos cuestionarios de entrevista; uno para aplicarlo a los emprendimientos y otro para el GAD.

Herramientas de campo

Para la recolección de datos de la presente investigación se utilizan dos herramientas de campo; el cuestionario de encuesta y el cuestionario de entrevista. Esta última herramienta se aplicará a dos entidades diferentes; el GAD Municipal Sigchos y los emprendimientos del lugar.

Cuestionario de encuesta

Una técnica muy eficaz para la obtención de información esencial para el progreso de una investigación es la encuesta, a través de una herramienta conocida como cuestionario, que se

enfoca en los encuestados y aquellas variables que representan y expresan en cada uno de ellos, en este caso el cuestionario será aplicado a los turistas que visiten el Cantón Sigchos (Arias, 2020).

La creación de este cuestionario para la aplicación de encuestas, y la obtención de datos necesarios para el presente trabajo de titulación, se fundamenta en el formato de encuesta que creó Villacís (2020) en su investigación de tesis de maestría “Estrategias de Marketing para el Posicionamiento del Producto Vino de Mortiño “El Último Inca””. Esta herramienta ya estaba validada, así como lo expresa la autora en su investigación, y por este motivo se la seleccionó para recurrir a su formato. En resumen, se va a reajustar el formato del cuestionario antes mencionado, con el objetivo de acoplarlo a las informaciones necesarias para esta investigación.

La realización del formato del cuestionario de encuesta se lo generó para una aplicación de manera presencial y virtual, en este último caso se encontrarán recopilados los datos obtenidos en ambas formas en la plataforma Google Forms porque esta permite un mejor almacenamiento y traspaso de informaciones hacia la herramienta de análisis de resultados; IBM SPSS Statistics.

El cuestionario de encuesta se lo elabora de tal fin que sea comprensible por parte del turista, sin presentar alguna dificultad en su entendimiento para realizarlo personalmente a cada uno. Este tipo de cuestionario sigue las secciones que García (2002) detalla en su libro “Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario”.

Tabla 5

Secciones del cuestionario de encuesta

Sección	Tipo	Características
Primera	Encabezado	Se incluye el logotipo de la institución y el nombre de la misma.
Segunda	Título	Se da a conocer el nombre del tema de la investigación.
Tercera	Presentación	Se revela el objetivo principal del estudio.
Cuarta	Instrucciones	Se direcciona al encuestado mediante indicaciones claras y sencillas con el fin de que este llene el cuestionario de forma correcta.

Sección	Tipo	Características
Quinta	Datos de control	Se anotan datos de identificación de cada cuestionario como el código y la fecha.
Sexta	Preguntas	Se exponen todas las preguntas que el encuestado responderá con referencia a su persona y al tema.
Séptima	Cierre	Se culmina la encuesta agradeciendo al encuestado por su colaboración.

Nota. El cuestionario de encuesta de la presente investigación se compone de siete secciones.

Adaptada de *Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario*, por F. García, 2002.

En definitiva, las preguntas iniciales favorecen entablar el primer contacto de confianza con las personas encuestadas, luego viene el núcleo central de la encuesta que conforman las preguntas clave y finalmente el cierre de la encuesta por intermedio de un agradecimiento (García, 2002).

El objetivo de la aplicación de una encuesta con un formato personal es que se permita resolver todas las dudas que puedan surgir, pudiendo el encuestador apoyar en la realización de cada encuesta y así recabar informaciones de mejor calidad, realidad y precisas (García, 2002).

Formato Cuestionario Encuesta. Para tener una idea más visible de las preguntas presentes en la encuesta para los turistas del Cantón Sigchos, el formato de cuestionario de encuesta se encuentra en el Apéndice 3.

Cuestionario de entrevista

El tipo de cuestionario de entrevista que se ha tomado en consideración a ejecutar para la presente investigación es el semiestructurado, porque este se caracteriza primordialmente por ser flexible al momento de realizarse, es decir que la entrevista se irá a desarrollar acorde a los ítems preestablecidos, pero se puede tomar en consideración la elaboración de preguntas imprevistas o de temas no planeadas, otorgando así al entrevistado una facilidad de expresión (Díaz et al., 2013).

El aprovechamiento de este tipo de entrevista fue determinado por el mérito de que existe la oportunidad de acoplarse a las personas, con la ocasión de poder incentivar al entrevistado y mejorar la calidad de la información obtenida (Díaz et al., 2013).

El guion estructurado para la ejecución de las entrevistas se compone de cuatro etapas, las cuales cada una representan un tipo de información diferente.

Para especificar de mejor manera la estructura del cuestionario de entrevista, a continuación, en la siguiente tabla se detallan las etapas de la entrevista, el tipo de información y las características que las definen.

Tabla 6

Etapas del cuestionario de entrevista

Etapas	Tipo	Características
Primera	Presentación	Se entregan informaciones de los entrevistados a los entrevistados, mencionando datos personales, institución, tema y el motivo de la investigación.
Segunda	Autorización	Se solicita la autorización a los entrevistados para poder realizar una grabación de la entrevista con el fin de que no se excluya ningún dato proporcionado, asegurando la confidencialidad de la información obtenida para fines académicos.
Tercera	Entrevista	Se realizan las preguntas pertinentes.
Cuarta	Agradecimiento	Se agradece a los entrevistados por su disponibilidad y se procede a despedirse.

Nota. El cuestionario de entrevista de la presente investigación se compone de cuatro etapas, 2022.

En específico, el guion de la entrevista que se aplica a todos los entrevistados, se lo redacta a continuación:

Reciba cordiales saludos y muy buenas tardes de nuestra persona, Deisy Quinaluisa y Carlos Siza. Somos estudiantes de la carrera de Administración Turística y Hotelera de la

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y actualmente estamos realizando nuestro trabajo de titulación denominado los emprendimientos a base del mortiño como factor de desarrollo del turismo comunitario, caso de estudio Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.

El destino que escogimos para el desarrollo de nuestro proyecto de tesis es el Cantón Sigchos por su gran potencial turístico, más en específico nos estamos basando en el uso de la fruta del mortiño.

El desarrollo de nuestra investigación requiere de algunas informaciones esenciales para que pueda tener un buen sustento y valor para culminarla, por esta razón se solicita cordialmente su autorización para poder realizar una grabación de la entrevista con el fin de que no excluir ningún dato que se nos proporcione. Además, cabe recalcar que la información obtenida se utilizará netamente con fines académicos.

Se procede con la entrevista hasta realizar la última pregunta.

Le agradecemos mucho por su tiempo y atención, deseándole muchos éxitos nos despedimos.

Para finalizar, las fuentes de información para estas entrevistas son un representante del Gobierno Autónomo Descentralizado Sigchos y los emprendimientos del mismo cantón.

Formato Cuestionario Entrevista. Los formatos de cuestionarios para las entrevistas dirigidas a los emprendimientos en el Cantón Sigchos y el GAD Municipal Sigchos se ubican en el Apéndice 1 y 2 respectivamente.

Diagnóstico Situacional

Un diagnóstico situacional es el conjunto de informaciones necesarias para que se pueda recoger el conocimiento esencial de los hechos locales y del contexto del lugar, posibilitando así la capacidad de actuar y tomar decisiones idóneas para resolver problemas de acuerdo a su naturaleza y extensión (Chuncho y González, 2018).

Diagnóstico Macro de la Provincia de Cotopaxi

Factor Geográfico. El factor geográfico es la agrupación de todas aquellas variables que tratan acerca del andamio del entorno de la naturaleza identificado ciertas informaciones relevantes en la parte macro de un lugar hasta relacionarlas con los recursos naturales locales disponibles (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Ubicación. La ubicación de la provincia de Cotopaxi se puede definir como favorablemente estratégica, ya que este es lo que le permite tener variaciones climáticas y, en su consecuencia, diferentes en su medioambiente y sus atractivos. El territorio cotopaxense se encuentra en el sector superior central del Ecuador, originándose sobre la zona territorial donde se extiende la Cordillera de Los Andes, además la altitud máxima que alcanza la provincia de Cotopaxi es de 5.897 m.s.n.m (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2011).

Figura 3

Ubicación de la provincia Cotopaxi



Nota. La provincia de Cotopaxi se ubica en la sierra ecuatoriana, en la zona centro norte del país.

Tomado de *Mapas Temáticos Provinciales*, por Instituto Geográfico Militar, 2012.

Superficie. La provincia de Cotopaxi se encuentra ubicada la sierra central del Ecuador y cuenta con una extensión de 6.187,85 km², lo que es el 2,4% del territorio total del Ecuador (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Límites. El GAD de Cotopaxi (2021) establece que, la provincia de Cotopaxi dada su ubicación geográfica confina con otras seis provincias en referencia a los cuatro puntos cardinales (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Tabla 7

Límites de la Provincia Cotopaxi

Puntos cardinales	Confines de la Provincia Cotopaxi
Sur	Tungurahua y Bolívar
Norte	Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas
Oeste	Los Ríos
Este	Napo

Nota. La provincia de Cotopaxi confina con seis provincias. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi* (p.5), por GAD Provincial Cotopaxi, 2018.

Clima. El GAD de Cotopaxi (2021) compartió la información que elaboró el INAMHI hace siete años, donde se mencionaba que el clima de la provincia cotopaxense estaba bajo la influencia de diferentes estaciones meteorológicas, para ser más exactos el número es de 16 (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Precipitación. La precipitación en la provincia de Cotopaxi tiene un rango de tiempo generalmente ya definido donde, en los primeros meses del año, se manifiesta un alto nivel de precipitaciones mientras que, en los meses finales, la presencia de precipitaciones disminuye (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Lo que es importante resaltar es que, es notable la diferencia de precipitaciones que existe entre los primeros meses del año y los últimos, pero a pesar de tener ya identificadas estas

temporadas de lluvias, existe un factor que tiene mucha influencia sobre las precipitaciones hasta tal punto que puede modificar la intensidad de su presencia, y este es el fenómeno de El Niño (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Factor económico. El factor económico es aquel que puede englobar elementos económicos que se relacionan con ese mismo campo, o también existe la posibilidad de vincularlo con ámbitos totalmente diferentes. Este aspecto económico se obtiene al vincular la oferta local con las necesidades de los involucrados (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Población Económicamente Activa (PEA). La Población Económicamente Activa (PEA) en el territorio ecuatoriano está formada por aquella población con una edad de 15 años para arriba que laboraron al menos 1 hora en el periodo de tiempo semanal que se toma de referencia o, aunque no hayan trabajado, tuvieron trabajo, siendo así empleados; y personas que no hayan tenido empleo, pero tenían disponibilidad para laborar y buscan empleo, son los que no tienen un labor (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020).

Tabla 8

PEA de la provincia de Cotopaxi

Población	Cantidad	Porcentaje
Población Económicamente Activa (PEA)	173.094	42,3%
Población Económicamente Inactiva (PEI)	146.253	35,7%
Población menor de 10 años	89.858	22%
Total Cotopaxi	409.205	100%

Nota. En Cotopaxi la población es mayoritariamente con una economía activa. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi* (p.83), por GAD Provincial Cotopaxi, 2018.

Valor Agregado Bruto (VAB). El Valor Agregado Bruto (VAB), por el GAD de Cotopaxi, es una referencia de aquella estimación que se añade específicamente en las etapas de desarrollo de

un producto sea este tangible o intangible (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Además, al tomar en consideración un nivel más general como el sector de planificación, al analizar los valores del VAB de todas las provincias de la zona 3, se puede observar que Cotopaxi ocupa el segundo lugar con un Valor Agregado Bruto del 26,44% (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

El GAD de Cotopaxi menciona que el Banco Central del Ecuador, en el 2018, estableció que los sectores de la provincia hacían su participación en el Valor Agregado Bruto en porcentajes diferentes, es decir que, en orden descendente, el sector terciario se representaba en un 49,70%, el secundario se demostraba con un 25,77% y el último era el primario participando en un 24,53% (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Factor social. Los factores sociales son aquellos elementos que se vinculan directamente con las personas de un territorio resaltando la razón de ejecución de ciertas actividades, acciones y comportamientos (Pariona et al., 2020).

Es evidente cómo el factor social de un lugar pueda relacionarse con otros factores como por ejemplo el ambiental, el económico, el de salud, entre otros.

División Política. El GAD de la provincia de Cotopaxi (2021) menciona que, como todo el territorio ecuatoriano se encuentra dividido en zonas de planificación donde, en cada una, se reagrupan algunas provincias, Cotopaxi se ubica en la número tres que es la que corresponde al sector central del territorio ecuatoriano, a su vez la provincia cuenta con siete cantones.

Los cantones de la provincia de Cotopaxi se pueden identificar a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 9*Cantones de la Provincia Cotopaxi*

Cantones de la Provincia Cotopaxi
Latacunga
La Maná
Pangua
Pujilí
Salcedo
Saquisilí
Sigchos

Nota. La La provincia de Cotopaxi tiene siete cantones. Adaptada de *Plan de Desarrollo y*

Ordenamiento Territorial de Cotopaxi (p.83), por GAD Provincial Cotopaxi, 2018.

Población por Cantón. Los 409.205 cotopaxenses de su provincia dan a simbolizar que el 2,8% de los ecuatorianos se encuentran en Cotopaxi. Más a detalle, el 70% de los cotopaxenses se encuentran en zonas rurales de la provincia, mientras que el restante 30% residen en las zonas urbanas (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Tabla 10*Población por cantón de la Provincia de Cotopaxi*

Cantón	Zona Urbana	Zona Rural	Total
Latacunga	63.842	106.647	170.489
La Maná	23.775	18.441	42.216
Pangua	1.649	20.316	21.965
Pujilí	10.064	58.991	69.055
Salcedo	12.488	45.728	58.216
Saquisilí	7.205	18.115	25.320
Sigchos	1.947	19.997	21.944
Total cotopaxenses	120.970	288.235	409.205

Nota. Los habitantes de Cotopaxi se concentran mayoritariamente en la zona rural de la provincia.

Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi* (p.62), por GAD Provincial Cotopaxi, 2018.

Factor Turístico. La provincia de Cotopaxi presenta un potencial turístico enorme en cada uno de sus rincones, ya que resalta el encanto de sus atractivos naturales y culturales de forma promocional hacia el desarrollo de una actividad turística bien aprovechada y potenciada, logrando así verle a esta provincia con un posicionamiento turístico bien definido en el Ecuador (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Atractivos Turísticos más Visitados. La provincia de Cotopaxi posee numerosos atractivos turísticos, para ser más específico hay 467, de los cuales la mayoría se ubican en Latacunga (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

A continuación, en la siguiente tabla se detalla el número exacto de todos los atractivos turísticos que posee cada uno de los siete cantones que componen la provincia de Cotopaxi, para totalizar los 467 atractivos turísticos de la provincia.

Tabla 11

Atractivos turísticos de la Provincia Cotopaxi

Cantón	Cantidad de atractivos turísticos
Latacunga	147
La Maná	45
Pangua	31
Pujilí	95
Salcedo	55
Saquisilí	19
Sigchos	75

Nota. La mayoría de los atractivos turísticos de Cotopaxi se concentra en Latacunga. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi*, por GAD Provincial Cotopaxi, 2021.

En relación a las manifestaciones culturales que dan a conocer a la provincia de Cotopaxi a nivel nacional y son una atracción para los turistas, los que mayormente resaltan la celebración del Niño de Isinche, el Corpus Christi y la Mama Negra, además de otras festividades vinculadas a la

religión o a cada uno de los cantones (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Diagnóstico Micro del Cantón Sigchos

Factor Geográfico. El conjunto de elementos que componen al factor geográfico de Sigchos es la razón del porque se le llegó a denominar al cantón como “El Jardín Colgante de Los Andes” (GAD Municipal de Sigchos, 2021).

Ubicación. El Cantón Sigchos se sitúa al noroccidente de Cotopaxi, más en específico en las coordenadas geográficas 00°42'03" en la zona inferior y 78°53'14" de la zona izquierda provincial, encontrándose a 5.080 m.s.n.m. (GAD Municipal de Sigchos, 2021).

De acuerdo al GAD Municipal de Sigchos (2015), el Cantón Sigchos, por su ubicación geográfica, se encuentra en la Zona de Planificación 3, de la cual hacen parte también las provincias de Chimborazo, Tungurahua, y Pastaza.

Figura 4

Ubicación del Cantón Sigchos



Nota. El Cantón Sigchos se ubica en la provincia de Cotopaxi, en la sierra ecuatoriana, en la zona centro norte de la provincia. Tomado de *Mapas Temáticos*, por GAD Municipal Sigchos, 2021.

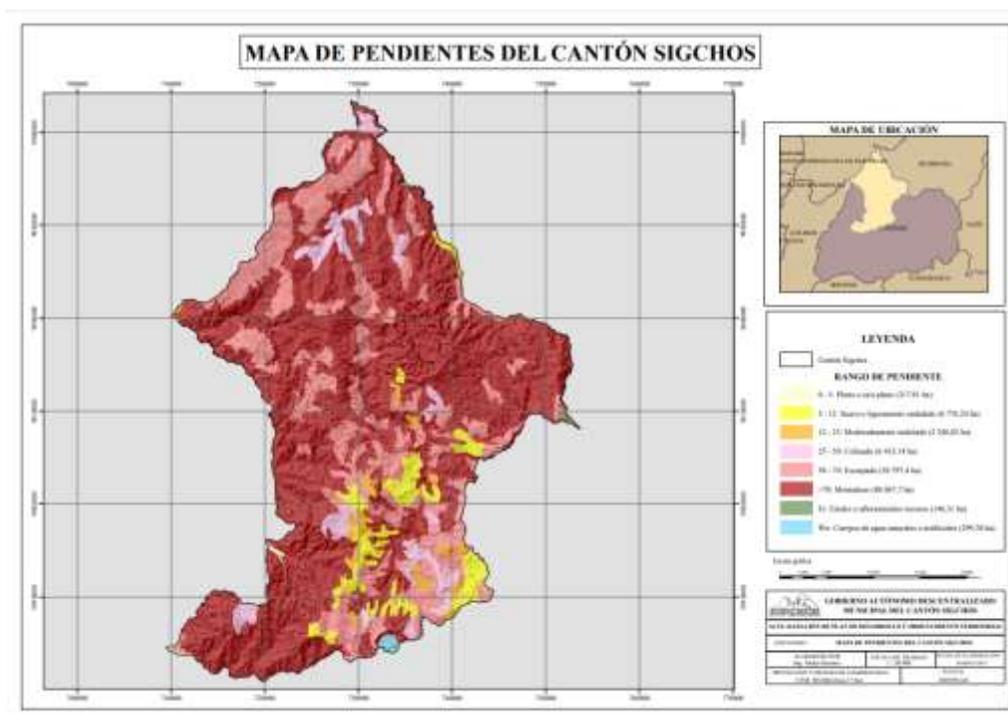
Superficie. El Cantón Sigchos hace parte de los siete cantones que conforman la provincia de Cotopaxi y posee una superficie territorial cantonal de 135.784,11 ha (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

En otro aspecto, al tomar en consideración los relieves, el territorio sigchense mayormente posee pendientes superiores al 70%, se establece que el 76.9% del cantón, mientras que las pendientes inferiores a 5% se presentan en un 0.9% del territorio cantonal (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

La superficie total del Cantón Sigchos se divide en las extensiones de cada parroquia que la compone, que son exactamente cinco (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

Figura 5

Pendientes del Cantón Sigchos



Nota. El Cantón Sigchos en un mayor porcentaje posee una pendiente mayor al 70%. Tomado de *Mapa de pendientes del Cantón Sigchos*, por GAD Municipal Sigchos, 2021.

Por el otro lado, en la siguiente tabla, se detallan las extensiones de cada parroquia del Cantón Sigchos.

Tabla 12

Extensión de cada parroquia del Cantón Sigchos

Parroquia	Extensión
Sigchos	77.623,51 ha
Isinliví	8.485,51 ha
Chugchilán	24.875,75 ha
Las Pampas	13.205,28 ha
Palo Quemado	11.593,96 ha

Nota. La superficie total del Cantón Sigchos se reparte entre las extensiones de sus cinco parroquias. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sigchos 2015-2065* (p.1), por GAD Municipal Sigchos, 2015.

Límites. Los límites del del Cantón Sigchos están bien establecidos y se los mencionan en la siguiente tabla.

Tabla 13

Confines del Cantón Sigchos

Puntos cardinales	Confines del Cantón Sigchos
Sur	Pujilí
Norte	Santo Domingo
Oeste	La Maná
Este	Mejía y Latacunga

Nota. El Cantón Sigchos confina con cinco cantones de Cotopaxi. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sigchos 2015-2065* (p.1), por GAD Municipal Sigchos, 2015.

Clima. En el Cantón Sigchos se puede constatar que existen diferentes tipos de clima, esto es debido gracias a su ubicación y a sus relieves por toda la superficie sigchense (GAD Municipal de Sigchos, 2015). En la zona menos alta del cantón, las temperaturas generalmente son homogéneas

presentando una leve diferencia entre los períodos fríos y los calientes. Los periodos de meses donde se sienten las temperaturas más bajas o más altas son muy variables, ya que se pueden manifestar en los primeros o últimos meses del año (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

Por otro lado, En la parte central y superior del cantón, las temperaturas tienen un rango de meses ya definido (GAD Municipal de Sigchos, 2015). El GAD Municipal de Sigchos (2015) resume que los climas principales del cantón son tres; tropical megatérmico húmedo, ecuatorial mesotérmico semi-húmedo y ecuatorial de alta montaña. Estos tipos de climas se encuentran en diferentes sectores y extensiones del cantón Sigchos, así como se detalla a continuación.

Tabla 14

Tipos de clima en el Cantón Sigchos

Clima	Extensión	Superficie del cantón
Tropical megatérmico húmedo	58.945 ha	43,4%
Ecuatorial mesotérmico semi-húmedo	45.023 ha	33,1%
Ecuatorial de alta montaña	31.816 ha	23,4%

Nota. Existen tres tipos de clima principales en el Cantón Sigchos. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sigchos 2015-2065* (p.23), por GAD Municipal Sigchos, 2015.

Factor Económico.

Producto Interno Bruto (PIB). En relación con los datos registrados por el Banco Central del Ecuador (2022), se pudo estimar que la economía del Ecuador aumentó un 3,8% a lo largo del primer trimestre del año 2022, comparándolo con el mismo período del año 2021. Esto expone con exactitud que las actividades económicas y productivas ecuatorianas se han recuperado de un año al otro.

Al comparar los años 2022 y 2021, se puede detallar que el crecimiento del 3,8% fue favorecido por el cambio positivo de los elementos del PIB que son: el Gasto de Consumo Final de

los Hogares (6,7%), el Gasto de Consumo Final del Gobierno (6,5%) y la Formación Bruta de Capital Fijo (4,0%) (Banco Central del Ecuador, 2022).

Por otro lado, hay que especificar que, el Banco Central del Ecuador (2022), al expresar el resultado de crecimiento económico del Ecuador, lo hizo considerando las consecuencias de la confrontación entre Ucrania y Rusia, donde varias exportaciones no petroleras disminuyeron.

Población Económicamente Activa Cantonal (PEA Cantonal). La PEA cantonal que más resalta a nivel provincial es la del Cantón Latacunga con un 42,96% de la población total, mientras que el Cantón Sigchos posee una PEA cantonal muy baja, respecto a algunos otros cantones en la provincia, con un 5,39% (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2021).

Los valores de la Población Económicamente Activa Cantonal pueden depender de la población total, la distancia y dificultad de accesos de cada cantón con relación a la capital de Cotopaxi, Latacunga.

Tabla 15

PEA por cantones de la provincia de Cotopaxi

Cantón	Habitantes	PEA Total	Porcentaje
Latacunga	170.489 personas	73.897	42,96%
Pujilí	69.055 personas	27.681	15,99%
Salcedo	58.216 personas	25.574	14,77%
La Maná	42.216 personas	16.865	9,74%
Saquisilí	25.320 personas	10.605	6,13%
Sigchos	21.944 personas	9.327	5,39%
Pangua	21.965 personas	9.145	5,28%
Total Cotopaxi	409.205 personas	173.094	100%

Nota. Una de las PEAs cantonales más bajas de Cotopaxi es la de Sigchos. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025* (p.83), por GAD Provincial Cotopaxi, 2018.

Valor Agregado Bruto (VAB) cantonal. El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi (2021) establece que el Valor Agregado Bruto cantonal por actividades de Sigchos es la más baja en general, esto se puede observar a continuación en lo que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 16

Valor Agregado Bruto del Cantón Sigchos

Actividad	Cantón Sigchos (Miles de dólares)
Ganadería, agricultura, pesca y silvicultura	\$8.563
Explotación de canteras y minas	-
Manufactura	\$46
Suministro de agua y electricidad	\$10
Construcción	\$3.023
Comercio	\$545
Alojamiento y servicios de comida	\$48
Comunicación, transporte e información	\$9.237
Actividades financieras	\$0
Profesiones e inmobiliarias	\$646
Organización pública	\$2.784
Educación	\$5.730
Bienestar	\$0
Demás servicios	\$250
Economía cantonal total	\$30.881,11
Porcentaje de participación en el VAB provincial	2,63%

Nota. El VAB cantonal más bajo de Cotopaxi es el de Sigchos. Adaptada de *Plan de Desarrollo y*

Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025 (p.89), por GAD Provincial Cotopaxi, 2018.

Al tomar en consideración que la producción agrícola es de suma importancia, en cuanto concierne a la economía de la comunidad, se pudieron identificar que los principales cultivos del territorio sigchense son el chocho, la papa y la caña de azúcar (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

El GAD Municipal de Sigchos (2015) especifica que la variación climática en el Cantón Sigchos permite tener una amplia variación en la producción agrícola; en las zonas de clima frío se encuentran la mora, el mortiño, la papa, el chocho, el haba, entre otros; en cambio en las zonas de clima tropical hay plátano, caña de azúcar, entre otros.

Factor social.

Cantonización. Inicialmente, el 22 de septiembre 1852, Sigchos nace como una parroquia, formando parte del Cantón Pujilí, junto a otras cuatro parroquias. Posteriormente, en el año 1871, Sigchos se separa de Pujilí y, después de nueve años, se une al Cantón Latacunga. Finalmente, la cantonización de Sigchos se lleva a cabo el 21 de julio de 1992 por medio de la aprobación del Congreso Nacional pero, el 7 de agosto, se llegó a publicar en el Registro Civil (GAD Municipal de Sigchos, 2022).

Figura 6

Símbolos cantonales del Cantón Sigchos



Nota. Los símbolos actuales del Cantón Sigchos son los mismos que representaban a Sigchos cuando era una parroquia. Tomado de *Símbolos cantonales*, por GAD Municipal de Sigchos, 2022.

División Política. El Cantón Sigchos cuenta con un total de cinco parroquias de las cuales una es urbana y las otras cuatro son rurales, como se observa en la siguiente tabla (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

Tabla 17

Parroquias rurales y urbana del Cantón Sigchos

Zona urbana	Zonas rurales
Sigchos	Chugchilán Isinliví Palo Quemado Las Pampas

Nota. Existen cinco parroquias totales dentro del Cantón Sigchos. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sigchos 2015-2065* (p.1), por GAD Municipal Sigchos, 2015.

Número de habitantes por parroquias. El GAD Municipal de Sigchos (2022) define que la población sigchense demuestra lo que significa “Sigchos”, porque este término deriva de “Sigchila” que quiere decir “*Brazo de Hierro*”, ósea hace relación a jefes tribales, hombres que dominaban y dirigían su tribu con tenacidad y fuerza.

El Cantón Sigchos cuenta con un total de 21.944 habitantes, que se distribuyen entre las parroquias sigchenses, de las cuales una es de zona urbana y cuatro en zonas rurales, así como detallado en la siguiente tabla (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

Tabla 18

Población de las parroquias del Cantón Sigchos

Parroquia urbana	Población	Parroquias rurales	Población
Sigchos	7.933	Chugchilán	7.811
		Isinliví	3.227
		Las Pampas	1.030
		Palo Quemado	1.943

Nota. Distribución de la población sigchense en las cinco parroquias del cantón. Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sigchos 2015-2065* (p.1), por GAD Municipal Sigchos, 2015.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), existe una leve diferencia en el número de hombres y mujeres residentes en el Cantón Sigchos; 10.991 son los hombres, representando así un 50,09% de la población total, mientras que las 10.953 mujeres son el 49,91%.

Por otra parte, al tomar en consideración la situación étnica del Cantón Sigchos, el GAD Municipal de Sigchos (2015) obtuvo resultados donde se refleja mayormente la presencia étnica de mestizos e indígenas. Los datos, más en detalle, se encuentran redactados en la siguiente tabla.

Tabla 19

Situación étnica del Cantón Sigchos

Etnia	Población	Porcentaje
<i>Indígena</i>	8.947	40,77%
<i>Afroecuatoriano/a</i>	71	0,32%
<i>Afrodescendiente</i>		
<i>Negro/a</i>	3	0,01%
<i>Mulato/a</i>	97	0,44%
<i>Montubio/a</i>	810	3,69%
<i>Mestizo/a</i>	11.557	52,67%
<i>Blanco/a</i>	441	2,01%
<i>Otro/a</i>	18	0,08%
<i>Total población</i>	21.944	100%

Nota. Las etnias que se destacan mayormente en la población sigchense son la indígena y mestiza.

Adaptada de *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sigchos 2015-2065* (p.72), por GAD Municipal Sigchos, 2015.

En la etnia indígena, en el Cantón Sigchos, se pueden identificar algunas nacionalidades, de las cuales las más representativas son los Panzaleos, que se manifiestan en un 64,51% de la población indígena, y la Kichwa de la sierra con un 28,39% (GAD Municipal de Sigchos, 2015).

Factor Turístico. La planta turística presente en Sigchos se compone de establecimientos de alojamiento, de alimentación, de los sitios para diversión y de organizaciones que realizan productos artesanales (Gómez, 2014). El potencial turístico comunitario de Sigchos es muy amplio y se basa primordialmente en la capacidad de ofrecer experiencias y productos que favorezcan el

flujo de turistas en el cantón y así beneficiar el turismo sigchense (Gómez, 2014). Hay que agregar también que además de tener una comunidad emprendedora para aprovechar los recursos naturales locales, Sigchos posee varios atractivos turísticos y una diversidad de espacios territoriales que favorecerían el desarrollo turístico cantonal (Gómez, 2014).

La carencia de innovación en la oferta turística y en los emprendimientos del Cantón Sigchos ha sido la causa principal de que este destino se lo reconozca como solamente un lugar de paso, donde las personas transcurren un período de tiempo menor a un día (Guerra, 2019). Desde el punto de vista de los turistas, lo que mayormente resalta es la insuficiente entrega de información turística acerca de los atractivos y de su accesibilidad para visitarlos, y esto representa una falla ya que en el territorio sigchense existen recursos naturales típicos del páramo andino y atractivos valiosos, ubicados en diferentes espacios territoriales, que se podrían aprovechar para eventualmente realizar tours (Guerra, 2019).

Pazmiño (2019) afirma que la planta de producción del vino de mortiño hace parte de la oferta turística de Sigchos. La elaboración del innovativo vino de mortiño nace en la parroquia sigchense de Quinticusig, en el año 2010, por una iniciativa de 21 personas de la comunidad local, creado así la marca actual de vino de mortiño “El Último Inca”. La asociación, al percatarse de la importancia del mortiño para su emprendimiento, compró 30 hectáreas de páramo andino y fomentó la reforestación de plantas en ese sector (Pazmiño, 2019).

Áreas protegidas. El GAD Municipal de Sigchos (2022) describe que un gran porcentaje del territorio sigchense, exactamente el 70,33% del territorio cantonal, se encuentra bajo el cuidado de entidades que son parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que aseguran el cuidado y conexión de los ecosistemas terrestres, las principales fuentes hídricas y los recursos culturales. En la siguiente tabla se detallan las entidades que protegen las áreas naturales del Cantón Sigchos y la superficie abarcada.

Tabla 20

Territorio cantonal bajo cuidado ambiental

Nombre	Superficie	Porcentaje
<i>Reserva Ecológica Los Ilinizas</i>	61.652,8 ha	45,41%
<i>Bosque Protector Sarapullo</i>	21.293,6 ha	15,70%
<i>Bosque Protector Toachi-Pilatón</i>	10.356,6 ha	7,60%
<i>Bosque Protector Murocomba</i>	0,3 ha	0,03%
<i>Bosque Protector Río Lelia</i>	14,9 ha	1,60%
<i>Total</i>	93.318,15 ha	70,33%

Nota. Las cinco entidades mantienen 93.318,15 ha del territorio cantonal bajo cuidado ambiental.

Adaptada de *Estadísticas Cantonales*, por GAD Municipal de Sigchos, 2022.

Alojamiento. El Ministerio de Turismo del Ecuador (2021), en el Catastro nacional de Establecimientos Turísticos, detalla que existen diez establecimientos turísticos de alojamiento en Sigchos. En la siguiente tabla se especifican los establecimientos de alojamiento sigchenses.

Tabla 21

Establecimientos turísticos de alojamiento en el Cantón Sigchos

Nombre	Clasificación	Categoría
<i>San Miguel Alojamiento</i>	Hostal	1 estrella
<i>Hostal El Vaquero</i>	Hostal	1 estrella
<i>Cloud Forest</i>	Hostal	2 estrellas
<i>El Conejito</i>	Hostal	1 estrella
<i>Starlight</i>	Campamento turístico	Categoría única
<i>Dino's</i>	Hostal	1 estrella
<i>Hostería Black Sheep</i>	Hostería	3 estrellas
<i>Mama Hilda</i>	Hostal	3 estrellas
<i>Llullullama Mountain Lodge</i>	Lodge	3 estrellas
<i>San José de Sigchos</i>	Hostería	5 estrellas

Nota. Los establecimientos turísticos de alojamiento que se encuentran más numerosos son los

hostales. Adaptada de *Catastro Nacional de Establecimientos Turísticos*, por Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021.

Gastronomía. El GAD Municipal de Sigchos (2022) expresa que el mestizaje se identifica muy claramente ya que en su gastronomía resaltan notablemente los sabores, los aromas, los olores y las sazones. Los platillos y bebidas típicas del Cantón Sigchos se redactan a continuación.

Tabla 22*Platillos y bebidas típicas del Cantón Sigchos*

Platillo	Bebida
Cuy asado	Zambo de dulce
Hornado	Chicha de jora
Fritada	Colada morada
Locro de zapallo	
Locro de zambo	
Runaicho	
Locro de cuy	
Guaguas de pan	

Nota. Los platillos y las bebidas típicas del Cantón Sigchos demuestran un mestizaje en la gastronomía sigchense. Adaptada de *Gastronomía tradicional*, por GAD Municipal de Sigchos, 2022.

A lo detallado en la tabla anterior, hay que mencionar también que el Cantón Sigchos se da reconocer por ser un cantón principalmente ganadero y con una comunidad muy emprendedora (GAD Municipal de Sigchos, 2022).

Los emprendimientos presentes en el cantón son los que resaltan el nombre de Sigchos, ofertando productos innovativos y diferentes que no se encuentran en las demás provincias del Ecuador, y todo aprovechando sus materias primas locales como la leche, el mortiño, el zapallo, el cuy, el chocho, entre otros.

Transporte. El GAD Municipal de Sigchos (2022) establece que los medios de transporte posibles, a tomar en cuenta para llegar al cantón, son las cooperativas de servicio de transporte público que tienen frecuencias mayoritariamente en la mañana como Iliniza, 14 de Octubre, Reina de Sigchos, Iliniza y Nacional Saquisilí. A estas cooperativas, se pueden agregar medios de transporte diferentes como por ejemplo cualquier vehículo que tenga disponible la gente para

llegar al cantón, y camionetas específicas que realizan el traslado de las personas dentro de Sigchos y, en algunos casos, hasta afuera del territorio sigchense.

Accesibilidad. La vía principal de comunicación de Sigchos, con otros sectores del cantón y afuera de sus límites, es la vía Sigchos-Toacazo-Latacunga que mide 68 km de longitud y siendo asfaltada en gran parte (GAD Municipal de Sigchos, 2022).

Por otra parte, al interior del cantón, la ciudad de Sigchos es el punto principal del sistema vial hacia otras parroquias, donde las vías presentes son de tercer y cuarto nivel; en su mayoría de tierra (GAD Municipal de Sigchos, 2022). Los principales ejes de vía son los siguientes.

Tabla 23

Principales ejes viales dentro del Cantón Sigchos

Origen	Destino	Longitud
Sigchos	Chugchilán	23 km
Sigchos	Isinliví	18 km
Sigchos	Las Pampas	56,6 km
Sigchos	Palo Quemado	74,2 km

Nota. Existen ejes viales para llegar desde Sigchos hasta cualquier parroquia del cantón. Adaptada de *Medios de transporte*, por GAD Municipal de Sigchos, 2022.

Para concluir, las vías de acceso carrozables, de tercero a quinto nivel y mayormente de tierra, son disponibles para el 83% de las comunidades de Sigchos (GAD Municipal de Sigchos, 2022).

Atractivos Turísticos más Visitados. Los principales atractivos turísticos del Cantón Sigchos son específicamente ocho, y estos se los mencionan a continuación (GAD Municipal de Sigchos, 2021).

- La Laguna del Quilotoa
- Las Columnas de Tangan

- El Cañón del Toachi
- El Churo de Amanta
- Malqui-Machay
- Licamancha
- Los Ilinizas
- El Bosque Protector Sarapullo

Turismo comunitario. Lo que define al turismo comunitario como un factor importante es que este tipo de turismo apoya al desarrollo de la economía y del aspecto sociocultural de un sector de un país, todo esto logrando una demostración cultural y su valoración cuidada de manera positiva. Además de esto, el turismo comunitario también aporta a que la cultura de ciertos pueblos se vaya recuperando, sin perder de vista aquellas estrategias que tengan un enfoque sostenible, lo que tendrá como consecuencia un incremento en la calidad de vida de aquellos que optan acogerse a este tipo de modelo de gestión turística (Cabanilla y Garrido, 2017).

El pilar principal en el cual se debe basar el turismo comunitario es la planeación y ejecución de actividades que posean un enfoque sustentable, esto quiere decir que las comunidades que participen en este tipo de turismo puedan beneficiarse obteniendo un incremento en sus ingresos económicos, que la naturaleza sea respetada y cuidada, y que las diferentes culturas y etnias sean apoyadas con el fin de fortificar la comunidad, reavivar culturas y aportar a un progreso económico que se fundamente en la comunidad (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FETPCE, 2012).

Así también, Neudel (2015) fija al turismo comunitario como una opción que puede remplazar al turismo de masas, dado que este tipo de turismo busca lograr una alteración mínima en el ambiente y en la parte sociocultural de la comunidad que recibiría a los turistas. El turismo comunitario se lo ha identificado como una fuente de experiencias únicas y verdaderas para

quienes visiten el destino elegido, al mismo tiempo que se produce un aumento en el nivel de ingresos y en la generación de empleo en la comunidad.

Los emprendimientos a base del mortiño. Molina (2017) especifica que el fruto del mortiño es un recurso natural que posee distintas opciones de aprovechamiento que pueden representar una innovación al momento de querer elaborar un producto que no exista en el mercado local, nacional e internacional. A causa de esto, se puede establecer que el mortiño tiene el potencial idóneo para que surjan emprendimientos que procesen este fruto con el fin de obtener un resultado que genere expectativa, curiosidad y sorpresa en los potenciales clientes. La diferencia que destaca a los emprendimientos que manejan a la fruta del mortiño de una manera distinta y estratégica, para que se pueda definir que sí existe un enfoque innovativo, es la renovación de productos al agregarle un complemento que genere un valor agregado, el procesamiento de productos en nuevas categorías que no se enfoquen únicamente en lo gastronómico sino también en otros ámbitos hasta a llegar a la posible oferta de un servicio turístico que amplía el beneficio general para el cantón.

La fruta del mortiño se lo puede denominar de diferentes maneras acorde a la zona donde se encuentre, como por ejemplo en algunos países se lo identifica como la manzanilla del cerro, en otros en vez se llama arándano, y hasta en el idioma inglés se lo conoce como blueberry, entre otras denominaciones existentes alrededor del mundo que conoce este fruto (Ruiz, 2011). La posibilidad de encontrar este tipo de fruto silvestre se da principalmente en aquellas zonas de los páramos andinos donde, frecuentemente, las poblaciones, que se encuentran ahí o cerca, pueden cosechar el mortiño dada su gran presencia. Específicamente, el mortiño es un fruto que nace de una planta que posee un arbusto que se ramifica, presentando una cierta distancia entre cada rama y se pueden identificar ciertos rasgos característicos como la presencia de flores con un tono de color rosado y el follaje verde opaco (Coba et al., 2012).

La utilización de la fruta del mortiño, desde hace mucho tiempo, se presencia especialmente en las festividades relacionadas con el día de los difuntos, donde se procede a la preparación del producto más tradicional y reconocido en esta temporada que es la colada morada, mientras que, de hoy en día, en algunos casos las personas lo adquieren para consumirlo directamente o para elaborar diferentes productos alimenticios que derivan de este fruto silvestre (Albán y Marcalla, 2013).

Por otro lado, Coba et al. (2012) mencionan que el consumo de mortiño tiene varios aspectos que benefician al ser humano debido a las sustancias que la componen y sus cualidades naturales, favoreciendo así por ejemplo al sistema inmunológico, entre otros.

Todo lo mencionado anteriormente es el fundamento principal para verle al mortiño como un recurso natural de alto potencial que puede ser implementado para el desarrollo de múltiples productos nuevos donde, además de crear algo nuevo, se siguen manteniendo los excelentes valores nutricionales del fruto silvestre. Lo que no permite este progreso innovador en el Ecuador es que las personas le tienen visto a este producto como un elemento tradicional y su potencial pasa desapercibido a tal punto que las grandes cantidades que quedan en los páramos andinos se van perdiendo, marchitándose, sin tener en consideración la gran ventaja de que la fruta del mortiño se origina de manera silvestre donde las personas únicamente se dedican a su cosecha (Coba et al., 2012).

En otra perspectiva, el potencial que se ha identificado en el fruto del mortiño, a parte de la elaboración de nuevos productos comestibles, se establece en permitir un involucramiento más participativo y dinámico para aquellos turistas que no se conforman con una simple adquisición, sino que andan en la búsqueda de experiencias. Todo esto se lograría al momento de vincular al mortiño con la planificación y ejecución de actividades que favorezcan la participación de los visitantes en las diferentes etapas de creación de los productos derivados de esta fruta silvestre,

es decir que ellos puedan recolectar el fruto, observar su procesamiento y participar, en lo que sea posible y permitido, para que al concluir todo el proceso se pueda adquirir el mismo producto elaborado por ellos mismo.

Existen ciertos emprendimientos que supieron reconocer el potencial del mortiño, y por esta razón empezaron a crear diferentes productos para ellos comercializarlos. Uno de los emprendimientos que más se destacó es aquello que aprovechó la numerosa presencia de este fruto silvestre en los páramos y de sus propiedades, ósea el que llevó al mercado el vino de mortiño, que resalta el nombre de Sigchos a nivel nacional, incorporándose junto a otros licores que tienen como materia prima las frutas que se consumen en el Ecuador.

En la normativa del Ecuador NTE INEN 0374 se establece que los vinos elaborados a partir de ciertas frutas se originan gracias a todo un proceso donde este producto líquido se fermenta alcohólicamente debido a los mostos que surgen de los jugos de dichas frutas. Además del mosto, hay otros elementos que alteran a las frutas como por ejemplo el nivel de acidez y la cantidad de azúcar lo que provoca un grado de alcohol que se comprende de un 8% hasta el 18% (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2015).

Capítulo III

Resultados

Análisis de resultados

La realización del análisis de resultados se desarrolla a partir de los instrumentos de recolección de información que se han tomado en consideración previamente, que son la encuesta y la entrevista. Estos instrumentos permiten obtener los datos necesarios para llevar a cabo una evaluación real del estado turístico del Cantón Sigchos, con relación al turismo comunitario.

La información recopilada por estos instrumentos es de suma importancia para la presente investigación porque facultan los pilares principales para el desarrollo y diseño de la propuesta.

Análisis de los resultados de encuestas aplicadas a los visitantes del Cantón Sigchos

El análisis de los resultados referentes a las encuestas, en primera estancia, se basa acorde a la dimensión social y cultural de la teoría del desarrollo local territorial que se ha tomado en cuenta para esta investigación.

Las preguntas presentes en la encuesta se conforman por las categorías de carácter nominal y de escala. La categoría nominal se refleja en aquellas preguntas abiertas o cerradas, de elección única o múltiple que no tienen un orden o jerarquía numérica específica, sino que posee una naturaleza de índole cualitativa. Por otro lado, la categoría de escala es representada por aquella pregunta que tiene un valor numérico sin un orden jerárquico.

La encuesta fue aplicada a un total de 150 personas, entre turistas y excursionistas, que hayan visitado el Cantón Sigchos. Esto fue con la finalidad de analizar el turismo comunitario del Cantón desde la perspectiva de los visitantes tomando en consideración los emprendimientos del lugar que ellos conocen y principalmente de aquellos que aprovechan la fruta del mortiño para la elaboración de sus productos.

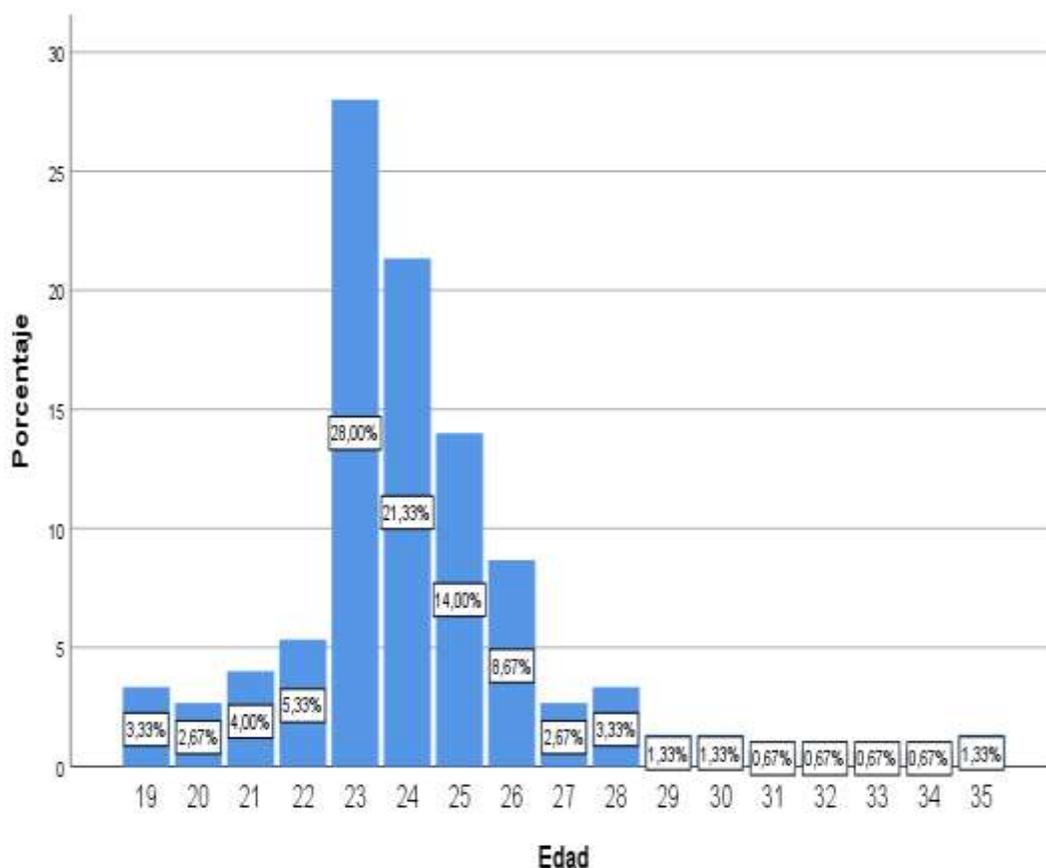
Por lo tanto, a continuación, se muestra el análisis de los resultados de las encuestas realizadas por los visitantes del Cantón Sigchos mostrando la información por medio de tablas y gráficos recabados por el programa estadístico IBM SPSS Statistics y el de agrupación de datos Google Forms.

Se añade también que, en cada pregunta, al final de cada gráfico, el análisis elaborado se compone de dos aspectos principales; la primera parte es una breve descripción de lo que se puede observar en la parte gráfica y la segunda es la conclusión de lo que se analizó.

Pregunta 1: Edad.

Figura 7

Intervalos de edad de los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su edad, 2022.

En base a los resultados obtenidos, se puede establecer que la edad de las personas que mayormente visitan el Cantón Sigchos oscila en un rango entre 19 y 35 años, siendo los turistas de 23 años quienes representan el porcentaje más alto con un 28%, seguidos por aquellos que tienen 24 años con un 21,33% y en tercer lugar se encuentran aquellos de 25 años que se manifiestan en un 14%. En cambio, los turistas que tienen más de 28 años en conjunto se reflejan en un 6,67%. En conclusión, se puede deducir que los turistas que visitan mayormente el Cantón Sigchos corresponden a un segmento juvenil.

Pregunta 2: Género.

Tabla 24

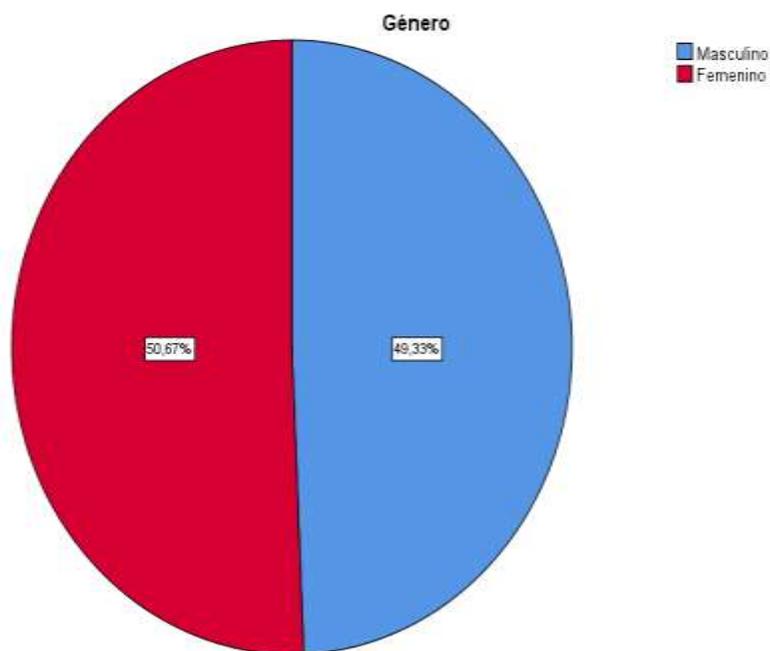
Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Masculino</i>	74	49,3%	49,3%
<i>Femenino</i>	76	50,7%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su género, 2022.

Figura 8

Género de los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su género, 2022.

En relación a los 150 encuestados, se puede observar que la mayoría de las personas que visitan el Cantón Sigchos es representada por el género femenino con un 50,67%, aunque si la diferencia con el género masculino es muy sutil por la razón de que este se manifiesta en un 49,33%. En consecuencia, se determina que ambos géneros son influyentes para el turismo comunitario del Cantón Sigchos, destacándose sutilmente el género femenino.

Pregunta 3: Lugar de residencia.

Tabla 25

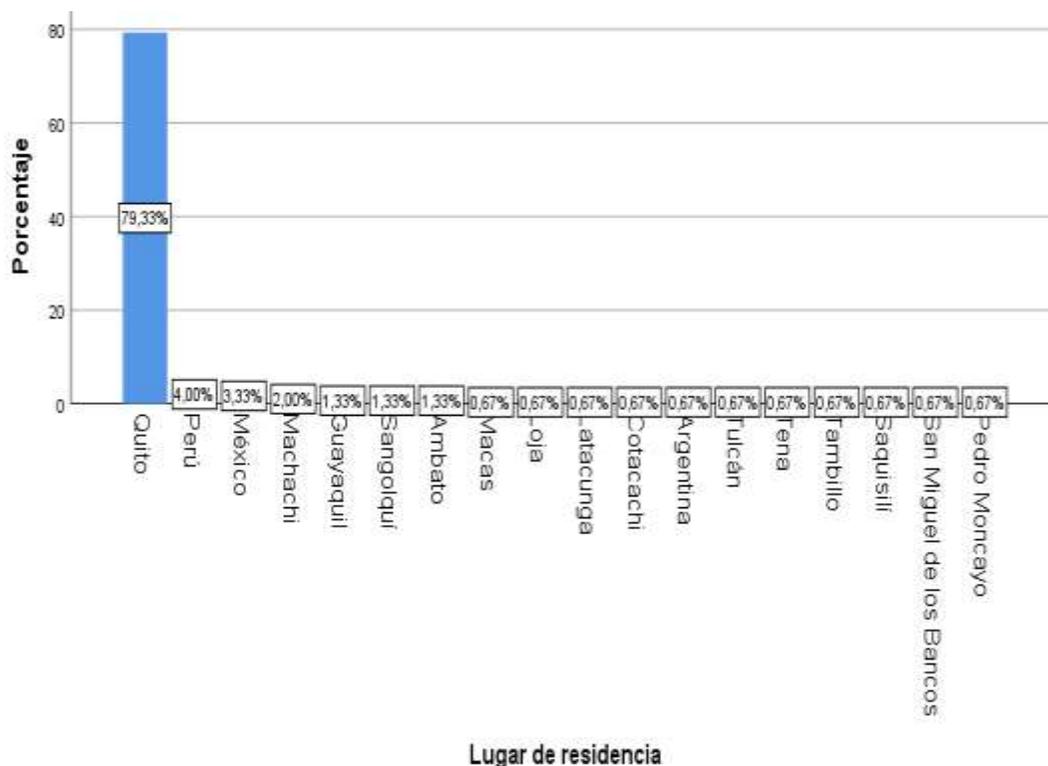
Lugar de residencia de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Quito</i>	119	79,3%	79,3%
<i>Perú</i>	6	4,0%	83,3%
<i>México</i>	5	3,3%	86,7%
<i>Machachi</i>	3	2,0%	88,7%
<i>Guayaquil</i>	2	1,3%	90,0%
<i>Sangolquí</i>	2	1,3%	91,3%
<i>Ambato</i>	2	1,3%	92,7%
<i>Macas</i>	1	0,7%	93,3%
<i>Loja</i>	1	0,7%	94,0%
<i>Latacunga</i>	1	0,7%	94,7%
<i>Cotacachi</i>	1	0,7%	95,3%
<i>Argentina</i>	1	0,7%	96,0%
<i>Tulcán</i>	1	0,7%	96,7%
<i>Tena</i>	1	0,7%	97,3%
<i>Tambillo</i>	1	0,7%	98,0%
<i>Saquisilí</i>	1	0,7%	98,7%
<i>San Miguel de los Bancos</i>	1	0,7%	99,3%
<i>Pedro Moncayo</i>	1	0,7%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su lugar de residencia, 2022.

Figura 9

Lugar de residencia de los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su lugar de residencia, 2022.

Se puede identificar que la mayor parte de la población encuestada reside en Quito ya que el 73,33% ha seleccionado esta opción. En segundo y tercer lugar, se destacan los encuestados de residencia extranjera dado el caso que el 4 % son de Perú y el 3,33% son de México. Tomando en cuenta las demás opciones expresadas por la población encuestada, se detalla que un 12,67% de las personas residen en territorio nacional; más en específico en Machachi, Guayaquil, Sangolquí, Ambato, Macas, Loja, Latacunga, Cotacachi, Tulcán, Tena, Saquisilí, San Miguel de los Bancos y Pedro Moncayo. En general, el 82% de turistas es de procedencia nacional mientras que el restante 8% es de residencia extranjera en Perú, México y Argentina. En conclusión, las personas que más visitan el Cantón Sigchos son ecuatorianos, principalmente gente de Quito, y también existe una mínima afluencia de extranjeros.

Pregunta 4: Nivel de educación.

Tabla 26

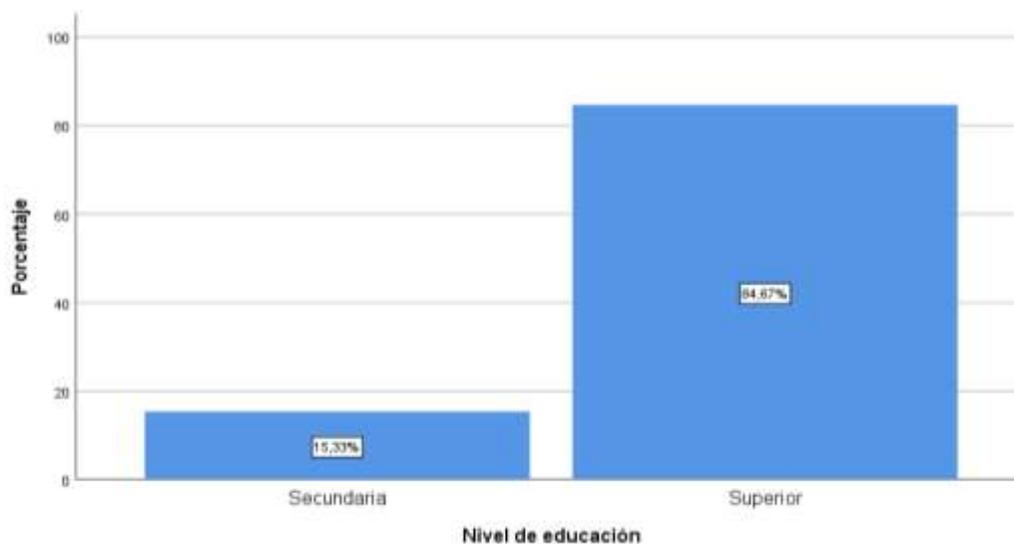
Nivel de educación de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Primaria</i>	0	0,0%	0,0%
<i>Secundaria</i>	23	15,3%	15,3%
<i>Superior</i>	127	84,7%	100,0%
<i>Postgrado</i>	0	0,0%	100,0%
<i>Otro</i>	0	0,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su nivel de educación, 2022.

Figura 10

Nivel de educación de los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su nivel de educación, 2022.

En cuanto al nivel de educación de la población encuestada, los turistas únicamente expresaron una tendencia hacia las opciones de instrucción académica secundaria y superior, con un 15,33% y un 84,67% respectivamente. En este sentido, la investigación realizada demuestra que mayormente los turistas que visitan el Cantón Sigchos cuentan con un pregrado, es decir tienen un nivel superior de preparación académica que les otorga una visión más amplia sobre los lugares que visitan e influye en su nivel de expectativas en relación al destino y a la oferta turística.

Pregunta 5: Ocupación.

Tabla 27

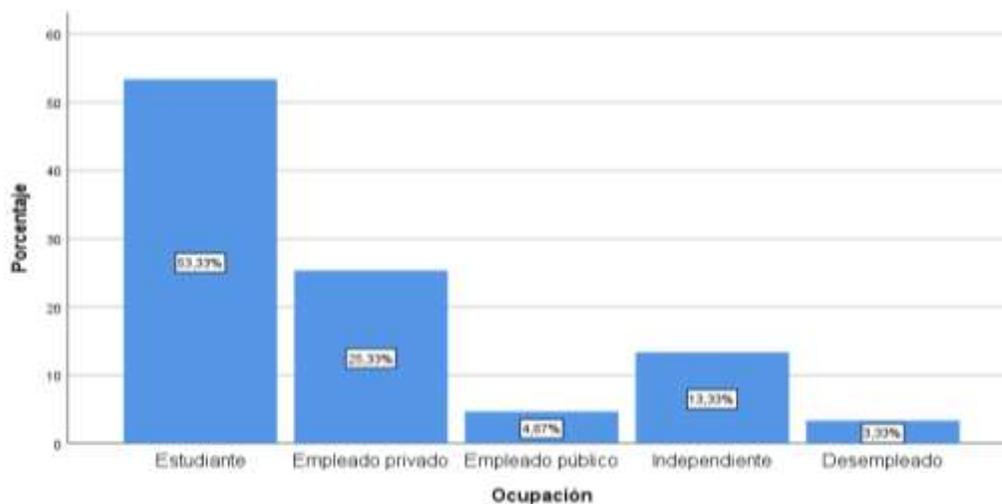
Ocupación de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Estudiante</i>	80	53,3%	53,3%
<i>Empleado privado</i>	38	25,3%	78,7%
<i>Empleado público</i>	7	4,7%	83,3%
<i>Independiente</i>	20	13,3%	96,7%
<i>Desempleado</i>	5	3,3%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su ocupación, 2022.

Figura 11

Ocupación de los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su ocupación, 2022.

Los resultados conseguidos reflejan que el 53,33% de los turistas encuestados en el cantón son estudiantes, mientras que el 43,44% posee una ocupación; específicamente el 25,33% es empleado privado, el 4,67% es empleado público y el 13,33% es independiente. Por otro aspecto, existe un 3,33% de las personas que es desempleada. A partir de esta premisa, se puede concretar que la mayor fracción de encuestados posee una estabilidad laboral personal o familiar que les permite hacer parte de la población económicamente activa y de interés para Sigchos.

Pregunta 6: Nivel de ingresos mensuales.

Tabla 28

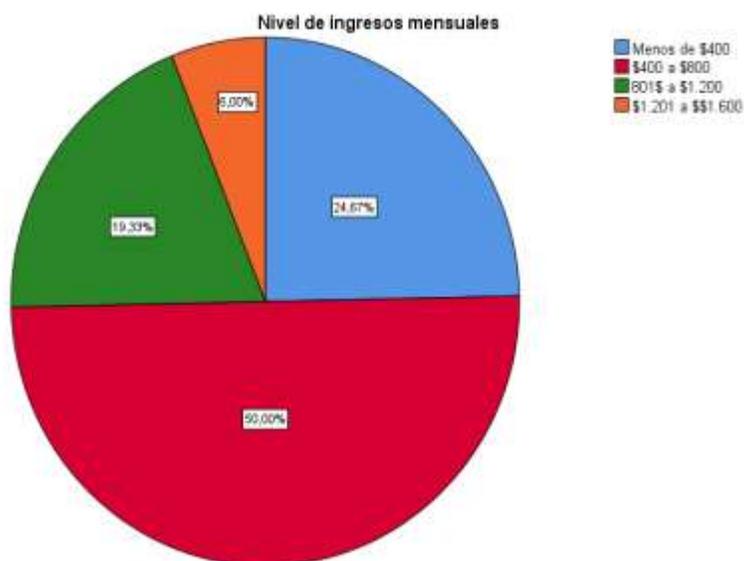
Nivel de ingresos mensuales de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Menos de \$400</i>	37	24,7%	24,7%
<i>\$400 a \$800</i>	75	50,0%	74,7%
<i>\$801 a \$1.200</i>	29	19,3%	94,0%
<i>\$1.201 a \$1.600</i>	9	6,0%	100,0%
<i>Más de \$1.600</i>	0	0,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a sus ingresos mensuales, 2022.

Figura 12

Nivel de ingresos mensuales de los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a sus ingresos mensuales, 2022.

A partir de los datos recibidos por parte de la encuesta aplicada a los turistas que visitaron el Cantón Sigchos, se puede mostrar que una gran parte de la muestra encuestada tiene un nivel de ingresos mensuales comprendido entre \$400 a \$800 ya que se lo representa en un 50%, seguido por el 24,67% de la fracción de personas que reciben menos de \$400, luego por un 19,33% de quienes reciben ingresos mensuales de \$801 a \$1.200 y finalmente los que obtienen de \$1.201

a \$1.600 se reflejan en un 6%. Esto lleva a concluir que, el 94% de la muestra encuestada tiene ingresos mensuales mayores a \$400, lo que implica a que los turistas que visitan el Cantón Sigchos si tienen capacidad para generar un gasto turístico relevante en relación a sus ingresos de nivel socioeconómico medio y medio-alto.

Pregunta 7: ¿Ha visitado alguna vez el Cantón Sigchos en la Provincia de Cotopaxi?.

Tabla 29

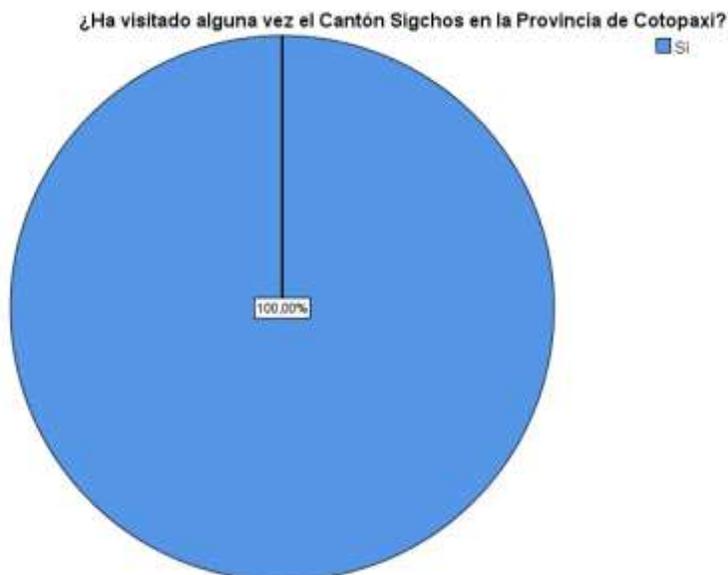
Visita de los encuestados al Cantón Sigchos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Sí</i>	150	100,0%	100,0%
<i>No</i>	0	00,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su visita, 2022.

Figura 13

Visita de los encuestados al Cantón Sigchos



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su visita, 2022.

Toda la población encuestada expresó que en un 100% ha visitado el Cantón Sigchos, expresando así que la obtención de información útil para esta investigación es de personas que estuvieron en el cantón.

Pregunta 8: ¿Cuántas veces ha viajado a este destino?.

Tabla 30

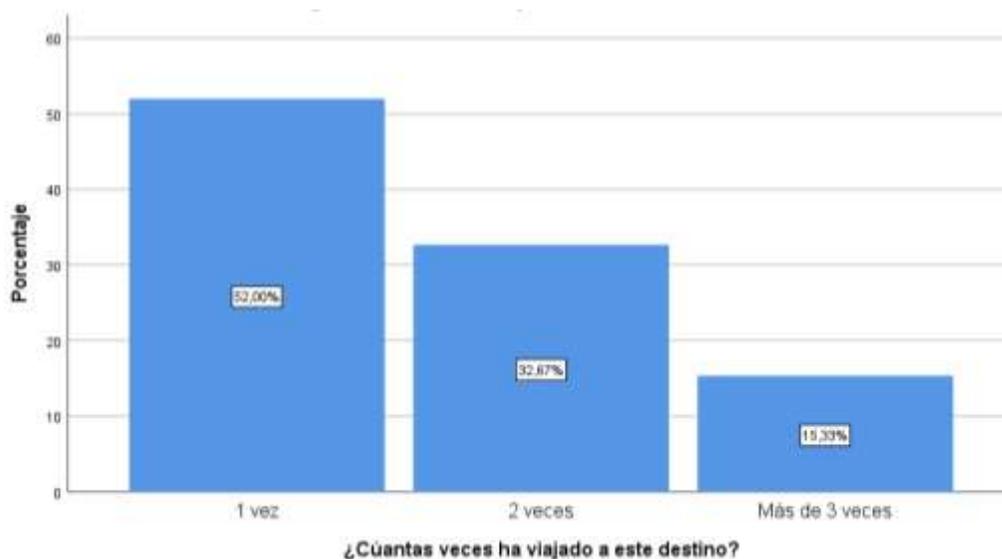
Frecuencia de visitas de los encuestados al Cantón Sigchos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>1 vez</i>	78	52,0%	52,0%
<i>2 veces</i>	49	32,7%	84,7%
<i>Más de 3 veces</i>	23	15,3%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su frecuencia de visita, 2022.

Figura 14

Frecuencia de visitas de los encuestados al Cantón Sigchos



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su frecuencia de visita, 2022.

A partir de la encuesta que se aplicó a los turistas que estuvieron en el Cantón Sigchos, se muestra que el 52% ha visitado este destino una sola vez, seguido por un 32,67% de quienes lo han visitado dos veces y un 15,33% por visitarlo más de tres veces hasta la actualidad. Esto demuestra que la población encuestada, en su gran porcentaje, visita Sigchos para conocerlo pero no tiende a volver seguido a este destino posiblemente debido a la pérdida de interés hacia la oferta turística del cantón.

Pregunta 9: ¿Cuál es el principal motivo de su visita?.

Tabla 31

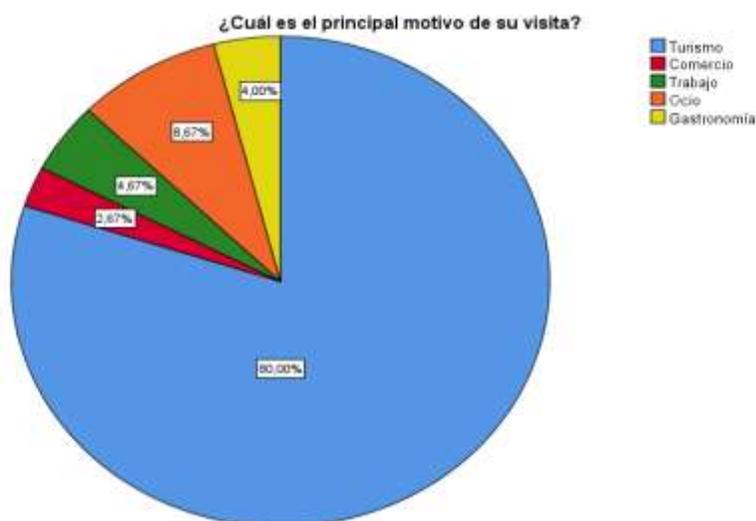
Motivo de visita de los encuestados al Cantón Sigchos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Turismo</i>	120	80,0%	80,0%
<i>Comercio</i>	4	2,7%	82,7%
<i>Trabajo</i>	7	4,7%	87,3%
<i>Ocio</i>	13	8,7%	96,0%
<i>Gastronomía</i>	6	4,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su motivo de visita, 2022.

Figura 15

Motivo de visita de los encuestados al Cantón Sigchos



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos.

En relación al motivo de visita al Cantón Sigchos, la razón que más resalta es la de turismo representando un 80%, en segundo lugar, se ubica el motivo de ocio con un 8,67% y luego por trabajo con el 4,67%. En el siguiente lugar, con una leve diferencia a la razón de trabajo, se encuentra como motivo la gastronomía con el 4% de encuestados, y el porcentaje mínimo es simbolizado por el comercio con el 2,67%. De esta manera, se puede destacar que la motivación principal de los turistas es visitar, conocer y disfrutar Sigchos en relación a su oferta turística.

Pregunta 10: ¿Con quién realizó la visita al destino?.

Tabla 32

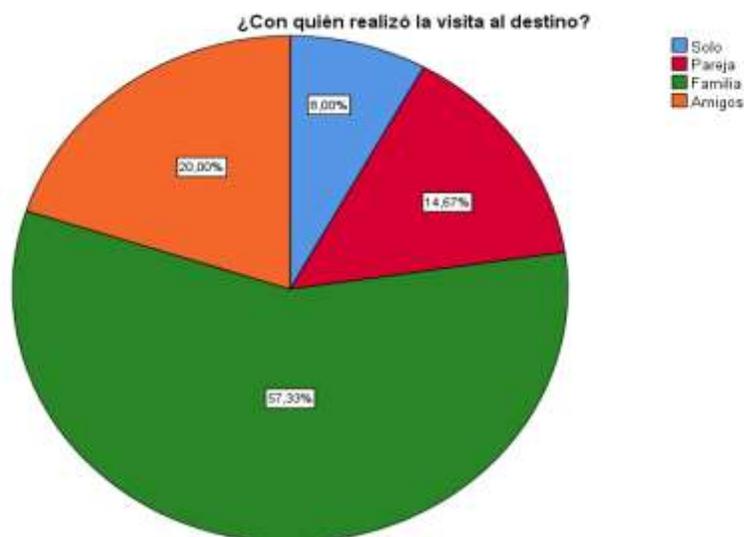
Compañía de los encuestados al visitar el Cantón Sigchos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Solo</i>	12	8,0%	8,0%
<i>Pareja</i>	22	14,7%	22,7%
<i>Familia</i>	86	57,3%	80,0%
<i>Amigos</i>	30	20,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su compañía al visitar, 2022.

Figura 16

Compañía de los encuestados al visitar el Cantón Sigchos



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su compañía al visitar, 2022.

Del total de las personas encuestadas, un 57,33% visitaron Sigchos junto a su familia, un 20% lo han hecho acompañados de sus amigos, seguido de un 14,67% que lo visitaron en pareja y por último un 8% lo han hecho solos. Como resultado se puede inferir que la mayor parte de las personas encuestadas prefieren visitar el lugar acompañados de su familia, seguido de grupos de amigos para disfrutar de la visita en Sigchos. En consecuencia a esto, también se puede detallar

que la afluencia de turistas que visitan el Cantón Sigchos es principalmente de grupos de personas de mayor o menor tamaño.

Pregunta 11: ¿Cuánto tiempo permaneció en el lugar?.

Tabla 33

Tiempo de permanencia de los encuestados en el Cantón Sigchos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Menos de 1 día</i>	84	56,0%	56,0%
<i>2 días, 1 noche</i>	54	36,0%	92,0%
<i>Más de 3 días</i>	12	8,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos de su tiempo de permanencia, 2022.

Figura 17

Tiempo de permanencia de los encuestados en el Cantón Sigchos



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos de su tiempo de permanencia, 2022.

El análisis de los datos señala que el 56% de las personas encuestadas permanecen en el lugar menos de un día, el 36% pernoctan por una noche en el Cantón Sigchos y un 8 % se quedan por más de 3 días. En conclusión, existe un 44% que si pernoctan en el lugar, pero es claro que más del 50% de personas que visitan el Cantón Sigchos solo van de paso, ya que no les atrae el quedarse en el lugar a pernoctar. La estancia de menos de 24 horas de los turistas en Sigchos

posiblemente se debe a la escasa diversificación de oferta turística del destino que no influye lo necesario en las personas para que deseen pasar más tiempo aquí.

Pregunta 12: ¿Ha escuchado hablar del turismo comunitario?.

Tabla 34

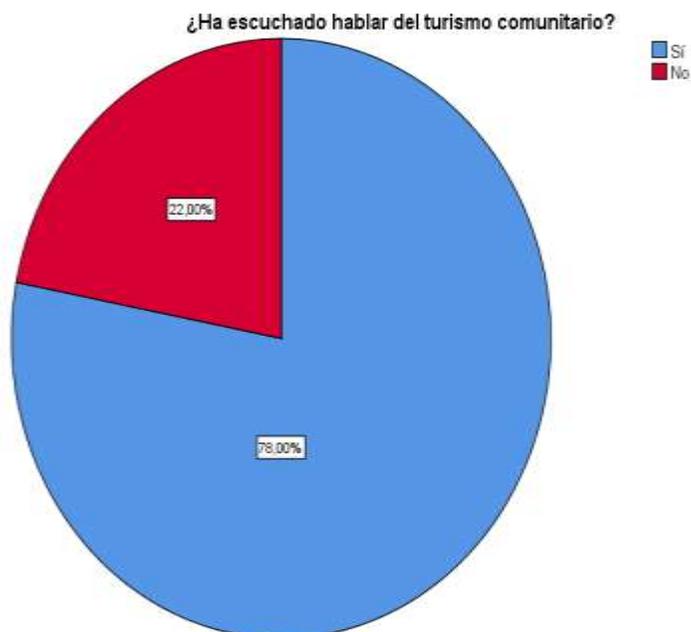
Conocimiento del turismo comunitario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Sí</i>	117	78,0%	78,0%
<i>No</i>	33	22,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a turismo comunitario, 2022.

Figura 18

Conocimiento del turismo comunitario



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a turismo comunitario, 2022.

Los datos indican que el 78% de la población encuestada han oído hablar del turismo comunitario, mientras que el restante 22% no. De esta manera, se puede destacar que la mayor parte de los encuestados tienen idea acerca de todo lo que engloba el turismo comunitario.

Pregunta 13: ¿Usted conoce o ha escuchado que se realiza turismo comunitario en el Cantón Sigchos?.

Tabla 35

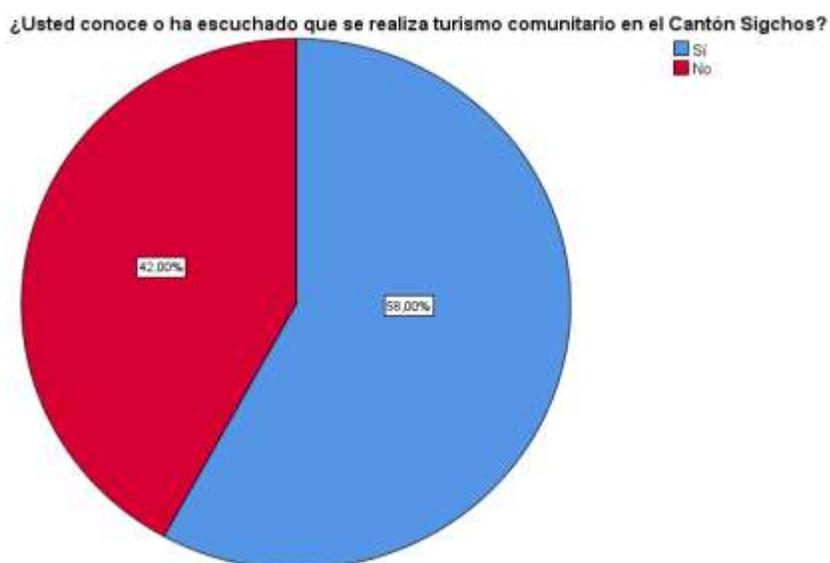
Conocimiento de la realización de turismo comunitario en el Cantón Sigchos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Sí</i>	87	58,0%	58,0%
<i>No</i>	63	42,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a turismo en Sigchos, 2022.

Figura 19

Conocimiento de la realización de turismo comunitario en el Cantón Sigchos



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a turismo en Sigchos, 2022.

Los datos indican que el 58% de encuestados están al tanto de que se realiza turismo comunitario en el Cantón Sigchos, mientras que el otro 42% no están enterados de la realización de este tipo de turismo en este destino. De manera que, se puede establecer que gran parte de las personas encuestadas conocen la oferta turística del Cantón Sigchos con referencia al turismo comunitario, pero existe un porcentaje considerable de encuestados que no, lo que da a entender

en consecuencia que la insuficiente promoción y diversificación de la oferta de Sigchos no le permite darse a conocer más.

Pregunta 14: ¿Las actividades de turismo comunitario en el Cantón Sigchos satisfacen su participación activa en la comunidad?.

Tabla 36

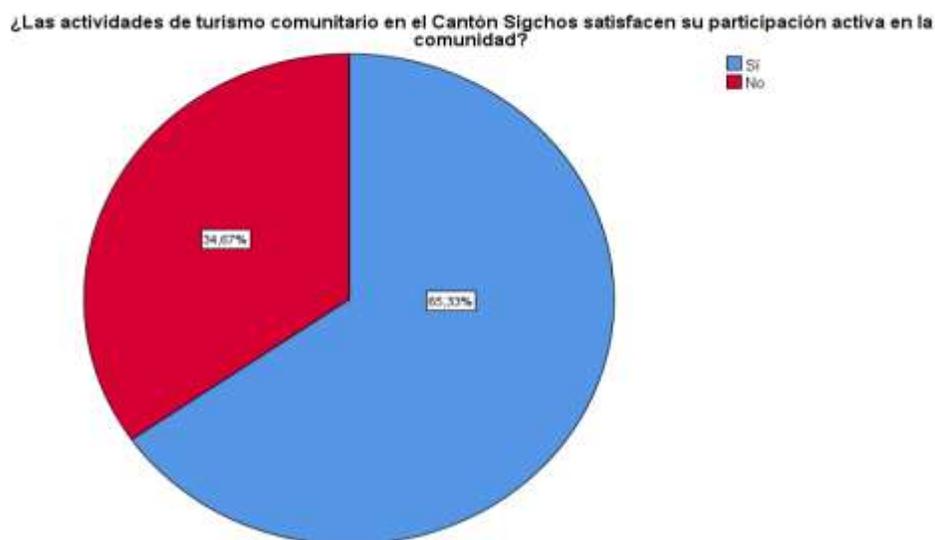
Satisfacción de los encuestados en la participación activa en las actividades de turismo comunitario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Sí</i>	98	65,3%	65,3%
<i>No</i>	52	34,7%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su participación, 2022.

Figura 20

Satisfacción de los encuestados en la participación activa en las actividades de turismo comunitario



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a su participación, 2022.

Del total de los encuestados, un 65,33% han expresado que sí están satisfechos con la participación activa en las actividades de turismo comunitario que ofrece el Cantón Sigchos, mientras que el 34,67% mencionó que no lo están. En consecuencia a estos resultados, se puede resumir que las personas que han visitado el Cantón Sigchos les agrada participar directamente en

las actividades de la comunidad, pero la escasa diversificación de actividades o únicamente el solo vender productos ya elaborados por parte de los emprendimientos son la causa para que exista un porcentaje evidente de turistas que no terminan satisfechos con sus visitas.

Pregunta 15: ¿Usted conoce qué tipo de emprendimientos se realizan en el Cantón

Sigchos?

Tabla 37

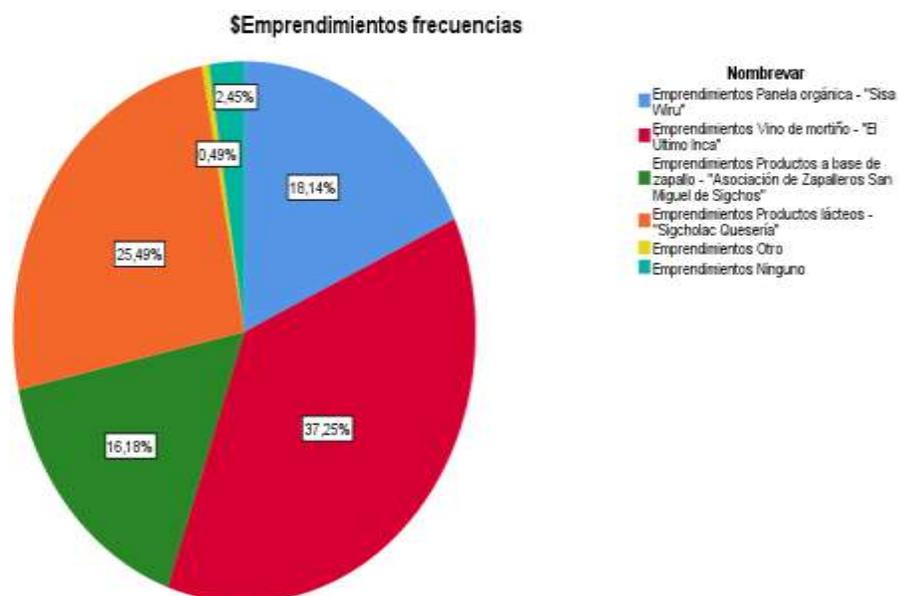
Conocimiento de los encuestados acerca de los emprendimientos en el Cantón Sigchos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de casos
Panela orgánica - "Sisa Wiru"	37	18,1%	24,8%
Vino de mortiño - "El Último Inca"	76	37,3%	51,0%
Productos a base de zapallo - "Asociación de Zapalleros San Miguel de Sigchos"	33	16,2%	22,1%
Productos lácteos - "Sigcholac Quesería"	52	25,5%	34,9%
Otros	1	0,5%	0,7%
Ninguno	5	2,5%	3,4%
Total	204	100,0%	136,9%

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a los emprendimientos, 2022.

Figura 21

Conocimiento de los encuestados acerca de los emprendimientos en el Cantón Sigchos



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a los emprendimientos, 2022.

Tomando en consideración los resultados recabados, el emprendimiento más conocido por los encuestados con un 37,25% es el vino de mortiño "El Último Inca", le siguen los productos de "Sigcholac Quesería" con un 25,49%, luego con un 18,14% la panela orgánica "Sisa Wiru", después están los productos de la "Asociación de Zapalleros San Miguel de Sigchos" con un 16,18%, mientras que el 0,49% conoce a otros tipos de emprendimientos en Sigchos.

Recapitulando, el 97,55% de las personas encuestadas conocen uno o más emprendimientos de Sigchos, pero existe un leve 2,45% que no conoce a ninguno. En conclusión, los emprendimientos sigchenses, en un gran porcentaje, se dan a conocer y quedan en la memoria de las personas que visitan este destino, sea por sus productos que por la buena experiencia ofrecida.

Pregunta 16: ¿Usted conoce la fruta del mortiño?.

Tabla 38

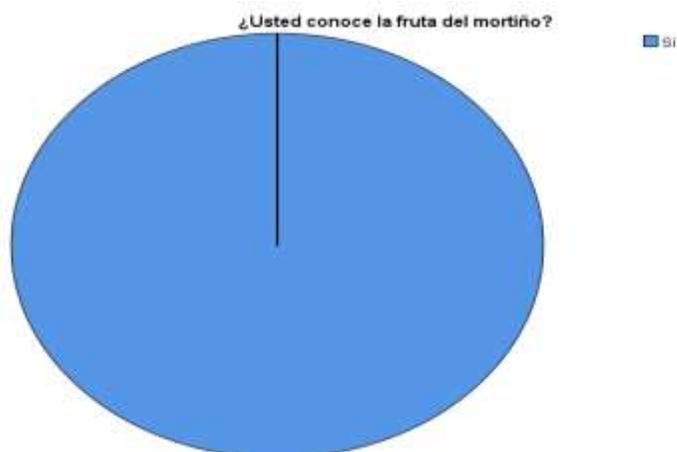
Conocimiento del encuestado sobre la fruta del mortiño

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Sí</i>	150	100,0%	100,0%
<i>No</i>	0	00,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación al mortiño, 2022.

Figura 22

Conocimiento del encuestado sobre la fruta del mortiño



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación al mortiño, 2022.

Toda la población encuestada expresó de manera unánime, en un 100%, que sí conocen la fruta del mortiño. De manera que, la fruta del mortiño es conocida por todos los visitantes por experiencias previas o en Sigchos mismo, dado que esta fruta se resalta mucho en este cantón.

Pregunta 17: ¿Ha degustado algún producto hecho a base de mortiño?

Tabla 39

Degustación de los encuestados de productos hechos a base de mortiño

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Sí</i>	150	100,0%	100,0%
<i>No</i>	0	00,0%	100,0%
<i>Total</i>	150	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a productos de mortiño, 2022.

Figura 23

Degustación de los encuestados de productos hechos a base de mortiño



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a productos de mortiño, 2022.

El 100% de la población encuestada mencionó que sí han degustado algún producto hecho a base de mortiño. En síntesis, todos los encuestados han degustado algún producto hecho a base de mortiño, sea al momento de estar en el Cantón Sigchos, en otros lugares previamente visitados o por experiencia personal en sus hogares.

Pregunta 18: ¿Qué productos ha degustado a base de mortiño?.

Tabla 40

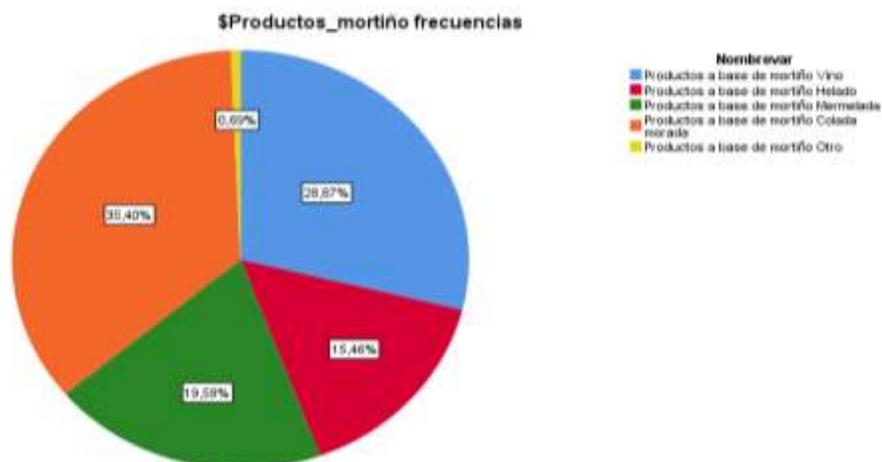
Productos a base de mortiño degustados por los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de casos
Vino	84	28,9%	56,0%
Helado	45	15,5%	30,0%
Mermelada	57	19,6%	38,0%
Colada morada	103	35,4%	68,7%
Otro	2	0,7%	1,3%
Total	291	100,0%	194,0%

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a productos de mortiño, 2022.

Figura 24

Productos a base de mortiño degustados por los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a productos de mortiño, 2022.

Los resultados muestran que, el producto a base de mortiño más degustado es la colada morada con el 35,40%, le sigue el vino con un 28,87%, después está la mermelada con un 19,59%, luego con un 15,46% está el helado y el restante 0,69% es representado por otros productos. En conclusión, toda la muestra ha probado uno o más productos hechos a base de mortiño, entre los principales están la colada morada que se la consume de tradicionalmente en las celebraciones del día de los difuntos, y el vino que ha sido un producto innovador de Sigchos que logró posicionarse al cantón en las mentes de las personas. Además, esta nueva tendencia del vino de mortiño y la

tradicional colada morada reflejan el aprecio de las personas hacia el consumo del mortiño en nuevos productos que ofrecen los emprendimientos, sin necesidad de esperar fechas específicas para poder probarlos y/o prepararlos.

Pregunta 19: ¿Qué nuevos productos a base de mortiño le gustaría probar y/o preparar?.

Tabla 41

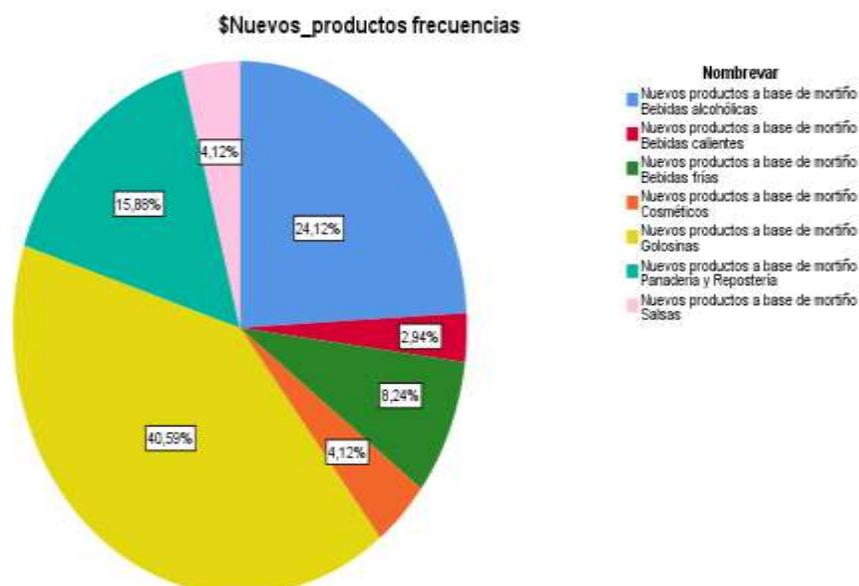
Nuevos productos a base de mortiño de agrado para los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de casos
<i>Bebidas alcohólicas</i>	41	24,1%	27,3%
<i>Bebidas calientes</i>	5	2,9%	3,3%
<i>Bebidas frías</i>	14	8,2%	9,3%
<i>Cosméticos</i>	7	4,1%	48,7%
<i>Golosinas</i>	69	40,6%	46,0%
<i>Panadería y Repostería</i>	27	15,9%	18,0%
<i>Salsas</i>	7	4,1%	4,7%
<i>Total</i>	170	100,0%	113,3%

Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a nuevos productos, 2022.

Figura 25

Nuevos productos a base de mortiño de agrado para los encuestados



Nota. Encuesta aplicada a turistas del Cantón Sigchos con relación a nuevos productos, 2022.

Dentro de los nuevos productos a base de mortiño que los encuestados citaron que quisieran probar y/o preparar, se tiene que el 40,59% desearían golosinas, más en específico se mencionaron opciones de preferencia que fueron las siguientes: algodón de azúcar, caramelos, chocolates, cremas, espumilla, dulces, ensalada de frutas, frutos secos, gelatina, granizados, helado, jarabe, manjar, melcochas saborizadas y mermelada.

El siguiente 24,12% expresó un mayor aprecio hacia las bebidas alcohólicas, las cuales se nombraron la cerveza, los cocteles, el vino y el aguardiente. El otro 15,88% preferiría productos de panadería y repostería como bizcochos, galletas, pan, pancakes, pasteles, pie, pudín, tortas, mousse y postres, pero para esta categoría no únicamente se han mencionado productos para elaborar y consumir sino también el aprecio de una esencia y/o colorante de mortiño para usar en pastelería y repostería.

Un 8,24% se inclinó más para las bebidas frías como batidos, jugos y yogurts. El 4,12% tuvo como preferencia a productos cosméticos como productos de belleza, crema para la piel, exfoliantes, jabones y perfumes. Igualmente, otro 4,12% fue más propenso hacia las salsas; salsas dulces y salsas para carnes. Por último, un 2,94% tuvieron un mayor agrado para las bebidas calientes como café e infusiones.

En conclusión, las personas tienen un elevado interés por probar y/o preparar nuevos productos que se podrían elaborar a base del mortiño siempre que sean innovadores y diferentes a los productos que ya existen.

En consecuencia a estos resultados, se puede establecer que los turistas mayormente tienden a querer una participación activa en el Cantón Sigchos para la realización de actividades, la degustación y/o preparación de productos nuevos de los emprendimientos existentes.

Análisis de resultados de entrevista realizada al Gobierno Autónomo Descentralizado Sigchos

Después de haber realizado una entrevista al Sr. Alcalde del Cantón Sigchos, el Dr. Hugo Arguello, se pudo elaborar la siguiente tabla con los análisis de las respuestas otorgadas por cada una de las preguntas realizadas y temas tratados. La entrevista completa, realizada al Sr. Alcalde, se encuentra redactada en el Apéndice 4.

Tabla 42

Análisis de la entrevista al Alcalde del Cantón Sigchos

Pregunta	Análisis
<i>¿Cómo se encuentra el turismo comunitario en la actualidad?</i>	El turismo comunitario tiene presencia en el Cantón Sigchos, más se concentra en el sector de la parroquia Chugchilán. El turismo comunitario se lo ha identificado como un potencial de interés para el cantón y, por esto, la municipalidad ha apoyado a la comunidad con algunos proyectos ya entregados, otros están en progreso y otros planeados para el futuro, como por ejemplo la casa-hotel, los senderos, la infraestructura turística, la señalética turística y los huertos familiares. El objetivo de crecimiento para el turismo comunitario es captar a los turistas en los hogares de la comunidad, pero falta promoción y capacitación.
<i>¿Se ofrecen capacitaciones a la comunidad acerca del turismo?</i>	Sí se han realizado capacitaciones a la comunidad acerca del turismo, pero falta aún que la gente local se involucre más y sea más motivada a ver la actividad turística como una alternativa de ingreso económico.
<i>¿El GAD cómo apoya a los emprendimientos locales?</i>	El GAD apoyó, y sigue apoyando, a los emprendimientos locales sigchenses a través de la elaboración de proyectos y capacitaciones, pero este apoyo es limitado a causa de la escasa motivación de la comunidad.
<i>¿Existen o se han planeado proyectos comunitarios de participación turística?</i>	Existen proyectos que se han ya entregado, otros están en desarrollo y otros que se han planeado hacer, pero los pobladores no aceptaron algunos porque prefirieron solicitar el asfaltado del carretero. Esto resume a que, falta más motivación de la gente para verle al turismo como una fuente de ingreso y así participar.

Pregunta	Análisis
<i>¿El Ministerio de Turismo interviene en los proyectos de turismo comunitario en la comunidad?</i>	El MINTUR interviene en los proyectos de turismo comunitario mediante la oferta ocasional y posible de créditos subsidiados para la construcción de infraestructura turística.
<i>¿Cómo se puede potenciar el turismo comunitario en el Cantón Sigchos?</i>	El turismo comunitario puede ser potenciado, primeramente, motivando a la gente, luego incentivando a la comunidad a mantener su cultura en todos los aspectos que la componen y, por último, ofreciendo capacitaciones permanentes para formar un nuevo talento humano y tener una comunidad más segura con respecto al turismo.
<i>Información secundaria</i>	Los emprendimientos y la seguridad son unos elementos esenciales para el desarrollo de la actividad turística en el Cantón Sigchos porque son fuentes innovativas, de confianza y de respeto para el turista. El apoyo a los productos nuevos en el cantón se refleja en el número de emprendimientos existentes en el territorio sigchense, como por ejemplo el del vino de mortiño, del chocho, de la panela, del zapallo, de la posible siembra de plantas medicinales para té en huertos familiares de zonas de pobreza. En total, las categorías de emprendimientos que más se destacan son: dos de vinos de mortiño, una microempresa de zapallo, dos empresas de panela, una de chocho, una de chocolate, una de chorizo de cuy, y otras más pequeñas de artesanías en madera y muebles tallados.

Nota. Entrevista realizada al Sr. Alcalde del Cantón Sigchos, Dr. Hugo Arguello, 2022.

Análisis de resultados de las entrevistas realizadas a los emprendimientos del Cantón Sigchos

Los resultados que se lograron obtener, en este apartado, fueron gracia a las entrevistas realizadas a los emprendimientos del Cantón Sigchos, específicamente a siete emprendimientos que ofertan productos propios e innovativos que lograron alcanzar el reconocimiento por su novedad en su cantón, en el Ecuador y, en algunos casos, hasta a nivel internacional.

A continuación, se exponen los análisis de los resultados conseguidos por las entrevistas, a través de tablas donde se resume la información de cada emprendimiento con relación a cada una de las preguntas efectuadas.

Emprendimiento del “Choricuy”. Después de haber realizado una entrevista al Sr. Klever Casillas, el encargado de la Granja Yuncusig y gerente del asadero-restaurante “Llama Roja”, se pudo elaborar la siguiente tabla con los análisis de las respuestas otorgadas por cada una de las preguntas realizadas y temas tratados. La entrevista completa se encuentra redactada en el Apéndice 5.

Tabla 43

Análisis de la entrevista al emprendimiento del “Choricuy”

Pregunta	Análisis
<i>¿De qué se trata su emprendimiento?</i>	El emprendimiento se basa en la producción de la crianza de cuyes, la industrialización y comercialización de su carne.
<i>¿Cómo surgió la idea para crear su emprendimiento?</i>	La iniciativa nace al saber que los cuyes son los animales que más partos por año dan y tienen una excelente carne. Al buscar un producto de consumo alternativo, por medio de una crianza más técnica y después de 15 meses de ensayos, nace y se establece el chorizo de cuy.
<i>¿Cuál es la visión de crecimiento en años futuros?</i>	Para estar al paso con la evolución mundial hacia la industrialización, se logró modificar y mejorar la presentación de la carne de cuy en diferentes aspectos y manteniéndola en empaques al vacío. Actualmente, a pesar de ser una carne un poco cara, se ha identificado que se direcciona principalmente para la clase media para arriba, con una acogida a nivel nacional y en otros países. Este producto sí tiene futuro, pero para elevar el volumen de producción se necesita inversión en infraestructura y equipamientos.
<i>¿Cuál es el proceso y tiempo de creación en la elaboración del producto?</i>	El proceso se resume en crianza, industrialización y comercialización del producto. El tiempo correspondiente a este proceso depende del volumen que se necesita hacer y no es mucho porque el volumen de producción de carne se encuentra estandarizado en sacarla poco a poco.

Pregunta	Análisis
<i>¿Usted estaría de acuerdo en que los turistas sean parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados?</i>	Se han identificado y agrupado los turistas en categorías con relación a su nivel de consumo; la categoría uno, la dos y la tres. Esta relación se evidencia en que los pocos turistas de categoría tres son los que mayor consumen y les interesa poco los procesos, mientras que los de categoría uno y dos son muy activos al querer participar, pero no consumen. Sí se aceptan a turistas que deseen participar en los procesos, siempre que estos permitan obtener un ingreso económico que favorezca el estado de equilibrio del emprendimiento en cuanto a ofertas, consumos e ingresos.
<i>¿Cuál es el nivel de ingresos del emprendimiento en general?</i>	Mensualmente, si una sola persona se dedica a la producción, venta y haciendo todo el trabajo, además, ocupando el 40% de su tiempo, se pueden ganar unos \$300-\$400 más un 20% o 30% por margen de utilidad de ventas. No se ha podido ocupar al 100% el tiempo de una persona porque el consumo del producto no es frecuente, sino más se oferta en festividades, eventos, días feriados, bajo pedido y para el restaurante.
<i>¿El emprendimiento realizado sí es rentable?</i>	Tomando en cuenta el costo de producción, el volumen programado y el margen de utilidad, se puede establecer un precio justo y que permite la rentabilidad del emprendimiento.

Nota. Entrevista realizada al Sr. Klever Casillas, encargado de la Granja Yuncusig, 2022.

Emprendimiento de “Sigcholac Quesería”. Luego de haber entrevistado al Sr. Klever Usuña, el representante legal y administrador de “Sigcholac Quesería”, se pudo crear la siguiente tabla con los análisis de las respuestas entregadas por cada una de las preguntas realizadas y temas tratados. La entrevista completa se encuentra redactada en el Apéndice 6.

Tabla 44

Análisis de la entrevista al emprendimiento “Sigcholac Quesería”

Pregunta	Análisis
<i>¿De qué se trata su emprendimiento?</i>	El emprendimiento se encarga de la recepción, almacenamiento, comercialización de materia de leche cruda y así, también, en el procesamiento de la leche para la creación de productos derivados de la leche.

Pregunta	Análisis
<i>¿Cómo surgió la idea para crear su emprendimiento?</i>	<p>La idea principal del emprendimiento es beneficiar al pequeño y mediano productor.</p> <p>Al inicio, Sigcholac nació con la idea de procesar la leche y de producir derivados de la leche, pero actualmente, se tienen nuevas ideas para sacar más los productos al mercado.</p>
<i>¿Cuál es la visión de crecimiento en años futuros?</i>	<p>El emprendimiento, antes, se estancó en tratar únicamente de comprar y vender leche, actualmente, se basa en el procesamiento de leche y lo que es la comercialización de productos derivados de la leche. El objetivo y la visión de la nueva administración es comenzar, primeramente, a buscar y posicionar sus productos dentro del mercado de Sigchos, y posteriormente alcanzar y comercializar en los demás cantones de la provincia de Cotopaxi. Todo esto a través de la promoción e incentivo del consumo de sus productos. Luego, se quiere iniciar a trabajar con nuevas líneas de producción, gracias al apoyo o financiamiento de ciertas instituciones.</p>
<i>¿Cuál es el proceso y tiempo de creación en la elaboración del producto?</i>	<p>El proceso de los productos se basa en la recepción, almacenamiento, procesamiento y comercialización de la leche para la creación de productos lácteos.</p> <p>En el emprendimiento trabajan tres personas, las cuales dos se dedican mayormente a los procesos. Para una producción de 1000 litros de leche o un queso, con la maquinaria que tienen, se tardan alrededor de un día mientras que, al siguiente día, se realiza el envasado y empaquetado de los productos; un total de dos días en el proceso de transformación de la materia prima en un producto ya elaborado para la venta al público.</p>
<i>¿Usted estaría de acuerdo en que los turistas sean parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados?</i>	<p>El emprendedor estaría muy animado a recibir turistas en la planta y que, estos participen en el proceso completo de creación de sus productos para que tengan una experiencia más vivencial. Además, se estaría dispuestos a adecuarse en equipos y capacitaciones para recibir a los turistas de la mejor manera. La voluntad de hacer partícipe a los visitantes del cantón por parte de Sigcholac, y otros emprendimientos, es tanta que se ha ideado establecer una ruta de visita a estos proyectos.</p>

Pregunta	Análisis
<i>¿Cuál es el nivel de ingresos del emprendimiento en general?</i>	En el año 2021, de acuerdo con la entrega de los balances, se obtuvieron ventas de alrededor de \$505.000, pero las utilidades fueron de un poco más de \$1.000, entonces se demostraría una inexistencia de viabilidad del proyecto. Pero, en la actualidad, se están ideando formas para alcanzar una estabilidad económica por medio de la venta a empresas de vario tamaño, el manejo apropiado y coordinado de deudas pendientes por pagar y de las cuentas grandes por cobrar.
<i>¿El emprendimiento realizado sí es rentable?</i>	A causa de la falta de resultados, la administración anterior fue destituida, después de haber estado al frente por más de 14 años. A pesar de esta etapa negativa, la nueva administración, por medio de ciertas estrategias, se pudo dar cuenta que el emprendimiento sí es rentable gracias al costo bajo de producción de leche y quesos ya que, por esta razón, existen varias pequeñas queseras.

Nota. Entrevista realizada al Sr. Klever Usuño, representante legal y administrador de “Sigcholac Quesería”, 2022.

Emprendimiento de “Sisacha Chocolate Orgánico”. Posteriormente a la entrevista realizada al Sr. Javier Sigcha, gerente general y creador de “Sisacha Chocolate Orgánico”, se elaboró la siguiente tabla con los análisis de las respuestas entregadas por cada una de las preguntas realizadas y temas tratados. La entrevista completa se encuentra redactada en el Apéndice 7.

Tabla 45

Análisis de la entrevista al emprendimiento “Sisacha Chocolate Orgánico”

Pregunta	Análisis
<i>¿De qué se trata su emprendimiento?</i>	El emprendimiento elabora chocolates hechos con un relleno a base de jalea de mortiño deshidratado y bombones rellenos de jalea de mortiño o de jalea de zapallo.
<i>¿Cómo surgió la idea para crear su emprendimiento?</i>	El emprendedor, al laborar en la planta productora de vino el “Último Inca”, vio potencial en el mortiño. Aquí, él experimentó con varios productos hasta que, tres días antes del primer festival del mortiño de Sigchos, hizo chocolates con mortiño y los llevó al festival, los cuales tuvieron una muy buena acogida.

Pregunta	Análisis
<i>¿Cuál es la visión de crecimiento en años futuros?</i>	La visión de crecimiento hacia el futuro sería de que el producto tenga una mayor acogida por las personas. Se tiene confianza en que el futuro de crecimiento del emprendimiento será muy bueno, pero existe la necesidad de mayores recursos económicos para la posible adquisición de maquinaria apta y evolucionar la epata artesanal del emprendimiento.
<i>¿Cuál es el proceso y tiempo de creación en la elaboración del producto?</i>	El proceso es un poco complicado, ya que el chocolate se maneja con un temperado de tres capas de cristalización y toca manejar una variación de temperaturas; primero toca subir hasta el 50% o 45%, dependiendo del chocolate, luego toca reducir al 27% y 28%, y después volver a subir a 32%. Las 12 barritas de 50 g cada una, aproximadamente, se realizan en 2 horas.
<i>¿Usted estaría de acuerdo en que los turistas sean parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados?</i>	El gerente del emprendimiento sí estaría dispuesto a que los turistas visiten y realicen el proceso de elaboración de las barritas y los bombones de chocolate. El gerente estaría encantando de compartir los procesos con los turistas, por la razón que, estas participaciones representarían un cierto ingreso económico adicional para el emprendimiento, además de las ventas de los productos.
<i>¿Cuál es el nivel de ingresos del emprendimiento en general?</i>	El registro de los ingresos económicos no se maneja mensualmente, sino por las series de salidas por ferias y entregas de productos a la empresa “El Último Inca”. El ingreso mínimo del emprendimiento es de \$200 por una feria de 3-4 horas, y lo más alto es de \$250-\$300. El precio ya comprende el margen de utilidad y el costo de producción.
<i>¿El emprendimiento realizado sí es rentable?</i>	Sí, el emprendimiento es rentable siempre y cuando haya constancia, dedicación y trazando las trayectorias empresariales hacia el futuro. Por el momento, los productos se los realizan artesanalmente porque las máquinas para la elaboración del chocolate no son tan económicas. El gerente planea capacitarse más en el ámbito de la chocolatería ya que, hasta la actualidad, los productos fueron elaborados en base a su intuición e investigación sobre el comportamiento del chocolate y su manejo.

Nota. Entrevista realizada al Sr. Javier Sigcha, gerente general de “Sisacha Chocolate Orgánico”, 2022.

Emprendimiento de “Grandes Foods Planta de chochos”. Luego de haber entrevistado a la Ing. Yelitza Patiño, la gerente de calidad de “Grandes Foods Planta de chochos”, se pudo realizar la siguiente tabla, analizando las respuestas recibidas por cada una de las preguntas realizadas y temas tratados. La entrevista completa se encuentra redactada en el Apéndice 8.

Tabla 46

Análisis de la entrevista al emprendimiento “Grandes Foods Planta de chochos”

Pregunta	Análisis
<i>¿De qué se trata su emprendimiento?</i>	Grandes Foods logró progresar desde un emprendimiento hasta volverse, en la actualidad, un negocio bastante grande, ya muy bien estructurado en el Cantón Sigchos, posiblemente siendo el principal exportador de productos a base de chochos en el Ecuador. La planta de procesamiento de chochos se encarga del proceso de producción de productos a base de chochos frescos, ofreciendo snacks de chocho deshidratado que permite mantener las condiciones y los parámetros nutricionales de este elemento andino.
<i>¿Cómo surgió la idea para crear su emprendimiento?</i>	La idea nació por una mentalización del presidente, el Ing. Luis Eduardo Grandes Román, y su hijo, el Economista Jeanpiere Grandes, en el momento en que, al Ing. Luis Grandes le surgió la idea de querer exportar algo y ayudar al Cantón Sigchos. Entonces, el economista se puso a la cabeza e inició a averiguar cómo apoyar a los productores de chochos del cantón, y desarrolló su tesis, para la obtención del título de economista, en este modelo económico para que sea un negocio rentable.
<i>¿Cuál es la visión de crecimiento en años futuros?</i>	La visión de crecimiento del negocio se fundamenta en una nueva ampliación, a pesar de que, hasta la actualidad, la empresa ha sufrido unas cinco ampliaciones para el incremento de la capacidad de producción. Antes, se obtenían productos para distribución nacional mientras que, actualmente, se está exportando. Esto es una representación de cómo, hace un año, se exportaba un contenedor de 10.5 t aproximadamente en tres meses, mientras que hoy, se tiene capacidad para dos contenedores de 10.5 t cada mes, y la proyección, al menos en este año, está para tres contenedores de 16.8 t mensual. Con todo esto se aspira, al final del año o el próximo, tener 50 t mensuales. La ampliación, la adquisición de equipos y la mano de obra seguirán contribuyendo a los sigchenses que trabajan junto a la empresa.
<i>¿Cuál es el proceso y tiempo de creación en la elaboración del producto?</i>	El proceso de creación del producto, por parte de la empresa, empieza desde la semilla, hasta pasarlo por una etapa de deshidratación y, finalmente, se obtienen los productos finales. Generalmente, se puede tardar entre 6 y 8 días, para cualquier tipo de producto.

Pregunta	Análisis
<i>¿Usted estaría de acuerdo en que los turistas sean parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados?</i>	La planta de procesamiento de chochos se encuentra un nivel más arriba de la producción artesanal, entonces sería un poco complicado que los turistas puedan participar en los procesos de elaboración de los productos. Sin embargo, para promocionar lo que tiene el Cantón Sigchos, como la naturaleza y su capacidad agrícola, sería muy factible que se involucren en lo que es la siembra, la cosecha del chocho y el mantenimiento de los cultivos. Esta sería una buena opción para incrementar la capacidad turística del cantón.
<i>¿Cuál es el nivel de ingresos del emprendimiento en general?</i>	El nivel de ingresos de la empresa varía dependiendo de las ventas que se realizan, pero en el año 2021, se obtuvo un ingreso anual mayor a \$1.500.000.
<i>¿El emprendimiento realizado sí es rentable?</i>	Los ingresos y las ampliaciones de Grandes Foods reflejan la muy buena rentabilidad que posee el negocio.

Nota. Entrevista realizada a la Ing. Yelitza Patiño, gerente de calidad de “Grandes Foods Planta de chochos”, 2022.

Emprendimiento de “Último Inca”. A raíz de la entrevista realizada al Sr. Wilson Azogue, gerente y administrador de “El Último Inca”, se concretó la siguiente tabla con los análisis de las respuestas recibidas por cada una de las preguntas del cuestionario y temas tratados. La entrevista completa se encuentra redactada en el Apéndice 9.

Tabla 47

Análisis de la entrevista al emprendimiento “Último Inca”

Pregunta	Análisis
<i>¿De qué se trata su emprendimiento?</i>	El Último Inca se dedica principalmente a la producción de vino de mortiño que es el primer producto del emprendimiento y el que más acogida tiene, además de otros productos secundarios.
<i>¿Cómo surgió la idea para crear su emprendimiento?</i>	En el 2010, un ingeniero analizó que el mortiño únicamente se lo tomaba en cuenta únicamente para la venta o la colada morada, pero la cantidad de mortiño que quedaba era mucha se desperdiciaba en el páramo. De aquí se inició a elaborar el vino en una pequeña cantidad. En el 2015, el emprendimiento ya perfeccionó el vino y mejoró en la adquisición de mercado.

Pregunta	Análisis
<i>¿Cuál es la visión de crecimiento en años futuros?</i>	La visión empresarial es anual donde se establecen metas que van cumpliendo poco a poco con relación a un análisis de la demanda del mercado en constate crecimiento, y esto provoca que el emprendimiento igual deba adaptarse en infraestructura y equipamientos para mayor producción.
<i>¿Cuál es el proceso y tiempo de creación en la elaboración del producto?</i>	El proceso de creación del vino de mortiño se basa en la recepción del mortiño, el lavado y desinfección, la selección, el pesado, procesamiento, la fermentación, la maduración y pasa por etapas específicas hasta el envasado y comercialización del vino. Todo este proceso dura algunos meses.
<i>¿Usted estaría de acuerdo en que los turistas sean parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados?</i>	La participación de los turistas en las etapas finales de elaboración del vino de mortiño estaría dificultada porque en estos procesos se usa equipamiento específico por personal capacitado, pero se aprueba mucho la participación de las personas en las fases iniciales del vino donde se puede coordinar sin obstáculos la experiencia en el páramo y en la planta de producción.
<i>¿Cuál es el nivel de ingresos del emprendimiento en general?</i>	Mensualmente el ingreso utilidad neta es de \$3.000, en los meses de octubre a diciembre has \$3.500, con un aumento de producción del 50% con respecto a los otros meses.
<i>¿El emprendimiento realizado sí es rentable?</i>	El emprendimiento sí es rentable, a pesar de que el constante aumento de los costos disminuye el margen de utilidad.
<i>¿Por qué no logra introducir sus productos en cadenas de supermercados como Tía, Santa María, Mi Comisariato, Supermaxi, etcétera?</i>	En el 2015 el emprendimiento recibió una oferta por parte de cadenas de supermercados para introducir el vino de mortiño a sus productos, pero la asociación del “Último Inca”, como aún tenía una dimensión pequeña en aquel entonces, rechazaron a causa de las cláusulas de los contratos donde se requería un gran número de botellas y, en caso de no cumplir, se aplicaba una alta sanción económica. Por esta razón, el emprendimiento se vincula con micromercados, el consumidor final y tiendas locales para ser presentes a nivel nacional.

Nota. Entrevista realizada al Sr. Wilson Azogue, gerente y administrador de “El Último Inca”, 2022.

Emprendimiento de “Alimentos La Reina”. Después de haber entrevistado al Ing. Wilson Jiménez, gerente general de “Alimentos La Reina”, se pudo realizar la siguiente tabla, analizando las respuestas recibidas por cada una de las preguntas realizadas y temas tratados. La entrevista completa se encuentra redactada en el Apéndice 10.

Tabla 48

Análisis de la entrevista al emprendimiento “Alimentos La Reina”

Pregunta	Análisis
<i>¿De qué se trata su emprendimiento?</i>	Es una compañía que está empleada bajo la figura de una SAS y procesa las materias primas del cantón Sigchos, específicamente el zapallo y la caña de azúcar.
<i>¿Cómo surgió la idea para crear su emprendimiento?</i>	El emprendimiento nace hace cuatro años atrás, entre un grupo de compañeros que vieron la necesidad de transformar el zapallo y la caña de azúcar de su cantón, dándoles un valor agregado y, así, beneficiar a la colectividad que produce estos productos. Estas dos materias primas se tomaron en cuenta porque existen en gran cantidad y también son de buena calidad.
<i>¿Cuál es la visión de crecimiento en años futuros?</i>	El emprendimiento tiene una proyección clara hasta 5 años. Se encuentra en el proceso final de registro de la marca para la inscripción en la ruta Proecuador. Se le solicitaron algunos requisitos, que están ya en proceso de cumplir, y capacitaciones de talento humano para, en un mediano plazo, extender el producto a países europeos.
<i>¿Cuál es el proceso y tiempo de creación en la elaboración del producto?</i>	Al hablar de la harina de zapallo fortificada con quinua, el proceso empieza con el acercamiento hacia los productores, para que entreguen la materia prima en condiciones adecuadas, luego se procede a una ligera desinfección, posteriormente se ejecuta un proceso de troceado en una granulometría adecuada para que pueda ser deshidratado y, a la vez también, no exista una desnaturalización de las propiedades nutritivas y organolépticas. De ahí, se pasa al proceso de deshidratado, controlando las temperaturas; este proceso dura entre 6 a 8 horas. A continuación de ello, se procede a una molienda; este proceso es rápido. Finalmente, se realiza una pulverización para obtener el producto final, en una granulometría bastante fina. El proceso dura, aproximadamente, de 10 a 11 horas.
<i>¿Usted estaría de acuerdo en que los turistas sean parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados?</i>	El gerente tiene la creencia que todos los emprendedores del cantón estarían de acuerdo y dispuestos a abrirles las puertas al turismo. Él, en especial, estaría muy de acuerdo con la participación de los turistas en las actividades de la elaboración de sus productos.
<i>¿Cuál es el nivel de ingresos del emprendimiento en general?</i>	El emprendimiento recién lleva un año en el mercado y está avanzando mucho con la harina de zapallo y la panela, permitiéndole obtener unos ingresos de \$1.500 a \$2.000 mensuales. “Alimentos La Reina” es una pequeña microempresa, pero organizacionalmente está bien estructurada porque existe una proyección hacia el futuro.

Pregunta	Análisis
<i>¿El emprendimiento realizado sí es rentable?</i>	En el precio ofrecido, sí existe un margen de utilidad que es rentable, sin embargo, en cantidades grandes, en base a la proyección, se ve un futuro más próspero.

Nota. Entrevista realizada al Ing. Wilson Jiménez, gerente general de “Alimentos La Reina”, 2022.

Emprendimiento de “Perla Andina”. Posterior a la entrevista realizada al Sr. Alfonso Guaita, administrador y trabajador de la fábrica de vino “Organización comunitaria Perla Andina”, se logró realizar la siguiente tabla, analizando las respuestas otorgadas por cada una de las preguntas hechas y temas tratados. La entrevista completa se encuentra redactada en el Apéndice 11.

Tabla 49

Análisis de la entrevista al emprendimiento “Perla Andina”

Pregunta	Análisis
<i>¿De qué se trata su emprendimiento?</i>	El emprendimiento se dedica a elaborar vinos de mortiño porque los socios se fijaron en la elevada presencia del mortiño en el páramo y, a causa de esta, en muchos casos no se lograba venderla y se perdía una gran cantidad de esta fruta. El pago recibido por el mortiño era bajo, entonces les nació la idea de hacer un vino de mortiño.
<i>¿Cómo surgió la idea para crear su emprendimiento?</i>	El emprendimiento nació para no perder grandes cantidades de mortiño, por eso mejor se creó el emprendimiento de elaborar un vino.
<i>¿Cuál es la visión de crecimiento en años futuros?</i>	La visión de los socios de la asociación es de volver a la planta de producción actual, una planta más adecuada y equipada con los elementos necesarios para elaborar el vino de mortiño, más que todo, se quiere llegar a tener más tanques marmitas de acero inoxidable. Actualmente, tienen tanques mixtos; algunos de acero inoxidable y otros de plástico.
<i>¿Cuál es el proceso y tiempo de creación en la elaboración del producto?</i>	Primeramente, se compran las cajas de mortiño necesarias, luego se realiza la limpieza del mortiño, posteriormente se lo lleva a desinfectar y, después de eso, va al proceso del mosto. Al momento de preparar el mosto, se pasa en agua hervida, donde el mortiño se suaviza y toma su color tinto. Una vez listo el mosto, se vierte el resultado en los tanques, donde se aprovecha un aproximado de 17 cajas de mortiño, cada caja pesa 30 lb, eso es un aproximado para un tanque de 1000 l. Una vez que el mosto está listo, se complementa con agua hervida hasta completar

Pregunta	Análisis
<p><i>¿Usted estaría de acuerdo en que los turistas sean parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados?</i></p> <p><i>¿Cuál es el nivel de ingresos del emprendimiento en general?</i></p> <p><i>¿El emprendimiento realizado sí es rentable?</i></p>	<p>los 1000 l a una temperatura entre 30°C-38°C. Una vez que el mosto está a esa temperatura, se manda a levadura, después de ese complemento, se agrega también la azúcar, en total se añaden 4 quintales de azúcar y 300 kg de levadura. Una vez que está agrupado todo eso y llega a la temperatura de 35°C, se sella el tanque completamente con una tapa, un sellado con plástico de embalaje y con una trampa de gas; esta tiene una manguera por donde únicamente puede respirar por ahí y así que no explote el tanque. Una vez puesta ya la trampa de gas, se procede a dejar el mortuño en fermentación, en un tanque de plástico dura de 7 a 8 meses, mientras que en un tanque marmita va de los 4 a 5 meses. Después de estos meses de fermentación, el producto ya tiene de 10° a 12° de alcohol. De aquí, se manda lo líquido a reposo por un periodo de tiempo que el productor decida, pero que sea mayor a un mes. Posteriormente al reposo, se mide el dulce y se pasteuriza. Finalmente, el vino ya está listo para envasar.</p> <p>El administrador aceptaría a los turistas que deseen participar en la elaboración de sus productos, además, se menciona que el emprendimiento va a participar en un proyecto turístico de la comunidad.</p> <p>Al iniciar el emprendimiento con 400 l diarios, se comercializaba cada botella a \$7 con una producción de 700 y 1.000 botellas mensuales.</p> <p>El emprendimiento sí es rentable por su precio de venta, aunque si hace falta mayor publicidad.</p>

Nota. Entrevista realizada al Sr. Alfonso Guaita, administrador y trabajador de la fábrica de vino “Organización comunitaria Perla Andina”, 2022.

Conclusiones

- En el Cantón Sigchos, la seguridad en el destino y los emprendimientos a base del mortíño más atractivos y conocidos se volvieron un apoyo esencial para la existencia y el desarrollo de la actividad turística ya que, estos aprovechan el gran potencial de sus recursos naturales locales y lo innovan en un producto final nuevo en el cantón, en el Ecuador y hasta a nivel internacional.
- Los emprendimientos sigchenses del mortíño de gran éxito nacieron a partir de un análisis de la cantidad y potencial de algunos recursos locales, el deseo de emprender por parte de sus creadores, la voluntad en querer apoyar y beneficiar a los productores del campo del Cantón Sigchos y, por último, el aporte del GAD en el desarrollo de proyectos y capacitaciones que estén a su alcance.
- Todos los emprendimientos que usan el mortíño del Cantón Sigchos, sin tomar en cuenta su tamaño, tienen como visión futura la de posicionarse en sus mercados respectivos a nivel nacional, aumentar su volumen de producción, ampliar su infraestructura y equipamiento, y lograr la posibilidad de exportar sus innovativos productos al exterior. Todo esto mediante proyectos que generen más ingresos en el cantón, para que exista una mayor inversión en los emprendimientos, además del apoyo que da el MINTUR, a veces, por medio de créditos subsidiados para la infraestructura turística de Sigchos.
- Los procesos y los tiempos de creación en la elaboración de los productos de mortíño de cada emprendimiento son muy variados, ya que algunos poseen la materia prima necesaria, mientras que otros la reciben directamente de los productores. Todos estos procesos tienen etapas diferentes y un periodo de tiempo que va desde unas cuantas horas, hasta varios meses para poder obtener el producto final.

- Los emprendimientos a base de mortiño, de forma unánime, están de acuerdo en recibir a aquellos turistas que desean ser parte de las actividades de la elaboración de sus productos ofertados, sea desde la primera etapa de creación hasta su etapa final, pero siempre que esta participación genere un aporte económico extra al emprendimiento. Los emprendedores apoyan la llegada de turistas a sus emprendimientos para que, así, la actividad turística progrese y, como consecuencia a esto, se pueda motivar a la comunidad a involucrarse en el turismo comunitario cuidando su cultura, capacitándose, y equipándose para, así, promocionar el potencial turístico del Cantón Sigchos.
- El nivel de ingresos de los emprendimientos del mortiño del Cantón Sigchos está sujeto a diferentes variables que se pueden presentar en el mercado donde cada emprendedor ofrece sus productos, pero, el análisis y manejo de estos elementos, les ha permitido obtener un nivel de ingresos que va de lo medio a lo alto, permitiéndoles tener rentabilidad y la oportunidad de seguir progresando en sus emprendimientos.
- Todos los emprendimientos a base del mortiño de Sigchos toman en cuenta las diferentes variables que se deben considerar para fijar los precios de venta de sus productos, por esta razón todos los emprendimientos son rentables.

Capítulo IV

Propuesta

Justificación

En base a los resultados obtenidos mediante las encuestas a los turistas y las entrevistas al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sigchos y a los emprendimientos del lugar, se analizó que los emprendimientos a base del mortiño necesitan una coordinación en conjunto con los emprendedores, los demás emprendimientos y el GAD de Sigchos para lograr un desarrollo del turismo comunitario en el sector. Por esta razón, se propone un plan estratégico que favorezca el

desarrollo local turístico por medio del aprovechamiento de una diversidad de bienes y servicios a base de la fruta del mortiño en el cantón.

La población local es parte esencial de la participación en los emprendimientos a base de mortiño, ya que ellos son los anfitriones primordiales cuando se reciba la visita por parte de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, por lo que se busca que la población local se encuentre preparada con los conocimientos y las habilidades necesarias para la adecuada recepción de los visitantes, especialmente por aquellos que no solo desean adquirir o consumir un producto o servicio, sino por aquellos que buscan una experiencia más en su visita al Cantón Sigchos.

La información levantada del lugar será de utilidad para plantear las estrategias que serán los instrumentos y medios para fortalecer el desarrollo del turismo comunitario del Cantón Sigchos. Además, se establece la misión y la visión del plan estratégico.

Objetivos

La presente propuesta se enfoca en el cumplimiento del objetivo general y de los objetivos específicos planteados.

Objetivo General

Proponer estrategias que permitan el desarrollo local por medio de emprendimientos a base del mortiño en el Cantón Sigchos.

Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico, utilizando el análisis situacional FODA, para la determinación del entorno de los emprendimientos del mortiño en el Cantón Sigchos.
- Plantear estrategias que favorezcan el posicionamiento de los emprendimientos a base de mortiño como aporte al desarrollo turístico del lugar.

Direccionamiento Estratégico

El direccionamiento estratégico es la definición de hacia dónde se dirige una organización, definiendo el mejor rumbo para orientarse hacia lo que se quiere alcanzar (Menjura, 2021).

El presente direccionamiento estratégico se compone de la misión y visión de la propuesta a elaborar de esta investigación.

Misión

Fortalecer la actividad turística comunitaria, ofreciendo una variedad de productos a base de la fruta del mortiño y posibles estrategias que satisfagan las expectativas de los turistas, generando, así, fuentes de trabajo y el reconocimiento de nuevos emprendimientos a base de mortiño como factores de innovación del Cantón Sigchos.

Visión

Convertir a los emprendimientos sigchenses, especialmente a los que se basan en la fruta del mortiño, en fuentes de atracción turística participativa, para el desarrollo del turismo comunitario en conjunto a la posibilidad de participación y apoyo por parte del GAD del Cantón Sigchos.

Análisis FODA

Reyes (2019) menciona que el análisis FODA, que deriva de las siglas en inglés y traducidas al español como Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, es una técnica que permite realizar un análisis de ciertos aspectos en numerosos ámbitos, todo con el fin de obtener resultados de relevancia que definan el estado del objeto de estudio y su posición estratégica en el entorno.

Hay que agregar también que, Ocampo (2011) describe que los elementos del análisis FODA se pueden agrupar en variables internas y externas; fortalezas y debilidades son internas, mientras que las oportunidades y las amenazas son externas.

Tabla 50*Análisis interno Fortalezas y Debilidades*

Nº	Fortalezas	Nº	Debilidades
<i>F1</i>	El mortiño como materia prima de calidad.	<i>D1</i>	La baja innovación en los productos a base del mortiño.
<i>F2</i>	La existencia de seguridad tanto en las zonas de cosecha del mortiño como en los sitios visitados por los turistas en el cantón.	<i>D2</i>	La limitada capacitación turística en relación a los emprendimientos del mortiño en el cantón.
<i>F3</i>	La predisposición de los emprendimientos a base del mortiño para recibir a los turistas.	<i>D3</i>	La escasez de emprendimientos a base del mortiño.
<i>F4</i>	La diversidad de espacios territoriales para el desarrollo turístico.	<i>D4</i>	La falta de equipamiento adecuado en los emprendimientos del mortiño para la participación de los turistas en la elaboración de los productos.

Nota. Se identificaron cuatro elementos para cada una de las variables del análisis interno FD, 2022.

Tabla 51*Análisis externo Oportunidades y Amenazas*

Nº	Oportunidades	Nº	Amenazas
<i>O1</i>	Reconocimiento de Sigchos por los productos en base al mortiño únicos provenientes de este cantón.	<i>A1</i>	Manifestaciones sociales.
<i>O2</i>	Apoyo por parte del GAD en la parte turística y de emprendimientos del mortiño.	<i>A2</i>	Cambios en las tendencias turísticas.
<i>O3</i>	Ferias, festivales y eventos programados por parte del GAD y los emprendedores en el cantón.	<i>A3</i>	Desastres naturales.
<i>O4</i>	Inversión en el sector turístico.	<i>A4</i>	Migración de los jóvenes hacia otras provincias.

Nota. Se identificaron cuatro elementos para cada una de las variables del análisis externo OA, 2022.

Matriz de Confrontación

Luego de haber estructurado la matriz FODA, se continua con la determinación del valor de relación que existe entre las variables.

El nivel de relación entre las variables FODA se mide asignando valores en una escala predeterminada, en este caso a criterio personal de los investigadores la escala tendrá un rango del 0 al 3; 0 si las variables no tienen relación alguna, 1 si la relación es baja, 2 si existe una relación media y 3 si las variables son altamente relacionadas. Esto es necesario para la estructuración de la matriz de confrontación que, para Rivero (2018), es un medio de alta utilidad para definir el nivel de influencia que existe entre las variables de los factores externos y los internos.

Tabla 52

Escala de valoración

Nivel de relación	Valor
Alto	3
Medio	2
Bajo	1
Nulo	0

Nota. La escala de valoración de relación de las variables del FODA se mide en cuatro niveles, 2022.

Figura 26

Matriz de Confrontación

		Oportunidades				Amenazas					
		O1	O2	O3	O4	A1	A2	A3	A4		
Fortalezas	F1	3	1	3	1	2	0	0	0	1	0,25
	F2	0	2	3	2	1,75	2	1	0	1	1
	F3	2	3	3	3	2,75	1	2	0	3	1,5
	F4	1	3	2	3	2,25	1	3	0	3	1,75
		1,5	2,25	2,75	2,25		1	1,5	0	2	
Debilidades	D1	3	3	3	2	2,75	0	2	0	2	1
	D2	1	3	3	3	2,5	2	3	0	2	1,75
	D3	2	2	3	1	2	1	2	0	3	1,5
	D4	1	2	2	3	2	1	2	0	1	1
		1,75	2,5	2,75	2,25		1	2,25	0	2	

Nota. La matriz de confrontación permitió identificar a la F3, la F4, la D1, la D2, la O3, la A2 y la A4 como las variables principales del análisis FODA, 2022.

Alternativas estratégicas

Luego de haber establecido las variables principales de la matriz de confrontación, se procede a conectar los elementos internos y externos para generar las alternativas estratégicas que se generan de los cruces de FO, FA, DA Y DO. Estas conexiones posibilitan la generación de estrategias en relación a los factores internos y externos cruzados.

Rivero (2018) define que cada relación de las variables del FODA crea estrategias específicas, creando así ciertas acciones estratégicas que derivan de un análisis CAME; corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener fortalezas y explotar oportunidades. En pocas palabras, se concluye que existen tipos de estrategias y estos se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 53

Tipos de estrategias

Cruce	Factor interno	Factor externo	Tipo de estrategia	Característica
F.O.	Fortaleza	Oportunidad	Ofensiva o de crecimiento.	La fortaleza permite aprovechar la oportunidad.
D.O.	Debilidad	Oportunidad	Adaptativa o de orientación.	La debilidad se supera al aprovechar la oportunidad.
F.A.	Fortaleza	Amenaza	Defensiva o de reacción.	La fortaleza permite enfrentar la amenaza.
D.A.	Debilidad	Amenaza	Reactiva o de supervivencia.	La debilidad se reduce para evitar la amenaza.

Nota. Las estrategias a elaborar son cuatro y se basan en cada uno de los tipos detallados. Adaptada de *Matriz DAFO o FODA herramienta estratégica con plena vigencia* (p.12), por M. Rivero, 2018.

Las alternativas estratégicas generadas del cruce de variables del análisis FODA se exponen a continuación.

Tabla 54*Elaboración de alternativa estratégica FO*

Nº	Fortaleza	Nº	Oportunidad	Estrategia ofensiva o de crecimiento
<i>F3</i>	La predisposición de los emprendimientos a base del mortioño para recibir a los turistas.	<i>O3</i>	Ferias, festivales y eventos programados por parte del GAD y los emprendedores en el cantón.	Generación de medios para la promoción de los emprendimientos sigchenses a base del mortioño y de la oferta turística del Cantón Sigchos.

Nota. La fortaleza 3 y la oportunidad 3 son las bases para la creación de la estrategia ofensiva, 2022.

Tabla 55*Elaboración de alternativa estratégica FA*

Nº	Fortalezas	Nº	Amenaza	Estrategia defensiva o de reacción
<i>F4</i>	La diversidad de espacios territoriales para el desarrollo turístico.	<i>A4</i>	Migración de los jóvenes hacia otras provincias.	Coordinación de canales de distribución y de actividades promocionales con los emprendedores locales que utilizan el mortioño y las autoridades vinculadas con el sector turístico, para aumentar la afluencia de turistas en el Cantón Sigchos.

Nota. La fortaleza 4 y la amenaza 4 son las bases para la creación de la estrategia defensiva, 2022.

Tabla 56*Elaboración de alternativa estratégica DO*

Nº	Debilidad	Nº	Oportunidad	Estrategia adaptativa o de orientación
<i>D1</i>	La baja innovación en los productos a base del mortioño.	<i>O3</i>	Ferias, festivales y eventos programados por parte del GAD y los emprendedores en el cantón.	Incorporación de nuevos productos hechos a base del mortioño local para un mejor posicionamiento de los emprendimientos sigchenses a nivel provincial y nacional.

Nota. La debilidad 1 y la oportunidad 3 son las bases para la creación de la estrategia adaptativa, 2022.

Tabla 57*Elaboración de alternativa estratégica DA*

Nº	Debilidad	Nº	Amenaza	Estrategia reactiva o de supervivencia
D2	La limitada capacitación turística en relación a los emprendimientos del mortioño en el cantón.	A2	Cambios en las tendencias turísticas.	Desarrollo de un programa de capacitación y formación turística para la comunidad local y los emprendimientos a base del mortioño, en lo referente al turismo comunitario, con el fin de que se brinde un mejor servicio del producto ofrecido y obtener un mejor posicionamiento turístico a nivel local y nacional.

Nota. La debilidad 2 y la amenaza 2 son las bases para la creación de la estrategia reactiva, 2022.

Lineamientos estratégicos

Tovar (2019) menciona que el lineamiento estratégico se encarga de ordenar y direccionar los recursos de una investigación para cumplir los objetivos establecidos

Además, en este direccionamiento estratégico, se establece en detalle varios aspectos que componen y definen a la estrategia elaborada con relación al alcance de objetivos.

Los lineamientos estratégicos se detallan conformes a la estrategia, las actividades, los responsables e involucrados, los beneficiarios, los recursos necesarios, una estimación del tiempo para el desarrollo de la estrategia y el presupuesto necesario para cubrir los costos en general.

Todo esto permitirá tener una visión más detallada de lo que se busca proponer en esta investigación, donde se especifican ciertas variables que a nivel colectivo, o individual, irá cambiando acorde a la estrategia especificada pero que, al final, se obtendrá un agrupamiento de elementos que favorecerá el conocimiento de qué inversiones o apoyos son necesarios para que este plan estratégico pueda volverse efectivo; por esta razón al final se dará a conocer el valor presupuestario de esta propuesta.

Los lineamientos estratégicos de la presente propuesta, se resumen a continuación.

Tabla 58*Lineamientos estratégicos*

Nº	Cruce	Estrategia
1	FO	Generación de medios para la promoción de los emprendimientos sigchenses a base del mortiño y de la oferta turística del Cantón Sigchos.
2	FA	Coordinación de canales de distribución y de actividades promocionales con los emprendedores locales que utilizan el mortiño y las autoridades vinculadas con el sector turístico, para aumentar la afluencia de turistas en el Cantón Sigchos.
3	DO	Incorporación de nuevos productos hechos a base del mortiño local para un mejor posicionamiento de los emprendimientos sigchenses a nivel provincial y nacional.
4	DA	Desarrollo de un programa de capacitación y formación turística para la comunidad local y los emprendimientos a base del mortiño, en lo referente al turismo comunitario, con el fin de que se brinde un mejor servicio del producto ofrecido y obtener un mejor posicionamiento turístico a nivel local y nacional.

Nota. Los lineamientos estratégicos de la presente investigación son cuatro principalmente, 2022.

También, se añade una figura como complemento a cada información textual de los lineamientos estratégicos, para tener una referencia gráfica y visible de la propuesta final.

Elementos de los lineamientos estratégicos

Como mencionado antes, los lineamientos estratégicos vendrán detallados en base a ciertos parámetros que dan a representar los beneficios que estas estrategias pueden otorgar a un cierto grupo objetivo para que el desarrollo turístico, posiblemente también en otras áreas, favorezca cada organización grupo y entidad en el Cantón Sigchos.

En seguida se detallan todos los elementos de los lineamientos estratégicos establecidos a través de tablas.

El lineamiento estratégico para la estrategia “Generación de medios para la promoción de los emprendimientos sigchenses a base del mortío y de la oferta turística del Cantón Sigchos” es:

Tabla 59

Lineamiento estratégico FO

Actividad	Acción	Responsables	Beneficiarios	Recursos	Tiempo	Presupuesto
1. Promocionar los emprendimientos a base del mortío y la oferta turística del Cantón Sigchos a través de medios online.	1. Actualizar la página web del GAD de Sigchos con mayor multimedia e información turística del cantón y de sus emprendimientos a base del mortío. 2. Crear una cuenta en la red social Tik Tok como apoyo a las redes sociales Facebook e Instagram para promocionar los atractivos turísticos, los emprendimientos del mortío y los eventos del Cantón Sigchos.	GAD cantonal de Sigchos	Sector turístico Comunidad local Emprendimientos	Económicos Materiales Tecnológicos Personal encargado del manejo de los medios online Personal de turismo	2 semanas	100\$
2. Promocionar los emprendimientos a base del mortío y la oferta turística del Cantón Sigchos a través de medios offline.	1. Presentar, en las frecuencias de radio provincial más escuchadas, una cuña publicitaria de 30 segundos invitando a conocer la oferta turística y los productos innovativos a base del mortío en Sigchos.	GAD cantonal de Sigchos	Sector turístico Comunidad local Emprendimientos	Económicos Materiales Tecnológicos Personal encargado de creación y difusión de material	Según la frecuencia acordada con cada emisora provincial elegida	350\$

Nota. El lineamiento estratégico FO se compone de dos actividades principales, 2022.

El lineamiento estratégico para la estrategia “Coordinación de canales de distribución y de actividades promocionales con los emprendedores locales que utilizan el mortño y las autoridades vinculadas con el sector turístico, para aumentar la afluencia de turistas en el Cantón Sigchos” es:

Tabla 60

Lineamiento estratégico FA

Actividad	Acción	Responsables	Beneficiarios	Recursos	Tiempo	Presupuesto
1. Establecer alianzas estratégicas con entidades locales y empresas privadas.	1. Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes en Latacunga para dar a conocer los emprendimientos del mortño y la oferta turística de Sigchos. 2. Fomentar las alianzas entre los productores, los emprendimientos a base del mortño, la comunidad y el GAD cantonal.	GAD cantonal de Sigchos Emprendimientos Comunidad local Agencias de viajes de Latacunga	Sector turístico Comunidad local Emprendimientos	Materiales Tecnológicos Personal de turismo	1 semana	\$50
2. Realizar convenios con instituciones de educación superior.	1. Crear un convenio con la Universidad Técnica de Cotopaxi para que los estudiantes de la facultad de ciencias agropecuarias y recursos naturales apoyen la producción y la actividad turística en el Cantón Sigchos, por medio de pasantías.	GAD cantonal de Sigchos Emprendimientos Comunidad local Estudiantes universitarios	Sector turístico Emprendimientos Comunidad local Estudiantes universitarios	Materiales Tecnológicos	3 días	\$0
3. Ampliar los puntos de información turística en el Cantón Sigchos.	1. Definir sitios de información turística en puntos estratégicos. 2. Dar a conocer los emprendimientos del mortño con degustaciones de sus productos y entrega de información de las actividades ofertadas.	GAD cantonal Personal de turismo	Sector turístico Emprendimientos Comunidad local	Económicos Materiales Tecnológicos Personal de turismo	2 semanas	400\$

Nota. El lineamiento estratégico FA se compone de tres actividades principales, 2022.

El lineamiento estratégico para la estrategia “Incorporación de nuevos productos hechos a base del mortiño local para un mejor posicionamiento de los emprendimientos sigchenses a nivel provincial y nacional” es:

Tabla 61

Lineamiento estratégico DO

Actividad	Acción	Responsables	Beneficiarios	Recursos	Tiempo	Presupuesto
1. Diversificar los productos ofertados por los emprendimientos que aprovechan el mortiño como su principal materia prima.	1. Crear productos tangibles diferentes a los ofertados, pero aprovechando siempre al mortiño como la principal materia prima.	Emprendimientos	Sector turístico Comunidad local Emprendimientos	Económicos Materiales Tecnológicos Talento humano de cada emprendimiento Personal de turismo	Se define del tipo de bien y/o servicio a crear.	Variación según al bien y/o servicio a crear.
	2. Desarrollar actividades de participación turística para los turistas en la elaboración de los productos de los emprendimientos a base de mortiño.					

Nota. El lineamiento estratégico DO se compone de una actividad principal, 2022.

El lineamiento estratégico para la estrategia “Desarrollo de un programa de capacitación y formación turística para la comunidad local y los emprendimientos a base del mortiño, en lo referente al turismo comunitario, con el fin de que se brinde un mejor servicio del producto ofrecido y obtener un mejor posicionamiento turístico a nivel local y nacional” es:

Tabla 62

Lineamiento estratégico DA

Actividad	Acción	Responsables	Beneficiarios	Recursos	Tiempo	Presupuesto
1. Reforzar la participación de la comunidad local en el desarrollo turístico del Cantón Sigchos.	1. Involucrar a los emprendedores y a la comunidad local al momento de planear algún proyecto turístico en el cantón. 2. Realizar reuniones frecuentes con la población sigchense para que puedan expresar ideas y comentarios que puedan favorecer el desarrollo turístico del cantón.	GAD cantonal de Sigchos Emprendimientos Comunidad local Representantes parroquiales	Sector turístico Emprendimientos Comunidad local	Económicos Materiales Tecnológicos Personal de turismo	Establecer un calendario	\$50
2. Capacitar a la comunidad local y a los emprendimientos a base de mortiño acerca del ámbito turístico y así generar un incremento socio económico en el Cantón Sigchos.	1. Desarrollar un programa de capacitación turística constante para los emprendedores y la comunidad local con el fin de brindar una mejor calidad de servicio a los turistas.	GAD cantonal de Sigchos MINTUR Emprendimientos Comunidad local Representantes parroquiales Personal de turismo	Sector turístico Emprendimientos Comunidad local	Materiales Tecnológicos Personal de R H del GAD cantonal	Trimestral	\$150

Nota. El lineamiento estratégico DA se compone de dos actividades principales, 2022.

En conclusión, el presupuesto total de la presente propuesta va de una base de \$1.100, presentando ciertas variaciones para ciertas estrategias.

Descripción de las estrategias

Cada una de las estrategias propuestas se divide en actividades y acciones. Estas últimas detallan la estrategia de forma específica en relación a lo que hay que elaborar para alcanzar el objetivo establecido.

Actividades y acciones de la estrategia FO. Considerando que la estrategia FO es la generación de medios para la promoción de los emprendimientos sigchenses a base del mortiño y de la oferta turística del Cantón Sigchos, se han elaborado dos actividades principales con sus respectivas acciones; dos acciones para la actividad 1 y una acción para la segunda actividad.

Tabla 63

Actividades y acciones de la estrategia FO

Actividades	Acciones
1. Promocionar los emprendimientos a base del mortiño y la oferta turística del Cantón Sigchos a través de medios online.	1. Actualizar la página web del GAD de Sigchos con mayor multimedia e información turística del cantón y de sus emprendimientos a base del mortiño. 2. Crear una cuenta en la red social Tik Tok como apoyo a las redes sociales Facebook e Instagram para promocionar los atractivos turísticos, los emprendimientos del mortiño y los eventos del Cantón Sigchos.
2. Promocionar los emprendimientos a base del mortiño y la oferta turística del Cantón Sigchos a través de medios offline.	1. Presentar, en las frecuencias de radio provincial más escuchadas, una cuña publicitaria de 30 segundos invitando a conocer la oferta turística y los productos innovativos a base del mortiño en Sigchos.

Nota. El lineamiento estratégico FO se compone de tres acciones totales, 2022.

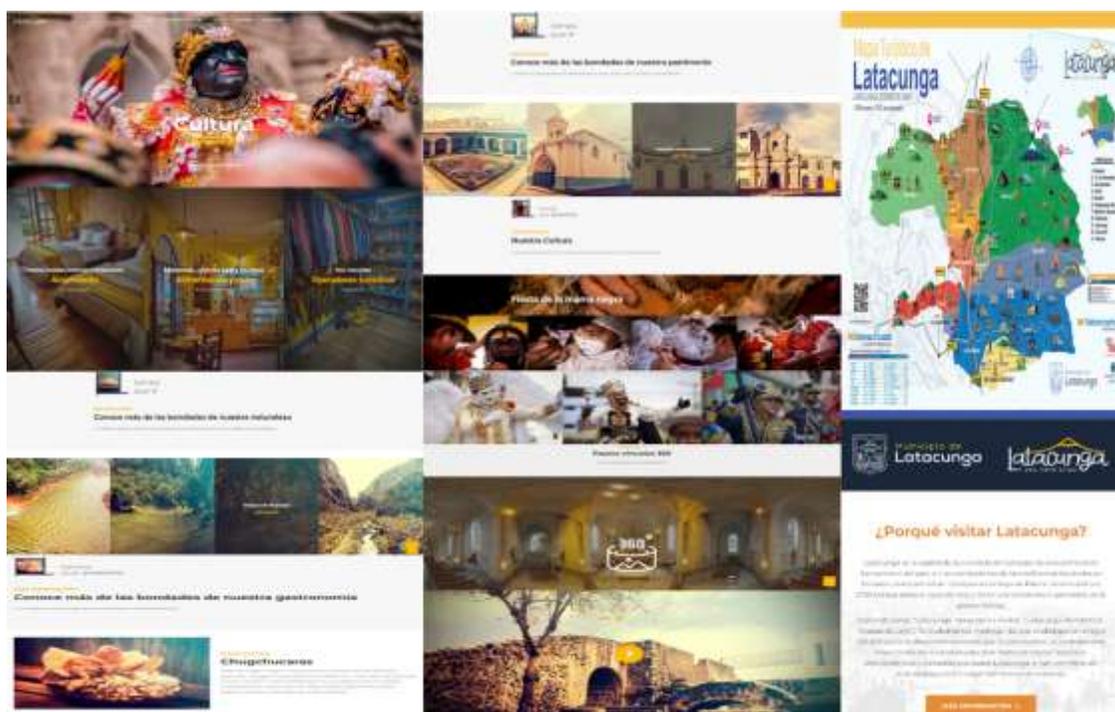
Acción 1 de la Actividad 1. La acción de actualizar la página web del GAD de Sigchos con mayor multimedia e información turística del cantón y de sus emprendimientos a base del mortiño, se fundamenta primordialmente para que esta plataforma digital se vuelva más atractiva para todas las personas que la visiten.

Los cambios que se proponen para lograr una actualización de valor en la página web se vinculan con la organización de la información, el contenido multimedia presente y la parte estética para facilitar la navegación y entretener a los visitantes.

Una óptima referencia de lo que se está proponiendo es la página web del Municipio de Latacunga, la cual es una buena fuente de inspiración para aprovechar nuevas ideas e innovar la página del GAD de Sigchos y volverla así más atractiva.

Figura 27

Página Web del Municipio de Latacunga



Nota. Estructura del contenido presente en la página web de Latacunga. Adaptada de *Latacunga You Have To Go*, por Municipio de Latacunga, 2022.

A la página web del GAD Sigchos se le puede agregar más información relevante acerca de su cultura, de sus emprendimientos, de su oferta turística, entre otros, pero organizándola de una manera más atractiva, aprovechando efectos y otros recursos disponibles en las plataformas digitales. Además, el contenido multimedia ya existente necesita de una renovación en su calidad, en su estética y en su

contemporaneidad que se puede lograr añadiendo elementos extras a las fotos y videos como por ejemplo mapas turísticos, paseos virtuales de 360º, GIFs creados por el GAD, etcétera.

Acción 2 de la Actividad 1. La acción de crear una cuenta en la red social Tik Tok como apoyo a las redes sociales Facebook e Instagram para promocionar los atractivos turísticos, los emprendimientos del mortioño y los eventos del Cantón Sigchos, se tomó en cuenta ya que, después del análisis de resultados de personas encuestadas, se pudo determinar que el mayor segmento de turistas que visitan el Cantón Sigchos es juvenil.

Agregando la red social Tik Tok a Facebook e Instagram, se obtiene un recurso más para aprovechar y difundir noticias, eventos, festividades, informaciones, comunicados, y promocionar de diferentes maneras los emprendimientos, los productos locales y la oferta turística del Cantón Sigchos, dando a conocer también así la comunidad sigchense. Esta plataforma digital se la considera de utilidad porque otros municipios de la provincia de Cotopaxi también lo usan como por el ejemplo el de Salcedo y el de Latacunga.

Figura 28

Cuenta Tik Tok del Municipio de Latacunga



Nota. Cuenta Tik Tok del Municipio de Latacunga. Tomado de *Tik Tok*, por Municipio de Latacunga, 2022.

Figura 29

Cuenta Tik Tok del Municipio de Salcedo



Nota. Cuenta Tik Tok del Municipio de Salcedo. Tomado de *Tik Tok*, por Municipio de Salcedo, 2022.

Acción 1 de la Actividad 2. La acción de presentar, en las frecuencias de radio provincial más escuchadas, una cuña publicitaria de 30 segundos invitando a conocer la oferta turística y los productos innovativos a base del mortiño en Sigchos, se desarrolla para alcanzar el público objetivo y uno potencial que se define como a aquellas personas, nacionales y extranjeras, que se encuentren en el territorio provincial de Cotopaxi. El mensaje que se difundirá por la cuña publicitaria se enfoca principalmente en la invitación a conocer los emprendimientos sigchenses a base del mortiño y sus productos, además de la oferta turística que posee el cantón. A nivel cantonal también, en las frecuencias radio de Sigchos, se pueden realizar entrevistas a los emprendedores locales y autoridades con relación a temas turísticos y de promoción de este ámbito.

Figura 30

Radio Municipal Sigchos



Nota. Logotipo de la Radio Emisora Municipal Sigchos. Tomado de *Informe narrativo rendición de cuentas*, por Municipio de Salcedo, 2021.

Actividades y acciones de la estrategia FA. Tomando en cuenta que la estrategia FA es la coordinación de canales de distribución y de actividades promocionales con los emprendedores locales que utilizan el mortiño y las autoridades vinculadas con el sector turístico, para aumentar la afluencia de turistas en el Cantón Sigchos, se han elaborado tres actividades principales con sus respectivas acciones; dos acciones para la actividad uno, una acción para la segunda actividad y dos acciones para la tercer y última actividad.

Tabla 64

Actividades y acciones de la estrategia FA

Actividades	Acciones
1. Establecer alianzas estratégicas con entidades locales y empresas privadas.	1. Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes en Latacunga para dar a conocer los emprendimientos del mortiño y la oferta turística de Sigchos. 2. Fomentar las alianzas entre los productores, los emprendimientos a base del mortiño, la comunidad y el GAD cantonal.
2. Realizar convenios con instituciones de educación superior.	1. Crear un convenio con la Universidad Técnica de Cotopaxi para que los estudiantes de la facultad de ciencias agropecuarias y recursos naturales apoyen la producción y la actividad turística en el Cantón Sigchos, por medio de pasantías.
3. Ampliar los puntos de información turística en el Cantón Sigchos.	1. Definir sitios de información turística en puntos estratégicos. 2. Dar a conocer los emprendimientos del mortiño con degustaciones de sus productos y entrega de información de las actividades ofertadas.

Nota. El lineamiento estratégico FA se compone de cinco acciones totales, 2022.

Acción 1 de la Actividad 1. La acción de crear alianzas estratégicas con agencias de viajes en Latacunga para dar a conocer los emprendimientos del mortiño y la oferta turística de Sigchos nace del concepto de que la afluencia de turistas en Latacunga es mayor que a la de Sigchos, así cómo se refleja en el Geoportal de visitas internas turísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador (2021) donde, en el año 2018, el Cantón Sigchos recibió a un total de 47.252 turistas mientras que para el Cantón Latacunga fueron 3.833.389.

El aporte por parte de las alianzas con las agencias de viajes latacungueñas sería significativo para incentivar a los turistas a descubrir los emprendimientos del mortiño y la oferta turística de

Sigchos, aprovechando la cercanía entre estos dos cantones y favoreciendo a ambos al momento de armar algún paquete turístico.

Acción 2 de la Actividad 1. La acción de fomentar las alianzas entre los productores, los emprendimientos a base del mortño, la comunidad y el GAD cantonal es una parte esencial de esta propuesta, dado que cada uno de estos involucrados tiene la posibilidad de favorecerse y ayudar a los demás.

Cada una de estas figuras tiene un gran potencial para mantener a los turistas dentro del cantón y favorecer el turismo comunitario.

La realización de reuniones con los representantes de cada parroquia en Sigchos sería de gran utilidad para que ellos expresen sus ideas y motivarlos a unir fuerzas para promocionarse como cantón y no de forma individual.

En resumen, lo que se busca es que el flujo de dinero se mantenga dentro del cantón y esto es posible gracias a las alianzas entre todos los sigchenses. Las influencias en estas alianzas se manifestarían de la siguiente manera:

Tabla 65

Influencias de los actores en la actividad turística de Sigchos

Actor	Influencia
GAD Sigchos	Tiene la capacidad de promocionar a los emprendimientos, a los productores locales, a la comunidad y a la oferta turística del cantón a nivel provincial y nacional por diferentes medios, además de crear proyectos que favorezcan el desarrollo turístico en Sigchos y beneficiar posiblemente a la población en general.
Emprendimientos	Elaboran productos nuevos que dan a reconocer el nombre de Sigchos a nivel nacional como un cantón que crea productos innovativos a partir de materia prima totalmente local. En la parte turística, tienen la posibilidad de recibir a los turistas y ofertarles una experiencia significativa al permitirles ser parte de la elaboración de sus productos. Esto implica que los guiarían hacia los productores locales, les generarían una posible necesidad de conocer los atractivos turísticos, promocionarían los demás emprendimientos y los establecimientos turísticos de la comunidad. A parte de todo esto, realizarían la venta de sus productos y, todas estas relaciones favorecerían el desarrollo turístico de Sigchos, aportando un incremento económico para el cantón.

Actor	Influencia
Productores	Son la fuente de origen de los emprendimientos locales, dado que proveen la materia prima necesaria para la obtención de los productos innovativos que dan a conocer a Sigchos. Además, ellos tienen la oportunidad de brindar a los turistas una experiencia única y real en relación a lo que ellos se dedican.
Comunidad	Permite la idealización y creación de proyectos turísticos, por parte del GAD, en el cantón con el fin de que aumente la afluencia de turistas. También hay que agregar que la comunidad representa la imagen de recibimiento principal para quienes visitan Sigchos. En fin, el aumento de turistas en el cantón generaría un desarrollo económico en general.

Nota. Cada actor tiene influencia en la actividad turística del Cantón Sigchos sea individualmente o al relacionarse entre ellos, 2022.

Acción 1 de la Actividad 2. La acción de crear un convenio con la Universidad Técnica de Cotopaxi para que los estudiantes de la facultad de ciencias agropecuarias y recursos naturales apoyen la producción y la actividad turística en el Cantón Sigchos, por medio de pasantías es un aporte más al progreso del turismo, del cuidado ambiental y de la actividad agropecuaria. Estas áreas, que son las principales del Cantón Sigchos, se pueden vincular con las carreras de agroindustria, agronomía, turismo, ambiente y medicina veterinaria de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Esto quiere decir que, los estudiantes universitarios de estas carreras pueden beneficiarse de la experiencia y conocimientos otorgados por las personas y emprendimientos en sus respectivos ámbitos, mediante prácticas-preprofesionales.

Por otro punto de vista, la comunidad y los emprendimientos se beneficiarían en tener estudiantes universitarios preparados académicamente para que apoyen con sus conocimientos a las personas y a los lugares donde realizarían sus pasantías, hasta existe la oportunidad de que los universitarios creen proyectos que los beneficie en un determinado aspecto.

Figura 31

Estudiantes de la PUCE desarrollan proyecto con el zapallo en Sigchos



Nota. Algunos estudiantes de la PUCE dieron clases a productores sigchenses sobre la creación de platillos a base de zapallo. Tomado de *En Sigchos se busca que el zapallo vaya a la mesa*, por El Universo, 2015.

Acción 1 de la Actividad 3. La acción de definir sitios de información turística en puntos estratégicos se origina a partir de la definición de la existencia de un solo punto de información turística en Sigchos; el que se ubica en el mercado a una poca distancia del GAD Sigchos.

Lo propuesto en esta acción es que se identifiquen más puntos estratégicos en el territorio sigchense donde se concentre mayormente el paso de flujo de turistas, para ubicar puntos de información turística.

De esta manera, se abarcará un desarrollo en el contacto directo con las personas que visitan el cantón y hay la posibilidad de promocionar de mejor manera los emprendimientos a base del mortño y la oferta turística de Sigchos, además de entregar información valiosa que requieran los visitantes.

Figura 32

Punto de información turística en La Frontera, España



Nota. El Ayuntamiento de La Frontera estableció un sitio estratégico donde ubicar un punto de información turística tipo quiosco. Tomado de *La Frontera ofrece un nuevo Punto de Información Turística en el municipio*, por Ayuntamiento de La Frontera, 2021.

Acción 2 de la Actividad 3. La acción de dar a conocer los emprendimientos del mortijo con degustaciones de sus productos y entrega de información de las actividades ofertadas se idealizó con el fin de que, en cada punto de información turística de Sigchos haya la oportunidad de dar a degustar a los turistas una pequeña muestra de los productos innovativos que son únicos en el Ecuador y que representan al cantón.

Las degustaciones son un medio para atraer sensitivamente a los turistas y provocar la necesidad de querer visitar aquellos emprendimientos del mortijo que elaboran esos nuevos productos. Esto también daría como consecuencia que, en los puntos de información turística, se entregaría información acerca de los productos y de las actividades de participación en la elaboración de los productos que han degustado y que cada emprendimiento anda ofreciendo. Esto favorecería el constante flujo de turistas en el cantón y un mayor posicionamiento de la oferta turística de Sigchos.

Actividades y acciones de la estrategia DO. Tomando en cuenta que la estrategia DO es la incorporación de nuevos productos hechos a base del mortijo local para un mejor posicionamiento de

los emprendimientos sigchenses a nivel provincial y nacional se definió únicamente una actividad con sus dos acciones.

Tabla 66

Actividades y acciones de la estrategia DO

Actividad	Acción
1. Diversificar los productos ofertados por los emprendimientos que aprovechan el mortiño como su principal materia prima.	1. Crear productos tangibles diferentes a los ofertados, pero aprovechando siempre al mortiño como la principal materia prima. 2. Desarrollar actividades de participación turística para los turistas en la elaboración de los productos de los emprendimientos a base de mortiño.

Nota. El lineamiento estratégico DO se compone de dos acciones totales, 2022.

Acción 1 de la Actividad 1. La acción de crear productos tangibles diferentes a los ofertados, pero aprovechando siempre al mortiño como la principal materia prima es la esencia de innovación para los emprendimientos que usan este recurso natural como el elemento principal para el desarrollo de su oferta. La innovación de los productos es algo que siempre genera sorpresa y expectativa en las personas, dado que puede generar tendencia y un sentido de exclusividad para aquellos que consumen o usen el producto emprendedor de un cierto lugar. Por esta razón, para apoyar la constante innovación de los emprendimientos a base del mortiño en el Cantón Sigchos, se han tomado en consideración nuevos posibles productos alimenticios y otros completamente diferentes que tienen como materia prima principal el mortiño.

La diversificación de productos alimenticios a otros de categoría diferente nace a raíz de los resultados obtenidos por la encuesta a los turistas del cantón, donde al mencionar “un producto nuevo utilizando el mortiño”, algunas respuestas coincidieron mientras que otras se desviaron en diferentes caminos a los temas de alimentos y bebidas, sino se llegó hasta la idealización de cosméticos aprovechando el mortiño.

Las alternativas de categorías de productos a base del mortiño que pueden presentar una innovación son algunos, pero en base a los resultados obtenidos en las encuestas, donde se establecen los puntos de vista de los turistas con relación a la degustación y a su participación, se pueden tomar algunas opciones, así como se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 67

Alternativas de categorías y productos a realizar con el mortiño

Categoría	Productos
Golosinas	Algodón de azúcar, caramelos, chocolate, cremas, dulces, ensaladas de frutas, espumilla, frutos secos, gelatinas, granizados, helados, jarabes, manjar, melcochas, mermeladas y miel.
Bebidas frías	Batidos, jugos y yogurt.
Bebidas calientes	Café e infusiones.
Bebidas alcohólicas	Aguardiente, cerveza, coctel y vino.
Panadería y Repostería	Bizcochos, galletas, pan, pancake, pasteles, pies, pudín, tortas, mousse, postres y esencia/colorante para pastelería o panadería.
Cosméticos	Productos de belleza, crema para la piel, exfoliante, jabones, productos para la piel y perfume.
Salsas	Salsas dulces y salsas para carnes.

Nota. Se identificaron siete categorías de posibles productos que se pueden elaborar a base del mortiño, 2022.

Figura 33

Cosmético que usa el mortiño



Nota. Una empresa utiliza al mortiño para la elaboración de un producto para la cara. Tomado de *Tónico Facial Mortiño*, por UWI Cosmética Ancestral, 2022.

Acción 2 de la Actividad 1. La acción de desarrollar actividades de participación turística para los turistas en la elaboración de los productos de los emprendimientos a base de mortiño se da a entender como un plus innovativo a la oferta de los emprendedores.

La participación de los turistas en los procesos de elaboración de los productos de los emprendimientos del mortiño refleja la existencia de una posible experiencia complementaria a la simple adquisición de un producto final. Lo propuesto se fundamenta en que los emprendedores y su personal permitan y favorezcan la presencia y la oportunidad de participar en las posibles etapas del producto, que posiblemente puedan llegar a adquirir.

En pocas palabras, el turista puede enriquecer su experiencia de visita al Cantón Sigchos en la etapa de recolección de la materia prima, su manejo y cuidado, el procesamiento si es que no se requiere de una capacitación específica y cualquier otra fase que exista hasta tener el producto final, que generaría un bienestar en aquellos turistas que busquen crear algo nuevo y luego degustarlo, entonces participaría y adquiriría el mismo producto, todo dependiendo del tiempo de realización para tener ya el producto terminado.

Estas participaciones de los turistas serían un aporte a los emprendimientos del mortiño, generándoles un ingreso económico extra a lo que normalmente tendrían por la sola venta de sus productos. Además de ser un beneficio para los emprendimientos a base del mortiño, el tiempo que los turistas transcurren en el cantón para obtener el producto que ellos desean, daría beneficios generales a los productores locales, a la comunidad, a los establecimientos turísticos, a los demás emprendimientos y al desarrollo turístico del Cantón Sigchos, permitiendo un flujo monetario que se mantenga dentro del cantón. Una referencia de lo que se propone es lo que se realiza en la comunidad de Yunguilla, donde los turistas son parte del proceso de elaboración de sus diversos productos.

Figura 34

Participación de turista en cultivos orgánicos en Yunguilla



Nota. Los turistas pueden participar en los cultivos orgánicos en Yunguilla. Tomado de *Cultivos orgánicos*, por Bosque Nublado Yunguilla, 2016.

Figura 35

Participación de turista en la elaboración de queso en Yunguilla



Nota. Los turistas pueden participar en la elaboración de quesos en Yunguilla. Tomado de *Quesos y otros productos lácteos*, por Bosque Nublado Yunguilla, 2016.

Actividades y acciones de la estrategia DA. Sabiendo que la estrategia DA es el desarrollo de un programa de capacitación y formación turística para la comunidad local y los emprendimientos a base del mortiño, en lo referente al turismo comunitario, con el fin de que se brinde un mejor servicio del producto ofrecido y obtener un mejor posicionamiento turístico a nivel local y nacional se determinaron dos actividades; la primera actividad con dos acciones y la segunda con una única acción.

Tabla 68

Actividades y acciones de la estrategia DA

Actividad	Acción
1. Reforzar la participación de la comunidad local en el desarrollo turístico del Cantón Sigchos.	1. Involucrar a los emprendedores y a la comunidad local al momento de planear algún proyecto turístico en el cantón. 2. Realizar reuniones frecuentes con la población sigchense para que puedan expresar ideas y comentarios que puedan favorecer el desarrollo turístico del cantón.
2. Capacitar a la comunidad local y a los emprendimientos a base de mortiño acerca del ámbito turístico y así generar un incremento socio económico en el Cantón Sigchos.	1. Desarrollar un programa de capacitación turística constante para los emprendedores y la comunidad local con el fin de brindar una mejor calidad de servicio a los turistas.

Nota. El lineamiento estratégico DA se compone de tres acciones totales, 2022.

Acción 1 de la Actividad 1. La acción de involucrar a los emprendedores y a la comunidad local al momento de planear algún proyecto turístico en el cantón se fundamenta en el aspecto de buscar un desarrollo constante de la actividad turística en Sigchos. El involucramiento de más personas al momento de que el GAD realiza una planificación de algún proyecto turístico, que podría ser de provecho para la población y emprendimientos sigchenses del mortiño, facilita la posibilidad de tener un punto de vista más común en relación a posibles cambios, opiniones y recomendaciones. De esta manera, los emprendedores y la comunidad se sentirían más participes en lo que se va creando en el cantón y, hay que agregar también que, se provee más apoyo para que la población sigchense comprenda de mejor manera al turismo y, así, los proyectos turísticos del GAD tendrían menos probabilidades de ser rechazados.

Acción 2 de la Actividad 1. La acción de realizar reuniones frecuentes con la población sigchense para que puedan expresar ideas y comentarios que puedan favorecer el desarrollo turístico del cantón se la consideró porque permite el incremento del interés de la población local en la actividad turística sigchense. Además, la información compartida por parte de la comunidad y los emprendedores puede ser de utilidad para el GAD de Sigchos con referencia a la ejecución de posibles arreglos, cambios y adaptaciones de algunos factores de la oferta turística en el cantón.

Las reuniones se pueden realizar de forma trimestral acorde a un calendario que puede establecer en GAD Sigchos.

Acción 1 de la Actividad 2. La acción de desarrollar un programa de capacitación turística constante para los emprendedores del mortioño y la comunidad local con el fin de brindar una mejor calidad de servicio a los turistas se realiza a partir de la afirmación que los emprendimientos tienen el deseo de que los turistas visiten sus instalaciones, que participen en los procesos de creación de los productos que ofrecen y que los adquieran.

Tabla 69

Programa de capacitación

Ámbito	Duración	Destinatarios	Temas
Cultura turística	100 horas	Comunidad local Emprendedores	Identidad cultural Principios, valores y actitudes Atención al turista o cliente Comunicación asertiva Hospitalidad Cuidado ambiental Guianza Promoción de la oferta cantonal Promoción y venta del producto ofrecido
Manipulación de materia prima para productos alimenticios	40 horas	Comunidad local Emprendedores	Aseo personal Aseo y mantenimiento del equipamiento a usar para los alimentos Aseo de las instalaciones de los hogares y de los emprendimientos Higiene en manipulación de la materia prima local
Protocolos de bioseguridad	10 horas	Comunidad local Emprendedores	Lavado y desinfección constante de manos Uso correcto de la mascarilla Distanciamiento social

Nota. El programa de capacitación se desarrolla en tres ámbitos específicos, 2022.

En resumen, el programa de capacitación turística propuesta tiene una duración total de 150 horas conformes a tres ámbitos diferentes y de valor.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

Para finalizar con este trabajo, en el presente apartado se establecerán las conclusiones finales y, para cada una de estas, sus respectivas recomendaciones.

Conclusiones

1. La Teoría del Desarrollo Local Territorial es un sustento esencial para la presente investigación, ya que sus componentes permiten enfocar la manera para impulsar el crecimiento económico y el empleo usando los recursos propios del lugar. Esta teoría se acopla perfectamente con la visión de un desarrollo turístico mediante los emprendimientos a base del mortiño, ya que se usaría la materia prima del lugar, en este caso el mortiño, para la elaboración de distintos productos que sean innovativos para el turista.
2. Sigchos es un cantón de personas emprendedoras que poco a poco se han ido dando a conocer a nivel nacional y, en algunos casos, hasta internacionalmente, gracias a los productos innovadores ofrecidos a partir del procesamiento de recursos naturales totalmente locales como el mortiño que, gracias a la ubicación geográfica del cantón, se encuentra en gran cantidad y esto favorece tanto la producción y la venta del producto final a los clientes y consumidores como al aumento de flujo de turistas que llegan a Sigchos con el interés de conocer los procesos de elaboración de dichos productos..
3. El Cantón Sigchos posee un gran potencial turístico comunitario en relación a su oferta turística y a sus emprendimientos, pero mediante la presente investigación, se pudo determinar que no existe gran cantidad de proyectos que se hayan desarrollado en relación al posible aprovechamiento del mortiño como un factor que fomente la innovación en los productos y servicios de los emprendimientos para aportar al desarrollo turístico cantonal.

4. La matriz FODA da paso a la elaboración de estrategias en los puntos débiles y fuertes de los emprendimientos a base de mortifio, además de establecer variables del entorno que los afectaría. Todo esto para que los emprendimientos sean una fuente de desarrollo turístico y de empleo en el cantón Sigchos, mediante la promoción, la coordinación de canales, la innovación y la capacitación para los emprendedores, y también para la comunidad local, con el fin de desarrollar la oferta turística del Cantón Sigchos.

Recomendaciones

1. Se recomienda tomar en cuenta la Teoría del Desarrollo Local Territorial para la creación de nuevos emprendimientos futuros que se basen en el aprovechamiento de recursos locales porque esta identifica los elementos y las relaciones que se manifiestan entre ellos para obtener un resultado final estratégico que favorezca el desarrollo turístico de un destino por medio de su oferta turística. Además de la innovación, se produce un involucramiento general de la comunidad local y sus emprendedores hacia la actividad turística que les permite corresponder a las necesidades y expectativas de los turistas, aportando así a un desarrollo general local.
2. A pesar de que el Cantón Sigchos se lo reconozca por algunos productos nuevos a base de mortiño que se elaboran en los emprendimientos sigchenses a nivel nacional, se debería tomar la oportunidad de añadirle un valor agregado a esta fortaleza vinculando el producto, sus procesos, las personas involucradas y los vastos espacios disponibles a la expectativa turística y perfiles de turistas que van modificando constantemente acorde a las tendencias turísticas, y no limitarse o enfocarse principalmente a la simple venta del producto final.
3. El mortiño podría ser aprovechado por otros emprendimientos sigchenses que se dedican a la elaboración de otros productos innovativos, teniendo a esta fruta como un complemento extra para la creación de algo más que, junto a sus productos estrella, pueden representar una ulterior innovación a lo que ya ofrecen y así atraer a aquellos turistas con curiosidad de probar algo nuevo.
4. Se debería dar más importancia a los emprendimientos a base de mortiño, ya que explotan responsablemente un fruto que existe en gran cantidad en Sigchos y con diferentes posibilidades de aprovechamiento. Sería de gran apoyo incentivar a los emprendimientos innovativos del Cantón Sigchos mediante proyectos o inversiones por parte del GAD para que también la comunidad local se anime a innovar la oferta del cantón con relación a productos o

servicios que se puedan vincular también con el turismo. Todo esto beneficiaría al cantón a un nivel general tanto en el desarrollo local, económico y turístico para el cantón Sigchos.

Bibliografía

- Albán, D., y Marcalla, W. (2013). *Estudio de pre-factibilidad para la producción tecnificada de vino de mortiño (Vaccinium floribundum Kunth) en el cantón Sigchos comunidad Quinticusig asociación de vinicultores período 2012-2013*. [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Cotopaxi].
<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/2653>
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Enfoques Consulting EIRL.
http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2238/1/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf
- Arias, J., Villasís, M., y Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Ecuador registró un crecimiento interanual de 3,8% en el primer trimestre de 2022*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1514-ecuador-registro-un-crecimiento-interanual-de-3-8-en-el-primer-trimestre-de-2022>
- Barros, F. (2021). Alcances del turismo sostenible: un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador. *Siembra*, 8(1), 1-22.
<https://www.redalyc.org/journal/6538/653869486008/653869486008.pdf>
- Bedregal, P., Besoain, C., Reinoso, A., y Zubarew, T. (2017). La investigación cualitativa: un aporte para mejorar los servicios de salud. *Revista Médica de Chile*, 45(3), 373-379.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/rmc/v145n3/art12.pdf>
- Borja, A., Carvajal, H., y Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183-196.
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1433/1388>

Cabanilla, E., y Garrido, C. (2017). *El turismo Comunitario en el Ecuador*. IUDE.

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador.pdf>

Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., Del Rosario, F., y Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617.

<https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>

Cepeda, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: El patrimonio y la educación. *Tabanque: Revista pedagógica*, 1(31), 244-262.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6448230>

Chuncho, C., y González, G. (2018). *Diagnóstico situacional de la actividad turística en la comunidad Paz Yacu, cantón Mera, provincia de Pastaza*. [Tesis de Pregrado, Universidad Estatal Amazónica].

<https://repositorio.uea.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/454/T.TUR.B.UEA.4103.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Coba, P., Coronel, D., Verdugo, K., Paredes, M., Yugsi, E., y Huachi, L. (2012). Estudio etnobotánico del mortiño (*Vaccinium floribundum*) como alimento ancestral y potencial alimento funcional. *La Granja. Revista de Ciencias de la Vida*, 16(2), 5-13.

<https://www.redalyc.org/pdf/4760/476047400002.pdf>

Crespo, J. (2018). *Ecoturismo: análisis del nuevo paradigma ecológico en un contexto multipaís*. [Tesis de Doctorado, Universidad de Castilla-La Mancha].

<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/22823/TESIS%20Crespo%20Jare%C3%B1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico.

Investigación en Educación Médica, 2(7), 162-167.

<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Erazo, S., Siguenza, S., Ureña, M., y Morales, F. (2021). Características organolépticas, físico-químicas y microbiológicas de un vino de frutas: Granadilla. *REVISTA ESPACIOS*, 42(12), 40-50.

<http://www.revistaespacios.com/a21v42n12/a21v42n12p04.pdf>

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FETPCE. (2012). Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial. *Iniciativa Ecuatorial*. [https://www.equatorinitiative.org/wp-](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf)

[content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf)

Fernández, Y., Puentes, G., y Sanabria, N. (2020). Planificación del sistema de producción - Recolección del agraz (*Vaccinium meridionale Swartz*) en el municipio de Ráquira, Boyacá-Colombia. *Revista*

Espacios, 41(41), 108-123. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n41/a20v41n41p08.pdf>

GAD Municipal de Sigchos. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2065*.

<http://gadmsigchos.gob.ec/RendicionCuentas2015/Planificacion%20POA%20a%20PDOT.pdf>

GAD Municipal de Sigchos. (2022). *Ubicación de Sigchos*.

http://www.gadmsigchos.gob.ec/new/index.php?option=com_content&view=article&id=39&Itemid=232

GAD Municipal de Sigchos. (2022). *¿Qué significa Sigchos?* Gobierno Autónomo Descentralizado de Sigchos:

http://www.gadmsigchos.gob.ec/new/index.php?option=com_content&view=article&id=386&Itemid=699

GAD Municipal de Sigchos. (2022). *Estadísticas cantonales*.

https://www.gadmsigchos.gob.ec/new/index.php?option=com_content&view=article&id=41&Itemid=234

GAD Municipal de Sigchos. (2022). *Fechas e hitos históricos del Cantón Sigchos*.

https://www.gadmsigchos.gob.ec/new/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=231

GAD Municipal de Sigchos. (2022). *Medios de transporte*.

https://www.gadmsigchos.gob.ec/new/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=246

GAD Municipal de Sigchos. (2022). *Sigchos Gastronomía Tradicional*.

https://www.gadmsigchos.gob.ec/new/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=245

García, F. (2002). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario*. Limusa SA de CV.

<http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elcuestionario.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial*.

<https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/2021/PDYOT/PDYOT%20COTOPAXI%202021-%20-%202025...pdf>

Gómez, R. (2014). *Plan de desarrollo turístico para el cantón Sigchos provincia de Cotopaxi*. [Tesis de Pregrado, Universidad Tecnológica Equinoccial].

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13478/1/55472_1.pdf

González, E. (2018). *Ecoturismo y participación social en conservación: percepción de actores y perspectivas comunitarias asociadas a un emprendimiento ecoturístico de Campeche, México*.

[Tesis de Pregrado, Instituto Politécnico Nacional Unidad Mérida].

<https://www.mda.cinvestav.mx/FTP/EcologiaHumana/maestria/tesis/16TesisGonzalezE18.pdf>

- Grigenti, F. (2018). *Il turismo in Ecuador e valorizzazione delle comunità fluviali*. [Tesis de Grado, Università Ca'Foscari Venezia]. <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/15955/848419-1231790.pdf?sequence=2>
- Guerra, M. (2019). *Análisis de los atractivos turísticos de la parroquia Sigchos provincia de Cotopaxi para el desarrollo local*. [Tesis de Pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE]. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15770/1/T-ESPE-040630.pdf>
- Hernández, C., y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA*, 2(1), 76-79. https://www.researchgate.net/publication/333714362_Introduccion_a_los_tipos_de_muestreo
- Hernández, M., Baldomero, E., y Gómez, J. (2017). Metodologías de investigación cualitativa de la función social de la biblioteca pública. *Investigación en Información, Documentación y Sociedad*, 1(17), 431-444. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/60759/6/Metodolog%C3%adasCualitativasBibliotecaPublica.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2011). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Herrera, M. (2011). *Fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas*. Hospital Roosevelt: <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- Ibáñez, R., y Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. Serie Didáctica. https://biblioteca.uhispam.edu.ni/wp-content/uploads/2019/01/184_20160908023838-1.pdf
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2015). *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 374*. https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/nte_inen_374.pdf

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Fascículo provincial Cotopaxi*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/Diciembre-2020/202012_Mercado_Laboral.pdf
- Lalangui, J., Espinoza, C., y Pérez, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>
- Linares, H., y Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466.
<https://www.redalyc.org/pdf/881/88130205003.pdf>
- López, P., y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Menjura, E. (2021). *Diseño del direccionamiento estratégico y cuadro de mando integral para la empresa Amperio Colombia*. [Tesis de grado, Universidad de la Salle].
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=4131&context=administracion_de_empresas
- Milla, E. (2019). *Identidad cultural y conciencia turística en la población de la ciudad de Canta, 2018*. [Tesis de Pregrado, Universidad de San Martín de Porres].
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4809/MILLA_LE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2011). *Guía de bienes culturales del Ecuador*.

<https://downloads.arqueo-ecuatoriana.ec/ayhpwxgv/noticias/publicaciones/INPC-X-GuiaCotopaxi.pdf>

Ministerio de Turismo. (2013). *Ecuador lo tiene todo para ser una Potencia Turística*.

<https://www.turismo.gob.ec/ecuador-lo-tiene-todo-para-ser-una-potencia-turistica/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Catastro nacional de Establecimientos Turísticos*. Ecuador:

<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Geoportal de visitas internas turísticas*. Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Molina, D. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicada a la*

producción y comercialización de mortiño en la parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, provincia de Imbabura. [Tesis de Grado, Universidad Técnica del Norte].

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7511/1/02%20ICO%20632%20TRABAJO%20ODE%20GRADO.pdf>

Moreno, N., Sánchez, A., Pérez, A., & Alfonso, J. (2020). Tradición oral y transmisión de saberes ancestrales desde las infancias. *Panorama*, 14(26), 184-194.

<https://www.redalyc.org/journal/3439/343963784011/html/>

Movimiento Regional por la Tierra. (2020). *Corporación Microempresarial Yunguilla: La propuesta sustentable de turismo comunitario*.

https://panorama.solutions/sites/default/files/acus_yunguilla_caso.pdf

Naciones Unidas. (2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/objetivos-de-desarrollo-sostenible>

- Neudel, Y. (2015). La experiencia del turismo comunitario en Yunguilla, Ecuador y su impacto sociocultural en la comunidad. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*(18), 48-70.
<https://revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/view/1659/1352>
- Núñez, M. (2018). *Narrativas, memoria colectiva y tradiciones : transdisciplinariedad, decolonización y diálogo de saberes*. Universidad Veracruzana.
<https://www.uv.mx/personal/jmercon/files/2018/09/Libro-Narrativas-memoria-colectiva-y-tradiciones.pdf>
- Ocampo, N. (2011). *Proyecto de factibilidad para la apertura de la sucursal de la empresa de servicios Megadatos S.A. Ecuagnet en la ciudad de Latacunga*. [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana sede Quito]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3047/1/UPS-QT02931.pdf>.
- Ordoñez, L., Valencia, K., y López, J. (2020). Emprendimiento e Innovación en Ecuador. *Investigación Académica*, 1(2), 15-26.
<https://investigacionacademica.com/index.php/revista/article/view/21/30>
- Organización de las Naciones Unidas. (2022). *Objetivo 8: promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos*. Objetivos de Desarrollo Sostenible:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *El turismo: un fenómeno económico y social*.
<https://www.unwto.org/es/turismo#:~:text=El%20turismo%20se%20ha%20convertido,la%20competencia%20entre%20los%20destinos.>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Glosario de términos de turismo*.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

- Orozco, J., y Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 14(27), 144-167.
<https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>
- Panosso, A., y Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. Editorial Trillas.
<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
- Pariona, E., Moquillaza, V., García, J., y Cuya, E. (2020). Factores psicosociales asociados a la depresión en gestantes atendidas en un centro materno infantil peruano, 2018. *Chil Obstet Ginecol*, 85(5), 494-507. <https://www.scielo.cl/pdf/rchog/v85n5/0717-7526-rchog-85-05-0494.pdf>
- Pazmiño, J. (2019). Creación de un centro de información turística en la parroquia Sigchos para dar a conocer los elementos que conforman un destino turístico. *Revista científica MQR investigar*, 3(4), 11-20. http://mqrinvestigar.com/V3_4_ART_2.pdf
- Pereira, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15(1), 15-29.
<https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>
- Puente, F., Díaz, M., Hurtado, D., Paz, G., y Morillo, J. (2017). Cálculo muestral estratificado con afijación proporcional al tamaño para el análisis de consumo, desplazamientos e identidad local en el distrito metropolitano de Quito. *FIGEMPA Investigación y Desarrollo*, 1(1), 85-97.
https://www.researchgate.net/publication/335876771_Calculo_muestral_estratificado_con_afijacion_proporcional_al_tamano_para_el_analisis_de_consumo_desplazamientos_e_identidad_local_en_el_distrito_metropolitano_de_Quito
- Reyes, R. (2019). *Desarrollo del análisis de la empresa Viteri & Viteri S.A como herramienta para identificar factores críticos de éxito*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Machala].

http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14823/1/E-11262_REYES%20AYERVES%20RICHARD%20BOLIVAR.pdf

Rivero, M. (2018). *Matriz DAFO o FODA: herramienta estratégica con plena vigencia*. ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/324991460_Matriz_FODA_herramienta_para_la_estrategia_Dra_Magda_Rivero_mayo_2018

Rodas, M., Ullauri, N., y Sanmartín, L. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador. Una revisión de la literatura. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 1(9), 60-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5309454>

Ruiz, H. (2011). *Desarrollo de un vino de mortiño (arándanos) en la corporación Grupo Salinas de Ecuador*. Tesis de grado, Universidad Pública de Navarra. <https://core.ac.uk/download/pdf/10850641.pdf>

Tovar, S. (2019). *Lineamientos estratégicos para orientar el diseño del Balanced Scorecard en entornos dinámicos e inciertos*. [Tesis de maestría, Universidad de la Sabana]. <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/38617/Proyecto%20de%20Gradu%20Sandra%20Patricia%20Tovar%20Mesa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villacís, K. (2020). *Estrategias de Marketing para el Posicionamiento del Producto Vino de Mortiño "El Último Inca"*. [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Cotopaxi]. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7442/1/MUTC-000823.pdf>

Apéndices