



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

## **Los emprendimientos a base del mortiño 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

2022



# Planteamiento del problema



PUCE  
TALLER VERTICAL

CABECERA CANTONAL  
DIAGNOSTICO, PLAN MASA Y MICROPLANES

**SIGCHOS**

Diversos recursos  
naturales y culturales

Poca diversificación  
turística

Escasa capacitación



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

## Objetivo General



## Objetivos

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.



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# Marco teórico

X Teoría del desarrollo local territorial

Desarrollo local



Ambiental

Económica

Social y cultural

Política



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

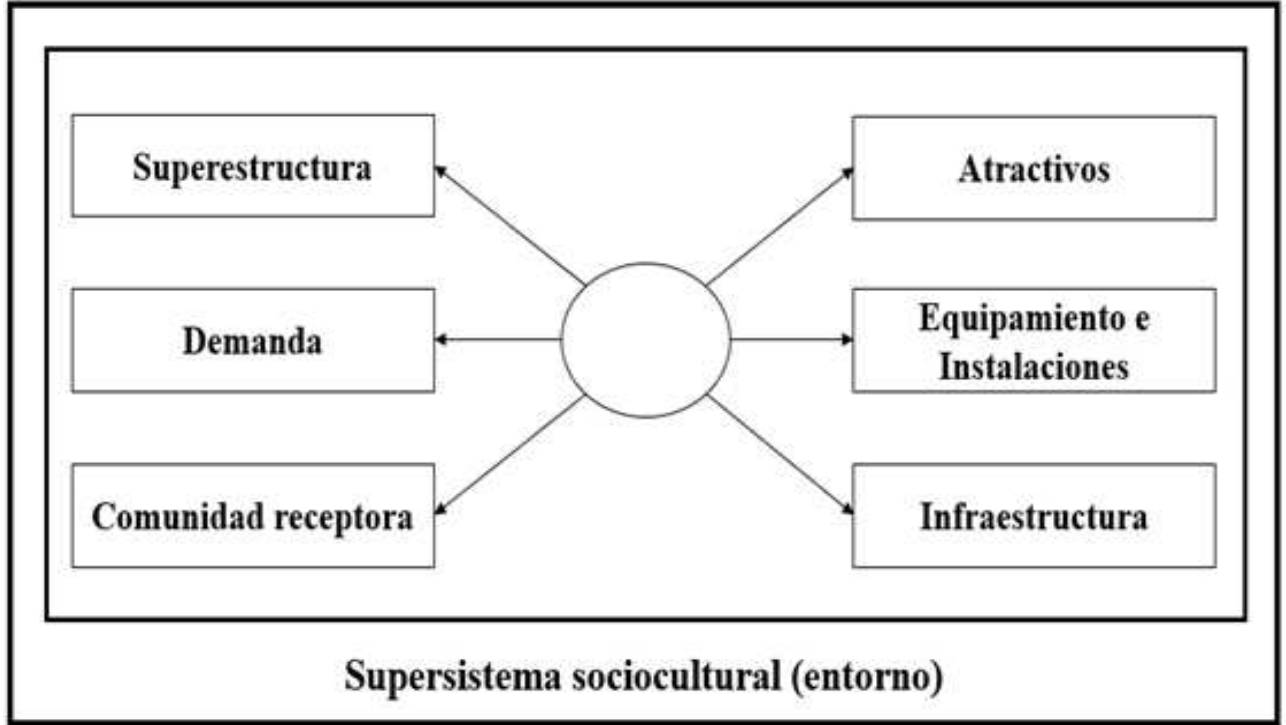
# Marco teórico

X Teoría de sistemas

Sistema turístico de Molina



ODS 8



# Marco referencial

## Comunidad Yunguilla

PARTICIPACIÓN

La comunidad de Yunguilla supo aprovechar sus recursos naturales



Turismo comunitario disponible



- Fábrica de quesos
- Fábrica de mermeladas
- Taller de artesanías
- Orquideario
- Huertos orgánicos
- Construcción de viviendas
- Voluntarios
- Turismo
- Restaurante comunitario

# Marco metodológico



**Enfoque Mixto**



**Enfoque:**

- Cualitativo
- Cuantitativo



**Objeto de estudio:**  
**Emprendimientos**



**Técnicas de Recolección de datos:**

- Encuesta
- Entrevista

**2018**

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

En donde:

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

N = tamaño de la población (47.252)

p = probabilidad de éxito (50%)

q = probabilidad de fracaso (1-p, o sea, el 50%)

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

n = tamaño de la muestra

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

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

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

$$n = 150$$



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

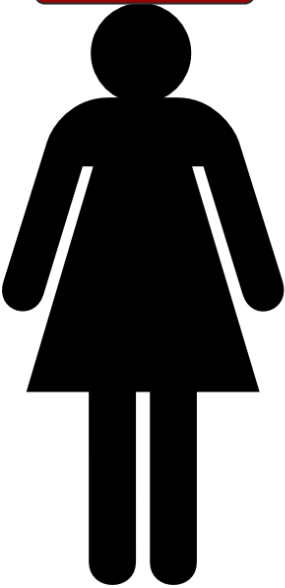
# Resultados de los visitantes



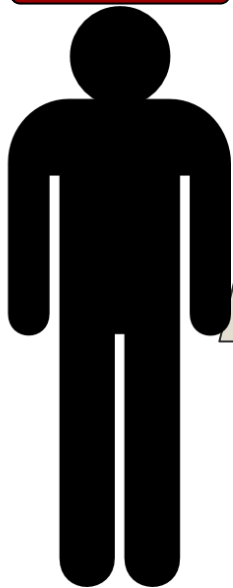
Quito

79,3%

50,7%



49,3%



23 a 26 años 72% (jóvenes)



84,7%  
Superior

53,3% estudiantes  
25,3% empleados  
privados



50% \$400  
a \$800



100%

1 vez 52%



80%  
Turismo



57,3%  
Familia



56% Menor  
a 1 día



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



# Resultados de los visitantes



78% conoce turismo comunitario



58% conoce T.C. en Sigchos

65,3% satisfechos en participar



Conocido y probado en algún producto

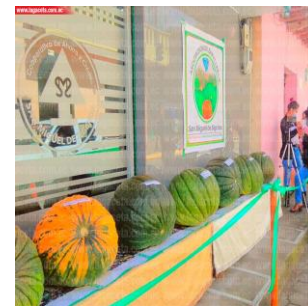
Emprendimientos conocidos

18,1%



25,5%

16,2



37,3



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# Resultados de los visitantes

Producto probado



28,9%



15,5%



19,6%



35,4%

**NEW**

Producto a probar y/o elaborar

Bebida alcohólica

24,1%

2,9%

Bebida caliente

Bebida fría

8,2%

4,1%

Cosméticos

Golosinas

40,6%

15,9%

Panadería y Repostería

Salsa

15,9%



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# Resultados del GAD Sigchos



**GAD MUNICIPAL  
DE SIGCHOS**



**DR. HUGO ARGÜELLO**

## Emprendimientos

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.

- 2 de vinos de mortiño
- 1 microempresa de zapallo
- 2 empresas de panela
- 1 de chocho
- 1 de chocolate
- 1 de chorizo de cuy
- otras más pequeñas de artesanías en madera y muebles tallados.



Comunidad poco involucrada y motivada.

Capacitación limitada.



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

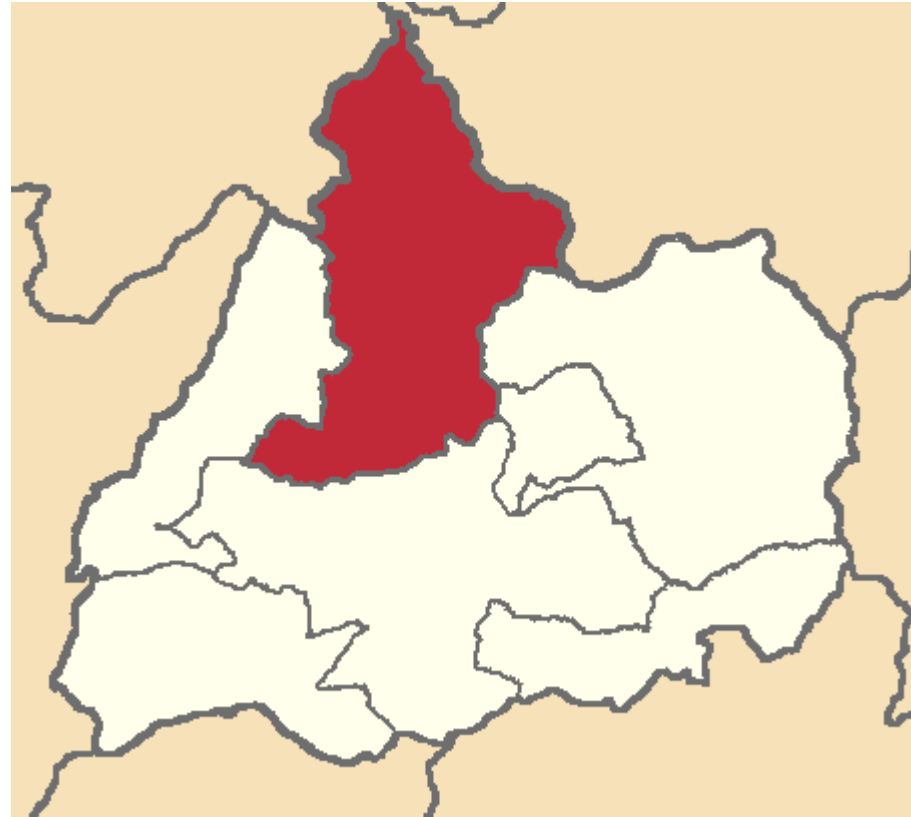
# Resultados de los emprendimientos a base del mortiño

Apoyo de seguridad y emprendimientos del mortiño.

Visión de prosperidad a nivel cantonal.

Posibilidad de crecimiento por inversiones.

Tiempos y procesos favorables para la participación.



Involucramiento de los emprendimientos al turismo.

Existencia de rentabilidad.

Diferencias de ingresos según temporadas.

Seguridad en producción y distribución.



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



ENTREPRENEURSHIP

# ANÁLIS FODA



# Propuesta

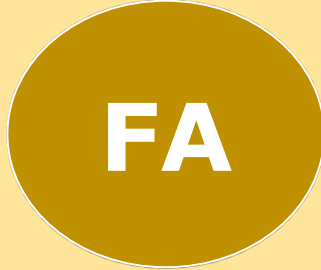


	Oportunidades				Amenazas						
	O1	O2	O3	O4	A1	A2	A3	A4			
Fortalezas	F1	3	1	3	1	2	0	0	0	1	0,25
	F2	0	2	3	2	1,75	2	1	0	1	1
	F3	2	3	3	3	2,75	1	2	0	3	1,5
	F4	1	3	2	3	2,25	1	3	0	3	1,75
		1,5	2,25	2,75	2,25		1	1,5	0	2	
Debilidades	D1	3	3	3	2	2,75	0	2	0	2	1
	D2	1	3	3	3	2,5	2	3	0	2	1,75
	D3	2	2	3	1	2	1	2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



Medios para la promoción.

Nuevos productos a base de mortiño.



Canales de distribución y de actividades promocionales.

Programa de capacitación y formación turística.



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

FO

### Ofensiva

- Predisposición de los emprendedores a recibir turistas.
- Ferias, festivales y eventos programados.

# Propuesta

### Defensiva

- Diversidad de espacios territoriales.
- Migración de jóvenes hacia otras provincias.

FA

## Generación de medios para la promoción

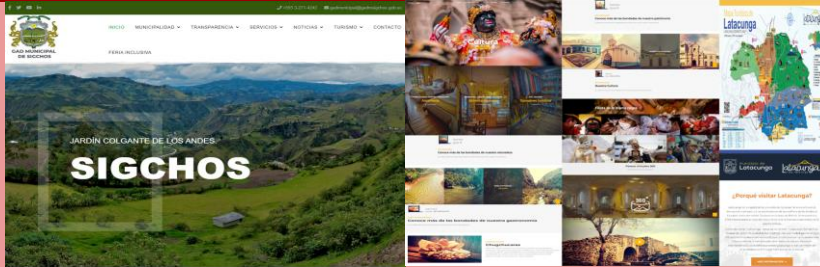
## Coordinación de canales de distribución y de actividades promocionales

ONLINE

Organización de la información

Contenido multimedia

Estética



\$100

2 semanas



Alianzas



AA.  
VV.LATACUNGA



1 semana

\$50



TIK  
TOK



Convenio

3 días



Frecuencia

\$350

Puntos de información turística

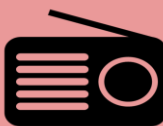
2 semanas

\$400



Degustaciones

OFFLINE



COTOPAX



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DO**

- Adaptativa**
- Baja innovación en los productos.
  - Ferias, festivales y eventos programados.

# Propuesta

- Reactiva**
- Limitada capacitación turística.
  - Cambios en las tendencias turísticas.

**DA**

Incorporación de nuevos productos a base del mortiño local

Desarrollo de un programa de capacitación y formación turística

Nuevos productos

**NEW**

**Etc.**

- Bebidas frías
- Bebidas calientes
- Bebidas alcohólicas
- Panadería y Repostería
- Golosinas
- Salsas
- Cosméticos

Tipo de producto

Participación comunitaria



Calendario

\$50

Reuniones + GAD MUNICIPAL DE SIGCHOS

TURISMO

Participación turística

Beneficio general

Capacitación

Cultura turística

**Cultura Turística**

100 horas

Manipulación de materia prima para productos alimenticios

40 horas

Protocolos de bioseguridad

10 horas

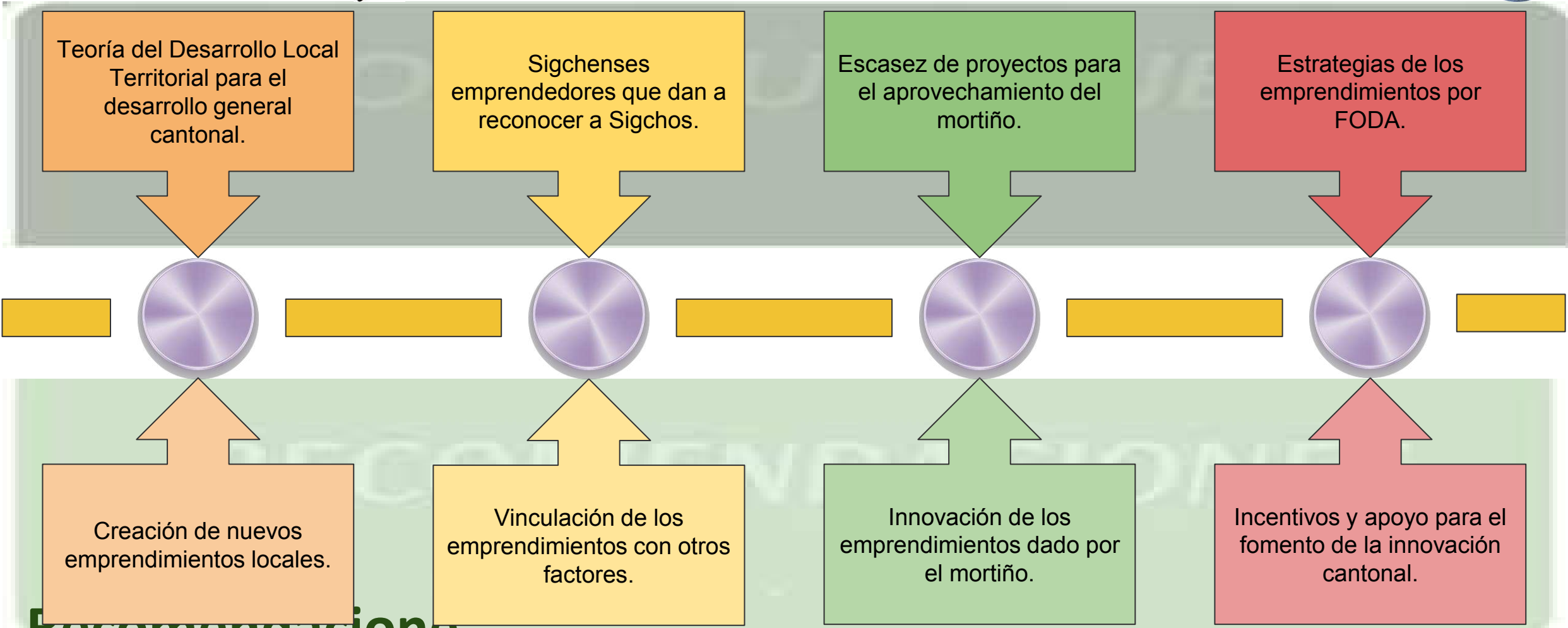
Trimestral

\$150

BASE DE \$1.100



# Conclusiones



# Recomendaciones



Vino de Mortino

El Último Inca  
VINO DE MORTINO

UN SABOR  
**ÚNICO**  
PARA  
COMPARTIR

SISACHA  
CHOCOLATE ORGÁNICO

Bombón  
RELLENO CON  
MERMELADA DE  
**MORTINO**

**GRACIAS**

**EMPRENDIMIENTO**

Vino de Mortino

Perla Andina  
VINO TINTO DE MORTINO  
SIGOROS ECUADOR

QUINTICUSIG

UN SABOR  
**ÚNICO**  
PARA  
COMPARTIR



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA