ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

`

DIRECCIÓN DE CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO

INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN TURISMO

MODALIDAD:
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

PERCEPCIÓN DEL TURISMO EN LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DEL CACAO CON FINES DE POSICIONAMIENTO DE CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ

AUTORES:

KARLA PATRICIA AYALA GARCÍA

CRISTHIAN HERASMO NAVARRETE BAZURTO

TUTOR:

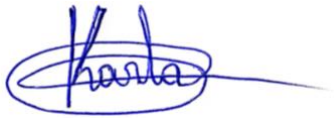
ING. ÁNGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA, MG.

CALCETA, MARZO 2022

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo **KARLA PATRICIA AYALA GARCÍA** con cédula de ciudadanía **1727320952** y **CRISTHIAN HERASMO NAVARRETE BAZURTO** con cédula de ciudadanía **1724213903**, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.



KARLA PATRICIA AYALA GARCÍA
1727320952

CRISTHIAN HERASMO NAVARRETE BAZURTO
1724213903

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

ING. ÁNGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA, MG. certifica haber tutelado el proyecto **PERCEPCIÓN DEL TURISMO EN LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DEL CACAO CON FINES DE POSICIONAMIENTO DE CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ,** que ha sido desarrollada por **KARLA PATRICIA AYALA GARCÍA** y **CRISTHIAN HERASMO NAVARRETE BAZURTO,** previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Firmado electrónicamente por:
ANGEL GUILLERMO FELIX MENDOZA

ING. ÁNGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA, MG.

1310744865

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** trabajo de titulación **PERCEPCIÓN DEL TURISMO EN LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DEL CACAO CON FINES DE POSICIONAMIENTO DE CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ**, que ha sido propuesto, desarrollado por **KARLA PATRICIA AYALA GARCÍA** y **CRISTHIAN HERASMO NAVARRETE BAZURTO**, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí.

Firmado electrónicamente por:
JHONNY PATRICIO BAYAS ESCUDERO

Lic. JOHNNY BAYAS ESCUDERO. Ph.D.
MIEMBRO

Firmado electrónicamente por:
WASHINGTON FERNANDO VELOZ CAMEJO

LIC. WASHINGTON VELOZ CAMEJO. Mg.
MIEMBRO

Firmado electrónicamente por:
IVAN ORLANDO MENDOZA MONTESDEOCA

ING. IVÁN MENDOZA MONTESDEOCA. Mg.
PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” que nos brinda la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual estamos forjando nuestros conocimientos, profesionales como futuros Ingenieros en Turismo. A Dios por ser el artífice de nuestras vidas a nuestros padres por su apoyo incondicional, por incentivarme a cumplir con mis metas y anhelos de innovación y superación. A El Mg. Guillermo Félix Mendoza por estar en cada paso de este proyecto.

KARLA PATRICIA AYALA G.

CRISTHIAN HERASMO NAVARRETE B.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios por ser el inspirador y por guiar cada uno de mis pasos. A mi madre en especial, que ha velado por mi bienestar siendo mi apoyo incondicional en cada momento, en cada etapa de mi vida, tanto emocional como económicamente.

A mí segundo hogar, la universidad, la cual me llena de conocimientos día a día y motivaciones para ser un profesional de calidad y calidez. Y a todos quienes aportaron positivamente a lo largo de mi formación académica brindándome el apoyo e incentivación para que siga adelante y no desmaye.

KARLA PATRICIA AYALA G.

Esta tesis va dedicado a las personas que hicieron posible con su afecto, comprensión, estímulo, asesoramiento y guía, alcanzar mis objetivos y metas educacionales, motivándome cada día para seguir escalando los peldaños de la educación y alcanzar la superación personal y profesional,

A mi familia que fue la fuente de apoyo moral-afectivo y es por la cual nos enriquecemos en conocimiento para poder seguir adelante en nuestras vidas. Al Creador de todas las cosas, quien me ha dado la fuerza para continuar cuando he estado a punto de caer, quien me mantuvo siempre en pie y me encaminó por el sendero del bien.

CRISTHIAN HERASMO NAVARRETE B.

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL iv
AGRADECIMIENTO v
DEDICATORIA vi
CONTENIDO GENERAL vii
CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS ix
CUADROS ix
FIGURAS ix
TABLAS x
RESUMEN xi
PALABRAS CLAVE xi
ABSTRACT xii
KEYWORDS xii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES 1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 1
1.2. JUSTIFICACIÓN 9
1.2.1. TEÓRICA 9
1.2.2. METODOLÓGICA 10
1.2.3. PRÁCTICA 11
1.2.4. SOCIO-ECONÓMICA 11
1.3 OBJETIVOS 12
1.3.1. OBJETIVO GENERAL 12
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 12
1.3.3. IDEA A DEFENDER 13
CAPíTULO II. MARCO TEÓRICO 14
2.1. EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO 14
2.2. LA POBLACIÓN Y SU PERCEPCIÓN DEL TURISMO 17
2.3. EL TURISMO COMO POTENCIAL DE LA EDUCACIÓN DE LOS PUEBLOS 20
2.4. TURISMO CULTURAL Y DESARROLLO TURÍSTICO 24
2.5. ASOCIATIVIDAD Y GOBERNANZA PARA EL TURISMO 26
2.6. PAISAJE CULTURAL COMO TENDENCIA 30

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO 34
3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS 34
LEYENDA 40
ANÁLISIS 40
3.2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS 42
3.3.1. FASE I. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y CARACTERIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES. 43
3.3.2. FASE II. EVALUACIÓN DEL CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL 44
3.3.3. FASE III. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS QUE FOMENTE EL PAISAJE CULTURAL EN LAS ASOCIACIONES. 45
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 47
4.1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y CARACTERIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES 47
4.1.1 RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LAS ASOCIACIONES RELACIONADAS A LA PRODUCCIÓN DE CACAO EN LA ZONA. 47
4.1.2. SELECCIÓN DE ASOCIACIONES DE OBJETO DE ESTUDIO 49
4.1.3. CARACTERIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES. 50
4.2. EVALUACIÓN DEL CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL 61
4.2.1. VALORACIÓN DEL TURISMO POR PARTE DE LOS DIRECTIVOS DE LAS ASOCIACIONES. 61
4.2.3. ANÁLISIS SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO 74
4.3. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS QUE FOMENTEN EL PAISAJE CULTURAL EN LAS ASOCIACIONES 75
4.3.1. ANÁLISIS FODA ESTRATÉGICO 75
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 89
5.1. CONCLUSIONES 89
5.2. RECOMENDACIONES 91
BIBLIOGRAFÍA 93

CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS

CUADROS

Cuadro 2. 1. Orientación desarrollo turístico desde dos aristas 9
Cuadro 2. 2. Características generales de la percepción 12
Cuadro 2. 3. Características de la percepción 13
Cuadro 2. 4. Ventajas y desventajas del agroturismo 17
Cuadro 2. 5. Componentes que integran el turismo sostenible 18
Cuadro 2. 6. Componentes de la sostenibilidad 18
Cuadro 2. 7. Características de la asociatividad 20
Cuadro 2. 8. Sub categorías del paisaje cultural 23

Cuadro 3. 1. Antecedentes metodológicos referenciales 29
Cuadro 3.2. Leyenda de criterios 30
Cuadro 3.3 Matriz de integración de criterios 30
Cuadro 3.4. Metodología a implementar 32

Cuadro 4. 1. Inventario de las asociaciones 36
Cuadro 4. 2. Asociaciones seleccionadas para el objeto de estudio 38
Cuadro 4. 3. Datos generales de la Asociación Kakawen 40
Cuadro 4. 4. Datos generales de la Corporación Fortaleza Del Valle 41
Cuadro 4. 5. Datos generales de la Asociación Maquita Cushunchic 43
Cuadro 4. 6. Datos generales de la Asociación Valle Noble 44
Cuadro 4. 7. Entrevistas al directivo de las asociaciones 46
Cuadro 4. 8.Actividades de interés 48
Cuadro 4. 9. Perfil del Socio 49
Cuadro 4. 10.Análisis FODA del área de estudio 60
Cuadro 4. 11.Valoración y medida de impacto de la matriz FODA 61
Cuadro 4. 12. Ponderación de la matriz FODA Fuente: elaboración propia 62
Cuadro 4. 13. Matriz de Correlación 63
Cuadro 4. 14.Matriz de Factores con mayor nivel de correlación 63
Cuadro 4. 15.Matriz de Posicionamiento estratégico 65
Cuadro 4. 16. Programa de innovación de productos agro turísticos 67
Cuadro 4. 17. Programa de generación de capacitaciones técnicas 67
Cuadro 4. 18. Programa fomento de emprendimientos 68
Cuadro 4. 19. Programa fortalecimiento institucional en el área de estudio. 69
Cuadro 4. 20. Programa local de desarrollo turístico 69

FIGURAS

Figura 2. 1. Hilo conductor 8
Figura 2. 2. Contribución del turismo al desarrollo local 10
Figura 2. 3. Clasificación del turismo 14
Figura 2. 4. Clasificación del turismo alternativo 15
Figura 2. 5. Objetivos para el desarrollo agro turístico en la parte económica 16
Figura 2. 6. Paisaje cultural 21

Figura 2. 7. Territorio del paisaje cultural 22

TABLAS

Tabla 4. 1. Años asociados en la empresa 57
Tabla 4. 2. Motivo para asociarse 58
Tabla 4. 3. Nivel de satisfacción 58
Tabla 4. 4. Beneficios de la asociación 59
Tabla 4. 5. Beneficios recibidos por la asociación 59
Tabla 4. 6. Participación de actividad turística 60
Tabla 4. 7. El turismo se transforma en beneficio para los asociados de las empresas 60
Tabla 4. 8. Disposición de formar parte alguna actividad turística 61
Tabla 4. 9. Preferencia de participación del turismo 62
Tabla 4. 10. Conocimiento sobre el eje cafetalero en Colombia 62
Tabla 4. 11. Conocimiento sobre los paisajes culturales 63
Tabla 4. 12. Manabí tiene potencial para ser considerado paisaje cultural entorno al cacao 63
Tabla 4. 13. Aceptación de su territorio para formar parte de estas declaratorias 64

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la percepción de los miembros de las asociaciones productoras de cacao para el posicionamiento del concepto de paisaje cultural. La investigación fue de carácter cualitativa con enfoque exploratorio descriptivo. Para el diseño de la metodología se plantearon 3 fases: empezando con la caracterización de las asociaciones mediante la revisión bibliográfica, documental y visitas de campo apoyada en una ficha afín se estableció que en la zona existen 13 asociaciones, pero sólo se estudiaron 5 de éstas (Fortaleza del Valle, Valle Noble, Kakawen, Maquita Cushunchic y Comuna la Cantera) que compran y comercializan el producto a precios justos donde se identificó el déficit de gestión y planificación. En la segunda fase se valoró la percepción del turismo de las asociaciones, donde se estableció que tanto dirigentes como miembros a través de entrevistas y encuestas en un 64% perciben a la actividad como una alternativa de desarrollo considerando que poseen potencial para que se posicione el paisaje cultural. La tercera etapa que contempla el diseño de estrategias partió del análisis FODA donde se identificaron seis fortalezas, ocho debilidades, ocho oportunidades y seis amenazas. En función a ello, se estructuró un modelo de gestión comunitario asociativo para que implementen las 6 estrategias ligadas a la formación integral de los socios, innovación de productos, generación de capacitaciones técnicas, que pretenden solucionar los problemas detectados en el presente trabajo y así posicionar el paisaje cultural en la zona centro de Manabí.

PALABRAS CLAVE

Percepción del turismo, asociaciones cacaoteras, Paisaje cultural, desarrollo turístico, agroturismo.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the perception of the members of the cocoa producing associations for the positioning of the concept of cultural landscape. The research was qualitative in nature with a descriptive exploratory approach. For the design of the methodology, 3 phases were proposed: starting with the characterization of the associations through bibliographic and documentary review and field visits supported by a related file, it was established that there are 13 associations in the area, but only 5 of these were studied (Fortaleza del Valle, Valle Noble, Kakawen, Maquita Cushunchic and Comuna la Cantera) that buy and market the product at fair prices where the management and planning deficit was identified. In the second phase, the associations' perception of tourism was assessed, where it was established that both leaders and members, through interviews and surveys, 64% perceive the activity as a development alternative considering that they have the potential to position the cultural landscape. The third stage that contemplates the design of strategies started from the SWOT analysis where six strengths, eight weaknesses, eight opportunities and six threats were identified. Based on this, an associative community management model was structured to implement the 6 strategies linked to the comprehensive training of members, product innovation, generation of technical training, which aim to solve the problems detected in this work and thus position the cultural landscape in Manabí central area.

KEYWORDS

Perception of tourism, cocoa associations, cultural landscape, tourism development, agro-tourism.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Dentro de la actividad turística la comunidad local es uno de los elementos claves que forman parte del sistema, siendo parte inherente de un destino. Por consiguiente, para García *et al*. (2015) y Morales y Gómez (2020) es primordial conocer la percepción de la comunidad anfitriona como vía que conduce a identificar problemas, necesidades y las posibles soluciones que propicien el desarrollo a través de la participación de las mismas. Convirtiéndose, especialmente en zonas eminentemente agroproductivas, en un factor fundamental en el impulso del turismo (García, 2015).

Por lo tanto, es necesario la gestión y planificación de la percepción local con potencial turístico basado en la productividad del cacao para que de esta manera se fomente el progreso de las comunidades rurales (García, 2015) mediante el posicionamiento del turismo y conceptos como el paisaje cultural entendidas como alternativas beneficiosas que coadyuvan al desarrollo integral a través del desarrollo de la puesta en valor de la agro productividad y atributos generales de los territorios.

A nivel mundial los paisajes culturales son concebidos como un producto de desarrollo de las actividades humanas en un territorio. Azcárate y Fernández (2017) lo definen como una obra conjunta del hombre y la naturaleza que ilustra la evolución de la sociedad a lo largo de los años a través de las formas históricas de ocupación territorial, sistemas productivos y formas de vida, donde se configuran los paisajes multicolores, de imágenes y texturas diversas. Un ejemplo claro de esto es la agricultura, puesto que los territorios naturales han sido modificados y de esta manera ha permitido la conformación de paisajes con belleza, sin embargo, esto ha generado graves impactos ambientales como la degradación de la tierra, deforestación y calentamiento global.

Por consiguiente, el cultivo del cacao tiene gran importancia en el desarrollo de la agricultura. Así Sánchez et al. (2019) menciona que este producto posee una histórica trayectoria vinculada a millones de personas y es un fruto de

exportación de gran importancia. En América Latina el cultivo de cacao se ha difundido a nivel comercial en al menos 23 países, con una producción combinada superior a las 675 000 TM y alrededor de 1 700 000 ha, donde Brasil, Ecuador, República Dominicana, Perú, Colombia y México representan los mayores productores, concentrando más del 90 % de la producción y de la superficie sembrada del continente (Arvelo, 2017).

En consecuencia, menciona Pahos (como se citó en Félix 2017) que “la consolidación del turismo cultural como una alternativa de desarrollo en Latinoamérica, en las dos últimas décadas ha respondido a la consolidación de esta propuesta como una alternativa “sustentable” y socialmente responsable” (p. 3). Por lo que los productores de cacao en la actualidad visualizan el potencial del paisaje cultural que los rodea vinculándolo a la actividad turística como opción de desarrollo. Por otro lado, debido a la promoción de un turismo de masa poco exigente, y que genera una sostenibilidad en peligro la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) integró a los paisajes culturales dentro de sus programas en torno al patrimonio cultural.

Un claro ejemplo sobre el paisaje cultural es el eje cafetalero de Colombia el cual ha estructurado una importante oferta en torno al café, según Velandia (2016) para obtener la declaratoria de la UNESCO “se realizaron una serie de acciones por el Ministerio de Cultura y la Federación Nacional de Cafeteros, procesos de difusión del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC), con el objetivo de lograr su apropiación por parte de sus habitantes” (p.11). Sin embargo, en la actualidad los paisajes culturales están sufriendo problemáticas relacionadas con el proceso de transformación social y cultural, donde la intervención humana sin planificación está causando serios inconvenientes, un ejemplo de esto es la intensificación agraria y el abandono rural, en el cual la explotación industrial conlleva un excesivo consumo de recursos y energía, pérdida de patrimonio cultural y degradación del medio ambiente.

Con respecto a las distintas formas organizativas, en Ecuador según Cisneros et al., (como se citó en Mora, 2017) el dinamismo del desarrollo rural durante los años 70 y 80 incorporó organizaciones de primero y de segundo grado,

impulsando la proliferación de numerosas estructuras en torno a iniciativas particulares, creando grupos de producción, asociaciones de mujeres, jóvenes, niños, etc. Todo esto fue creado con la finalidad de mejorar el sector campesino a través de la organización, donde las asociaciones agrícolas y las cooperativas de producción posibilitaron el acceso a la tierra y al crédito en varios sectores rurales durante el proceso de la Reforma Agraria. Sin embargo, actualmente no todas las personas pertenecen a una organización, y las que existen presentan ciertas falencias, puesto que no se brindan las capacitaciones técnicas necesarias y no se incentiva a formar parte de estas.

A partir de ello, sumado la consolidación del turismo rural en el país según Ostelea (2021) se presentan casos solidificados como el turismo comunitario como Yunguilla y Salinas de Guaranda que dieron pauta a que dentro de la planificación turística ecuatoriana se tome en consideración el fortalecimiento del desarrollo turístico en zonas rurales mediante el diseño de productos innovadores orientados hacia el agroturismo, haciendo énfasis en el uso del cacao y del chocolate o dinamización de las localidades a través del paisaje cultural o programa de Pueblos Mágicos.

Sin embargo, el desconocimiento de los beneficios del turismo en general y puntualmente sobre el agroturismo así como de conceptos bases como el paisaje cultural se evidencian en la deficiencia de oferta constituida que genere valor al proceso agro productivo de las comunidades rurales a pesar de que se contemple en la matriz productiva nacional, lo que encara en contraparte el deficiente cumplimiento de una de las atribuciones por parte de los distintos niveles de gobierno respecto a las atribuciones que le atribuyen la responsabilidad de promover el turismo comunitario, de impulsar campañas de concienciación que genere cultura sobre la importancia del turismo (Reyes y López, 2019).

Ecuador es un país netamente agricultor, con un sinnúmero de ventajas en cuanto al ámbito de productividad que lo posicionan a nivel internacional como exportador de varios productos agrícolas, las divisas generadas a través de exportaciones de cultivos como el cacao, banano y café fueron considerables. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL,

2015) “la mayor concentración del cultivo de cacao se encuentra en provincias litorales, (Los Ríos, Guayas, Manabí, Esmeraldas y El Oro), en las estribaciones de la Cordillera Occidental y en las provincias del nororiente del Ecuador (Sucumbíos, Orellana y Napo)” (p. 2). De manera que estos sectores pueden ser considerados puntos estratégicos para desarrollar la actividad turística relacionada a la producción del cacao convirtiéndose en otra fuente de ingresos económicos.

La Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO) (2015) basada en los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) manifiesta que el sector cacaotero contribuye con el 5% de la población económicamente activa nacional (PEA) y el 15% de la PEA rural, constituyendo una base fundamental de la economía familiar costera del país. La demanda de la producción de cacao es alta a nivel nacional pero no es aprovechada para el fomento de los paisajes culturales a través de actividades turísticas, por lo cual es necesario que se gestione y promueva la participación social que permita fortalecer la cadena productiva para tener una mejor perspectiva del turismo.

Pese a esto, la producción del cacao no alcanza un verdadero desarrollo que permita fortalecer el sector productivo, debido a las escasas estrategias institucionales que fomenten la cadena de valor, deficiente asistencia técnica para el productor, precios bajos, entre otras problemáticas. Donde se enfatiza que es necesario que se aproveche la denominación de origen que cuenta este cultivo contribuyendo a la mejora del país ofreciendo productos con un valor diferenciado ya que en el momento que un producto adquiere esta identificación le ofrece al consumidor obtener un nivel de calidad único.

Por otro lado, el turismo en torno a este producto agrícola ha supuesto, una alternativa económica, con especial intensidad en las grandes haciendas del centro del país, que permite reducir los impactos de los vaivenes económicos de la alteración de precios agrícolas. Pero aun así el desconocimiento del buen desarrollo y la poca apropiación de un paisaje productivo enfocado a un mecanismo de avance hace que exista un alto impacto de desigualdad que no permite que se actúe como un agente de transformación.

La Provincia de Manabí cuenta con diversos sitios rodeados de naturaleza en estado puro además de ser una provincia bien posicionada en el ámbito agropecuario debido a sus condiciones climáticas y su tierra productiva. Según el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) (como se citó en Loor 2019) en Manabí existen “100.961 hectáreas sembradas con cacao, de éstas 52.546 son en monocultivos y 48.415 asociados, en la actualidad se está exportando 500 toneladas y la demanda está en aumento por la calidad del producto” (p.13).

De igual manera, el componente cultural manabita no pasa desapercibido ya que precisamente el paisaje “está supeditado a cuestiones históricas y sociales, y es inseparable de la concepción relativista de la sociedad y la cultura” (Hormaza y Torres, 2020). Estos mismos autores destacan que la riqueza productiva de la provincia es producto de una herencia cultural que se encuentra arraizada con la cosmovisión, las costumbres y tradiciones locales que la distinguen del resto del país. Por lo que se evidencia Manabí se puede posicionar como un sitio ideal para realizar actividades turísticas direccionadas al paisaje cultural cacaotero.

La zona centro de Manabí comprende los siguientes cantones Junín, Bolívar, Tosagua y Chone, también se tomaron en cuenta los cantones Portoviejo y Flavio Alfaro los cuales se encuentran privilegiados entre grandes áreas naturales que se dedican a la producción agrícola y ganadera siendo estas el principal ingreso económico para los habitantes, de la misma manera es importante mencionar que Chone es catalogado mediante registro en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) como: Capital Mundial del Cacao Fino de Aroma debido a que mantiene mayor producción de cacao fino de aroma además de que cuenta con una diversidad de cultura y tradiciones, por lo que en la actualidad se lo promociona como un lugar de gran variedad, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone (2016).

A pesar de lo expuesto anteriormente, se puede evidenciar que el ámbito agrícola en esta zona no se encuentra desarrollado, son pocas las personas que poseen la oportunidad de aprovechar los lugares agropecuarios para la realización de actividades turísticas que les den la facultad de diversificar su economía además de dar a conocer sus tradiciones en cuanto a los

procedimientos de elaboración y sembrado de productos agrícolas a causa de la deficiente percepción del turismo en las comunidades y, específicamente, asociaciones productoras de cacao que han limitado el posicionamiento del concepto del paisaje cultural y, con ello, la implementación de la actividad y el desarrollo integral.

Manabí cuenta con 11 asociaciones productoras de cacao y, teniendo en cuenta que la provincia es altamente agrícola y popular en la producción del cacao en la cual se realizarían diferentes actividades relacionadas al turismo como una estrategia para el desarrollo económico y social de las comunidades dedicadas a dicha actividad puesto que proyecta un gran potencial turístico que además de brindar una diversidad en la oferta turística de la zona, integra la participación de distintos servicios y así dar la oportunidad al crecimiento económico del país, (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador [INIAP], 2019).

La producción de cacao es alta por lo que se encuentran 5 asociaciones en la zona centro, de las cuales 2 están ubicadas en el cantón Portoviejo, 1 en el cantón Bolívar,1 en el cantón Chone y 1 en el cantón Flavio Alfaro quienes son las que se encargan de comprar los productos a los agricultores de la zona. En relación con el ámbito turístico son pocas las personas que evidencian la oportunidad de aprovechar los lugares agropecuarios para la realización de actividades turísticas, por este motivo los demás productores prefieren vender sus productos a diferentes entidades por lo cual se crean asociaciones que no tienen enfoque transversal según Intriago et al. (2021) generan un desaprovechamiento total del potencial de los espacios rurales.

Al igual que a nivel nacional, prepondera el desconocimiento de los beneficios de la actividad agro turística, lo que evidentemente ha conllevado a que no esté posicionado el concepto de paisaje cultural como producto estratégico de desarrollo en éstas asociaciones incidiendo en la carente percepción del turismo como eje de progreso local de cara al insuficiente impulso por parte de las autoridades competentes que fomenten vías alternas de desarrollo sostenible en las zonas rurales a partir del valor agregado a su producción y esfuerzo (Loor et al., 2018).

En efecto, el limitado posicionamiento acorde a Lemoine et al. (2018) responde a la “ausencia de conocimiento sobre instrumentos que midan la percepción de los pobladores o comunidades en la provincia con la finalidad de aplicar estrategias eficaces y operacionales” (p. 57). Así mismo, otra de las causales que tributa a la problemática para Blandariz et al. (2021) constituye que generalmente “la actividad turística en áreas agrícolas se han centrado en gran medida en actividades específicas relacionadas con las fincas, generalmente etiquetadas como agroturismo e ignoraron el enfoque más holístico de ver el paisaje agrícola como un elemento clave de la experiencia turística” (p. 85) lo que ha conllevado a que las asociaciones perciban de una forma errónea el paisaje cultural y ello limite su enfoque turístico.

Se presentan un déficit de gestión, organización y planificación en las asociaciones de cacao debido que ellas se encargan de comprar el producto mas no de dar seguimiento a las fincas productoras del mismo, además hay una desventaja entre la producción y comercialización a que en muchos casos afectan al productor que recibe precios bajos por sus producto; sumado a esto es que las entidades no gestionan proyectos productivos que permita aprovechar los recursos que poseen las comunidades rurales acorde a lo expuesto por Cisneros et al. (2018).

Por otro lado, con el paso de los años para el desarrollo de la agricultura se ha tenido que recurrir a la implementación de tecnologías avanzadas donde se necesita de la inversión en productos agroindustriales, según León et al. (como se citó en Loor, 2019) los que llegan a obtener mejores créditos económicos son los intermediarios y mayoristas, que juntos ofrecen al agricultor precios muy reducidos por el cacao, llegando incluso a no cubrir los costos de inversión, ocasionando la pérdida de recursos monetarios y reduciendo la posibilidad de optimizar la cadena comercial.

Por otra parte, la zona centro de Manabí carece de proyectos que ayuden a fortalecer el concepto de paisaje cultural cacaotero, por lo que se presenta desinterés y desconocimiento sobre esta actividad que se le puede vincular directamente con el agroturismo (Andrade y Mendoza, 2015). En la actualidad existe un déficit de gestión y planificación con respecto al desarrollo de la

actividad turística, fundamentalmente en la enfocada al agroturismo, debido que las autoridades se centran en otras áreas de turismo demostrando un desinterés por estas zonas. Desde este punto de vista es importante la vinculación con la actividad agropecuaria, por lo que es importante brindar capaciones a los dueños de fincas cacaoteras y de esta manera se logra un enfoque agroturístico en sus fincas.

Entre otra de las problemáticas que enraíza el problema central radica en el factor cultural que incide en el desinterés por parte de la comunidad, ya que acorde a Barreiro (2018) en la costa ecuatoriana y, especialmente, en el pueblo montubio impera la cultura individualista que no propicia a que los actores locales trabajen de manera coordinada con los agentes públicos y privados en pro del desarrollo agro turístico haciendo uso del paisaje cultural, evidenciándose en los pocos casos de éxito a diferencia de la región andina. A lo que León (2018) acota que en las zonas rurales permanece la resistencia a abrirse a nuevas visiones y enfoques debido a que persiste el tradicionalismo que no permite dinamizar y diversificar sus actividades y réditos, predominando una percepción equívoca respecto al turismo y el paisaje cultural, siendo producto de una errada e ineficaz gestión y puesta en valor, así como de una insuficiente difusión y socialización del verdadero valor productivo y del turismo.

Además, Andrade y Mendoza (2015) dejan en evidencia que el desarrollo del turismo rural y agro turístico en Manabí se mantiene hasta la actualidad caracterizado por la deficiente participación y asociación de las comunidades agrícolas, la carencia de iniciativas por parte de las asociaciones ya constituidas, así como la insuficiente planificación por parte de las autoridades competentes en un proceso participativo que generen propuestas integradoras para agregarle valor a la productividad de la zona.

El deficiente manejo del paisaje cultural en las asociaciones de cacao de la zona centro de Manabí han propiciado que en la zona no se desarrolle como es el agroturismo generando nuevas alternativas que ayude a la económica de estos cantones. Por lo que es importante fomentar y posicionar el uso de la categoría Paisaje Cultural en la percepción de los productores de cacao, como una nueva forma de entender, proteger, gestionar y difundir el patrimonio a través de la

integralidad de los diferentes ámbitos que conforman el Patrimonio Cultural. Además, es necesario que estas asociaciones productoras gestionen y promuevan la participación social que permita fortalecer la cadena productiva para tener una mejor perspectiva turística. Por ello surge la siguiente interrogante:

¿Cómo influye la percepción del turismo por parte de los miembros de las asociaciones productoras de cacao para el posicionamiento del concepto de paisaje cultural en la zona centro de Manabí?

1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación presenta razones teóricas, metodológicas, prácticas y socio-económicas que validan el desarrollo de la misma; puestas que ha sido diseñada para la respectiva investigación sobre la percepción del turismo en las asociaciones productoras del cacao con fines de posicionamiento de concepto del paisaje cultural y de esta manera.

1.2.1. TEÓRICA

La presente investigación pretende determinar la percepción del turismo en las asociaciones productoras de cacao, para la realización de la propuesta fue necesario considerar fundamentos conceptuales relacionados con el tema de estudio lo que permitió la estructuración de un marco teórico referencial desde la perspectiva de varios autores conformado por 5 epígrafes acorde a las variables que dan sustento al desarrollo del trabajo.

La misma que se fundamenta en los preceptos emitidos por García et al. (2015) y que en conjunto hacen énfasis en que la percepción del turismo de las comunidades rurales juega un papel clave dentro del desarrollo y consiguientemente en el posicionamiento, en especial de los paisajes culturales. Puesto que se configura como un factor decisivo en el éxito o declive de la actividad que permite hacer uso sostenible de los recursos agro productivos conjugados con la cultura, por lo que la evaluación es un instrumento para determinar los niveles de aceptación, inconvenientes y acciones que conduzcan

a la formación, a la puesta en valor y desarrollo agro turístico mediante la planificación y gobernanza que garanticen su sostenibilidad.

Ciertamente la factibilidad bajo el marco de la base teórica mediante la aplicación conceptual respecto a la temática de la investigación condujo a establecer los medios para la solución de la problemática buscando un impacto que conlleve al posicionamiento del paisaje cultural como alternativa de desarrollo en las asociaciones cacaoteras. En efecto, la presente servirá como respaldo a futuras investigaciones a través de la contribución a la literatura en el ámbito de las percepciones y posicionamiento del paisaje cultural y, por otro lado, pretende ser un referente debido a que de los resultados obtenidos durante la investigación se tendrá una idea clara de la situación actual en el área de estudio relacionada.

1.2.2. METODOLÓGICA

La línea metodológica de esta investigación fue el resultado del análisis de varios autores como: Urte (2007) y Félix et al. (2019), los cuales mantienen relación con la presente investigación y se constituyen en un fundamento importante para la estructuración del diseño metodológico que direccione al proyecto a la determinación de la percepción en las asociaciones relacionados con la producción del cacao dentro de los espacios con potenciales turísticos, contribuyendo con el posicionamiento de paisajes culturales, siendo de gran relevancia debido a que en la actualidad las tendencias de los destinos se enfocan en realizar actividades turísticas sostenibles relacionadas con la naturaleza o en espacios rurales. La metodología propuesta está conformada por tres fases que ayudaron a cumplir los objetivos planteados.

Esta investigación contribuirá directamente a las asociaciones productoras de cacao desde el punto de vista que se estipulará estrategias y por ende acciones para el posicionamiento del concepto de paisaje cultural alrededor del cacao basado en el desarrollo turístico de las asociaciones, además se fortalecerá aspectos tal es el caso como la planificación, gestión y coordinación de las actividades turística esto es en torno al desarrollo sostenible de las fincas.

1.2.3. PRÁCTICA

El presente trabajo se justifica desde el enfoque práctico puesto que a través de la determinación de la percepción permitió determinar el nivel de conocimiento y aceptación del turismo así como las falencias que presentan las asociaciones productoras de cacao y, a partir de ello, diseñar y promover estrategias que permitan dar solución a la problemática detectada que permitan el fomento del agroturismo mediante la puesta en valor de la producción y el conjunto que encierra el paisaje cultural en las áreas rurales que comprende la zona centro de Manabí.

En este sentido, los resultados obtenidos de la presente propuesta, pretenden contribuir al posicionamiento del concepto de paisaje cultural como alternativa de desarrollo en la zona centro de Manabí, debido a que muchos lugares poseen recursos potenciales, pero estos no tienen una percepción específica de la actividad ni cuentan con la gestión y gobernanza adecuada que permita el impulso del turismo y, por consiguiente, la diversificación en estos espacios. Por ello, la propuesta en función de las estrategias plantea una programación estratégica en base a pilares como la formación, la gestión y la conservación fundamentalmente que contemple programas y acciones específicas para el logro del posicionamiento del paisaje cultural a través del valor agregado a la producción cacaotera que coadyuve al desarrollo agro turístico rural en la zona y el fomento productivo.

1.2.4. SOCIO-ECONÓMICA

Esta investigación pretende activar y desarrollar la actividad turística en las asociaciones productoras de cacao mediante las estrategias para un plan de posicionamiento del concepto de paisaje cultural alrededor del cacao, por ende, este proyecto aportará al mejoramiento de las condiciones y estilo de vida de los asociados debido a la afluencia de turistas que visitarán los establecimientos. Además, tendrán la oportunidad de desarrollar y emprender negocios para alcanzar un fin colectivo que les garantice una mejor solvencia económica y dignidad laboral. De igual manera, la presente propuesta pretende a través de

capacitaciones dirigidas a los asociados mejoren su productividad y fortalezcan su asociatividad.

De igual manera, con la propuesta se pretende generar un impacto en la formación de la comunidad local y especialmente de los involucrados en la cadena de las asociaciones cacaoteras mediante los programas de capacitación que fortalezcan sus conocimientos, capacidades y permitan abrir la mentalidad de éstos hacia un enfoque nuevo creando una cultura general, mientras que el desarrollo turístico de la zona conduzca a la creación de programas educacionales y de apoyo para los niños, jóvenes y adultos que tienen limitaciones en el ámbito así como la implementación de infraestructura educativa a largo plazo.

Por otro lado, desde la perspectiva sociocultural a través de la investigación y posterior posicionamiento del paisaje se espera que el turismo traiga consigo la implementación y mejora de los servicios básicos locales y facilidades que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales. Así como también pretende impulsar el interés, recuperación y fortalecimiento de la cultura del pueblo montubio respecto a sus tradiciones, cosmovisión, costumbres, patrimonio, estilo de vida, formas agroproductivas, entre otras.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar la percepción sobre turismo en las asociaciones productoras del cacao para el fomento y desarrollo del concepto de paisajes culturales en la zona centro de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar las principales asociaciones productoras de cacao, que se encuentren económicamente activas en la zona centro de Manabí.

- Conocer los niveles de conocimiento sobre paisaje cultural que presenta los miembros de las asociaciones

- Definir estrategias para un plan de posicionamiento del concepto de paisaje cultural alrededor del cacao basado en el desarrollo turístico de las asociaciones.

1.3.3. IDEA A DEFENDER

Con la percepción sobre turismo en las asociaciones productoras del cacao se podría fomentar al posicionamiento del concepto de paisaje cultural en la zona centro de Manabí

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

La finalidad de este capítulo consiste en la recopilación de información oportuna de la percepción del turismo y el paisaje cultural, para lo cual es necesario plantear algunos fundamentos conceptuales actualizados que sirvan como sustentación del diseño metodológico que se empleará con el fin de obtener los resultados deseados; de esta manera se desarrollan las comprensiones más importantes a conocer. Ver figura 2.1.

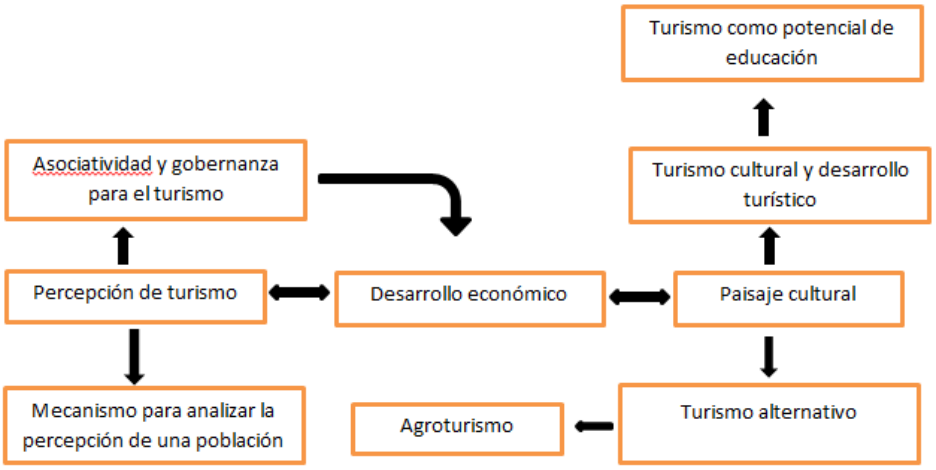


Figura 2. 1. Hilo conductor
Fuente: Elaboración propia

2.1. EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO

Hoy en día es notable el crecimiento del turismo y se confirma que es uno de los sectores más poderosos en desarrollo económico a nivel global. Según datos de la organización mundial de turismo (OMT, 2020, p.1) en “el 2019 se registró un total de 1.500 millones de turistas internacionales en el mundo lo que representó la quinta parte de la población mundial”, en cambio el 2020 se lo consideró como un año difícil por la pandemia a causa del Covid-19. Se redujo las llegadas de turistas internacionales, considerándose como la mayor crisis de la historia del turismo. A pesar de ello, en lo que va del 2021 el turismo se está recuperando, pero para esto es importante acelerar el ritmo de vacunación en todo el mundo y trabajar en la coordinación y comunicación efectiva sobre las restricciones de

viaje en constante cambio impulsando a la vez las herramientas digitales para facilitar la movilidad.

De acuerdo con Ramírez, Nazareno, Roldán y Arias (2016) “El turismo es una actividad importante en la economía mundial, ha estado ligado al proceso del cambio de la matriz productiva, de manera que se ha convertido en uno de los ejes de desarrollo económico más importante”. (p.256). Como tal es de vital importancia que los gestores turísticos realicen planes de acción que ayuden al fomento del turismo, ya sea interno o externo.

Por otra parte, Orgaz y Moral (2016) manifiesta que el turismo se establece como uno de los “Principales sectores económicos a nivel internacional, adquiriendo importancia en los países en vías de desarrollo, se puede decir que esta actividad es una de las principales oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica” (p.2). Cabe mencionar que el turismo ha tenido buena acogida desde sus inicios por lo que esto le ha permitido que el turismo se desarrolle como un factor económico muy importante ya que todos los actores que se encuentran involucrados obtienen grandes beneficios que este puede traer consigo. Según Gómez y Martin (2019) “El desarrollo turístico es un sector con gran capacidad para dinamizar la economía local, entre los impactos económicos positivos encontramos: la creación de empleo, el aumento de ingresos por turismo, el desarrollo intersectorial y el aumento de las inversiones” (p.3).

Como lo manifestó Gómez el desarrollo del turismo ha logrado dinamizar la economía local, ya que ha brindado fuentes de empleos, además hay países que su principal fuente de ingreso es el turismo es por ello que Ramírez et al. (2016) afirma que “El turismo es una de las mayores industrias a nivel mundial. La mayoría de las nuevas modalidades propuestas para él se enfocan al desarrollo económicamente sostenible, que para desarrollarse debe orientarse desde dos aristas: lo social y lo comunitario” (p.9). Ver cuadro 2.1.

Cuadro 2. 1. Orientación desarrollo turístico desde dos aristas

SOCIAL	COMUNITARIO
• En lo social se debe establecer una propuesta de gestión que promueva el turismo de determinado lugar para las personas que pertenecen a los grupos de atención prioritaria y que están en situación de vulnerabilidad	• El turismo comunitario se debe impulsar un modelo de gestión para que la comunidad local aproveche el patrimonio natural y cultural de la región y pueda desarrollarse y ofrecer servicio turistico.

Fuente: Ramírez, Nazareno, Roldán & Arias (2016)

Gambarota y Lorda (2017) "El turismo en la actualidad es reconocido como motor de desarrollo en un territorio provocando que los distintos gobiernos y entidades privadas, le otorguen una mayor atención promoviendo diferentes programas y actividades de fomento a la misma" (p.8). Entonces al hablar de desarrollo turístico se debe tomar en cuenta cuanto este ha beneficiado al desarrollo local, ya que muchos países han tomado en cuenta al turismo como sector generador de riquezas que permite mejorar su economía sin tomar en cuenta muchas veces las comunidades rurales. Ante el surgimiento de iniciativas de desarrollo turístico local y regional se debe plantear unas técnicas que se deben seguir, a fin de planificar el nuevo espacio turístico, la cual podría resumirse en los siguientes puntos que se encuentran en la figura 2.2:

Figura 2. 2. Contribución del turismo al desarrollo local

Fuente: Gambarota (2016)

En Ecuador se puede decir que gracias a sus riquezas naturales es una potencia turística y el turismo debe ser considerado como un eje de gran importancia para la dinamización de la economía ecuatoriana. Es así que el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, prioriza al turismo como uno de los sectores más importantes, que permite incentivar la inversión nacional y extranjera, todo esto sin olvidar los esfuerzos para impulsar el desarrollo del turismo sostenible, que garantice el uso adecuado de la naturaleza y mejore la calidad de vida de los ciudadanos es decir se prioriza la actividad basados en la Constitución de la República (Loor, Alonso, y Pérez, 2018).

2.2. LA POBLACIÓN Y SU PERCEPCIÓN DEL TURISMO

Es muy importante tener siempre en cuenta la percepción que tiene la población en cuanto al desarrollo del turismo ya que esto les permite determinar si el turismo representa oportunidades positivas o negativas según García, Serrano, Osorio y López (2015) considera que “La percepción de la comunidad en torno al turismo es uno de los elementos fundamentales para el logro del desarrollo local de los destinos turísticos o potencialmente turísticos” (p.1). La percepción de la población debe integrarse a la planeación de dicha actividad, puesto que, la comunidad anfitriona determina el dinamismo tanto del desarrollo del turismo como de las interacciones entre la actividad y los actores involucrados.

También es importante tener en cuenta cuáles son sus opiniones con respecto al turismo ya que su participación dentro de las actividades es muy significativa por lo que no se pueden quedar al margen de los procesos de planificación turística que realizan los entes con mayor poder. Por esto los autores González, Acosta, Orgaz y Castellanos (2015) mencionan que “La importancia que tiene la interacción entre turistas y residentes, reconociéndose en la actualidad que el éxito y la sostenibilidad de la actividad turística dependen, en gran medida, del apoyo que recibe por parte de los residentes locales” (p.5). ´

Por lo que es necesario mencionar que “El reconocimiento de la percepción de la comunidad y agentes locales cobra notoriedad, como el punto de partida en el que debe de sustentarse toda iniciativa de implementación turística” (Loor, Forteza, y Sánchez, 2018, p. 2). Es importante la percepción de la población ya

que depende de ellos que el turismo se desarrolle de la mejor manera y puedan obtener beneficios para la mejora de la comunidad.

La comunidad anfitriona es imprescindible dentro de la actividad turística según García, Serrano, Osorio y López (2015) “Forma parte inherente del destino que se desea visitar, pues expresa y contagia su sentir con lo que le rodea y caracteriza, además de recibir directamente los impactos positivos y negativos derivados de la actividad” (p.2). Es por esta razón que conocer la percepción de la comunidad anfitriona puede ayudar en gran medida a detectar diversas problemáticas, necesidades y posibles soluciones, que pueden ser consideradas como punto de partida para lograr el desarrollo local mediante la participación de la comunidad en proyectos turísticos.

Es importante conocer si la comunidad acepta o rechaza el desarrollo del turismo define en gran parte el porvenir de dicha actividad. En el cuadro 2.2 se destacan las características generales que, de acuerdo con lo planteado por diversos autores que han realizado estudios de la percepción, y que deben considerarse:

Autores y año de publicación	Características de la percepción
Getz (1994)	carácter subjetivo
Zimbardo & Leippe (1991); Eagly &Chaiken (1993); Gursoy et al.(2002): Royo y Ruiz (2009).	Actitud como predisposición
Var. Kendall & Tarakcioglu (1985);Perdue et al (1990):Keogh (1990); Allen et al. (1993);Lankford & Howard (1994); Monterrubio (2009);Monterrubio y Mendoza (2010); Ponce (2004)	Percepciones de oportunidades y participación. Actitudes hacia el turismo
Smith(1989); Urry (1990 y 2002); Ap & Crompton (1993); Aguilo et al (2004)	Opiniones, actitudes y debates
Gursoy et al (2002)	Actitud de los residentes. Armonía de intereses de residentes y autoridades
Dogan (1989); Gee et al. (1989); Gunn (1988); McIntosh & Goeldner (1990); Gursoy et al. (2002).	Categorías básicas que inciden en la percepción de los impactos del turismo por parte de la comunidad.
Pizam (1978); Sheldon & Var, (1984); Um & Crompton (1987); Allen et al. (1988); Long et al. (1990); Madrigal (1993).	Factores específicos
Royo y Ruiz, (2009)	Influencias externas. Experiencia.
Sethna & Richmond (1978); Belisle & Hoy (1980); Tyrrell & Spaulding (1984); Var et al. (1985); Davies et al. (1988); Lankford (1994); Jurowski et al. (1997); Ritchie (1998); Tosun (2002)	Beneficios económicos
Pizam (1978); Rothman (1978); Murphy (1983); Esman (1984); Sheldom & Var (1984); Liu & Var (1987); Setha & Richmond (1978); Keogh (1990); Harrison (1992); Brunt & Courtney (1999); Besculides et al. (2002);	Beneficios sociales y culturales
Ponce (2004); Monterrubio (2008 y 2009); Monterrubio y Mendoza (2010)	Reacciones negativas
Ritchie (1998); programa nacional de turismo (SECTUR 2001)	La comunidad local determina su calidad de vida (desarrollo económico, ambiental, social y cultural
Getz (1994) Williams & Lawson (2001); Zhang et al. (2006)	Identificación de razones de apoyo u oposición al desarrollo de proyectos turísticos
Gursoy & Rutherford (2003)	Variabilidad de los impactos del turismo

Cuadro 2. 2. Características generales de la percepción
Fuente: García, Serrano, Osorio y López (2015)

Como se evidencia en el cuadro 2.3, algunos autores consideran que la percepción tiene un carácter subjetivo pues es un proceso de aprendizaje que produce conocimientos y experiencias sobre el entorno, también se muestran las características de la percepción.

Subjetiva	Las reacciones a un mismo estímulo varían de un individuo a otro
La Condición Selectiva	La percepción es consecuencia de la naturaleza subjetiva de la persona que no puede percibir todo al mismo tiempo y selecciona su campo perceptual en función de lo que deseo percibir
Temporal	Es a corto plazo, la forma en que los individuos llevan a cabo el proceso de percepción evoluciona a medida que se enriquecen las experiencias o varían las necesidades y motivaciones de los mismos.

Cuadro 2. 3. Características de la percepción
Fuente: Elaboración propia

Las percepciones son muy variadas y son uno de los elementos claves para el desarrollo local de los lugares turísticos, por ende, en el cuadro anterior se muestran tres características la primera depende de las necesidades de cada individuo en el momento o de sus experiencias. La condición selectiva se refiere a que la persona selecciona por grupos en función de lo que necesita, en cuanto al temporal se puede cambiar la percepción de la persona sobre un producto ejemplo está la variación de los elementos del marketing.

2.3. EL TURISMO COMO POTENCIAL DE LA EDUCACIÓN DE LOS PUEBLOS

A lo largo del tiempo se ha venido planteando cada vez enfáticamente que el turismo es una actividad que puede contribuir a los procesos del desarrollo local es por eso que Gambarota y Lorda (2017) manifiestan que “El turismo se ha convertido en un importante factor de desarrollo socioeconómico de los países, como consecuencia de que el desarrollo local, endógeno y regional, se considera entre las estrategias que permiten el progreso de un territorio, ya sea una localidad o región” (p.2). Por ende, el turismo es una fuente dinamizadora de la pobreza de los pueblos ya que este le ha permitido que se generen actividades y que los turistas conozcan sus costumbres.

Según Castellanos (como se citó en Calle, 2015) la importancia del turismo dentro de la educación “Busca el mejoramiento de las condiciones de vida de una determinada localidad, comunidad o territorio, logrando un equilibrio entre los aspectos: económico, social y ambiental, articulado al beneficio y satisfacción de las necesidades de los residentes del mismo territorio” (p.18). Por otra parte, debido a que el turismo en los pueblos se encuentra alejado de los centros urbanos y grandes conglomerados, las comunidades rurales cuentan con una gran biodiversidad debido a que ellos le brindan una importancia a la naturaleza ya que los identifica como comunidad.

De acuerdo con Jaco, Quintero y Hernández (2017) “Estas áreas han sido poco desarrolladas y atendidas por sus gobiernos, por lo que su desarrollo depende en gran medida del adecuado aprovechamiento que hagan de sus recursos” (p.2). Es por esto que las propias comunidades buscan la continua mejora

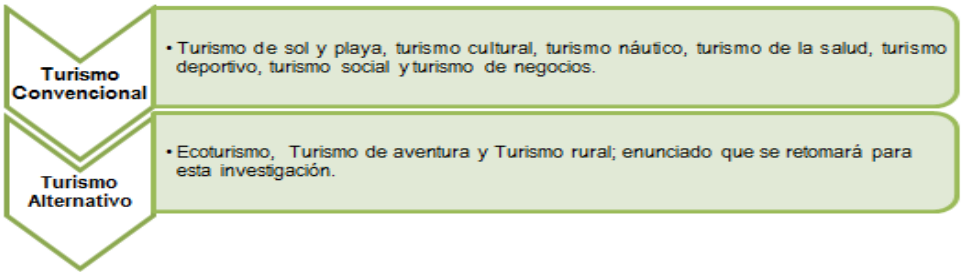
desarrollando turismo los cuales ahora se los conoce como las nuevas modalidades de turismo por lo que se centran en la naturaleza y en los pueblos.

Por otro lado, según Palacios (2016) “El turismo comunitario, definido como actividad turística que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (p.1). El turismo comunitario o el turismo que se realizan en las poblaciones lejanas de las grandes ciudades representan una opción económica y social para todos los habitantes por lo que el turismo es productivo ya que tiene una participación activa de las comunidades en la gestión y los beneficios se distribuyen esencialmente en su contexto local.

El turismo ha sido dinámico ya que con el paso del tiempo se ha ido transformando rápidamente y así dándole paso al surgimiento de nuevas tendencias como lo indica Gómez y Martin (2019): “El turismo al tiempo que se descomponía su sistema económico tradicional, se ha ido armando otro basado en el turismo de interior, estructurado en torno a la puesta en valor de los recursos naturales amparados en figuras de protección” (p.3). Por lo que se le dio paso al turismo alternativo que tiene relación con el turismo de naturales que

Según Brito (2019) “La conservación y el turismo pueden llegar a ser un aliado a través de estrategias de desarrollo sostenible, sin olvidar que un turismo mal planteado también tiene la capacidad de perjudicar el medio ambiente” (p.3). Por lo que se manifiesta que el turismo busca satisfacer las necesidades de los clientes, pero teniendo siempre en cuenta el bienestar de la población local para ello lo entes del turismo dividieron el turismo convencional y el turismo alternativo ya que tratan de desarrollar nuevas alternativas que sean sostenibles. La clasificación del turismo se presenta en la figura 2.3

Figura 2. 3. Clasificación del turismo



Fuente: Rogel, Rojas & Ortega. (2011), P.4

Por otro lado, el turismo alternativo según Secretaria de Turismo (SECTUR, 2016) son "Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud de conservar los recursos naturales y culturales" (p.17). Es por eso que las nuevas alternativas hacen que el turista sea más consiente al momento de realizar diferentes actividades relacionadas con la naturaleza y además tienen el compromiso de respetar, disfrutar y del entorno del destino. También hay que tener en cuenta que existe la clasificación del turismo alternativo el cual se verá en la figura 2.4.

Figura 2. 4. Clasificación del turismo alternativo

Ecoturismo	Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma, estas actividades pueden ser observaciones de astros, observación de flora y fauna, senderismo, educación ambiental, investigación biológica, observación de atractivos y fenómenos especiales de la naturaleza, y observación de atractivos naturales entre otro.
Turismo de aventura	Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Esto se enfoca principalmente a tres ámbitos aire (vuelo en globo aerostático, ala delta, parapente, tirolesa, paracaidismo); agua (buceo autónomo, espeleobuceo, pesca recreativa, descenso en rio); tierra (rappel, ciclismo de montaña, cabalgatas, montañismo).
Turismo rural	Los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma, las principales son; etnoturismo, agroturismo; talleres gastronómicos, fotografías rurales y talleres artesanales, entre otras.

Fuente: Ibáñez y Rodríguez (2012)

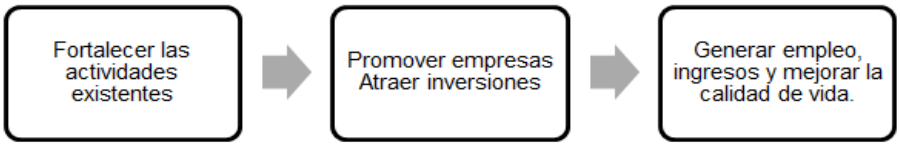
Las nuevas alternativas del turismo se enmarcan en las siguientes modalidades las cuales son ecoturismo es la encargada de realizar actividades con fines de aprendizaje, observación de flora y fauna, educación ambiental, el turismo de aventura son aquellas actividades que involucran actividad física y de adrenalina

y el turismo rural son actividades que tienen que ver con la naturaleza como lo son talleres artesanales, gastronomía, agroturismo entre otro.

El agroturismo, es considerado una estrategia de desarrollo territorial para la reactivación de las zonas rurales, dando valor y jerarquía a la identidad local y a los procesos productivos, mediante una visión comercial y turística según Peralta y Li (2017) “El agroturismo es una actividad que brinda a los productores y comunidades rurales, la oportunidad de vincular el desarrollo agropecuario con el desarrollo de una actividad recreativa” (p.1). Por lo que por lo general las personas que realizan este tipo de actividad son personas que residen en la ciudad y desean conocer otro tipo de entorno diferente a la vida urbana.

Es por esto que, Riveros, y Blanco (como se citó en González, Iturralde y Morales, 2016) manifiestan que “Es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos” (p. 4). El agroturismo ofrece al turista experiencias fuera de lo habitual ya que les permite estar en contacto con la naturaleza, además también les brinda conocimiento sobre procesos que se realizan en fincas agro turística un claro ejemplo es la producción de cacao y los derivados que presenta. Para lograr un desarrollo económico que beneficie a una comunidad mediante el agroturismo es primordial establecer objetivos que en la figura 2.5, se muestran.

Figura 2. 5. Objetivos para el desarrollo agro turístico en la parte económica



Fuente: González, Iturralde y Morales (2016)

La Organización Mundial de Turismo, (como se citó en Santana, 2020). “El agroturismo desde el punto de vista de negocio, genera diversos beneficios sociales, económicos y ambientales, genera empleo y arraigo cultural; incorpora a la actividad a mujeres y jóvenes; revaloriza el patrimonio cultural, ambiental y la vida rural” (24). El agroturismo por lo general se da en fincas pequeñas o medias el cual les enseña diferentes clases de procesos que se generan de

productos que cultivan en las fincas, de esta manera ellos buscan generar ingresos económicos y a la vez darle la oportunidad de empleo a diferentes tipos de personas, también hay que tener en consideración que para ello se dan ventajas y desventajas que se presentan en el cuadro 2.4.

Cuadro 2.4. Ventajas y desventajas del agroturismo

VENTAJAS	DESVENTAJAS
● Ayuda a la economía de zonas rurales que poseen recursos monetarios. ● Amplia el horizonte de los atractivos turísticos de los países. ● Da a conocer la riqueza natural, gastronómica y costumbres de muchas zonas de las Américas. ● Fortalece la unión familiar. ● El mercadeo de productos de la finca es sin costos.	● Falta de infraestructura suficiente y de calidad. ● Poca o nula formación en atención al turista y manipulación sanitaria. ● Dificultad para instaurar un control de calidad. ● Contaminaciones por los desechos y basuras que algunas veces producen los turistas. ● Pérdida de identidad de las comunidades. ● Peligro a que las actividades productivas ofrecidas al turista se vuelve un montaje.

Fuente: Elaboración propia

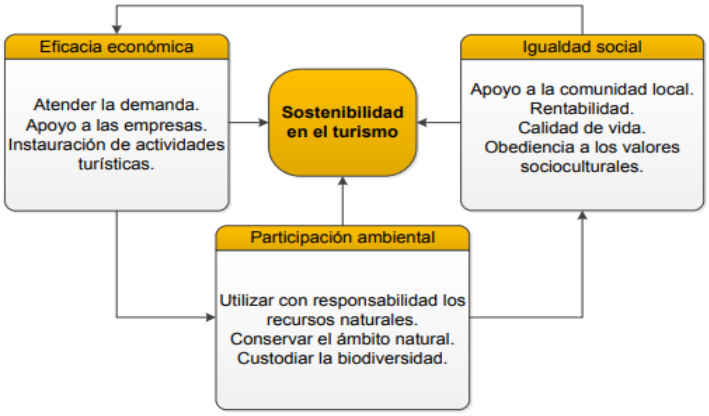
2.4. TURISMO CULTURAL Y DESARROLLO TURÍSTICO

El turismo cultural desde sus inicios ha tenido gran acogida por los turistas ya que era una la principal motivación para realizar los viajes de un lugar a otro ya que ofrecía a los turistas hechos históricos de las grandes ciudades, las cultural sus ideologías entre otros, en la actualidad el turismo cultural ha aumentado en ciertos lugares como es Europa es uno de los principales continentes que recibe más turistas al año por el turismo cultural.

Serrano (2016) indica que “el desarrollo del turismo cultural en las últimas décadas ha generado un especial interés en los sitios patrimoniales como ejes articuladores de la oferta turística de un país o región” (p. 2). Como en los últimos tiempos el turismo ha evolucionado por lo que se debe de tener en cuenta que esta demanda puede generar grandes impactos los cuales pueden ser tanto negativo como positivo y puede que provoque el rechazo por parte de los residentes a los turistas, con él consigue que la población local se niegue a las actividades turísticas por lo que se debe promover alternativas que busquen el bienestar de las comunidades y la sostenibilidad económica, ambiental y social.

Así mismo el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2015) menciona que "En el turismo cultural sostenible se destaca la reducción del sobre consumo, la valoración de la diversidad e intercambio cultural y, por supuesto, involucrar a las comunidades locales como anfitrionas y representantes de la cultura local viva" (p.18). Como tal el turismo cultural se encuentra estrechamente ligado con la sostenibilidad ya que este busca la satisfacción de los turistas sin comprometer los recursos para las generaciones venideras, el cuadro 2.5 representa el bienestar del turismo con sus dimensiones cultural, socioeconómico y ambiental.

Cuadro 2. 5. Componentes que integran el turismo sostenible



Fuente: Hidrovo (2017)

Se considera que la eficacia económica, la participación ambiental y la igualdad como términos relacionados con la sostenibilidad, por ello en el cuadro 2.6 se detalla claramente la importancia de estos elementos en el turismo cultural.

Cuadro 2. 6. Componentes de la sostenibilidad

ECONÓMICO	SOCIO- CULTURAL	MEDIO AMBIENTE
La actividad turística debe desarrollarse a través de la aplicación de buenas prácticas empresariales, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo de la empresa. Con ello se benefician a los propietarios, los empleados y vecinos de la comunidad donde se desarrolla el negocio turístico.	Involucra un respeto por la diversidad sociocultural y, particularmente, un respeto por la cultura local, en este sentido, la actividad turística se debe de realizar sin perjudicar y afectar el tejido existente en la comunidad donde se desarrolla, de tal modo de preservarla y revitalizarla como uno de los principales atractivos turísticos. Mejores oportunidades, ingresos y servicios básicos.	La explotación turística desregulada puede provocarla destrucción del hábitat y la biodiversidad ambiental, es imprescindible que las actividades del turismo se desenvuelvan considerando un uso adecuado de los recursos naturales, idealmente minimizando cualquier daño al ambiente (flora, fauna, agua, suelo, energía y contaminación).

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a lo económico las empresas turísticas toman un papel fundamental puesto que deben tener viabilidad económica a largo plazo, esta

debe traducirse igualmente en prosperidad económica para la comunidad anfitriona, lo cual se logra principalmente, con la oferta de empleos de calidad para los trabajadores de las empresas turísticas, permitiendo con ello una mejora en la experiencia y satisfacción de los visitantes, dado que permite un real intercambio cultural sustentado en la atención de la propia comunidad a los turistas.

Con respecto al ámbito social, se persigue el objetivo de la equidad en la medida de que los beneficios económicos y sociales derivados del turismo sean distribuidos en la comunidad receptora, generando en este escenario, se debe promover el involucramiento de los habitantes locales en la planificación turísticas, de modo de decidir sobre los límites y alcances de la actividad turística, en post de una mejora integral de la calidad de vida y un respeto por su riqueza cultural y patrimonial. En cuanto a lo ambiental es necesario aportar a su conservación y cuidado se debe proponer a la mejora de la calidad de los paisajes urbanos y rurales, evitando su degradación física y visual, de tal forma de mantener una conciencia respecto al uso eficiente y renovable de los recursos que albergan los paisajes tanto por parte de las empresas turísticas como de los visitantes.

Cabe mencionar que los componentes de la sostenibilidad son muy importantes y se pueden aplicar para las diferentes modalidades de turismo ya que estos logran mejorar la calidad de vida de las comunidades locales y a su vez brindan un buen servicio turístico a los visitantes y esto favorece ya que así atrae a más turistas lo cual resulta beneficioso en la parte económica para los residentes.

2.5. ASOCIATIVIDAD Y GOBERNANZA PARA EL TURISMO

Es importante considerar que para el desarrollo de las actividades de turismo existen diferentes leyes o reglamentos que en algunos casos no se cumplen a cabalidad por lo que las comunidades deciden realizar asociaciones donde pueda haber un líder que los represente a la hora de tomar decisiones. Según Zamudio (2017) manifiesta que “La asociatividad en la gestión pública territorial es conveniente porque esta, surge como una necesidad en un espacio geográfico determinado para desarrollar una estrategia de manera práctica”

(p.15). En este contexto, las figuras asociativas son instrumentos de articulación y desarrollo territorial, que parte de las propias entidades territoriales de manera cooperativa para abordar problemas y temáticas conjuntas.

Por otro lado, la asociatividad representa oportunidades para que los agricultores mejoren su producción y conozcan la importancia de trabajar en conjunto. “El término surge como uno de los mecanismos de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización de las economías nacionales” (Garza y Contreras, 2016, p. 6). Por ende, para que la actividad turística pueda ser efectuada en asociaciones estas deben fomentar la asociatividad para de esta manera obtener beneficios como capacitaciones, herramientas e instrumentos que mejoren la productividad y la relación con los actores locales. A continuación, en el cuadro 2.7, se detallan las principales características de la asociatividad:

Cuadro 2. 7. Características de la asociatividad

A)	Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes
B)	La manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de la incumbencia exclusiva de cada empresa
C)	Las empresas no están obligadas a compartir información que estimen confidencial para sus compañías, como en el caso de la cooperación compulsiva de las redes verticales, o las exigencias de las alianzas estratégicas
D)	Se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos de las empresas, a saber, diseño, manufactura, comercialización, servicios post-venta, entre otros.
E)	Le otorga un mecanismo de cooperación inter-empresas una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción que puede ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales, o incluso para aquellas que no pertenezcan a ninguna red.

Fuente: Elaboración propia

La asociatividad permite a las personas que puedan aprovechar sus recursos naturales y culturales o turísticos, a través de mecanismos de acción o proyectos productivos, puesto que esta debe ser vista como una herramienta que permita mejora la calidad de vida de los comuneros. Desde el momento en que la sociedad se encuentre organizada puede tener valor en el ámbito legal y de esta manera realizar un sin número de gestiones para el desarrollo de proyectos sociales, agropecuarios, turísticos, ambientales entre otros.

En función de lo expuesto, es posible establecer que la asociatividad está estrechamente ligada al concepto de gobernanza dentro del sector ya que siguiendo el precepto expuesto por Bustos (2008) ésta implica “la creación de redes de cooperación y coordinación entre los actores directa e indirectamente implicados en la cadena de valor del turismo, que se caracterizan por tener sus propias reglas y normas. En otras palabras, la gobernanza se traduce en concertación de actores” (p. 101). Haciendo alusión directa a que una de las formas efectivas de gobernanza se convierte en la asociatividad de empresas u asociaciones que mantenga vínculos con los demás agentes claves para el desarrollo integral del turismo.

Sin lugar a dudas, esta relación constituye y responde a las condiciones de desarrollo social integrado en la industria, independientemente de la modalidad hacia la que se oriente, aunque ciertamente según Cruz y Velázquez (2020) cobra mayor significancia cuando se trata en zonas rurales que realizan actividades de turismo alternativo, especialmente el turismo rural – comunitario, ecoturismo y agroturismo, donde preponderan intereses comunes de carácter divergentes que responden a una localidad entera y a las partes respecto al uso, aprovechamiento, planificación, regulación y comercialización del destino.

Evidenciando la necesidad de que surjan asociatividades turísticas que se caractericen por gestionar el desarrollo de la actividad enmarcada en un proceso de gobernanza turística local que construya relaciones autónomas, pero generando redes horizontales de horizontales en el ecosistema turístico que acorde a Cruz y Velázquez (2020) “les permitan la construcción de espacios de toma de decisiones para hacer frente al dominio de otros actores institucionales sobre sus recursos colectivo”.

De modo que, dicha asociatividad en los espacios rurales se caracterice por formar mecanismos reflejados en redes de interacción, cooperación y trabajo mancomunado que den respuesta de negociación y alcance de objetivos compartidos a nivel comunal, que beneficie a las partes interesadas a través de la dotación de representatividad y legitimidad principalmente (Lucero y Torres, 2021). Permitiéndoles alcanzar en su conjunto los beneficios positivos que trae

consigo asociarse en las zonas rurales que conduzcan la obtención rápida y efectiva de los objetivos comunes.

Las administraciones gubernamentales así como el ente rector de la actividad turística ecuatoriana en conjunto con el Ministerio de Agricultura y Ganadería, mayormente conocida por sus siglas MAG, han implementado programas que instan a la asociatividad bajo un modelo de gobernanza de modo que ello le agregue un valor diferencial a la producción agrícola mediante el turismo, lo cual se corrobora en las dos últimas planificaciones turísticas nacional que contemplan al agroturismo como una de las líneas estratégicas dentro del portafolio que dinamicen la matriz productiva en el país. A pesar de los esfuerzos en materia los niveles asociativos en el territorio aún se definen como débil y más dentro de las zonas rurales (Guerrero y Villamar, 2018).

Los factores que intervienen en los procesos de asociatividad comunitaria según Guerrero y Villamar (2018) están ligados a variables competitivas, de desarrollo económico individual y colectivo, el capital social y la dimensión cultural. En efecto, los componentes relacionados al capital social y cultural son precisamente aquellos que tienen mayor incidencia dentro del ámbito ecuatoriano presentándose inconvenientes dentro de las estructuras de las sociedades, de las relaciones interpersonales, el desarrollo participativo y el trabajo en equipo que a su vez está relacionado y acondicionado por la identidad cultural, la ideología grupal, la confianza y las formas de gobernabilidad.

La variable cultura tienen un alto grado de incidencia dentro de la asociatividad y los procesos de gobernanza lo cual se refleja con claridad en las estadísticas que, a nivel nacional, donde se denota que las asociaciones turísticas comunitarias se concentran en un 40% en la región andina, mientras que en la región amazónica y la insular aglutinan el 40% y, por último, el restante que corresponde al 20% reflejan la agrupación de éstas en la zona costera (Novoa, 2020). Por ello, en Manabí sólo existe un par de casos de asociaciones turísticas como el caso de Agua Blanca y Liguiqui por citar los casos de éxito con mayor connotación, donde Reyes (2016) explica que ello se debe la imperante cultura individualista que conlleva que no se efectivicen ni se idealicen asociaciones como característica de la cultura montubia.

Por otro lado, Szmulewicz y Gutiérrez (como se citó en Bravo 2018) exponen que entre las principales limitaciones que se enfrentan las zonas rurales que impiden la creación de asociatividades locales están en función de las particularidades socioculturales que les caracteriza e identifica, así como los niveles altos de desconfianza que impiden mancomunarse, la inseguridad en torno al alcance de los objetivos comunes, la impaciencia por visibilizar resultados de forma inmediata, bajos niveles de instrucción en los asociados y la carencia de enfoque asociativo. Aspectos que se suscitan de cara a la inexistencia en un marco legal funcional y mecanismos pertinentes que favorezcan la asociatividad, así como el desconocimiento de los beneficios de las asociaciones colectivas de cara al insuficiente impulso por parte de las autoridades competentes fundamentalmente.

Consecuentemente, para mejorar los nuevos esquemas del tejido rural del país, se necesita una visión a largo plazo y, sobre todo, el impulso que oriente a crear una cultura asociativa que a través de adecuados procesos de gobernanza turística logre integrar a todos los agentes, especialmente de las unidades productivas y comunidad en general, con el sector público y privado creando sinergias que genere valor agregado de los recursos agro productivas y todo el conjunto que conforma el paisaje cultural como alternativa de desarrollo y en respuesta a las tendencias generadas en el mercado.

2.6. PAISAJE CULTURAL COMO TENDENCIA

El paisaje es una entidad dinámica, viva en continua transformación, pero la progresiva degradación de los ecosistemas naturales y la pérdida de identidad de los paisajes culturales ha generado que las sociedades desarrolladas muestren un especial interés por el medio ambiente, su protección y conservación. Según Martínez, Sanagustín y Blanco (2018) “los paisajes culturales se han convertido en productos turísticos que, dependiendo de la imagen de destino proyectada, ejercen una importante atracción del turismo cultural y de naturaleza” (p.1-2). Por lo que cabe mencionar que con el paso del tiempo los paisajes culturales se han vuelto una tendencia.

Por otro lado, León (2018) afirma que “La identificación de un sitio para el estudio de paisajes culturales, puede surgir de maneras diversas o simultáneas, a través de información existente formal o informal sobre un territorio determinado” (p.4). Según el autor el paisaje cultural es una categoría del patrimonio lo cual son gestiones integrales en dichos espacios por otra parte se resalta que es una asociatividad que combina el trabajo de la naturaleza y el ser humano para así aprovechar estas oportunidades del entorno natural.

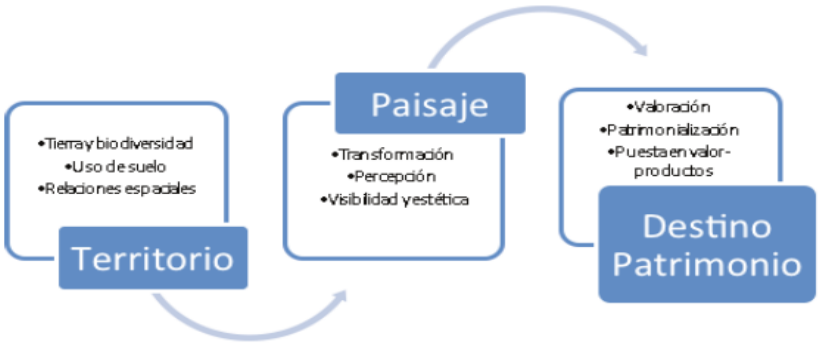
“El Paisaje Cultural se encuentra muy asentado como una figura de protección al patrimonio cultural que hace referencia a lugares donde la acción humana en el territorio ha producido y conservado paisajes que ilustran singularmente una forma de habitar” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2017). Según el autor de la figura 2.6, nombra ciertos aspectos con el territorio y sus habitantes el cual se realizan actividades culturales con valores sociales el cual cumplan con ciertos lineamientos que es la protección de la naturaleza para poder asegurar así la sustentabilidad del paisaje cultural y poder rescatar valores ancestrales o costumbres para mejor desempeño de estas.

Figura 2. 6. Paisaje cultural

Fuente: Urte 2011

De la misma manera en la figura 2.7 este mismo autor realiza una relación entre territorio, paisaje y destino patrimonio.

Figura 2. 7. Territorio del paisaje cultural



Fuente: Urte 2011

Los paisajes culturales se convierten en el núcleo de elementos idénticos, simbólicos y de pertenencia comunitaria que conforman la solvencia de la población local y la querencia que a través de la ilustración que muestra componentes de un destino patrimonio que comprende el territorio y el paisaje en el cual la sociedad estipula así la conservación y protección de los bienes patrimoniales como lo es el paisaje cultural asegurando así un buen desarrollo de sus actividades turísticas que se desarrolla en el Ecuador.

Según Pérez (2015) “el paisaje cultural patrimonial refleja esta categoría en donde los aspectos naturales y culturales son difíciles de disociar y constituyen elementos identitarios de la nación” (p.24-25). De las categorías del patrimonio en el paisaje cultura también existen subcategorías el cual ayuda ordenar la información de manera adecuada, además de definir varios aspectos y características físicas de un entorno de estas subcategorías que a su vez tienen elementos propios de la zona en que se encuentren en el cuadro 2.8 se presenta la clasificación de las sub categorías.

Cuadro 2. 8. Sub categorías del paisaje cultural

SUBCATEGORÍAS DEL PAISAJE CULTURAL PATRIMONIAL	
Corredor geo ecológico	Paisaje cultural entre áreas protegidas naturales como parques nacionales y reservas ecológicas, también son vías verdes o senderos de alta variabilidad geo edáfica que se encuentran en las periferias de las zonas protegidas como núcleos de biodiversidad.
Monumento natural	Paisaje cultural de mayor presencia y contenido estético de otros elementos. También son ejemplos de organismos excepcionales por su magnitud, belleza y estética escénica.
Paisaje productivo	Paisaje cultural de integración productiva asociada a modos de producción que utilizan los elementos de la naturaleza y que han desarrollado una cultura exclusiva asociada al producto a que se explota.
Paisaje cívico castrense	Paisaje cultural de contenido histórico que ha generado un hecho bélico y heroico para definir la patria frecuentemente asociado con hitos de frontera o mojones de selva o montaña o parque castrenses de rememoración institucional
Paisaje urbano	Paisaje cultural de alta identidad asociado a la existencia de centros poblados de significancia histórica nacional junto con recursos naturales exclusivos o importantes de la arquitectura idónea de lugar
Paisaje socio ecológico	Paisaje cultural de injerencia social definida como un contexto ecológico especifico como son los pueblos originarios de ubicación selvática y ciertas etnias localizadas en el cinturón andino

Fuente: Pérez (2015)

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se muestra el procedimiento metodológico que se utilizó en la investigación, la cual tuvo como finalidad analizar la percepción del turismo en las asociaciones productoras del cacao con fines de posicionamiento de concepto del paisaje cultural en la zona centro de Manabí. El área de estudio se encuentra delimitada por la zona centro de Manabí que comprende los siguientes cantones: Junín, Bolívar, Tosagua y Chone. La investigación es de carácter exploratoria- descriptiva porque, se centra en indagar sobre aspectos concretos de una situación o realidad que no ha sido abordada, con un enfoque mixto que permitió el análisis de las cualidades que posee el área de estudio y cuantitativo porque se realizaron análisis estadísticos en las encuestas. Para el desarrollo de este contenido se utilizaron como referencias metodológicas a cuatro autores, con el propósito de establecer un procedimiento propio que cumpla con las exigencias del presente trabajo.

3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

Para llevar a efecto el tema de investigación ya antes mencionado fue necesario establecer una línea metodológica, la cual fue elaborada a partir del discernimiento de diferentes trabajos de carácter científico, como lo son artículos científicos, que luego de un análisis exhaustivo se escogieron aquellos que tienen un aporte metodológico compatible con las necesidades de la investigación en cuestión. A continuación, se describen 4 metodologías establecidas en trabajos de investigaciones efectuados por varios autores.

I: La valorización cultural, social y turística de los recursos culturales y naturales como instrumento para la planificación turística, la conservación del Paisaje Cultural Cafetero y el desarrollo sostenible del territorio turístico (Urte, 2007).

Esta metodología los autores la realizaron con el único fin que sería la planificación participativa de los departamentos que conforman el eje cafetalero como lo es Risaralda y Quindío, donde se realizaron diferentes actividades de

talleres y sesiones de trabajo junto con la comunidad este trabajo está dividido en cuatro etapas que son: el conocer, valorar y planificar, conservar, usar y gestionar sosteniblemente. La primera fase se enfoca principalmente en conocer cuáles son los elementos que están constituidos por el paisaje cultural. La segunda fase consiste en valorar y planificar. Primero valorar los paisajes y los recursos que lo componen de esta manera tener un acercamiento con la comunidad sobre su entorno y verificar los procesos de transformación y desarrollo, la cual mediante la participación colectiva e individual aprovechen las potencialidades que existen en el entorno. La tercera fase consiste en plantear las estrategias para conservar los recursos culturales y naturales. En esta etapa lo que se busca es establecer lineamientos y principios para la protección y conservación de los bienes y valores patrimoniales para integrarlos en los planes de desarrollo como lo es el ordenamiento territorial y demás normativas que regulan las actividades turísticas.

La última fase consiste en usar productivamente y establecer la gestión sostenible. En esta etapa se diversifican las actividades socio-económicas para el bienestar de la comunidad, y así de esta manera aprovechar todas las potencialidades con el único fin que es mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad desarrollando actividades eco y agro turísticas para de esta manera ser sostenibles y así conservarlos bienes naturales y culturales.

II: Caminos e historias de la tierra cafetera – la unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural (Urte, 2011).

Esta investigación presenta las experiencias particulares de Quindío en torno al Paisaje Cultural y sus implicaciones para el diseño de un modelo de turismo cultural en los pueblos de la Cordillera, basado en los atributos que determinan su excepcionalidad y autenticidad. Para tal fin, se realizaron trabajos participativos dirigidos a la interpretación cultural, conceptualizando el producto “Caminos e historias de la tierra cafetera” y aportando a la ‘patrimonialización’ del paisaje como territorio museo.

III: Investigación para el diseño de propuestas de paisajes culturales al servicio del desarrollo local. Un estudio de caso (Félix, 2017).

Esta investigación fue realizada debido a que actualmente no existen planes para el desarrollo económico en torno al patrimonio cultural y no hay líneas de investigación, a pesar que el área de estudio cuenta con un gran patrimonio industrial y arquitectónico. Por lo cual sugiere las siguientes fases la investigación que se realiza aquí es de tipo exploratoria en la cual se definen variables e indicadores de naturaleza histórica, geográfica y de diagnosis.

Por ende, esto conlleva a la elaboración de una plataforma de información geográfica en torno al aprovechamiento del cacao, primera fase es el análisis y recopilación de las Fuentes Documentales Históricas: la evolución del territorio, cambio social y de usos del suelo, segunda fase es la valoración de la excepcionalidad del paisaje cultural: definición de superficies e indicadores de estudio: el área de cultivo, la altitud, renovación del cacao, predominio del cacao en los cultivos, generación de áreas naturales en torno al cacao, oferta hídrica, continuidad y antecedentes del cultivo del cacao, tercera fase es la descripción del Sistema Patrimonial y cultural en torno al Cacao y sus características: adaptación al paisaje de las comunidades, institucionalización comunal, tradición histórica en torno al cacao, modelo de poblamiento, patrimonio arquitectónico y arqueológico. Cuarta fase la delimitación cartográfica del paisaje cultural y de su área de “amortiguación” o riesgo frente a la generación de servicios turísticos

IV: Turismo y cacao: alternativa de desarrollo para las comunidades campesina (Félix, 2018)

El propósito de la investigación deja en claro la relación que existe entre la producción de cacao y el turismo y cuáles serían los beneficios que las comunidades obtendrían de esta interacción. Es por esto que se crean tres fases metodológicas para llevar a cabo esta investigación, la primera fase consiste en realizar un inventario que comprendió el desarrollo de campo en los cantones que conforman el circuito de cacao, como segunda fase se estableció el estudio de las comunidades productoras de cacao en la provincia de Manabí lo primero

que se realizó en esta fase fue realizar una investigación sobre la situación actual y para obtener esta información se realizaron entrevistas ya que así se obtendría información más relevante y verídica sobre cuál es la situación de la producción de cacao y si tiene alguna relación con la actividad turística, en la tercera fase se realizó un análisis estratégicos de las oportunidades y limitaciones que tienen las comunidades, para así de esta manera aprovechar la actividad turística en relación a la producción de cacao.

V: Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad y Turismo (Jiménez y Fermín, 2018)

Esta investigación se basa en la gran importancia que un atractivo ya sea natural o cultural tenga una declaratoria de la UNESCO ya que le brinda un valor agregado al momento de la promoción del destino turístico esta metodología cuenta con tres fases, la primera se enmarca en la institucionalización y la gestión del turismo patrimonial, en esta etapa busca revalorizar los lugares que ya se encuentran identificados como patrimonios mundial, tomando en cuenta los bienes culturales inmateriales, como segunda fase el patrimonio cultural inmaterial como recurso /producto turístico frente a la tendencia que la globalización genera en torno a la homogeneización cultural, el patrimonio cultural y el turismo patrimonial se han creado como categorías interdependientes y como última fase tenemos la influencia del turismo en el Patrimonio Cultural Inmaterial las relaciones que existe entre turismo y patrimonio y las aportaciones que son orientadas al desarrollo de proyectos turísticos y sobre todo los principales retos a alcanzar y las principales estrategias para una adecuada gestión.

VI: Visitas a Represas: Percepción y necesidades para el turismo (Félix et al. 2019).

El presente estudio se realizó con el fin de generar los primeros pasos en la generación de información acerca de la relación entre represas y la actividad turística, y de esta manera pueda servir como referencia para futuras investigaciones en la provincia de Manabí, describiendo ciertos criterios sobre la

percepción de los visitantes y proveedores de productos turísticos. Por lo que se establece cuatro fases: a) exploración del objeto de estudio b) Percepción de los visitantes que visitan la represa c) Percepción de los operadores turísticos sobre las represas d) Análisis estratégico de los principales resultados encontrados.

A continuación, en el cuadro 3.1 se muestran de manera sintetizada las metodologías referenciales que permiten cumplir con el objeto de estudio donde se menciona el autor con sus fases correspondientes.

Cuadro 3. 1. Antecedentes metodológicos referenciales

La valorización cultural, social y turística de los recursos culturales y naturales como instrumento para la planificación turística, la conservación del Paisaje Cultural Cafetero y el desarrollo sostenible del territorio turístico. Urte (2007)	**Caminos e historias de la tierra cafetera – la unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural. Urte (2011)**	**Investigación para el diseño de propuestas de paisajes culturales al servicio del desarrollo local. Un estudio de caso. Félix (2017)**	**Turismo y cacao: alternativa de desarrollo para las comunidades campesina Félix. (2018)**	**Patrimonio Cultural Inmaterial De La Humanidad Y Turismo Jiménez & Fermín (2018)**	**Visitas a Represas: Percepción y necesidades para el turismo. Félix et al (2019)**
● conocer los elementos constitutivos del paisaje cultural ● Valorar y planificar ● Estrategias para conservar los recursos culturales y naturales ● Usar productivamente y establecer la gestión sostenible.	•La valoración de la excepcionalidad del paisaje •La descripción del sistema patrimonial •La definición de sus atributos y el desarrollo del modelo cartográfico •Delimitar el área principal y de amortiguación.	● Análisis y recopilación de las Fuentes Documentales Históricas ● La valoración de la excepcionalidad del paisaje cultural ● La descripción del Sistema Patrimonial y cultural en torno al Cacao y sus características ● La delimitación cartográfica del paisaje cultural y de su área de “amortiguación” o riesgo frente a la generación de servicios turísticos.	● Identificación y diagnóstico del cacao con enfoque al turismo ● Estudio de las comunidades productoras de cacao en la provincia de Manabí ● Análisis estratégicos de las oportunidades y limitaciones	● La institucionalización y gestión del turismo patrimonial ● El Patrimonio Cultural Inmaterial como recurso /producto turístico ● La influencia del turismo en el Patrimonio Cultural Inmaterial	● Exploración del objeto de estudio ● Percepción de los visitantes que visitan la represa ● Percepción de los operadores turísticos sobre las represas ● Análisis estratégico de los principales resultados encontrados

Fuente: Elaboración propia

LEYENDA

A partir de las metodologías referenciadas en el cuadro (3.1). A continuación, se procede a definir la siguiente leyenda donde se disciernen las fases más relevantes de las metodologías referenciales, con el único fin de identificar las fases más apropiadas para la presente investigación. Ver cuadro 3.2.

Cuadro 3.2. Leyenda de criterios

a)	**Conocer los elementos constitutivos del paisaje cultura**
b)	La valoración de la excepcionalidad del paisaje cultural
c)	La descripción del sistema patrimonial
d)	Delimitar el área principal y de amortiguación
e)	Análisis estratégico de los principales resultados encontrados
f)	Percepción de los visitantes que visitan la represa
g)	Estudio de las comunidades productoras de cacao en la provincia de Manabí
h)	La influencia del turismo en el Patrimonio Cultural Inmaterial

Fuente: Elaboración propia.

Consecuente a la leyenda de criterios se procede a realizar la matriz de integración criterios (cuadro 3. 3) donde se establecen los respectivos análisis comparativos de las metodologías referenciales de los autores antes ya citados.

Cuadro 3.3 Matriz de integración de criterios

N	Año	Autor	Indicadores								
			A	**B**	**C**	**D**	**E**	**F**	**G**	**H**	**TOTAL**
1	**2007**	Urte	X	X			X				3
2	**2011**	Urte		X	X	X					3
3	**2017**	Félix	X		X	X					3
4	**2018**	Félix	X				X	X			3
5	**2018**	Jiménez y Fermín							X		1
6	**2019**	Félix								X	1

Fuente: elaboración propia

Al realizar el análisis de los criterios sobre las distintas fases o etapas establecidas en las metodologías de cada autor, se determina lo siguiente:

ANÁLISIS

- Autores como Urte (2007), Félix (2017) y Félix (2019) concuerdan en los elementos del paisaje cultural además de revisar la historia de que tiene este patrimonio en las áreas de estudio y la importancia que tiene en la investigación el poder tener conocimiento del estado y diferentes definiciones del paisaje cultural.

- Consecuentemente el autor Urte (2007) y (2011) indica que el valorar el patrimonio del paisaje cultural da un valor excepcional del paisaje dando así reconocimientos y a su vez hace que crezca el interés de los turistas.
- También Urte (2011) y Félix (2017) coinciden en que para un buen desarrollo del paisaje cultural primero hay que tener un buen sistema de información y descripción de los recursos patrimoniales.
- Posterior a ello Autores como Urte (2011) y Félix (2017) proponen delimitar el área principal de amortización de los patrimonios para poder tener un mejor manejo de estas áreas para que exista un mejor desarrollo y control de los espacios turísticos.
- Autores como Urte (2007) y Félix (2019) indican que las estrategias son parte importante para el desarrollo de las actividades turísticas es por eso que proponen el análisis estratégico envase a los resultados ya obtenidos para mediante esto poder obtener mejores resultados mediante las estrategias.
- Sin embargo, Jiménez & Fermín (2018) asegura que la influencia del turismo en los patrimonios es de gran importancia ya que aparte de generar ingresos económicos es un factor que influye en el posicionamiento de los atractivos patrimoniales existentes.
- Por lo consiguiente Félix (2018) señala que con el estudio de las comunidades productoras de cacao en la provincia de Manabí será de gran utilidad para la investigación ya que se evaluarán diferentes criterios de las comunidades y para conocer en si el objeto de estudio.
- Únicamente Félix (2019) menciona que es importante medir la percepción de los recursos para conocer el posicionamiento o la potencialidad de los recursos y del turismo.

Es preciso indicar que los puntos mencionados en el análisis de las metodologías referenciales serán considerados para el diseño de la metodología de elaboración propia para ser aplicada posteriormente en la actual investigación denominada “percepción del turismo en las asociaciones productoras de cacao con fines de posicionamiento del paisaje cultural en la zona centro Manabí”.

3.2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Partiendo del análisis de las metodologías referenciales se establece el siguiente diseño metodológico para el desarrollo investigativo del presente estudio; dicha metodología se compone de 3 fases las cuales se indican en el cuadro 3.4, con sus respectivas actividades a realizar, así como con los métodos, técnicas y herramientas a implementar

Cuadro 3.4. Metodología a implementar

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
Definición del objeto de estudio y caracterización de las asociaciones	● Recopilar información sobre las asociaciones relacionadas a la producción de cacao en la zona. ● Seleccionar las asociaciones como objeto de estudio. ● Caracterizar las asociaciones.	MÉTODOS -Observación científica -Analítico-sintético TÉCNICAS -Análisis de contenido -Revisión bibliográfica -Revisión documental. HERRAMIENTAS -Bases de datos -Informes oficiales (MAG & IEPS) -Mapas (ARCMAP) -Ficha de caracterización
Evaluación del concepto del paisaje cultural	● Valorar el turismo por parte de los directivos de las asociaciones. ● Mostrar los estudios estadísticos para la percepción por parte de los asociados ● Analizar los resultados obtenidos sobre la percepción del turismo	MÉTODOS -Analítico-sintético -Deductivo e inductivo -Descriptivo TÉCNICAS -Análisis cualitativo -Encuestas -Entrevistas. HERRAMIENTAS -Bases de datos -Ficha de recolección de datos -Paquete estadístico SPSS -Matriz de evaluación de percepción
Identificación de estrategias que fomente el paisaje cultural	● Elaboración de la matriz DAFO ● Aplicar las herramientas de análisis estratégico. ● Estructurar las estrategias para fomentar el paisaje cultural	MÉTODOS -Analítico-sintético TÉCNICAS -Análisis cualitativo HERRAMIENTAS -Matriz DAFO -Matriz estratégica

En esta parte de la metodología se analizan las actividades, métodos, técnicas y herramientas que se implementarán para el desarrollo de la presente indagación para la determinación de la percepción turística. De manera general la metodología propuesta se compone de 3 fases de ejecución las cuales se describen en los siguientes apartados.

3.3.1. FASE I. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y CARACTERIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES.

Esta primera fase tuvo como finalidad definir el objeto de estudio, así como realizar la caracterización de las asociaciones de la zona centro de Manabí estructurándose tres actividades que hicieron uso de los métodos analítico-sintético, la observación científica y el descriptivo para su efecto a través de varias técnicas y herramientas. Empezando con la búsqueda de información sobre las asociaciones dedicadas a la producción cacaotera en la zona objeto de estudio a través de la revisión bibliográfica y de documentación oficial mediante el análisis de contenidos que permitieron indagar aspectos varios como el registro de las asociaciones de cacao existentes, su operatividad y sobre la realidad actual de éstas, obteniéndose dicha información por parte de entidades de entidades públicas como El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Como segundo punto, se efectuó la selección de las asociaciones que se constituyeron como objeto a estudiar; cabe destacar que el criterio de selección de las asociaciones estudiadas responde a la cantidad de socios que la componen, por ello se efectuó un búsqueda en la bases de datos así como en los informes oficiales emitidos por los órganos competentes, donde según la revisión resultó que existen pocas asociaciones que sobrepasan los 100 socios, por lo que, las grupos que excedan este número representan una muestra significativa dentro de la provincia.

Por último, se efectuaron visitas de campo para la recolección de información conjugada a través de la observación científica y apoyada en fichas de caracterización adaptadas a la realidad en base a la herramienta de diagnóstico propuesta por Ricaurte (2009) que permitieron recabar otros datos acerca de las asociaciones identificadas en la zona centro que se consideraron como la muestra de estudio de la presente investigación. Posteriormente se realizó la georreferenciación correspondiente con el uso de GPS, lo cual estuvo representado en un mapa, donde se utilizó aplicaciones GIS, (Google Maps, Google Earth, ARCGIS, ARC MAPS), propiciando en su conjunto caracterizar

cada una de las asociaciones mediante el análisis y síntesis de la información recaba que fue posteriormente descrita

3.3.2. FASE II. EVALUACIÓN DEL CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL

Esta segunda fase tuvo por objeto evaluar el concepto del paisaje cultural por parte de los directores o presidentes de las asociaciones, para su efecto se compone de tres actividades; la primera que consistió en la elaboración de las herramientas de recolección de datos como las entrevistas semi estructuradas, la mismo que constó de cinco preguntas de respuesta abierta, estas permitieron conocer la percepción de los directivos. Seguidamente se procedió a la aplicación de las encuestas conformadas por 14 preguntas la cual se estructuró en tres bloques, el primero es recoge datos del perfil de los asociados, el segundo trata del turismo en las asociaciones y como tercer bloque aborda respecto al conocimiento del paisaje cultural. Se utilizó la fórmula de población finita y se tomó como referencia datos de instituciones públicas como MAG donde consta información sobre los miembros de las asociaciones.

FÓRMULA DE LA POBLACIÓN FINITA

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

P = probabilidad de éxito

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión.

Para desarrollar la fórmula se fijó un nivel de confianza del 95%,

p= 0,5 que es la probabilidad de éxito de 50%

q=0,5 que es la probabilidad de fallo 50%

y un margen de error (d=0,08)

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

$$n = \frac{N\ x\ Za^2\ x\ p\ x\ q}{d^2\ \ x\ (N-1) + Za^2\ x\ p\ x\ q}$$

$$n = \frac{1469(1{,}96^2)(0{,}5)(0{,}5)}{0{,}08^2\ (1469-1) + (1{,}96^2\ )(0{,}5)(0{,}5)}$$

$$n = \frac{980(5.758{,}48)(0{,}25)}{0{,}0064\ (1468) + (5.758{,}48)\ (0{,}25)}$$

$$N = \frac{2.114{,}801{,}78}{10{,}832.82}$$

$$N = 195{,}22$$

Se aplicó la fórmula finita ya que se conocía cual es la población de cada asociación y como resultado dio 195 encuesta las cuales se dividieron para las 5 asociaciones tomando en cuenta que Fortaleza del Valle cuenta con más socios, es por esto que se aplicaron más encuestas. Por otro lado, para el tratamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS donde consiguientemente se procedió a emitir las consideraciones sobre la percepción del turismo y el concepto del paisaje cultural en dichas organizaciones a través del método analítico sintético, el deductivo e inductivo y descriptivo mediante una matriz de evaluación que permitió analizar los resultados finales.

3.3.3. FASE III. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS QUE FOMENTE EL PAISAJE CULTURAL EN LAS ASOCIACIONES.

Esta última fase comprendió dos actividades que permitió la identificación de estrategias que fomenten el paisaje cultural en las asociaciones. La primera correspondió a la elaboración de la matriz DAFO mediante el método analítico sintético que permitió identificar los factores internos y externos que caracterizan cualitativamente a las asociaciones cacaoteras de la zona centro de Manabí en base a los resultados precedentes.

Posteriormente, se procedió a realizar el análisis estratégico que propició la evaluación de los factores internos (EFI) que recogen las fortalezas y debilidades e identificar relaciones más relevantes así como con la valoración de los factores externos (EFE) que ofrece el análisis de las oportunidades y amenazas respecto a la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política,

gubernamental, legal, tecnológica, productiva y competitiva, para luego proceder en función de los resultados obtenidos diseñar las estrategias óptimas que conduzcan a fomentar el posicionamiento del paisaje cultural en las asociaciones productoras de cacao.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Luego del análisis conceptual, estudio metodológico y el trabajo de campo realizado en el área de estudio, se desarrollaron los resultados en base a lo planeado en el capítulo III.

4.1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y CARACTERIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES

4.1.1 RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LAS ASOCIACIONES RELACIONADAS A LA PRODUCCIÓN DE CACAO EN LA ZONA.

Para la recopilación de información en este estudio se realizó una búsqueda bibliográfica de fuentes oficiales, el (Ministerio de Agricultura y Ganadería. [MAGAP] 2020) donde se obtuvo el inventario de las asociaciones que se encuentran en la zona centro de Manabí, en dicho documento se manifiestan las asociaciones productoras de cacao que se hallan realmente activas. A continuación, en el cuadro 4.1 se muestra el inventario de las asociaciones donde la información está de manera sintetizada y ordenada para una mejor comprensión.

Cuadro 4. 1. Inventario de las asociaciones

PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	N° DE SOCIOS	INSTITUCIÓN DE OBTENCIÓN DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA	TIPO DE ORGANIZACIÓN	FIGURA ORGANIZATIVA	ACTIVIDAD ECONÓMICA
Manabí	Flavio Alfaro	Centro	Kakawen	100	MAGAP	Primer grado	Asociación	Compra y venta de cacao
	Chone	Santa Rita	Asociación de trabajadores autónomos de camareta	60	SEPS	Primer grado	Asociación	Compra de cacao, maíz
	Chone	Eloy Alfaro	Asociación comunitaria la y de cucuy	43	MIES	Primer grado	Asociación	Cultivo de cacao

	Chone		Valle Noble	150	MAGAP	Segundo grado	Asociación	Compra de cacao
	Chone	Canuto	Asociación la Fortaleza	319	SEPS	Primer grado	Asociación	Compra de cacao
	CHONE	Canuto	Asociación Agrícola Río Grande	64	SEPS	Primer grado	Asociación	COMPRA DE CACAO
	Portoviejo	San Plácido	Corp. cacao fino de aroma san plácido	80	MAGAP	Segundo grado	Corporación	Compra de cacao
	Portoviejo	San Plácido	comuna la cantera	100	MAGAP	Segundo grado	Asociación	Compra de cacao y café
	Bolívar	Calceta	Corporación fortaleza del valle	987	MAGAP	Segundo grado	Corporación	Venta al por mayor de café, cacao, te y especias.
	Bolívar	Calceta	Unión de organizaciones campesina del cantón Bolívar	80	MIES	Segundo grado	Asociación	Compra y venta de cacao
	Bolívar	Membrillo	Asociación artesanal la pepa de oro de membrillo	35	SEPS	Primer grado	Asociación	Cultivos de cacao
	Bolívar	Calceta	Asociación agrícola Valle Del Carrizal	359	SEPS	Primer grado	Asociación	Compra de cacao
	Bolívar	Quiroga	Asociación Agrícola Quiroga		SEPS	Primer grado	Asociación	Compra de cacao

Fuente: MAGAP 2020

En el cuadro anterior se muestran trece asociaciones con un total de 2.377 asociados, las cuales están ubicadas en la provincia de Manabí distribuidas en los cantones Flavio Alfaro, Chone, Bolívar y Portoviejo, donde existen productores de cacao fino y de aroma que son considerados como pequeños, medianos y grandes. Dichas agrupaciones trabajan especialmente con cacao fino de aroma o también conocido como cacao nacional, el cual posee un aroma y sabor único además es muy apetecido por grandes consumidores.

Algunas de las asociaciones son mixtas, debido a que se dedican a comprar el cacao para luego procesarlo y al mismo tiempo compran otros productos

agrícolas de la zona como el café, los productos no son procesados por estas entidades, pero son de gran importancia porque ayudan al productor comprando la producción a un buen precio, para que inmediatamente las asociaciones comercialicen al extranjero. Los principales mercados son: Europa y Norteamérica, estos consumidores tienen un gran favoritismo por el cacao de Ecuador debido a sus características distintivas de aroma y sabor, las cuales son buscadas mayormente por los que se encargan de fabricar los chocolates.

Es importante mencionar que se debe fortalecer todos los procesos de comercialización del cacao como un producto agrícola, donde se involucren más iniciativas de articulación productiva, económica y comercial permitiendo de esta manera una buena interacción de los pequeños productores rurales y de empresas agroindustriales. Además de que los productores vean a sus fincas como un punto importante que permita un desarrollo turístico a través de sus variedades de paisajes culturales y naturales.

Por este motivo, un punto a favor que se pudo evidenciar es que las asociaciones trabajan en el proceso de productos derivados de cacao como: licor y barras de chocolate, también se vinculan en el área de turismo con la demostración del proceso del cacao desde la siembra hasta la cosecha, además de dar a conocer el tipo de secado que realizan para luego procesarlo y sacar sus derivados. Siendo esto de gran importancia para el sector rural y sus comunidades puesto que es una gran forma de la diversificación de sus productos y de darles un valor agregado diferenciado.

4.1.2. SELECCIÓN DE ASOCIACIONES DE OBJETO DE ESTUDIO

Una vez que se realizó la investigación de cuantas asociaciones existen en la provincia de Manabí se procedió a escoger las que realmente se encuentran en el área de estudio que comprende la zona centro (siete asociaciones), pero también se tomó en consideración los cantones de Flavio Alfaro y Chone debido a que tienen altos índices de producción de cacao y es su principal producto de comercialización a gran escala. Por lo que se identificaron cinco asociaciones que se encuentran en el área; Fortaleza del Valle, Valle Noble, Kakawen,

Maquita Cushunchic y Comuna la cantera, las cuales se exponen en el cuadro 4.3.

Cuadro 4. 3. Asociaciones seleccionadas para el objeto de estudio

Nombre de la asociación	Fortaleza del Valle	Valle Noble	Kakawen	Maquita Cushunchic	Comuna la cantera
Ubicación	Bolívar.	Chone	Flavio Alfaro	Portoviejo	Portoviejo

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra la ubicación de las asociaciones a través de Google Earth, indicando donde queda cada una de ellas, para luego realizar la caracterización de las asociaciones productoras de cacao. Ver figura 4.1.

Figura 4.1 Asociaciones productoras de cacao
Fuente: Google Earth 2020

4.1.3. CARACTERIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES.

Para la caracterización y delimitación de las asociaciones se efectuó una visita de campo de las asociaciones seleccionadas apoyada en la ficha de caracterización que se adaptó en base a Ricaurte (2009) también fue importante la revisión de documentos oficiales tal como el Plan de Ordenamiento Territorial de cada cantón de la zona centro de Manabí, esto ayudó a la recopilación de la

información basada en datos generales del territorio, la técnica que se empleó fue la revisión bibliográfica y trabajo de campo.

El área de estudio está ubicada en la zona centro de Manabí donde se consideró que el cacao es su principal producto de comercialización y de exportación, así la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO) (2015) menciona que este producto de Manabí es muy apetecido en la industria chocolatera del mundo, gracias a que es un producto de altísima calidad por su sabor único, sabor floral que es demandado por la alta chocolatería mundial. Es decir que este producto es reconocido gracias a sus características singulares desarrolladas gracias al clima correcto de Manabí y la temperatura perfecta que hace que su suelo sea fértil para su buena producción que además es parte de la identidad manabita.

Si bien es cierto Manabí tiene más de 100.000 ha de cacao en cual en el área de estudio la producción del cacao, Mendoza et al. (2016) menciona que “el cantón Chone posee una producción de 35.487 ha, el cantón Flavio Alfaro una producción de 14.498 ha, el cantón Bolívar una producción de 7.228 ha, y el cantón de Portoviejo una producción de 4.139 ha” (p.240). Teniendo a Chone con el de mayor porcentaje de exportación, estos datos demuestran la importancia del cacao en esta provincia debido a que muchas familias son beneficiadas, desde el momento en que se dedican a producir la tierra con la siembra y cosecha de este producto. Además, las zonas rurales tienen paisajes únicos que llaman la atención de turistas ya que existen personas interesadas en conocer los diferentes procesos que tiene el cacao y esto genera creación de producto turísticos como el agroturismo además de resaltar el valor al paisaje cultural cacaotero.

A pesar que Manabí se caracteriza como una provincia predominantemente rural puesto que la mayor parte de su territorio es utilizado para fines agros, la distribución de la población rural es poco representativo equivalente al 27,94% frente a la lógica urbana que representa el 72,05% de habitantes. Lo cual refleja el éxodo de las zonas rurales de cada problemáticas que se suscitan en éstas como el limitado abanico de oportunidades que favorezcan la mejora de la calidad de vida (Gobierno de Manabí, 2021).

En consecuencia, la despoblación rural decrece continuamente experimentado variaciones que han partido de un 81% disminuyendo a un 39% del total poblacional. Según el Gobierno de Manabí (2021) se presenta este escenario desalentador a causa del “incremento de las necesidades básicas insatisfecha en las zonas rurales y de expectativas laborales de sus poblaciones, así como una alta concentración de la actividad económica en torno a Manta y Portoviejo”.

De forma generalizada, las zonas rurales se configuran como aquellas con mayores índices de pobreza dentro de la provincia así como a nivel nacional donde la media de personas por familia es de 5 personas incluyendo las figuras parentales, por lo que este factor se asocia como impedimento para lograr la instrucción educacional donde se suman otras barreras como la deserción escolar y la deficiente infraestructura fundamentalmente, imperando un alto índice de analfabetismo y déficit de niveles de educación, especialmente en áreas del centro provincial como Chone, Pichincha y Flavio Alfaro, lo cual repercute en el inacceso a empleos dignos o bien, trabajos mal pagados (Gobierno de Manabí, 2020).

Otra de las problemáticas latentes en el territorio rural está ligado al déficit que muestra la situación respecto a la salud lo cual se refleja en tasas elevadas de mortalidad a diferencia de las urbes la cual está condicionada por diversas causales destacando malos hábitos de consumo alimentario, el virus Covid-19, carente infraestructura, deficientes equipos, recursos y presupuesto. Predominando enfermedades pulmonares, infartos agudos, insuficiencia renal entre otras que se constituyen como causa principal de muerte (Gobierno de Manabí, 2020).

Es bien conocido que dentro del sector primario manabita, la agricultura es justamente una de las actividades con mayor participación dentro del mercado por las razones expuestas en párrafos anteriores, rubro que genera alrededor de 273 millones de dólares coadyuvando a la economía local, empleando a gran cantidad de personas, que a pesar de ello y sus potencialidades, el sector agrícola en general posee un producción de bajo valor agregado, repercutiendo principalmente en el deficiente desarrollo y dinamismo rural. Por lo que se evidencia la necesidad de crear valor agregado a la producción cacaotera en

especial, de modo que en conjunto con los atributos del paisaje se coadyuve al desarrollo integral en estas zonas mediante el posicionamiento del paisaje cultural.

A continuación, se muestran cada una de las asociaciones donde se recopiló información a través de la ficha de técnica de caracterización que, es importante destacar, tomó ciertas de las variables propuestas por Ricaurte (2009), sin embargo, los autores de la investigación incluyeron otros aspectos relevantes para el desarrollo del trabajo de titulación. La misma que contempla diversos criterios como datos básicos de las asociaciones (nombre, dirección, teléfono, email y años de funcionamiento, años de funcionamiento), estructura (propietario, número de asociados y empleados), vinculación al turismo (realización de actividad turística), infraestructura (tipo), facilidades y servicios (accesibilidad, transporte de acceso, cobertura telefónica, servicios básicos), gobernanza (alianzas y vinculación con la comunidad) y, finalmente, aspectos ligados a la operación de éstas (producción y comercialización) que pretende exhibir información base para entender la posición y situación de los grupos cacaoteros así como también identificar los factores claves para el posicionamiento del paisaje cultural .

Asociación Kakawen

Es una iniciativa privada que tuvo sus inicios en el 2016 su principal objetivo es orientar la producción y comercialización de derivados del Cacao Fino de Aroma «Arriba», y su misión es proveer a los mercados más exigentes, con un grano óptimo en tamaño, sabor y cualidades. Destacando las características distintivas únicas del cacao ecuatoriano, exquisitez y tradición. A continuación, en el cuadro 4.3 se muestran los datos generales de dicha asociación.

Cuadro 4. 3. Datos generales de la Asociación Kakawen

Nombre del establecimiento	**Kakawen (mocca)**
Nombre del propietario / encargado	Santiago Arroyo
Número de asociados	100
Número de empleados	2
Dirección	Flavio Alfaro av. Luis naveda
Teléfono	052353009 (593) 9 99 193 061
E-mail	santiago.arroyo@kakawen.com
Años de funcionamiento	4 años
Tipo de infraestructura de la asociación	Mixta

Realiza algún tipo de actividad turística	Si, se realizan la muestra de proceso del cacao
Accesibilidad a la empresa	Buena accesibilidad
Tipos de transporte para acceder a la empresa	Público, privado
Cuenta con cobertura telefónica	Si
Cuenta con los servicios básicos	Si
Tiene alianzas con entidades públicas	No
Vinculación con la comunidad	Si
Producción	80 qq
Comercialización de productos	Venta a clientes finales e intermediarios a nivel nacional e internacional

Fuente: elaboración de propia

Con respecto a las instalaciones de esta asociación se encuentran ubicadas en el centro de Flavio Alfaro, donde tienen su centro de acopio y producción de derivados del Cacao Fino de Aroma Arriba, la infraestructura garantiza un adecuado manejo del cacao desde su recepción, secado y transporte. Como se muestra en el cuadro anterior Kakawen solo tiene cuatro años trabajando en el mercado por lo que limitadamente cuenta con 15 socios y 35 productores, sin embargo, ellos exportan cacao siendo sus principales mercados Europa y Norteamérica.

Por consiguiente, la asociación brinda constante asesoramiento técnico a cada uno de los productores de la zona con quienes afianza sociedades estratégicas a largo plazo con la finalidad de producir cumpliendo los más altos estándares de calidad, cosechando productos orgánicos y registrando la trazabilidad del producto. Además, las fincas productoras evitan completamente el uso de productos sintéticos, como pesticidas, herbicidas y fertilizantes artificiales ya que el Cacao Fino de Aroma Arriba proviene de un árbol frágil, susceptible a las pestes y de rendimiento escaso siendo necesario tener el cuidado adecuado con las plantaciones.

Además la asociación tiene una alta vinculación con la comunidad local a través de los programas de fortalecimiento de las capacidades a su 35 productores y socios, los cuales son dueños de pequeñas y medianas fincas productoras de cacao, brindándoles asistencia técnica y beneficios para las familias como seguros de salud y asistencia média, las cuales generalmente son familias grandes que poseen un alto índice de pobreza respecto a otras comunidades cantonales de la provincia (GAD Flavio Alfaro, 2019).

La producción anual en esta asociación anual en promedio es de 80 quintales, la comercialización se lleva a cabo a través de la venta a clientes finales e intermediarios, donde la empresa misma inclusive procesa el cacao fino de aroma para elaborar productos como cacao en tabla, polvo de cacao, cobertura de chocolate, licor de chocolate, entre otros que son comercializados y apetecidos en mercados internacionales como Suiza y Estados Unidos principalmente.

Corporación Fortaleza del Valle

Es una Organización jurídica de segundo grado, dedicada a la producción y comercialización de cacao orgánico nacional fino de aroma en los mercados de Comercio Justo en Europa, México, Estados Unidos, mercado nacional y mundial. Esta sociedad se crea a principios del 2006 y se encuentra ubicada en el cantón Bolívar vía Calceta-Canuto km11/2, en la actualidad está conformada con 600 socios, que tienen en conjunto una superficie de 1700 hectáreas en sistemas agroforestales, que contribuyen a la conservación de la biodiversidad y el ambiente.

Además, se produce un promedio de 10 quintales de cacao por hectárea al año, sumándole a esto que la corporación ofrece cacao orgánico fino de aroma con certificaciones orgánicas: Programa Nacional Orgánico (NOP), y Fairtrade International (FLO). A continuación, en el cuadro 4.4 se muestran los datos generales de la Corporación.

Cuadro 4. 4. Datos generales de la Corporación Fortaleza Del Valle

Nombre del establecimiento	**Fortaleza del valle**
Nombre del propietario / encargado	Berto Zambrano
Número de asociados	980
Número de empleados	15
Dirección	Vía Calceta-Canuto km11/2. Cantón Bolívar – Manabí
Teléfono	052685669 / 0999078915
E-mail	info@fortalezadelvalle.org
Años de funcionamiento	14años
Tipo de infraestructura de la asociación	mixta
Realiza algún tipo de actividad turística	Si, se realizan la muestra de proceso del cacao
Accesibilidad a la empresa	Buena accesibilidad
Tipos de transporte para acceder a la empresa	Público, privado
Cuenta con cobertura telefónica	Si
Cuenta con los servicios básicos	Si
Tiene alianzas con entidades publicas	No

Vinculación con la comunidad	si
Producción	10 qq
Comercialización	Venta en mercados de comercio justo a nivel nacional e internacional

Fuente: elaboración de propia.

Por consiguiente, Fortaleza del Valle está conformada por cuatro asociaciones agrícolas de primer grado que son: Valle del carrizal, La Fortaleza, Quiroga, y Rio Grande de Canuto, que pertenecen principalmente a los cantones de Bolívar, Tosagua, Chone, Junín y Portoviejo, en Manabí, y compuestas de pequeños y medianos productores, cuyo objetivo es promover la producción y comercialización de cacao nacional fino y de aroma con certificación orgánica, y comercio justo promoviendo el desarrollo social, económico y medioambiental de sus miembros y familias (Corporación Fortaleza del Valle, 2015).

Además, esta corporación viene participando en el sistema de comercio justo desde el año 2005, mediante la certificación emitida por el órgano independiente de Fairtrade International. Durante los últimos años se ha evaluado los estándares genéricos de comercio justo para organizaciones de pequeños productores y teniendo como prioridad principal; el permitir que los productores puedan elegir su propio camino de desarrollo, ajustarse más a la realidad de los productores y simplificar y reducir costos de cumplimiento.

A nivel nacional Fortaleza del Valle se encuentra muy bien posicionada, sirviendo de referente para las demás organizaciones que se dedican a la exportación del cacao en grano. Además, la Asociación es socia de la Corporación de Organizaciones Productoras de Cacao Nacional Fino y de Aroma del Ecuador “CONCACAO”, y ostenta la vicepresidencia de este gremio de tercer piso.

Asociación Maquita Cusunhic

Nace en el sur de Quito en 1985 como una iniciativa de organizaciones campesinas de mujeres y jóvenes CEBs, donde crearon mercados solidarios campo-ciudad para comercializar productos de la canasta básica. Maquita Agro comenzó en 1989 en Esmeraldas brindando asistencia técnica agrícola para la productividad del cacao, asesoría para elaborados de cacao a la organización de mujeres Rocafuerte. Para 1990 realizaban la venta en grande del cacao a los

exportadores de Guayaquil. Luego expandieron sus mercados, comercializando cacao desde Esmeraldas y Manabí, los cuales se vendían a los exportadores en Guayaquil, ya en 1991 se realiza la primera exportación directa de cacao a Max Havelaar institución de comercio Solidario- Holanda. Ver cuadro 4.5.

Cuadro 4. 5. Datos generales de la Asociación Maquita Cushunchic

DATOS GENERALES	
Nombre del establecimiento	Fundación Maquita Cushunchic comercializando como hermanos MCCH
Nombre del propietario / encargado	María Jesús Pérez Mateos (representante legal)
Número de asociados	
Número de empleados	125
Dirección	Rumichaca S26-365 Y Moro Moro
Teléfono	052580659 /022670925
E-mail	masiscontabilidad1@maquita.com.ec
Años de funcionamiento	36 años
Tipo de infraestructura de la asociación	mixta
Realiza algún tipo de actividad turística	No
Accesibilidad a la empresa	Buena accesibilidad
Tipos de transporte para acceder a la empresa	Público, privado
Cuenta con cobertura telefónica	Si
Cuenta con los servicios básicos	Si
Tiene alianzas con entidades publicas	No
Vinculación con la comunidad	si
Producción	110 qq
Comercialización	Venta directa nacional e internacional

Fuente: elaboración de propia

En 1993 es la apertura de exportación al mercado normal bajo condiciones de bolsa, en el año 1994 adquiere una sede propia en Esmeralda y en 1997 a través de la afiliación en ANECACAO, empezaron a formar parte de 35 exportadores aproximadamente que para ese año eran los que había en Ecuador, ya en el 2004 se constituyen legalmente la Corporación de Organizaciones Productoras de Cacao (CORPROC). Por consiguiente, desde el año 2000 al 2007 Maquita construye para las organizaciones creando su propio centro de acopio de cacao, en el 2000 se abre el centro de acopio institucional en Portoviejo- Manabí desde el 2013-2016 Maquita Agro están dentro de los 10 primeros exportadores de cacao del Ecuador ocupando el puesto número 7 durante los últimos tres años, beneficiando a las familias de pequeños productores ya para el 2015 se dio la inauguración de la planta de elaborados de cacao.

El objetivo principal de Maquita es promover con innovación de emprendimientos productivos, económicos, sostenibles, gestión comercial eficiente y clientes

satisfechos, para mejorar con equidad la economía familiar. Además, esta asociación se encuentra en las regiones cacaoteras del país con una red de 23 centros de acopio comunitarios, que se distribuye en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Bolívar, Los Ríos, El Oro y Guayas.

Es importante mencionar que en la provincia de Manabí trabaja con los cantones de Santa Ana, Portoviejo, Bolívar, Junín y Rocafuerte las cuales forman 38 organizaciones base comunidades y 4 organizaciones de segundo grado beneficiando a 9.201 familias trabajan contando con una superficie de 7.195 hectáreas que reciben asistencia técnica. Además, elaboran productos con la materia prima como el chocolate en barra, licor de chocolate, nibs de cacao, torta de cacao, y el principal mercado adonde se exporta el producto es Europa y Norte América.

La sede que está en Portoviejo tiene sus instalaciones en la vía principal Rumichaca S26-365 Y Moro en la cual solo compran el cacao y no lo procesan ya que el producto no se transforma en las sedes, por lo que de ahí es enviado a Guayaquil donde se procesa el cacao. En conclusión, esta asociación cuenta con alrededor de 2000 productores, conteniendo cuatro empresas las cuales son: Maquita Agro que corresponde a la parte del cacao, Maquita Turismo, Maquita Servicios y Maquita Producto, pero en si Maquita Agro no realiza actividades turísticas sobre los procesos del cacao ya que del turismo se encarga Maquita Turismo.

Asociación Valle Noble

Nació en el cantón Chone, provincia de Manabí en el año 2015 teniendo solo 5 años de trabajo en el mercado, pero a pesar del poco tiempo ha logrado grandes propósitos, una de sus metas es lograr ser una empresa que brinde no solo beneficios a las comunidades rurales de Chone, si no que involucra a la juventud, pero sobre todo que aporten grandes ideas para un buen cambio y estar siempre innovando. Ver cuadro 4.6.

Cuadro 4. 6. Datos generales de la Asociación Valle Noble

Nombre del establecimiento	**Valle Noble S.A**
Nombre del propietario / encargado	Jorge Ricardo Zambrano Zambrano
Número de asociados	15 asociaciones
Número de empleados	10
Dirección	Avenida Emilio Hidalgo y 9 de octubre
Teléfono	0991111136
E-mail	Ricardo_zambrano@hotmail.com
Años de funcionamiento	5 años
Tipo de infraestructura de la asociación	mixta
Realiza algún tipo de actividad turística	No
Accesibilidad a la empresa	Buena accesibilidad
Tipos de transporte para acceder a la empresa	Público, privado
Cuenta con cobertura telefónica	Si
Cuenta con los servicios básicos	Si
Tiene alianzas con entidades publicas	No
Vinculación con la comunidad	si
Producción	2.500 toneladas
Comercialización	Venta directa a mercado con precios justos internacionalmente y nacional

Fuente: elaboración de propia

Esta asociación está conformada por una red de familias agricultoras quienes son participes y accionarios de la compañía, esto les brinda tener una relación directa entre el productor y directamente con la industria es por esto que Valle Noble cuenta con más de 1500 familias productoras de manera directa y más de 10000 familias de manera indirecta las cuales se dedican a cultivar el cacao fino y de aroma.

El objetivo de Valle Noble es buscar la mitigación de los intermediarios en el proceso para que de esta manera el producto llegue directamente del agricultor a la industria chocolatera y así las utilidades queden en las familias agricultoras. Este es uno de los motivos principales para que Valle Noble busque crear alianzas con empresas internacionales, para de esta manera eliminar los intermediarios beneficiando directamente a las familias agricultoras, esta asociación está conformada por agricultores organizados, un buen equipo multidisciplinario e inversión privada extranjera. Además, considera que dentro un tiempo implementar la idea de actividades agroturísticas ya que esto les brindaría un buen beneficio no solo a la asociación sino al cantón como tal.

Esta asociación en conjunto produce alrededor de 2.500 toneladas de cacao anualmente, donde el producto fino de aroma se comercializa de forma directa a sus principales mercados de exportación que son Italia, Suiza y Republica

Dominicana, así como se han iniciado pactos comerciales con países como México y Francia.

Comuna la Cantera

La Corporación de Productores de Cacao fino de Aroma San Plácido ubicada en la parroquia San Plácido del cantón Portoviejo en la provincia de Manabí, se inició el 27 de julio del 2007 y nació con ánimo de apoyar a los cultivadores de cacao de la zona de San Plácido, es una organización sin fines de lucro, creada mediante acuerdo ministerial N° 037, en el Registro General de Asociaciones de la Dirección de Desarrollo de Organizaciones Agro-productivas del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Cuadro 4.7. Datos generales de la Asociación Valle Noble

Nombre del establecimiento	**Comuna la cantera**
Nombre del propietario / encargado	María Romero Mendoza
Número de asociados	100
Número de empleados	4
Dirección	Vía pichincha
Teléfono	0985762448
E-mail	
Años de funcionamiento	14 años
Tipo de infraestructura de la asociación	mixta
Realiza algún tipo de actividad turística	No
Accesibilidad a la empresa	Buena accesibilidad
Tipos de transporte para acceder a la empresa	Público, privado
Cuenta con cobertura telefónica	Si
Cuenta con los servicios básicos	Si
Tiene alianzas con entidades publicas	No
Vinculación con la comunidad	si
Producción	700 toneladas
Comercialización	Venta directa y por intermediarios

Fuente: elaboración de propia

Dentro de su marco legal, la asociación tiene como objetivo social impulsar actividades de fortalecimiento en producción, transformación y comercialización asociativa de cacao y sus derivados con sus socios y demás clientes. La Corporación de Productores de Cacao Fino de Aroma San Plácido ha logrado generar condiciones de infraestructura productiva, lo que se refleja en las actividades que realiza entre ellas el acopio y comercialización de cacao, capacitaciones a los productores en el manejo de sus fincas, un grupo de mujeres le da valor agregado al cacao realizando productos como pasta de cacao, chocolates y manjar de cacao.

Esta asociación lleva trabajando 14 años en esta comunidad por lo que cuenta con 100 socios que trabajan para la mejora de la comunidad para llegar a estas instalaciones las vías de acceso están en buenas condiciones, produciendo alrededor de 700 toneladas anualmente que son comercializadas dentro y fuera del país a través de la venta directa y por intermediario para llegar a los mercados nacionales e internacionales.

4.2. EVALUACIÓN DEL CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL

4.2.1. VALORACIÓN DEL TURISMO POR PARTE DE LOS DIRECTIVOS DE LAS ASOCIACIONES.

Para identificar cómo perciben el turismo los directivos de las asociaciones productoras de cacao que son objeto de estudio en la zona centro de Manabí ya que ellos son las personas idóneas para tratar los temas. En total se aplicaron 5 entrevistas (ver anexo 2) por cada asociación en el mes de noviembre de 2020, que contemplan cinco preguntas abiertas, con la finalidad de conocer más sobre el manejo de las asociaciones y el ambiente laboral con los demás socios, pero lo fundamental fue identificar si le parece importante incorporar el turismo en sus actividades económicas, así como el conocimiento que poseen éstos respecto al concepto del paisaje cultural.

Registrando los resultados de las entrevistas a través de grabaciones de las aplicaciones Zoom y del teléfono celular puesto que 2 entrevistas se realizaron de forma virtual y 3 fueron presenciales, las cuales posteriormente fueron analizadas y sintetizadas en el cuadro 4.8 donde se muestran las consideraciones finales de las entrevistas aplicada a los dueños de las asociaciones.

Donde se destaca que la construcción del cuestionario utilizado fue diseñado en base a los criterios de los autores de la investigación en conjunto con el Mg.Guillermo Félix, tutor del trabajo. Las variables que se tomaron en consideración se razonan transcendentales en el estudio, fueron las siguientes: relación existente, evaluación de la organización, importancia del turismo en las asociaciones, actividades de interés, evaluación del paisaje cultural cacaotero,

estos criterios ayudaron a la evaluación acerca de la percepción que tiene los propietarios de las asociaciones acerca del turismo y del paisaje cultural. A continuación, en el cuadro 4.7 se exhibe los resultados sintetizados de las entrevistas efectuadas:

Cuadro 4. 8. Entrevistas a los directivos de las asociaciones

ITEMS	Kakawen (Santiago Arroyo)	Valle Noble (Jorge Zambrano)	Fortaleza del Valle (Holger Vera)	Maquita Cushunchic (María Pérez)	La Cantera (Juan Sánchez)
Relación existente a criterio del entrevistado	Buena	Buena	Buena	Buena	Buena
Evaluación de la organización a criterio del entrevistado	Buena	Buena	Estable y permanente	Buena	Buena
Importancia del turismo en las asociaciones	No es relevante	Importante	No es transcendente	Importante	Muy Importante
Actividades de interés	Recorridos explicativos sobre la siembra, cosecha del cacao.	Preparación de comidas tradicionales, recorridos explicativos sobre cultura manabita entre otras.	Elaboración de artesanías, recorridos sobre la cultura manabita y recorridos explicativos sobre la cosecha del cacao.	Recorridos de observación de flora y fauna.	Recorridos de observación de flora y fauna, elaboración de artesanías y recorridos experimentales sobre la cosecha y post cosechas.
Concepto del paisaje cultural cacaotero	Todo lo relacionado con el paisaje del cacao y su entorno cultural.	Es una denominación que le otorga la UNESCO	Es una de las formas de establecer condiciones climáticas para los cultivos	Actividades agroproductivas armónicas con la naturaleza, compatibles con la flora y fauna.	son plantaciones con un buen manejo y cuidado de sus plantas y todo está en armonía con la naturaleza

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la información obtenida las asociaciones están en constante trabajo para poder lograr que exista una buena relación de ambas partes, además se realizan asambleas constantemente permitiendo aclarar las dudas de los socios y solventar las necesidades de los productores. Sin embargo, existe una deficiente comunicación de parte y parte puesto que es necesario que se fomente la participación actividad de los socios, es de gran importancia la estrategia de asociarse en el sector agrícola peso a esto se debe conocer el verdadero impacto que tiene la asociatividad y generar siempre el bienestar de los agricultores o productores de cacao.

Los directivos de las asociaciones consideran que la organización de la empresa es muy buena debido a que las entidades buscan estar en constante innovación, condicionalmente esto les beneficia porque la agrupación será más reconocida a nivel de Manabí, nacional e internacional, promoviendo que las entidades tengan una buena organización ya que esto permite la mejora laboral. Además, están en constante programas de capacitaciones y asesoramientos técnicos que permiten estabilidad y credibilidad hacia la organización, sumándoles a esto que se proveen beneficios de manera directa a los socios de la empresa.

Con respecto a la importancia del turismo, los directivos consideran que las actividades turísticas serían de gran relevancia porque les permitiría más reconocimiento, pero también consideran que para realizar actividades turísticas necesitaría más personal que sea capacitado o profesional en esta área para que brinde un buen servicio. Por otro lado, se toma en cuenta que existe poco interés a la planificación y adecuación de las áreas para recibir turistas, la asociación KAKAWEN considera que por el momento no es apto realizar actividades turísticas debido a la situación por la que se está atravesando no solo el país, sino que el mundo entero, mientras que Fortaleza del Valle menciona que no es transcendental o de relevancia. Sin embargo, consideran necesario la realización de actividades en un futuro no muy lejano ya que es una de las alternativas que en la actualidad muchos turistas buscan, además de ser una fuente económica muy rentable para la organización.

Por otra parte, se menciona que podría ser un aliado estratégico para impulsar la economía local de algunas empresas y mejorar el estilo de vida de las personas, cabe mencionar que pudo evidenciar que las asociaciones que realizan actividades turísticas son pocas y las actividades que ofrecen no son del todo llamativas para los turistas, para aquellas asociaciones que no realizan actividades turísticas consideran que sí es importante implementarlas ya que de esta manera dan conocer no solo el proceso del cacao sino la importancia de este producto para muchas familias manabitas, por lo que a si se trasmitiría las tradiciones y vivencias de estas familias a los turistas, además en necesario señalar que el paisaje cultural cacaotero no es muy nombrado o conocido pero

sería de vital importancia que todos tuvieran conocimiento ya que así serían más consciente con el entorno.

Se pudo conocer mediante las entrevistas aplicadas aquellas actividades de interés por parte de las asociaciones de cacao, obteniendo que tienen interésese en participar en actividades que impulsen al desarrollo del agroturismo manteniendo las tradiciones como la preparación de comidas tradicionales, elaboración de artesanías, recorridos explicativos sobre la cultura manabita, recorridos explicativos sobre la siembra, cosecha del cacao, recorridos de observación de flora y fauna.

Según la evaluación y el criterio de diferentes directivos de las organizaciones las principales actividades turísticas son la elaboración de artesanías, recorridos experimentales y el intercambio cultural en estas actividades radica la importancia del agroturismo y la riqueza que posee los diferentes lugares donde se cosecha este producto que tiene altos índices de demanda tanto nacional como internacional. Además, para que se pueda desarrollar de la mejor manera deben mantenerse innovando ciertas actividades involucradas con siembra y cosecha y procesos de transformación del cacao.

En relación sobre el paisaje cultural cacaotero, los directivos mencionaron que es una alternativa importante, sin embargo, es necesario concientizar a los agricultores productores de cacao para que generen y apliquen rutas de desarrollo sostenibles como fincas agroforestales reconocidas, tradiciones de agroecología ya que son las tendencias actuales de futuros negocios. Además de buscar fuentes de financiamiento para capacitar a los Productores sobre actividades, por otra parte, consideran que el paisaje cultural como declaratoria la UNESCO sería el mejor beneficio ya que así los productos irían con un valor agregados y además nombran al paisaje cultural cacaotero como una de las formas de establecer condiciones climáticas para los cultivos de cacao generadas por la naturaleza, asimismo de generar sostenibilidad ambiental, económico y social a nuestra región.

4.2.2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO PARA LA PERCEPCIÓN POR PARTE DE LOS ASOCIADOS.

Para mostrar el estudio estadístico se aplicaron en total 195 encuestas para esto se extrajo de acuerdo a la fórmula de población finita o conocida debido a que se conoce el número de socio (2.377 asociados) de cada corporación obteniendo 195 encuestas que se dividió para las 5 asociaciones dando como resultado 39 encuestas por asociación a través del muestreo aleatorio simple, esto ayudó a conocer la percepción por parte de los asociados.

La estructuración del cuestionario para la encuesta responde a los requerimientos de la investigación que pretende conocer el perfil y la percepción turística de los asociados. Se tomaron en consideración 6 variables los cuales fueron planteadas en base a los criterios de las autoras de la investigación en conjunto con el tutor del trabajo, Ing. Guillermo Félix, que conformaron un total de 14 preguntas en función a tres bloques que recogen datos del perfil de los asociados, el turismo en las asociaciones y el conocimiento del concepto del paisaje cultural, mismas que son: variables demográficas de los encuestados, de qué forma está constituida la asociación, datos generales, si están satisfecho con los roles que desarrolla la empresa, sus principales beneficios, además que si están dispuesto en formar parte de alguna actividad turística.

A continuación, mediante tablas estadísticas extraídas del programa SPSS, se presenta el análisis correspondiente de cada una de las preguntas que fueron aplicadas a los asociados, en las diferentes asociaciones que se encuentran en los cantones de Bolívar, Chone, Flavio Alfaro que corresponde al área de estudio, aunque por la situación que está atravesando el país no se obtuvo toda la información requerida para llevar a cabo la investigación.

La encuesta aplicada, se conocieron datos personales de los socios, edad, formación, ingresos básicos, conocimiento del turismo, gustos y preferencia de actividades turísticas, todos estos aspectos contribuyeron a la identificación de los motivos para formar parte de una asociación y la percepción que tienen sobre la actividad turística, además de conocer si estarían interesados en formar parte de alguna. A continuación, en el cuadro 4.9 se muestra el perfil de los asociados.

Cuadro 4. 9. Perfil del Socio

Edad	Entre 32 a 43
Procedencia	Bolívar, Portoviejo, Chone, Flavio Alfaro
Formación	Secundaria
Construcción Familiar	Entre 3 a 4 personas
Ingresos	Tienen un ingreso del básico o menos
Hectáreas De Cultivo	Entre 1 a 4 hectáreas de cultivo
Producción	Entre 3 a 5 quintales al mes
Participación de la actividad turística	Si

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los datos recopilados la mayoría de socios se encuentran en el rango de 32 a 43 años, su formación es secundaria lo cual evidencia la presencia de socios con un nivel de educación media ya que solo han alcanzados sus estudios hasta la secundaria. Con respecto a la construcción familiar los hogares de los encuestados están conformadas por 3 a 4 personas y por lo general tienen un ingreso similar al básico, demostrando una situación económica baja debido algunos factores como: mala producción, faltas de técnicas agrícolas, desconocimiento o poco interés por darle un valor agregado a la comercialización del cacao, entre otras.

Referente a las hectáreas poseen de 1 a 4 ha de cultivos y la producción que tienen cada mes es de 3 a 5 quintales, por ende, es necesario que se fomente el cultivo del cacao en mayor escala y se aprovechen los recursos existentes.

1. Variable edad

Cuantos años tiene asociado a la empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	25	12,8	12,8	12,8
	2	54	27,7	27,7	40,5
	3	53	27,2	27,2	67,7
	4	30	15,4	15,4	83,1
	5	20	10,3	10,3	93,3
	6	5	2,6	2,6	95,9
	7	6	3,1	3,1	99,0
	8	1	,5	,5	99,5
	9	1	,5	,5	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 1. Años asociados en la empresa
Fuente: elaboración propia

Del total de encuestados, el 43% respondió de 3 a 4 años, mientras que el 40% de 1 a 2 años y menores porcentajes de 5 años en adelante. Lo cual evidencia que la confianza y el buen trato entre las dos partes tanto el socio como la empresa permite que se mantengan en la sociedad a lo largo del tiempo y sobre todo que sigan participando en las actividades que se realizan en la asociación. Cabe mencionar que aparte de recibir un buen trato, los asociados también buscan mejorar la economía de las zonas rurales con un crecimiento notable ya que en algunas zonas son marginadas.

2. Motivación

Que lo motivo asociarse					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ubicación	53	27,2	27,2	27,2
	Pagan buen precio	60	30,8	30,8	57,9
	Compran la producción	67	34,4	34,4	92,3
	Por los beneficios que recibo	15	7,7	7,7	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 2. Motivo para asociarse
Fuente: elaboración propia

Esta variable dictamina que el principal motivo en un 30% es que compran la producción, seguido de que pagan a buen precio en un 27% y la ubicación en 37%, en menor porcentaje 8% les corresponde a los beneficios recibidos. En las asociaciones es de suma importancia fomentar la producción del cacao, además de gestionar la entrega directa de su cacao sin intermediarios y recibir precios justos. Por ende, al pertenecer a una asociación deberían obtener más ayuda como capacitaciones tecnificadas agrícolas, insumos, herramientas para la fumigación y mantenimientos de las fincas cacaoteras entre otros beneficios que contribuyan a los productores rurales.

3. Nivel de satisfacción

Nivel de satisfacción					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco satisfecho	4	2,1	2,1	2,1

	regular	35	17,9	17,9	20,0
	satisfecho	125	64,1	64,1	84,1
	muy satisfecho	31	15,9	15,9	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 3. Nivel de satisfacción
Fuente: elaboración propia

Del total de encuestados, la mayoría mencionaron que se sienten satisfechos de pertenecer a la asociación en un 64%, por lo cual se deduce que las asociaciones están trabajando de una buena manera y realizan actividades para que los socios se sienten muy seguros. Una de las limitantes en algunas ocasiones son las reuniones, o resultan ser tediosas para los asociados por eso es recomendable que no se realicen muy extensas y seguidas durante el año, además toda asociación debe tener una planificación adecuada para que esta contribuya con la sociedad y con sus propósitos como identidad legal.

4. Beneficios de la asociación

Beneficios de la asociación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Capacitaciones	58	29,7	29,7	29,7
	Ninguna	57	29,2	29,2	59,0
	Buen trato por parte de la empresa	80	41,0	41,0	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 4. Beneficios de la asociación
Fuente: elaboración propia

El 64% mencionó que, si ha sido beneficioso pertenecer a una asociación, las principales razones están comprendidas por: la compra de producción a un buen precio, talleres o charlas de conocimientos del cacao e información relevante relacionada con el tratamiento y la producción para convertirlo en producto de calidad.

5. Beneficios recibidos de parte de la asociación

Beneficios recibidos por la asociación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Capacitaciones	58	29,7	29,7	29,7
	Ninguna	57	29,2	29,2	59,0
	Buen trato por parte de la empresa	80	41,0	41,0	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 5. Beneficios recibidos por la asociación
Fuente: elaboración propia

El 41% respondió que un buen trato por parte de la empresa, seguido de un 20% capacitaciones, en menor escala con un 29% mencionaron que no han obtenido ningún beneficio. Referente a los beneficios que reciben por parte de la empresa son buenos porque permiten obtener economía en los socios, además las asociaciones ofrecen capacitaciones a los productores ya que así les brindan la oportunidad de mejorar la calidad del producto y como es el adecuado proceso que se debe seguir para realizar el secado y así de esta manera obtener un buen producto, ya que algunas familias deciden secar el producto en lugares no aptos ya que perjudicial al momento de procesarlo y que llegue las manos del consumidor.

Datos sobre turismo y paisaje

6. Participación de activad turística

Participación de actividad turística					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	109	55,9	55,9	55,9
	No	86	44,1	44,1	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 6. Participación de actividad turística
Fuente: elaboración propia

La mayor parte de los encuestados respondieron que sí, pero estas actividades turísticas están relacionadas con paseos familiares a cantones cercanos o el turismo masivo como es el de sol y playa, además de visita a lugares naturales como balnearios, en conclusión, la mayoría de encuestados realizan un turismo local.

7. ¿Piensa usted que el turismo puede transformarse en un beneficio para los asociados de las empresas?

¿piensa usted que el turismo puede transformarse en un beneficio para los asociados de la empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	193	99,0	99,0	99,0
	No	2	1,0	1,0	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 7. El turismo se transforma en beneficio para los asociados de las empresas
Fuente: elaboración propia

El 99% mencionó que sí, por esto es importante indicar que el turismo como fuente económica es una buena opción y muy rentable para las personas involucradas en actividades relacionadas con el turismo tradicional. Sumándole a esto las nuevas tendencias como el agroturismo que brinda beneficios a las comunidades económicas y culturales. Los socios consideran que si se debería implementar ya que esto implica innovar y realizar nuevas actividades lo que llamaría la atención de los turistas además tendrían más oportunidad para darse a conocer en el mercado ecuatoriano, si bien es cierto por la situación de la pandemia el turismo ha decaído y ha existido grandes pérdidas económicas por lo que es importante crear nuevas rutas turísticas que sea amigables con el medio ambiente.

8. Disposición de formar parte de alguna actividad turística

Disposición de formar parte de alguna actividad turística					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco dispuestos	2	1,0	1,0	1,0
	Regular	25	12,8	12,8	13,8
	Dispuesto	125	64,1	64,1	77,9
	Muy dispuesto	43	22,1	22,1	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 8. Disposición de formar parte alguna actividad turística
Fuente: elaboración propia

El 64% mencionó que, si está dispuesto a formar parte de alguna actividad turística, por lo cual es fundamental considerar al turismo como una buena alternativa para los socios ya que es una fuente extra de ingresos económicos rentables permitiéndole así a cada productor mejorar la infraestructura de su finca además de mejorar sus procesos de sembrío y cosecha del cacao. En ocasiones los precios del producto cacaotero bajan y estos pueden ser mejorados a través de la agregación de valor a su producción o implementación de actividades relacionadas con el agroturismo, turismo rural, gastronómico, ecoturismo.

9. De preferencia le gustaría participar en el turismo

Preferencia para participar en el turismo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Empresa privada	72	36,9	36,9	36,9
	Con la asociación	89	45,6	45,6	82,6
	Con instituciones publicas	34	17,4	17,4	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 9. Preferencia de participación del turismo
Fuente: elaboración propia

Con respecto a esta interrogante el 46% respondió que prefiere trabajar como empresa privada, seguido del 37% mediante la asociación y finalmente un 17% con instituciones públicas. El turismo en la actualidad a pesar de la pandemia se configura como un sector económico a nivel nacional, por esto es necesario que las personas piensen en el desarrollo de actividades turísticas más aún si cuentan con los recursos necesarios para llevar a cabo propuestas que beneficien a las comunidades rurales y asociaciones. En su mayoría los asociados prefieren comenzar como empresa privada debido a que piensan en obtener beneficios para sí mismos y no tener inconvenientes con terceras personas al momento de generar un negocio o emprendimiento.

10. Ha escuchado hablar sobre el eje cafetero en Colombia

Ha escuchado hablar sobre el eje cafetero en Colombia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	141	72,3	72,3	72,3

	No	54	27,7	27,7	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 10. Conocimiento sobre el eje cafetalero en Colombia
Fuente: elaboración propia

El 72% respondió que sí y un 28% que no, se hace énfasis en la desinformación o escaso interés en las actividades relacionadas con el turismo es más el desconocimiento por parte de agricultores y asociados de grandes ejemplos de desarrollo económico como lo es el caso del eje cafetero en Colombia, donde conservan la cultura centenaria en torno a la recolección, producción y distribución del café. Además, este país, cuenta con una estructura organizacional en el sector cultural donde se encargan de planificar e implementar los lineamientos para el accionar del patrimonio cultural a nivel nacional e internacional.

11. Ha escuchado hablar sobre los paisajes culturales

Ha escuchado hablar sobre los paisajes culturales					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	41	21,0	21,0	21,0
	No	154	79,0	79,0	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 11. Conocimiento sobre los paisajes culturales
Fuente: elaboración propia

La falta de conocimiento del paisaje cultural sobre el cacao no permite desarrollar a su totalidad el turismo en las zonas rurales, si también es cierto la poca capacitación y la insuficiente innovación que tienen los agricultores no facilita a la enseñanza de los diferentes procesos que tienen cada uno de ellos en sus propiedades, teniendo como prioridad la venta de materia prima poniendo en evidencia que se dedican a la comercialización mas no a la activación de nuevas fuentes de trabajo.

12. Manabí tiene el potencial para ser considerado como paisaje cultural entorno al cacao

Cree usted que Manabí tiene potencial para ser considerado como paisaje cultural en entorno al cacao					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	169	86,7	86,7	86,7
	No	26	13,3	13,3	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 12. Manabí tiene potencial para ser considerado paisaje cultural entorno al cacao
Fuente: elaboración propia

Del total de encuestados el 87% respondió que sí, mientras el 13% que no, Manabí si posee potencial, una de las razones principales es la producción del cacao fino de aroma, un producto muy apetecido por mercados internacionales, además de la cultura manabita y su gastronomía, acompañada de los recursos naturales y culturales existentes. Sin embargo, es necesario que exista una gestión adecuada que permita cumplir con objetivos y metas claras que conlleven al desarrollo de la identidad de paisajes culturales lo que llevaría a Manabí a ser reconocido como destino con eje cacaotero.

13. ¿Qué tan de acuerdo estaría usted de que su territorio formará parte de estas declaratorias del 1 al 5?

Estaría de acuerdo que su territorio formara parte de estas declaratorias					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco desacuerdo	1	,5	,5	,5
	Regular	27	13,8	13,8	14,4
	De acuerdo	138	70,8	70,8	85,1
	Muy de acuerdo	29	14,9	14,9	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Tabla 4. 13. Aceptación de su territorio para formar parte de estas declaratorias
Fuente: elaboración propia

Con respecto a la aceptación del territorio, el 71% respondió que están de acuerdo, seguido del 15% de acuerdo y un 14% se encuentra en el rango normal. En su mayoría quiere formar parte de alguna actividad relacionada con el turismo para obtener nuevas fuentes de ingresos, sin embargo, es necesario que den la

iniciativa y piensen en emprendimientos innovadores que incorporen la producción del cacao con los recursos existentes en sus fincas.

4.2.3. ANÁLISIS SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO

De acuerdo a los resultados de las encuestas, se puede evidenciar que existe una buena relación entre socios y la asociación ya que juntos trabajan para que exista una buena armonía entre la empresa y el productor. Además, realizan asambleas para aclarar ciertas inquietudes y poner al tanto de ciertas necesidades que tiene el asociado, pero sobre todo para sacar adelante sus productos y beneficiar a las comunidades donde se cosecha el cacao, trabajan para brindar un buen producto y expandirse para ser reconocidos a nivel nacional es por aquello que ahí socios que llevan años laborando ya que el único objetivo es ser cada día mejor y brindar apoyo a las comunidades.

Consideran que el turismo es rentable, pero es trascendental que brinden capacitaciones para que conozcan sobre todas las actividades turísticas y cómo brindar un buen servicio y un producto especializado de calidad. Por lo general las actividades que ellos realizarían es mostrar el proceso del cacao además de ofrecerles artesanías y que conozcan las costumbres de las zonas, no todos tienen conocimiento exacto sobre el paisaje cultural cacaotero para algunos de los encuestados fue como algo nuevo, en cambio otros tenían una leve idea por el paisaje cafetalero de Colombia.

A partir de entonces es importante brindar información a los asociados específica sobre el paisaje cultural cacaotero y la importancia que este representa en el medio, por la razón que se debe trabajar en parte con los productores para motivarles a que se preparen en ciertos aspectos para tener conocimiento de las nuevas tendencias y alternativas turistas que mejoran el estilo de vida de las personas involucradas. Sumándole a esto a que las organizaciones deben estar sometidas a cambios de innovación para poder crecer turísticamente haciendo un buen uso de las alternativas que tiene el turismo como lo es el paisaje cultural cacaotero.

4.3. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS QUE FOMENTEN EL PAISAJE CULTURAL EN LAS ASOCIACIONES

4.3.1. ANÁLISIS FODA ESTRATÉGICO

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de la matriz FODA tomando como referencia los datos expuestos en las fases anteriores, donde se determinaron las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con las asociaciones productoras de cacao, permitiendo la obtención de los puntos débiles y fuertes del área de estudio, y poner en claro los problemas existentes y las soluciones respectivas. Ver cuadro 4.10

Cuadro 4. 10. Análisis FODA del área de estudio

	Nº	Fortalezas	Nº	Debilidades
ANÁLISIS INTERNO	F1	Perfiles de Alta calidad del Cacao con características distintivas de la zona.	D1	Inadecuada tecnificación de las unidades productivas para la producción del cacao.
	F2	Clima y condiciones del suelo propicios para el cultivo del cacao.	D2	Escaso valor agregado a la cadena productiva por parte de los cacaoteros.
	F3	Acervo histórico del cacao en la cultura manabita.	D3	Desaprovechamiento de recursos turísticos naturales y culturales dentro del territorio.
	F4	Presencia de unidades productivas (fincas) con potencial para el agroturismo.	D4	Deficiente gestión en el desarrollo turístico por parte de las autoridades y actores locales.
	F5	Existencia de recursos turísticos naturales y culturales dentro del territorio.	D5	Desconocimiento del agroturismo por parte de los asociados y productores de la zona.
	F6	Desarrollada cultura asociativa entre los productores del cacao dentro de la zona.	D6	Deficiencia de accesibilidad en las fincas cacaoteras.
	F7	Gran diversidad natural y paisajística del territorio.	D7	Insuficiencia de servicios básicos.
	F8	Exportación a mercados nacionales e internacionales del producto cacaotero	D8	Perdida de la identidad cultural rural en el territorio.
	F9	Transformación del cacao en derivados	D9	Vías en mal estado.
			D10	Carencia de emprendimientos turísticos en las asociaciones y productores de cacao.
	Nº	Oportunidades	Nº	Amenazas
ANÁLISIS EXTER	O1	Presencia de asociaciones que comercializan y brindan asesoramiento a los productores de cacao.	A1	Crisis económica mundial.
			A2	Crisis sanitaria mundial.
	O2	Existencia de una universidad con carreras especializadas en el desarrollo agropecuario y turístico.	A3	Referencias cercanas a fenómenos naturales (terremotos e inundaciones).
	O3	Interés internacional de nuevos nichos de mercado relacionado con el cacao ecuatoriano.	A4	Fragilidad en el trabajo interinstitucional de la zona.
	O4	Políticas públicas que promueven el desarrollo del sector productivo del cacao.	A5	Creación de monopolios que debiliten el trabajo asociativo.
	O5		A6	Presencia de plagas que perjudiquen las cosechas.

NO	**O6**	Nuevos segmentos turísticos nacionales e internacionales motivados a la práctica del agroturismo.		
	07	Investigaciones científicas y de mercado relacionadas a la producción del cacao.		
	O8	Existencias de declaratoria UNESCO relacionados al paisaje cultural. (Paisaje cultural cafetero Colombia).		
		Presencia de ONG´S en el país que contribuyan el desarrollo local.		

Fuente: elaboración propia

A continuación, en el cuadro 4.11 Se presenta la matriz guía sobre la cual se regirá la puntuación de la matriz FODA del área de estudio, donde 0= a no hay impacto, 1= pequeño impacto, 2 mediano impacto, 3 alto impacto.

Cuadro 4. 11. Valoración y medida de impacto de la matriz FODA

0	**1**	**2**	**3**
No hay impacto	Pequeño impacto	Mediano impacto	Alto impacto

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. 12. Ponderación de la matriz FODA

IMPACTO (leyenda) 0_ No hay impacto 1 Pequeño Impacto. 2. Mediano impacto 3. Alto impacto			EXTERNAS																
			OPORTUNIDADES									AMENAZAS							
			O1	O2	O3	O4	O5	O6	07	08	T	A1	A2	A3	A4	A5	A6	T	0
INTERNAS	FORTALEZAS	F1	3	2	3	3	3	2	3	3	22	2	2	1	3	2	2	12	34
		F2	3	2	3	3	3	2	3	3	22	2	2	1	3	2	2	12	34
		F3	3	2	3	2	3	3	2	2	20	2	1	2	2	2	2	11	31
		F4	2	2	3	2	3	2	3	3	20	2	1	2	2	2	1	10	30
		F5	1	2	3	2	3	2	3	3	19	3	1	2	3	3	2	14	33
		F6	3	3	3	2	2	2	3	3	21	3	1	2	2	2	2	12	33
		F8	2	3	3	1	3	2	1	1	17	2	2	1	1	2	2	10	31
		F9	1	2	3	3	2	3	2	1	18	3	3	2	2	1	1	12	30
			15	13	18	14	17	13	17	17	144	14	8	10	15	13	11	71	205
	DEBILIDADES	D1	3	3	2	3	2	3	2	2	20	2	1	1	2	2	3	11	31
		D2	2	2	3	2	3	2	2	2	18	2	1	1	2	2	3	11	29
		D3	2	2	2	1	2	1	2	2	14	3	1	1	2	3	2	12	26
		D4	2	2	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	1	1	1	8	20
		D5	3	2	3	2	3	2	3	2	20	3	1	1	3	3	2	13	33
		D6	2	3	2	2	2	2	2	2	17	2	1	1	2	3	2	11	28
		D7	2	2	1	3	2	2	2	2	16	2	1	2	3	2	1	11	27
		D8	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	1	1	2	2	1	9	25
		T	18	18	17	17	18	16	17	16	167	18	8	10	17	18	15	86	243
		Total	33	31	44	31	44	29	34	44	281	40	16	20	40	31	26	164	429

Fuente: elaboración propia

Luego del análisis FODA se realizó la matriz de correlación (ver cuadro 4.13) que permitió relacionar los factores externos e internos.

Cuadro 4. 13. Matriz de Correlación

Factores DAFO	Correlación 1	Correlación 2
Debilidad	O: Interés internacional de nuevos nichos de mercado relacionado con el cacao ecuatoriano.	A: Crisis económica mundial.
Amenaza	F: Perfiles de Alta calidad del Cacao con características distintivas de la zona.	D: Inadecuada tecnificación de las unidades productivas para la producción del cacao.
Fortaleza	O: Nuevos segmentos turísticos nacionales e internacionales motivados a la práctica del agroturismo.	A: Fragilidad en el trabajo interinstitucional de la zona.
Oportunidad	F: Clima y condiciones del suelo propicios para el cultivo del cacao.	D: Desconocimiento del agroturismo por parte de los asociados y productores de la zona.

Fuente: elaboración propia

A continuación, en el cuadro 4.14 se muestra la matriz de factores con mayor nivel de correlación encontrada en el análisis del FODA, lo cual permitió sacar al máximo las oportunidades presentes, reducir las amenazas, y corregir los puntos débiles.

Cuadro 4. 14. Matriz de Factores con mayor nivel de correlación

Factores DAFO	Factores con mayor nivel de correlación
Fortaleza:	Perfiles de Alta calidad del Cacao con características distintivas de la zona.
Debilidad:	Desconocimiento del agroturismo por parte de los asociados y productores de la zona.
Oportunidad:	Interés internacional de nuevos nichos de mercado relacionado con el cacao ecuatoriano
Amenaza:	Crisis económica mundial.

Fuente: elaboración propia

La aplicación del FODA dio como resultado que la mayor fortaleza es el perfil de alta calidad del Cacao con características distintivas de la zona que permiten la producción y comercialización del mismo, la principal debilidad es el desconocimiento del agroturismo por parte de los asociados en ocasiones se debe a la falta de interés por optar por nuevas actividades económicas y desarrollo rural. Por consiguiente, la principal oportunidad es el Interés internacional de nuevos nichos de mercado relacionado con el cacao ecuatoriano cabe mencionar que las asociaciones y sus fincas están ubicados en un ambiente favorable que permiten la producción de este producto. La crisis económica mundial y la creación de monopolios que debiliten el trabajo

asociativo son unas de las mayores amenazas, además en base al análisis se determinó que el área de estudio debe contrarrestar también el resto de debilidades y amenazas que son: la inadecuada tecnificación de las unidades para la producción del cacao, asociados y productores de la zona, crisis económica mundial, fragilidad en el trabajo institucional de la zona y la presencia de plagas que perjudiquen las cosechas.

Es necesario resaltar que la estructuración de la matriz FODA fue determinante para establecer el problema estratégico y la solución estratégica, para luego determinar las diferentes estrategias que ayudaran a cumplir con el objetivo de la investigación.

Problema estratégico general: si se incrementa la Crisis económica mundial, teniendo en cuenta que existe un desconocimiento del agroturismo por parte de los asociados y productores de la zona, aunque se disponga de perfiles de alta calidad del cacao con características distintivas de la zona, no podrá utilizarse en su totalidad Interés internacional de nuevos nichos de mercado relacionado con el cacao ecuatoriano.

Solución estratégica general: utilizando plenamente los perfiles de alta calidad del cacao con características distintivas de la zona para aprovechar el Interés internacional de nuevos nichos de mercado relacionado con el cacao ecuatoriano, se realizarán propuestas que posibiliten minimizar la creación de monopolios que debiliten la crisis mundial y superar desconocimiento del agroturismo por parte de los asociados y productores de la zona.

Posicionamiento estratégico: en este enunciado se muestra la matriz de posicionamiento estratégico la cual se diseñó con el propósito de establecer el cuadrante en el cual se encontraban las asociaciones y que tipo de estrategias son las más convenientes a desarrollar para la presente investigación. Ver cuadro 4.15.

Cuadro 4. 15. Matriz de Posicionamiento estratégico

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	124 MAXI- MAXI (ESTRATEGIAS OFENSIVAS) ¿Cómo me permiten las fortalezas aprovechar las oportunidades?	71 MAXI- MINI (ESTRATEGIAS DEFENSIVAS) ¿Cómo aprovecho las fortalezas para contrarrestar las amenazas?
Debilidades	137 MINI-MAXI (ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS) ¿Cómo minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades?	86 MINI-MINI (ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA) ¿Cómo evito que la debilidad favorezca la amenaza?

Fuente: elaboración propia

Como se pudo observar en la matriz de posicionamiento estratégico obtenida de la matriz FODA, se concluye que las asociaciones se encuentran en el cuadrante MINI- MAXI. Por lo tanto, es necesario que se desarrollen estrategias adaptativas que permitan minimizar las debilidades y aprovechar las oportunidades. Esta estrategia DO es necesaria para mitigar o atenuar las debilidades internas, queriendo aprovechar al máximo las oportunidades que se han identificado. Así se plantea el objetivo estratégico de evaluar la percepción turística de las asociaciones relacionadas con la producción de cacao para el desarrollo del concepto del paisaje cultural en la zona centro de Manabí.

4.3.2. ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL FOMENTO DEL PAISAJE CULTURAL.

En esta actividad se estipulo lineamientos, estrategias y acciones para el fomento del paisaje cultural en relación al FODA estratégico que se realizó, obteniendo el siguiente cuadro donde se presentan acciones que ayuden al desarrollo del turismo y la conservación del paisaje cultural en torno a la gestión sostenible en la zona centro de Manabí, ya que es importante que las asociaciones adopten medidas de sostenibilidad que ayuden a la conservación del paisaje cultural respecto a las costumbres y tradiciones, es fundamental que se mantenga el uso de materiales de la zona para salvaguardar dichas aspectos,

esto ayudará a impulsar el agroturismo generando nuevas oportunidades para las comunidades.

Sin embargo, antes de enunciar las estrategias es preciso estipular un modelo de gestión para las asociaciones cacaoteras de la zona centro de Manabí, que ha sido diseñado por las autoras de la investigación basado en el esquema propuesto por (2015), que contribuya al posicionamiento del concepto de paisaje cultural y del turismo en general conducente al desarrollo sostenible de la zona. El cual parte de una adecuada gestión del entorno, del paisaje cultural y de las asociaciones bajo tres dimensiones o aspectos claves que corresponden a la productividad, asociatividad y gobernanza.

En efecto, desde la gobernanza las asociaciones deben respaldarse legal y estructuralmente en un marco normativo para que se den relaciones verticales y horizontales que propicien mediante la creación de mecanismos el trabajo coordinado con los agentes claves como el sector público, privado y local conllevando a establecer alianzas estratégicas. Por otro lado, desde la dimensión de productividad, las asociaciones deben a partir de sus actividades y procesos tradicionales crear valor agregado vinculándolo al turismo, en aprovechamiento de los atributos que engloba el paisaje cultural en las zonas rurales donde se asientan éstas. De modo que ello lleve a ampliar el mercado tradicional de las asociaciones, mediante la captación de demanda turística que se traduzca en impactos positivos.

Por último, la tercera dimensión insta a que las asociaciones a través del impulso y fomento de la asociatividad se generen un mayor número de empresas cacaoteras asociadas a través de la filosofía que contempla valores compartidos como la confianza, convivencia, credibilidad, solución de conflictos, calidad y sostenibilidad. Que conduzcan al alcance de los objetivos planteados por las mismas y a los intereses comunes con una predominante filosofía de responsabilidad social empresarial comunitaria-asociativa.

Con respecto a la gestión como base del manejo la sinergia del entorno, paisaje cultural y de las asociaciones productoras como tal fundamenta su desarrollo en las funciones que caracteriza el proceso administrativo que giran en torno a la planificación, organización, dirección y control. A continuación, en la figura 4.4

se exhibe el modelo de gestión dirigidos a las asociaciones como herramienta y guía que se encargue de la gestión de las estrategias a proponerse:

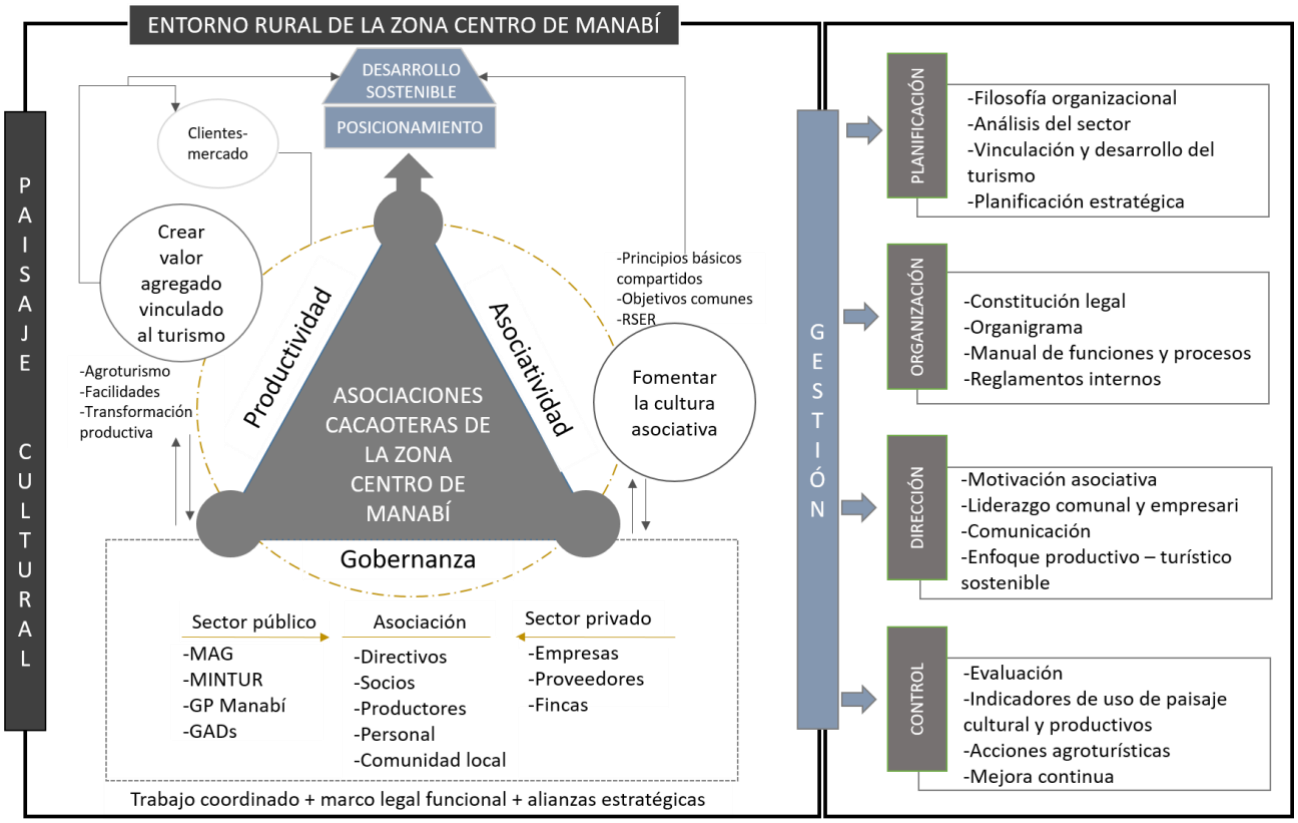


Figura 4.4. Modelo de gestión para las asociaciones cacaoteras de la zona centro de Manabí
Fuente: Elaborado por las autoras

En relación con la percepción del turismo en las asociaciones productoras de cacao, se establece que la zona centro de Manabí tiene potencial para el posicionamiento del concepto del paisaje cultural, peso a esto es necesario mejorar en muchos aspectos para el desarrollo de la actividad turística, motivo por el cual en base al objetivo estratégico planteado en el análisis FODA se establecieron las siguientes estrategias:

Cuadro 4.16: Estrategias a desarrollar.

EJE	PILAR ESTRATÉGICO	ESTRATEGIAS
SOCIAL		
	Formación	-Programa de capacitación y transferencia técnica en fincas asociaciones y comunidades relacionadas al Paisaje Cultural del Cacao. -Desarrollar talleres participativos comunitarios para impulsar la conservación del paisaje cultural cacaotero.
	Personal	-Fomentar el interés personal para la adquisición de nuevos conocimientos.

		-Motivar a los propietarios de fincas cacaoteras para impulsar el desarrollo de actividades turísticas. -Fomento de incentivos a emprendimientos turísticos asociativos entorno al Paisaje Cultural del Cacao.
ECONÓMICO		
	Difusión	-Programa de innovación de productos agro turísticos en las asociaciones relacionadas al Paisaje Cultural del Cacao.
GESTIÓN	Gestión	-Fortalecimiento institucional del sector público- privado para la consecución del Paisaje Cultural del Cacao en Manabí. -Integración de las asociaciones a la planificación y modelo de gestión turística local del Paisaje Cultural del Cacao. -Implementación de facilidades turísticas alrededor de las asociaciones.
AMBIENTAL	Conservación	-Desarrollar talleres de educación ambiental. -Realizar talleres entorno al turismo sostenible. -implementar buenas prácticas ambientales.

Fuente: Elaboración propia

Cada uno de las estrategias planteadas anteriormente se detallan a continuación en los siguientes cuadros, la cual se desarrollaron con la finalidad de detallar en qué consisten, las actividades necesarias para su cumplimiento, recursos necesarios, actividades y resultados esperados.

Mejorar, se tiene que considerar que para definir o diseñar estrategias se debe tener en cuenta el uso de recurso financiero, tecnológico, humano, ambiental etc.

Cuadro 4. 16. Programa de innovación de productos agro turísticos

ETAPA	Planificación
ID CÓDIGO	P1-C1-PR1
NOMBRE DEL PROGRAMA	Estrategia 1. Programa de innovación de productos agro turísticos en las asociaciones relacionadas al Paisaje Cultural del Cacao.
RESPONSABLE	Autores del proyecto
RECURSOS	Financieros, humanos y ambiental.
COSTO	$3.000
DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA Y PROYECTO	
La zona norte de Manabí cuenta con un gran valor paisajístico natural en base a la producción del cacao y sus recursos culturales, por esto es necesario la innovación de productos agro turísticos integrados, el primero proyecto está comprendido por el Incremento productos turísticos en las comunidades que permitan satisfacer las nuevas exigencias de los mercados actuales, el segundo por un plan de innovación para el desarrollo del turismo Post Covid, puesto que es necesario que los lugares turísticos cuenten con las nuevas señaléticas e infraestructuras y	

además que se diseñen actividades complementarias que permitan la conformación de un producto completo para poder desarrollar la actividad turística de una manera integral.		
OBJETIVO GENERAL: Promover la innovación de nuevos conceptos de productos agro turísticos integrados que vinculen los recursos existentes de la Zona centro de Manabí.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	**ACTIVIDADES**	**RESULTADOS ESPERADOS**
● Valorar los recursos naturales y culturales existentes. ● Innovar productos turísticos y complementarlos con los nuevos requerimientos del mercado. ● Consolidar la seguridad del turismo	● Desarrollo de una oferta de servicios enfocados en la innovación de productos agro turísticos relacionados con la producción del cacao. ● Realización de un plan de actuación antes crisis sanitarias.	● Diversificación de la oferta turística a través de la innovación de nuevos productos. ● Incrementos de socios involucrados en actividades turísticas dentro de las comunidades rurales. ● Creación de equipamientos turísticos.
BENEFICIARIOS	**FUENTE DE FINANCIAMIENTO**	**INVOLUCRADOS**
-Personas que pertenecen a las asociaciones cacaoteras. -Servidores turísticos	- Recursos propios de los GADs	- GAD Cantonales - MINTUR - Dirigentes de las asociaciones cacaoteras. - Ministerio de Salud Pública. - Prestadores de servicios - Población local.

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. 17. Programa de generación de capacitaciones técnicas

Este programa ayudará a la generación de capacitaciones técnicas en relación a la educación y formación en turismo que permitirá la preparación del personal involucrando en un futuro en las actividades turísticas además es necesario que los socios se capaciten sobre el cuidado de los cultivos y los métodos de prevención.

ETAPA	Ejecución
ID CÓDIGO	P2-C2-PR2
NOMBRE DEL PROGRAMA	Estrategia 2. Programa de capacitación y transferencia técnica en fincas asociaciones y comunidades relacionadas al Paisaje Cultural del Cacao
RESPONSABLE	Autores del proyecto
RECURSOS	Financieros, tecnológicos y humanos
COSTO	$5.000
DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA Y PROYECTO	
Este programa estará comprendido por dos proyectos: el primero es la educación y formación en turismo que permitirá la capacitación del personal que se involucre a futuro en las actividades turísticas además es necesario que los socios se capaciten sobre el cuidado de los cultivos y los métodos de prevención de las plagas de insectos,	

los agricultores debe conocer y capacitarse además de temáticas del manejo financiero, comercial y administrativo para la producción del cacao. , el segundo tiene la finalidad de concientizar a las personas sobre la importancia del paisaje cultural cacaotero y sus beneficios en las comunidades.		
OBJETIVO GENERAL: Desarrollar capacitaciones técnicas que promuevan la gestión turística en la zona de estudio.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	**ACTIVIDADES**	**RESULTADOS ESPERADOS**
● Brindar cursos y talleres a los agricultores sobre el cuidado de cultivos, manejo financiero y comercial. ● Formar a las personas interesadas en el desarrollo de la actividad turística a través de capacitaciones técnicas.	● Talleres de asistencia técnica. ● Estructuración de los contenidos de la capacitación. ● Implementación de la capacitación.	● Conservación de la calidad de producción del cacao. ● Incremento de productos turísticos en la zona de estudio. ● Contar con un buen porcentaje de socios capacitados e interesados en la actividad turística.
BENEFICIARIOS	**FUENTE DE FINANCIAMIENTO**	**INVOLUCRADOS**
Personas que pertenecen a las asociaciones cacaoteras.	- Recursos propios de los GADs - MAGAP	- GAD Cantonales - MINTUR - Dirigentes de las asociaciones cacaoteras. - MAGAP

Fuente: elaboración propia
Cuadro 4. 18. Programa fomento de emprendimientos

Este programa ayudará a que los habitantes y productores de cacao se interesen en la actividad turística puesto que la primera parte será la sensibilización en actividades turísticas y estimular el crecimiento intelectual de las personas para afrontar de manera adecuada sus retos y cumplir con sus metas y propósitos.

ETAPA	Planificación	
ID CÓDIGO	P3-C3-PR3	
NOMBRE DEL PROGRAMA	Estrategia 3. Fomento de incentivos a emprendimientos turísticos asociativos entorno al Paisaje Cultural del Cacao.	
RESPONSABLE	Autores del proyecto	
RECURSOS	Financieros, humanos, tecnológicos y ambiental.	
COSTO	$2.000	
DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA Y PROYECTO		
El presente programa estará comprendido por el proyecto denominado incremento de productos turísticos en comunidades donde las personas interesadas generen pequeños emprendimientos que desarrollen el turismo y actividades culturales.		
OBJETIVO GENERAL: Constituir empresas de turismo rural administradas por los socios de estas comunidades rurales.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	**ACTIVIDADES**	**RESULTADOS ESPERADOS**
● Generar la sensibilización de la actividad turística en los agricultores o asociados.	● Charlas y capacitaciones sobre cómo que se puedan desarrollar las habilidades de las personas.	● Incremento de emprendimientos turísticos en la zona de estudio.

● Fomentar el emprendimiento turístico a través de la innovación de empresas rurales.	● Generación de conocimientos aptos para la implementación de emprendimientos en las comunidades rurales.	
BENEFICIARIOS	**FUENTE DE FINANCIAMIENTO**	**INVOLUCRADOS**
-Personas que pertenecen a las asociaciones cacaoteras. -Servidores turísticos	- Recursos propios de los GADs	- GAD Cantonales - MINTUR - Dirigentes de las asociaciones cacaoteras.

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. 19. Programa fortalecimiento institucional en el área de estudio.

El programa de fortalecimiento institucional del área estudio se centra en el impulso de la gestión por parte de las autoridades y actores locales, debido que se debe contar con un proceso de coordinación, gestión, y planificación para el desarrollo de turismo.

ETAPA	Planificación	
ID CÓDIGO	P4-C4-PR4	
NOMBRE DEL PROGRAMA	Estrategia 4. Fortalecimiento institucional del sector público- privado para la consecución del Paisaje Cultural del Cacao en Manabí.	
RESPONSABLE	Autores del proyecto	
RECURSOS	Tecnológicos, humanos y financieros	
COSTO	$1.500	
DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA Y PROYECTO		
Este programa responde a la deficiente gestión en el desarrollo turístico por parte de las autoridades y actores locales, por esto se debe iniciar un proceso de coordinación institucional con todos los actores que tienen que ver con el ámbito turístico como: políticos, empresarios, la academia, comunidades, asociaciones, gobiernos parroquiales, provinciales y cantonales. El primer proyecto permite que los asociados y habitantes de las comunidades conozcan de los beneficios sostenibles que genera la actividad turística, donde se incentive de esta manera que se incremente el número de personas involucradas en la rama turística. El segundo busca crear alianzas con universidades, organismos privados o públicos, que den apoyo a través de pasantías o investigaciones en las comunidades para el fortalecimiento de la actividad turística. El tercer proyecto es sobre el apoyo financiero por parte de organismos públicos y privados donde se establecerán los mecanismos de cooperación entre agentes involucrados en el turismo.		
OBJETIVO GENERAL: Promover el fortalecimiento institucional de las asociaciones del área de estudio con potencial turístico.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	**ACTIVIDADES**	**RESULTADOS ESPERADOS**
● Generar conocimiento sobre la importancia de la actividad turística en los productores de cacao. ● Gestionar la implementación de alianzas estratégicas con los diferentes actores ya sean publicados, privados y comunitarios.	● Reuniones constructivas que fortalezcan a las asociaciones. ● Definir los mecanismos de cooperación entre agentes involucrados en el turismo.	● Socios satisfechos con la asociación. ● Valor agregado a la producción del cacao. ● Incremento de un 50% de alianzas estratégicas que beneficien el potencial turístico de la zona.
BENEFICIARIOS	**FUENTE DE FINANCIAMIENTO**	**INVOLUCRADOS**

-Personas que pertenecen a las asociaciones cacaoteras. - Servidores turísticos	- Recursos propios de los GADs	- GAD Cantonales - MINTUR - Dirigentes de las asociaciones cacaoteras.

Fuente: elaboración propia
Cuadro 4. 20. Programa local de desarrollo turístico

Este programa tiende a suplir la necesidad de la conservación y valoración del patrimonio cultural del área de estudio y conocer la importancia de los paisajes manabitas. Si bien es cierto en la zona de Manabí existe una alta producción del cacao y este tiene sabores y rasgos muy significativos además este producto forma parte de la cultura manabita.

ETAPA	Planificación	
ID CÓDIGO	P5-C5-PR5	
NOMBRE DEL PROGRAMA	Estrategia 5. Integración de las asociaciones a la planificación y modelo de gestión turística local del Paisaje Cultural del Cacao.	
RESPONSABLE	Autores del proyecto	
RECURSOS	Humanos, financieros y tecnológicos	
COSTO	$1.000	
DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA Y PROYECTO		
Este programa está comprendido por dos proyectos: El primero se basa en la planificación turística sostenible donde los municipios realicen una actualización de los recursos patrimoniales relacionados con la producción del cacao. Luego será necesario realizar la propuesta de creación de productos turísticos con servicios en torno a las comunidades rurales y sus asociaciones.		
OBJETIVO GENERAL: Impulsar el desarrollo turístico local en torno al patrimonio cultural y la producción del cacao en la Zona Norte de Manabí.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	**ACTIVIDADES**	**RESULTADOS ESPERADOS**
● Planificar la actividad turística sostenible en el área de estudio. ● Desarrollar un modelo de gestión turístico en torno al patrimonio cultural.	● Levantamiento y actualización de datos en base a los recursos culturales existentes.	● Delimitación de una cartografía del paisaje cultural del área de estudio. ● Generación del valor agregado a los productores a través de la actividad turística.
BENEFICIARIOS	**FUENTE DE FINANCIAMIENTO**	**INVOLUCRADOS**
-Personas que pertenecen a las asociaciones cacaoteras. - Servidores turísticos	- Recursos propios de los GADs	- GAD Cantonales - MINTUR - Dirigentes de las asociaciones cacaoteras.

Fuente: elaboración propia
Cuadro 4. 21. Implementación de facilidades

Este programa se enmarca especialmente en aquellas facilidades que debe de brindar un lugar agroturístico debido a que las facilidades turísticas son claves

para la calidad y ofrecimiento de los productos, por esta razón es importante que los directivos y socios de las asociaciones conozcan la importancia que tienen, ya que son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor.

<table>
<tr><td>ETAPA</td><td colspan="2">Planificación</td></tr>
<tr><td>ID CÓDIGO</td><td colspan="2">P5-C5-PR5</td></tr>
<tr><td>NOMBRE DEL PROGRAMA</td><td colspan="2">Estrategia 6. Implementación de facilidades turísticas alrededor de las asociaciones</td></tr>
<tr><td>RESPONSABLE</td><td colspan="2">Autores del proyecto</td></tr>
<tr><td>RECURSOS</td><td colspan="2">Humanos, financieros y ambiental</td></tr>
<tr><td>COSTO</td><td colspan="2">$25.000</td></tr>
<tr><td colspan="3">DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA Y PROYECTO</td></tr>
<tr><td colspan="3">Esto implica que, sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico no estaría brindando un servicio completo es por esto que las asociaciones deben de implementar: equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista.</td></tr>
<tr><td colspan="3">OBJETIVO GENERAL: contribuir con la excelencia para el sector turístico permitiendo ofrecer a la vez mayores facilidades.</td></tr>
<tr><td>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</td><td>ACTIVIDADES</td><td>RESULTADOS ESPERADOS</td></tr>
<tr><td>● fortalecer la implementación de facilidades turísticas.
● Generar la implementación de facilidades turísticas</td><td>● Una reunión donde se determine las facilidades que cada asociación requiere
● Establecer cuáles van a ser los componentes para llevar a cabo la implementación de las facilidades</td><td>● Delimitación de una cartografía del paisaje cultural del área de estudio.
● Generación del valor agregado a los productores a través de la actividad turística.</td></tr>
<tr><td>BENEFICIARIOS</td><td>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</td><td>INVOLUCRADOS</td></tr>
<tr><td>-Personas que pertenecen a las asociaciones cacaoteras.
- Servidores turísticos</td><td>- Recursos propios de los GADs</td><td>- GAD Cantonales
- MINTUR
- Dirigentes de las asociaciones cacaoteras.</td></tr>
</table>

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. 22. Implementación de facilidades

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Mediante el análisis integral del territorio se pudo determinar que las condiciones del entorno manabita han propiciado que se hayan conformado varias asociaciones cacaoteras, las cuales se concentran mayoritariamente en la zona centro de Manabí donde se identificaron trece agrupaciones, pero solo se seleccionaron cinco: Fortaleza del Valle, Valle Noble, Kakawen, Maquita Cushunchic y Comuna la cantera. Éstas tienen organización de primer y segundo grado, que superan más de los 100 socios cada una sumando un total de 2.377 asociados, donde todas se dedican a la compra y venta del cacao que se comercializa preponderantemente en el mercado europeo. Donde se refleja débiles procesos de planificación, deficiente gestión y gobernanza, así como comercialización a través de intermediarios, además del escaso presupuesto evidenciando la necesidad de crear valor agregado a la producción cacaotera de modo que en conjunto con los atributos del entorno se coadyuve al desarrollo integral en estas zonas mediante el posicionamiento del paisaje cultural.

- En relación al conocimiento sobre el concepto paisaje cultural de los miembros de las asociaciones que son personas adultas que tienen una edad entre 32 a 43 años con formación de secundaria, que poseen entre 1 a 4 hectáreas de cultivo, lo cual hace que tenga una producción de 3 a 5 quintales al mes que a través de la evaluación pertinente se obtuvo que el 64% de éstos manifiestan que la zona centro de Manabí posee potencialidad para que se posicione el paisaje cultural entorno al cacao a pesar de que se presenta un déficit de entendimiento sobre la concepto y los beneficios del uso del paisaje cultural en un 70%, donde el 60% de éstos consideran al turismo como una alternativa para el desarrollo local y así mismo el 64% se encuentra dispuesto a formar parte de la actividad turística, ya que existen fincas y comunidades enfocados en el cultivo y producción del cacao, elaboración de artesanías, gastronomía típica de la

zona, costumbres y tradiciones ancestrales. Sin embargo, se identificó que es necesario que las autoridades locales trabajen en conjunto para beneficiar a todos sus productores a través de la difusión y posicionamiento del turismo y el paisaje cultural como factor conducente al desarrollo local.

- A partir de los resultados de la evaluación se analizó estratégicamente la situación de las asociaciones cacaoteras a través del FODA donde se determinaron seis fortalezas, siendo las principales el perfil de alta calidad del cacao con características distintivas de la zona y el clima del suelo propicios para el cultivo del cacao así como se detectaron ocho debilidades donde prepondera el desconocimiento del agroturismo por parte de los asociados y productores de la zona, al igual que ocho oportunidades y seis amenazas. En función de ello, se plantearon doce estrategias que giran en torno cinco pilares que permitieron la estructuración de seis programas que están ligados a la innovación de productos agro turísticos, generación de capacidades técnicas, fomento de emprendimientos, fortalecimientos institucionales, implementación de facilidades y desarrollo turístico local. Donde además se diseñó un modelo de gestión que parte de una adecuada gestión del entorno, del paisaje cultural y de las asociaciones bajo tres dimensiones o aspectos claves que corresponden a la productividad, asociatividad y gobernanza para así pretender solucionar las problemáticas detectadas mediante el posicionamiento del paisaje cultural cacaotero y fomentar el uso adecuado de sus recursos naturales.

5.2. RECOMENDACIONES

- A los GADs provinciales, cantonales y parroquiales de la zona centro de Manabí que realicen continuamente un diagnóstico de la situación de las asociaciones cacaoteras con la finalidad de conocer el estado de las mismas y las condiciones que posibilitan su desarrollo a través de las actividades turísticas y el valor agregado al paisaje cultural productivo. Donde se inste al fomento de la asociatividad de las comunidades rurales, permitiendo a los pobladores obtener beneficios y conocimientos sobre el desarrollo del paisaje cultural, a su vez que realizan investigaciones para la formulación de estrategias que fomenten la innovación de nuevas actividades alternativas y nuevos ingresos económicos, además es necesario que fortalezcan y posiciones los productos agroturísticos con la finalidad de promover a las localidades.
- A las autoridades pertinentes, en especial a los GADs cantonales y provincial en conjunto con el MAG a evaluar periódicamente el conocimiento del concepto de paisaje cultural en las organizaciones cacaoteras desde los directivos, miembros, asociados y en las comunidades para así determinar las capacidades y el compromiso de éstos en el desarrollo local mediante el posicionamiento del paisaje cultural como vía de progreso socioeconómico.
- A los socios de todas las organizaciones, buscar el apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales para que coadyuven en la ejecución de los programas y proyectos establecidos en la presente propuesta que permitan el desarrollo turístico de la zona centro de Manabí y sus comunidades rurales en relación a la producción del cacao haciendo uso del paisaje cultural y los atributos asociados.
- A la Escuela Superior Politécnica de Manabí “Manuel Félix López” y a la carrera de Turismo, que sigan realizando proyectos e investigaciones direccionadas al desarrollo agro turística de Manabí y del Ecuador, que permitan generar conocimiento del estado actual de las asociaciones y de la identidad cultural a través de estudios que promuevan declaratorias o

certificaciones internacionales como en el caso del posicionamiento del paisaje cultural cacaotero manabita.

BIBLIOGRAFÍA

Andrade, L y Mendoza, H. (2015). Paisaje natural y cultural del cacao fino dearoma como oferta agro turístico en Manabí. *Espamciencia,* (6), 17-24. http://190.15.136.171/index.php/Revista_ESPAMCIENCIA/article/view/151

ANECACAO (Asociación Nacional De Exportadores De Cacao- Ecuador). (2019). Sector Exportador De Cacao. http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html

Arvelo, M., González, D., Maroto, S., Delgado, T., y Montoya, P. (2017). Estado actual sobre la producción, el comercio y cultivo del cacao en América (No. IICA F01-81). IICA, San José (Costa Rica) Fundación Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas, San Luis Huexotla (México).

Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. (2015). Sin dudas en Manabí está el mejor cacao. http://www.anecacao.com/index.php/es/noticias/sin-dudas-en-manabi-esta-el-mejor-cacao.html

Azcárate, B., y Fernández, A. (2017). Geografía de los paisajes culturales. Editorial UNED. http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,71398207&_dad=portal&_schema=PORTAL&idAsignatura=67021106

Blandariz, S., Gonzalez, H., Bajaña, O y de la Cruz, L. (2021). Valoración del paisaje rural como recurso turístico en la comunidad Santa Rosa, Jipijapa, Manabí. *Revista Científica Multidisciplinaria, 5*(3), 83-96. http://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/426/336

Bravo, J. (2018). Asociatividad como estrategia de fortalecimiento para el turismo comunitario. (Trabajo de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6363/1/T2709-MAE-Bravo-Asociatividad.pdf

Brito, M. y Canoves, G. (2019). El desarrollo turístico en Mazatlán, México: Un análisis de las condiciones de la sostenibilidad. *Cuad. Tur*,*43*, 187-213. https://revistas.um.es/turismo/article/view/374761/261901

Bustos, R. (2008). Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo. *Aportes y Trasferencias, 12*(1), 87-104. https://www.redalyc.org/pdf/276/27615334005.pdf

Calle, M. (2015). Desarrollo local Turístico y Sostenibilidad. Ecuador: UTMACH. http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6890

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2015). Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao en el Ecuador.

http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-de-Cacao-rev.pdf

Cisneros, I., Zapata, A., Sánchez, O., y Narváez, E. (1999). Organización campesina y gestión del riego. https://camaren.org/organizacion-campesina-y-gestion-del-riego-2/

Cisneros, J., Baixauli, C., Samaniego, R., Bautista, A y Amador, B. (2018). El turismo comunitario, un modelo de economía popular y solidaria como solución al desempleo rural en Ecuador. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, 11*(24), 2-25. https://www.eumed.net/rev/turydes/24/turismo-comunitario-ecuador.htm

Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes. (2015). Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf

Cruz, E y Velázquez, J. (2020). Gobernanza, turismo y redes de colaboración: El Parque Nacional El Chico, México. *Revista Espacios, 41*(5). http://www.revistaespacios.com/a20v41n05/a20v41n05p16.pdf

Duis, U. (2007). La valorización cultural, social y turística de los recursos culturales y naturales como instrumento para la planificación turística, la conservación del paisaje cultural cafetero y el desarrollo sostenible del territorio turístico. *Turismo y Sociedad,* 8, 69-79. https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261178004.pdf

Félix, A. (2017). Investigación para el diseño de propuestas de paisajes culturales al servicio del desarrollo local. *Revista Cuadernos de RSO,* (2), 8-9. https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/rso/propuestas-de-paisajes-culturales-mendoza.pdf

Félix, A. (2018). *Turismo y cacao: alternativa de desarrollo para las comunidades campesinas*. Planificación turística en territorios campesinos, Colombia: Editorial UNITEC. Bogota. https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/rso/propuestas-de-paisajes-culturales-mendoza.pdf

Félix, A., Zambrano, M., y Vera, T. (2019). Visitas a Represas: Percepción y necesidades para el turismo.*RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (13), 42-61. https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/ricit/article/view/61

GAD Chone. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chone) (2016). Chone Capital Mundial del Cacao Fino de Aroma. http://www.chone.gob.ec

Gambarota, D., y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, *58*(2), 346-359. https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf

García, A., Serrano, R., Osorio, M y López, E. (2015). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec. *Turismo y Sociedad,* 16, 43-65. https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4433/5147

García, A., Serrano, R., Osorio, M., y López, E. (2015). Community perception around tourism as a factor for local development, study case San Pedro Tutltepec, México. *Turismo y Sociedad,* 16*.* https://doi.org/10.18601/01207555.n16.04.

Garza, J., y Contreras, T. (2016). Redes empresariales en el sector turismo y servicios para la mejora de competitividad en Ciudad Juárez, Chihuahua, México: caso Parque Central Hermanos Escobar y PYMES aledañas. *Cuadernos de Turismo*, 421-436. https://revistas.um.es/turismo/article/view/256331/194281

Guerrero y Villamar (2018). La importancia de la asociatividad para el desarrollo. *Innova Research Journal, 1*(11), 105-119. https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/125/1470

Gobierno Provincial de Manabí. (2018). Mejoramiento de la productividad del cacao fino y de aroma mediante la renovación y rehabilitación de plantaciones establecidas. http://www.manabiproduce.gob.ec/mejoramiento_cacao_fino.php

Gómez, D., y Martín, C. (2019). Los impactos del turismo en España: Diferencias entre destinos de sol y playa y destinos de interior. *Cuadernos de Turismo*, (43), 325-347. https://revistas.um.es/turismo/article/view/374811/262001

González, A., Iturralde, M., y Morales, J. (2016). El agroturismo una alternativa para dinamizar la agroindustria rural. *Revista de Investigación Sigma, 3*(01). https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/910

González, F., Acosta, J., Orgaz, F. y Castellanos, M. (2015). Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana. *Revista de economía del caribe*, (15), 153-182. https://idus.us.es/handle/11441/85748;jsessionid=4309F8328D68A16C3563031FCECCEE94

Hormaza, D y Torres, R. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 18*(3), 385-400. t t p s : / / d o i . o r g / 1 0 . 2 5 1 4 5 / j . p a s o s . 2 0 2 0 . 1 8 . 0 2 7

INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias) (2019). La cadena de valor del cacao y el bienestar de los productores en la provincia de Manabí-Ecuador. https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/5377/1/iniapsc383.pdf

Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (2018). Programa Nacional de Cacao del INIAP desarrolla clones de cacao de alta productividad**.** http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/programa-nacional-de-cacao-del-iniap-desarrolla-clones-de-cacao-de-alta-productividad/

Intriago, M., Vélez y García, N. (2021). Producto Agroturístico en el aprovechamiento del potencial de los espacios rurales: cantón Chone. *Revista Internacional De Gestión, Innovación Y Sostenibilidad Turística, 1*(1), 59-64. http://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/view/258

Jaco, M., Quintero, X., y Hernández, G. (2017). Los comités pueblos mágicos y el desarrollo turístico: Tepotzotlán y El Oro, Estado de México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, *14*(1), 105-123. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722017000100105

Lemoine et al. (2018). Percepción de actores locales sobre turismo sostenible en comunidades de Leonidas Plaza del cantón Sucre, Manabí. *Revista ECA Sinergia, 9*(2), 55-67. https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1122/

León, J. (2018). Paisaje cultural y una forma de entender el Patrimonio en Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 14*(2), 161-169. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2018000200161

León, J. (2018). Paisaje cultural y una nueva forma de entender el Patrimonio en Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, *14*(2), 161-169. https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v14n2/0718-235X-riat-14-02-00161.pdf

Loor, C. (2019). Cadena de comercialización del cacao producido en el cantón Santa Ana y su proyección hacia mercados nacionales. (Tesis de pregrado), Universidad Estatal del Sur De Manabí, Jipijapa, Ecuador. http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2027

Loor, D., Forteza, J y Sánchez, A. (2018). Análisis de la percepción de la población del cantón Paján (Ecuador) hacia la implementación de laactividad turística. Revista PASOS, 39(37). http://www.revistaespacios.com/a18v39n37/a18v39n37p19.pdf

Loor, L., Alonso, A., y Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *ECA Sinergia*, *9*(1), 97-108. https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/1195/1218/.

Lucero, D y Torres, A. (2021). Componentes de la asociatividad empresarial y gobernanza en Áreas Naturales Protegidas con capacidades turísticas. Economía, sociedad y territorio, 20(64), 843-864. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212020000300843

Martínez, M., Sanagustín, V. y Blanco, R. (2018). Paisajes culturales como imágenes de destino: percepción y valoración como producto turístico. Revista *PASOS, 4*(16). http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/10737

Mendoza, I., Félix, G.,y Párraga, Y. (2016). Inventario de recursos agroturísticos entorno al circuito del cacao en Manabí. http://sigloxxi.espam.edu.ec/Ponencias/V/ponencias/37.pdf

Mora, F. (2017). Turismo agroecológico: alternativa de desarrollo turístico sostenible en la zona rural de la provincia del Guayas. *INNOVA Research Journal, 2*(5), 152-162. https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/270/286

Morales, N y Gómez, G. (2020). Identificación de la percepción del turista hacia el destino Cuenca-Ecuador, mediante la “Netnografía”. *RETO Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 10*(19), 81-97. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000100081

Novoa, C. (2020). La asociatividad como elemento integrador de emprendimientos turísticos para el mejoramiento competitivo de las parroquias Alangasí y La Merced. (Trabajo de titulación). Universidad de las Fueras Armadas. http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/22603/T-ESPE-043896.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Orgaz, F., y Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, (31). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008

Ostelea (noviembre 20 de 2020). Retos y oportunidades del turismo rural en Ecuador: turismo comunitario, pueblos mágicos y agroturismo. https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/marketing-y-comunicacion/retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador-turismo-comunitario-pueblos-magicos-y-agroturismo

Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿quo vadis? *Estudios y perspectivas en turismo*, *25*(4), 597-614. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6333383

Peralta, M., y Li, S. (2017). Agroturismo: Una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. *Estación Experimental Agroforestal*

Esquel, *10*(1), 45-46. https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_eeaf_esquel_agroturismo_092017.pdf

Pérez, N. (2015). Interpretación y puesta en valor del paisaje arqueológico cultural de Coyoctor en la Provincia De Cañar. (Tesis de pregrado), Universidad Central del Ecuador. Quito. Ecuador.

Ramírez, H., Nazareno, I., Roldán, A. y Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, *10*(1), 71-93. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006

Reyes, J. (2016) Plan estratégico de desarrollo turístico para dinamizar la actividad turística del cantón la Concordia, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Chimborazo. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/794/1/UNACH-EC-IG.TUR-2016-0003.pdf

Reyes, M y López, C. (2019). Aprovechamiento de recursos naturales y culturales con fines turísticos. Caso de estudio: comuna de San Jacinto del Pindo, en la provincia de Pastaza (Ecuador). *SIEMBRA, 6*(1), 39-49. https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1721/2491#info

Sánchez, V., Zambrano, J., y Iglesias, C. (2019). La cadena de valor del cacao en América Latina y el Caribe. https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_base.pdf

Santana, P. (2020). Potencialidades del agroturismo en el recinto Estero de Caña de la parroquia urbana Balzar de Vinces. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador. http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8075/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000108.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SECTUR (Secretaria de Turismo) (2016). Turismo alternativo "Una nueva forma de hacer turismo". https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/006145.pdf

Serrano, V. (2016). Vásquez, C. E. S. (2016). Intereses, motivaciones y su importancia en el desarrollo de un turismo cultural sostenible. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *14*(2). https://www.redalyc.org/pdf/881/88145251017.pdf

UNESCO (La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). (2017). Paisaje cultural. http://www.catedraunesco.eu/

Urtes, D. (2011). Caminos e historias de la tierra cafetera la unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural.

Anuario Turismo y Sociedad, 12, 83. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3914523

Velandia, C. (2016). Paisaje cultural cafetero Excepcional fusión entre naturaleza, cultura y trabajo colectivo. https://www.researchgate.net/publication/272680634_DOSSIER_Paisaje_Cultural_Cafetero_de_Colombia_Excepcional_fusion_entre_naturaleza_cultura_y_trabajo_colectivo

Zamudio, M. (2017). Desarrollo y promoción de la productividad a partir de la formulación de estrategias asociativas de productores campesinos y artesanos pertenecientes a los municipios incorporados en el tramo vial Villa de Leyva - Moniquirá departamento de Boyacá. http://52.0.229.99/bitstream/20.500.11839/7157/1/570424-2017-II-PT.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Ficha de caracterización

A.1. CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA ASOCIACIÓN KAKAWEN

1.1 DATOS GENERALES

NOMBRE DE PROVINCIA	Manabí
NOMBRE DE CANTÓN	Flavio Alfaro
NOMBRE DE PARROQUA	Flavio Alfaro
NOMBRE DE COMUNIDAD	Zona céntrica
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	kakawen (mocca)
NOMBRE DEL ENCARGADO	Santiago Arrollo
DIRECCIÓN	Flavio Alfaro av. Luis naveda
TELÉFONO	052353009 (593) 9 99 193 061
E-MAIL	santiago.arroyo@kakawen.com
AÑOS DE FUNCIONAMIENTO	4 años
NÚMERO DE EMPLEADOS	2
NÚMERO DE ASOCIADOS	100

2. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

2.1. Distancias.

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la empresa, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

1 Bus	2 Camioneta	3 Lancha	4 Canoa	5 Avión	6 Avioneta	7 Bestia	8 Caminando
x	x						
x	x						

Distancia a la cabecera parroquial (Km):__0 km

Distancia a la cabecera cantonal (km):__0 km_

2.2. Principales vías de acceso a la empresa:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA X
2. ADOQUINADA
3. EMPEDRADA
4. LASTRADA
5. DE TIERRA (CARROSABLE)
6. FLUVIAL
7. MARÍTIMA
8. AÉREA
9. SENDERO
10. OTRO_____

2.3. Para llegar a la empresa (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. Sí
2. No X

b) TURÍSTICA

1. Sí
2. No X

2.4. En la empresa se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS X
2. CAMIONETA X
3. TAXIS X
4. LANCHA
5. CANOA
6. AVIÓN
7. AVIONETA
8. NINGUNO
9. OTRO_____

2.5. Descripción del transporte público terrestre que permite la llegada a la empresa

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER. - CANTONAL		
REINA DEL CAMINO			X	CADA UNA HORA	BUS
ARAY			X	CADA UNA HORA	BUS

COMUNICACIONES

2.6. Existe servicio telefónico en la empresa: Marque con una X

1. SÍ X

2. NO

2.7. Existe señal de servicio telefónico celular en la empresa:

1. Sí X

2. No

SANIDAD

2.8. Existe red de agua entubada:

1. Sí X 100 % de la población con agua entubada

2. No

2.9. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. SÍ X

2. NO

2.10. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

1. RED PÚBLICA
2. PILA O LLAVE PÚBLICA
3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA
4. CARRO REPARTIDOR
5. TRICICLO
6. POZO X
7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA
8. AGUA LLUVIA
9. OTRO_____

2.11. Existe sistema de alcantarillado en la empresa: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí X 100 % de la población con alcantarillado

2. No

2.12. Cómo elimina la basura:

1. CARRO RECOLECTOR X

2. SE QUEMA

3. SE ENTIERRA

4. 0TRO _____

2.13. Existen establecimientos de salud en la cerca de la empresa:

1. Sí X

2. No

ENERGIA

2.14. Existe servicio de energía eléctrica en la empresa:

1. Sí X

2. No

2.15. Existen gasolineras en la cerca de la empresa

1. Sí ……X…….¿Cuántas? ……2……..

2. No

2.16. Tipo de infraestructura de la asociación

Madera

Cemento

Mixta x

3. COMUNIDAD RECEPTORA

3.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA,
GANADERÍA X

2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS

3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS

4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA

5. CONSTRUCCIÓN

6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y
PERSONALES

7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN

8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS 3.1
ARTESANÍAS

9. COMERCIO

10 TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES

11 ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS_____

Fuente:

3.2. ¿Cuál es la actividad productiva más rentable de la empresa? Nómbrelas.
1. cacao
3.3. Tipo de actividad en la que participa la empresa: puede marcar más de uno si así fuere el caso.
1. TRABAJO EN GRUPO x
2. MINGA
3. ASAMBLEA COMUNITARIA
4. OTRAS
Comentarios:

3.4. Ha participado la empresa en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

SI	NO
	X
	X

1. MUNICIPIO
2. GOBIERNO PROVINCIAL

3.5 Vinculación con la comunidad
Si x
No

Anexo 2. Formato de entrevista aplicado a los directivos de las asociaciones.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

ENTREVISTA

OBJETIVO: Valorar la percepción del turismo y concepto de paisaje cultural, por parte de los dirigentes y socios activos en las distintas asociaciones productoras de cacao en la zona centro de Manabí. Esta información va a servir para el desarrollo del tema de tesis PERCEPCIÓN DEL TURISMO EN LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DEL CACAO CON FINES DE POSICIONAMIENTO DE CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ. Es importante saber que la información que está en esta entrevista no será utilizada para otros fines, solo será utilizada para la tesis.

1. ¿Según su criterio cómo evalúa la relación que existe entre la asociación y sus socios?

2. ¿Según su criterio cómo evalúa la organización dentro de la asociación productora de cacao?

3. ¿Según su criterio qué importancia tiene el turismo en las asociaciones productoras de cacao?

4. Del siguiente listado de actividades, según su criterio en cual estaría interesados en participar como asociación:

Preparación de comidas tradicionales	
Elaboración de artesanías	
Recorridos explicativos sobre la cultura manabita	
Recorridos explicativos sobre la siembra, cosecha del cacao	
Recorridos de observación de flora y fauna	

5. ¿Qué entiende usted sobre el paisaje cultural cacaotero?

Anexo 3. Resultados de las entrevistas dirigidas a los directivos de las asociaciones de la Zona centro de Manabí.

A.3.1. Datos de los entrevistados

Entrevistados	Nombre de la Asociación
1. Santiago Arrollo Gerente	Kakawen
2. Jorge Ricardo Zambrano Zambrano Gerente	Valle Noble
3. Vera Rodríguez Holger Otilio Gerente	Fortaleza del Valle
4.	Maquita Cusunchic
5.Maria Romero Mendoza	La Cantera

A.3.2. ¿Según su criterio cómo evalúa la relación que existe entre la asociación y sus socios?

Entrevistados	Respuesta
1	La relación existente es buena y si se ayuda a los productores.
2	En nuestra asociación la considero buena, pese a esto hay mucho que trabajar en el nivel socio organizativo.
3	Muy buena, ya que existen las Asambleas Generales de Socios donde se permite la información oportuna de las actividades que genera la organización, así también está en constante entrega de su producto al centro de acopio lo que genera solventar las necesidades de los productores.
4	La relación es muy buena, además somos una organización comunitaria y estamos pendientes de ayudar a las comunidades.
5	La relación es muy buena, son los socios los ejes principales de esta organización ellos aportan tanto con la venta de su cacao, como su participación activa dentro de la organización.

A.3.3. ¿Según su criterio cómo evalúa la organización dentro de la asociación productora de cacao?

Entrevistados	Respuesta
1	Muy buena, no contamos con muchos trabajadores, pero se desenvuelven muy bien.
2	100% positiva, siempre y cuando en los beneficios se involucren de manera directa a los socios.
3	Se encuentra estable y permanentemente bien, ya que existen programas de asesoramiento técnico, capacitaciones y beneficios de carácter productivo, social, económico, lo que permite estabilidad y credibilidad hacia la organización.
4	Muy buena
5	Considera que es muy buena en armonía, el personal se capacita constantemente.

A.3.4. ¿Según su criterio qué importancia tiene el turismo en las asociaciones productoras de cacao?

Entrevistados	Respuesta
1	No es tan relevante, pero en estos tiempos de pandemia no se considera importante la actividad turística.
2	La considero como un socio estratégico para que mejores sus ingresos y estilos de vidas.
3	Actualmente no es transcendencia, sin embargo, seria d importancia ya que es una de las alternativas de fuentes de sostenibilidad, económico y medio ambiental.
4	Nosotros no trabajamos con la actividad turística, pero existe maquita turismo que es un tour operador con más de 17 años de experiencia en turismo responsable, su misión se sustenta en proporcionar a sus clientes servicios y productos turísticos con experiencias enriquecedoras en donde la calidad, confort y hospitalidad es lo primordial, todo esto con un gran compromiso social y ambiental.
5	El turismo es algo muy importante porque además de conocer sobre las plantaciones de cacao y todo su proceso, hasta convertirse en chocolate, se fomenta el consumo de lo propio, es decir se valora más lo que se hace dentro de una localidad.

A.3.5. Según su criterio cuales actividades turísticas estarían interesados en participar como asociación:

Entrevistados	Respuesta
1	Elaboración de artesanías y recorridos experimentales sobre la cosecha y pos cosechas.
2	Preparación de comidas tradicionales, elaboración de artesanías, recorridos explicativos sobre la cultura manabita, recorridos explicativos sobre la siembra, cosecha del cacao, recorridos de observación de flora y fauna.
3	Elaboración de artesanías, recorridos explicativos sobre la cultura manabita, recorridos explicativos sobre la siembra, cosecha del cacao.
4	Recorridos de observación de flora y fauna.
5	Recorridos de observación de flora y fauna, elaboración de artesanías y recorridos experimentales sobre la cosecha y pos cosechas.

A.3.6. ¿Qué entiende usted sobre el paisaje cultural cacaotero?

Entrevistados	Respuesta
1	Desconozco un poco del término, pero entiendo que es todo lo relacionado con el paisaje del cacao y su entorno cultural.
2	Es una denominación que la otorga la UNESCO en donde se tienen varios componentes de su entorno, entre ellos un producto específico, tal cal como es en Colombia como el café.
3	El paisaje cultural cacaotero es una de las formas de establecer condiciones climáticas para los cultivos de cacao generadas por la naturaleza en colaboración de todos los seres vivos, además de generar sostenibilidad ambiental y social a nuestra región.
4	La dependencia de las plantaciones de cacao del medio donde se desarrollan, hacen que las mismas sean una de las actividades agro productivas más armónicas con la naturaleza donde se insertan, compatibles con la flora y la fauna autóctona y factible de desarrollar de forma ecológica.
5	Sobre el paisaje cacaotero, entiendo que son plantaciones con un buen manejo y cuidado de sus plantas y todo está en armonía con la naturaleza; es decir mantener la plantación del caco sin afectar la flora y la fauna de sus actividades que aquí se realizan capacitaciones, trasformaciones del cacao y comercialización entre otras.

Anexo 4. Encuestas dirigidas a los asociados de las asociaciones

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ

ENTREVISTA

OBJETIVO: Valorar la percepción del turismo y concepto de paisaje cultural, por parte de los dirigentes y socios activos en las distintas asociaciones productoras de cacao en la zona centro de Manabí.

Esta información va a servir para el desarrollo del tema de tesis PERCEPCIÓN DEL TURISMO EN LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DEL CACAO CON FINES DE POSICIONAMIENTO DE CONCEPTO DEL PAISAJE CULTURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ. Es importante saber que la información que está en esta entrevista no será utilizada para otros fines, solo será utilizada para la tesis

Datos socioeconómicos y demográficos

Edad: _____ Procedencia: _____

Formación

Primaria
Secundaria
Educación superior

Constitución familiar

Ingresos

Menor al básico Básico

Supera el básico

Hectáreas de cultivos: _____

Producción: _____

Datos sobre asociatividad

Cuanto tiento tiene asociado a la empresa

Que los motivo asociarse

Que tan satisfecho se siente perteneciendo a una asociación en una escala del 1 al 5 muestre su nivel de satisfacción

1	Muy insatisfecho	
2	Poco satisfecho	
3	Regular	
4	Satisfecho	

5	Muy satisfecho	

Que tan beneficioso ha sido para usted pertenecer a una asociación en una escala del 1 al 5 indique lo beneficioso que ha sido para usted

1	Nada beneficioso	
2	Poco beneficioso	
3	Normal	
4	Beneficioso	
5	Muy beneficioso	

Cuáles son los principales beneficios que han recibido de parte de la asociación:

Datos sobre turismo y paisaje

Ha formado parte de alguna actividad turística (socio o finca)

Si ☐ no ☐

Piensa usted que el turismo puede transformarse en un beneficio para los asociados de las empresas

Si ☐ no ☐

Estaría dispuesto a formar parte de alguna actividad turística (socio o finca) del 1 al 5

1	Nada dispuesto	
2	Poco dispuesto	
3	Regular	
4	Dispuesto	
5	Muy dispuesto	

De preferencia le gustaría participar en el turismo

Empresa privada
Con la asociación
Empresa publica ☐

Ha escuchado hablar sobre el eje cafetero en Colombia

Si ☐ No

Y que ha escuchado ☐

Ha escuchado hablar sobre los paisajes culturales

Si ☐ No ☐

Cree usted que Manabí tiene el potencial para ser considerado como paisaje cultural entorno al cacao

Si ☐ No ☐

Que tan de acuerdo estaría usted de que su territorio formara parte de estas declaratorias del 1 al 5

1	Nada de acuerdo	
2	Poco de acuerdo	
3	Regular	
4	De acuerdo	
5	Muy de acuerdo	