

# TURISMO Y PAISAJE CULTURAL: PERCEPCIONES DESDE LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DE CACAO EN ECUADOR.

## TOURISM AND CULTURAL LANDSCAPE: PERCEPTIONS FROM COCOA PRODUCTION ASSOCIATIONS IN ECUADOR

**Ángel Guillermo Félix Mendoza**

afelix@espam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-1586-1068>

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí

**Cristhian Herasmo Navarrete Basurto**

crisnavarrete12@gmail.com

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí

**Karla Patricia Ayala García**

carla.ayala@espam.edu.ec

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí

### Resumen

El cacao es el producto ecuatoriano con mayor crecimiento en el mercado internacional. La presente investigación se ubica en Manabí, esta provincia posee la variedad de cacao mejor cotizada internacionalmente como lo es el "cacao fino y de aroma". El objetivo de la investigación es de conocer la percepción de las asociaciones productoras de cacao con respecto al turismo y el concepto de paisaje cultural. La investigación hace uso de herramientas cualitativas y cuantitativas, con enfoque exploratorio y descriptivo. Se plantean tres fases investigativas: caracterización de las asociaciones, percepción del turismo/concepto de paisaje cultural; y por último se proponen estrategias de posicionamiento. Se identificaron trece asociaciones, unas cuantas con representatividad en el mercado (cantidad de asociados y exportación directa). Los socios muestran un significativo interés por el desarrollo del agroturismo en sus fincas basados en la producción del cacao. Se establece tanto en dirigentes, como miembros intereses por el turismo y el paisaje cultural como una alternativa para darle valor agregado a su producto. Se proponen estrategias ligadas a la formación integral de los socios, innovación de productos agroturísticos y generación de capacitaciones técnicas.

Palabras clave: Cacao ecuatoriano, asociaciones cacaoteras, turismo, paisaje cultural del cacao, Ecuador

### Abstract

Cocoa is the Ecuadorian product with the highest growth in the international market. This research was carried out in Manabí, this province has the best internationally valued cocoa variety such as "fine and aroma cocoa". The objective of the research is to know the perception of cocoa production associations regarding tourism and the concept of cultural landscape. The research uses qualitative and quantitative tools, with an exploratory and descriptive approach. Three investigative phases are proposed: characterization of associations, perception of tourism/concept of cultural landscape; and finally positioning strategies are proposed. Thirteen associations were identified, a few with representativeness in the market (number of associates and direct export). The partners show significant interest in the development of agrotourism on their farms based on cocoa production. Both leaders and members are established with interest in tourism and the cultural landscape as an alternative to add value to their product. Strategies linked to the comprehensive training of partners, innovation of agrotourism products and generation of technical training are proposed.

Keywords: Ecuadorian cocoa, cocoa associations, tourism, cocoa cultural landscape, Ecuador.

## Introducción

Los paisajes culturales son concebidos como el producto de desarrollo de las actividades humanas en un determinado territorio, se lo puede definir 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 (Azcarate y Fernández, 2017). La agricultura y el patrimonio agrario que lo rodea es un ejemplo claro de esta relación, puesto que los territorios naturales han sido modificados y de esta manera se ha permitido la transformación de estos, sin embargo, esto trae como consecuencia a su vez, una serie de impactos ambientales como la degradación de la tierra, deforestación y calentamiento global, aspectos a los que se debe dar solución inmediata.

En consecuencia con estos nuevos retos Pahos et al. (2010) menciona que “la consolidación del turismo cultural como 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 muchos territorios relacionados a la producción agrícolas de productos de relevancia mundial como el tequila, el vino, el café, los quesos, entre otros, en la actualidad visualizan el potencial de sus paisajes productivos, vinculándolos a la actividad turística como opción de desarrollo. De esta forma, se presentan nuevas propuestas que ayuden a contrarrestar los resultados nefastos del turismo de masa de alto impacto, donde la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha puesto su grano de arena integrando en 1992 a los paisajes culturales dentro de sus programas y categorías en torno al rescate del patrimonio cultural.

Para aclarar un poco el panorama teórico-práctico relacionado a los paisajes culturales, podríamos hablar sobre un claro ejemplo de esta categoría en Sudamérica como lo es el “Paisaje Cultural del Eje Cafetero de Colombia” el cual ha contribuido al repunte socioeconómico de la región cafetera del país, estructurando una importante oferta en torno a este rubro económico. Según Velandia (2016) para obtener la declaratoria de la UNESCO “se realizaron una serie de acciones por parte del Ministerio de Cultura colombiano 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.

Dentro de la actividad turística la comunidad local es uno de los elementos claves y más sensibles que forman parte del

sistema. Por esta razón es primordial conocer la percepción de la comunidad anfitriona sobre los procesos de comodificación en el territorio, y como estos conducen a identificar problemas, necesidades y las posibles soluciones que propicien el desarrollo a través de la participación de estas (García et al, 2015; Morales y Gómez, 2020). La correcta interacción entre los actores claves de la puesta en valor puede lograr que zonas eminentemente agro-productivas puedan dar un salto de calidad con el impulso del turismo (García et al, 2015), pero para esto es necesario la gestión y planificación local, basada en la productividad del territorio y sus cualidades culturales que fomenten el progreso de las comunidades rurales (García et al, 2015). Mediante el posicionamiento del turismo y nuevos conceptos de valor agregado como el del paisaje cultural, se presentan nuevas alternativas beneficiosas que contribuyen al desarrollo integral mediante la puesta en valor de la agro productividad y atributos generales de los territorios.

El cultivo del cacao tiene gran importancia en el desarrollo de la agricultura en algunos países de Latinoamérica (Aguilar, 2018). Sánchez et al. (2019) menciona que este producto posee una histórica trayectoria vinculada a millones de personas y es un producto de exportación con gran representatividad en la región. 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 toneladas métricas y alrededor de 1 700 000 hectáreas cultivadas, 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). 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 (Félix et al, 2021). 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 (Félix et al, 2021).

Ecuador es un país con diferentes pisos climáticos, por ende, altamente agrícola, productos como el banano, las flores, el camarón y el cacao, son los principales, lo cual lo posiciona a nivel internacional como un exportador de varios productos agrícolas de calidad. 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 propuestas de valor relacionadas a la producción del cacao convirtiéndose en otra fuente de ingresos económicos locales. 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, y que el cacao de la provincia de Manabí posee características especiales, altamente valoradas en mercados internacionales. La demanda de la producción de cacao es alta a nivel nacional pero no es aprovechada para el fomento de los paisajes culturales que se han construido con el paso del tiempo en sus territorios, para lo cual es necesario que se gestione y promueva la participación social que permita fortalecer la cadena productiva y con ello apuntar a actividades como el turismo (Félix y Cedeño, 2022).

La Provincia de Manabí es una provincia posicionada en el ámbito agropecuario debido a sus condiciones climáticas y su tierra productiva. Según el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias 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” (INIAP, 2019, 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 (Félix y Cedeño, 2022).

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).

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 capacitaciones a los dueños de fincas cacaoteras y de esta manera se logra un enfoque agroturístico en sus fincas. 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 y paisaje cultural por parte de los miembros de las asociaciones productoras de cacao para en la zona centro de Manabí?

### Metodología

La investigación hace uso de herramientas cualitativas y cuantitativas, con enfoque exploratorio y descriptivo. Se plantean tres fases investigativas: caracterización de las asociaciones, percepción del turismo/concepto de paisaje cultural; y por último se proponen estrategias de posicionamiento. El área de estudio se encuentra delimitada dentro de la zona norte de Manabí, 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.

La primera fase tiene como finalidad definir el objeto de estudio, así como realizar la caracterización de las asociaciones de la zona centro de Manabí, empezando con la búsqueda de información sobre las asociaciones dedicadas a la producción de cacao mediante el análisis de contenidos de documentación oficial que permitieron indagar aspectos relacionados al registro de las asociaciones, su operatividad y actual funcionamiento de éstas, obteniéndose dicha información mediante informes oficiales de entidades como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Como segundo punto, se efectuó la selección de asociaciones para realizar el muestreo y se constituyeron en el objeto real de estudio; cabe destacar que el criterio de selección de las asociaciones estudiadas responde a la cantidad de socios que la componen, por ello se efectuó una búsqueda en las bases de datos oficiales estatales, 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.

Para la recolección de datos, se efectuaron visitas de campo utilizando herramientas de observación científica, respaldada en las fichas de diagnóstico local de comunidades turísticas propuesta por Ricaurte (2009), las mismas que permitieron recabar datos específicos en la zona con el respaldo de los dirigentes de estas asociaciones.

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 las referencias de los encuestados en el territorio.

Para evaluar el concepto del paisaje cultural y turismo 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.

También se procedió a la realización de las encuestas en el territorio de la zona norte, los cuestionarios estaban conformados por 14 preguntas, divididas en tres bloques, el primero es recoge datos del perfil de los asociados, el segundo bloque trata del turismo en las asociaciones y como tercer bloque aborda el conocimiento del paisaje cultural. Para mostrar el estudio estadístico se aplicaron en total 195 encuestas para esto se extrajo de acuerdo con 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 los autores de la investigación (perfil de los socios, satisfacción con la asociatividad, beneficios de la asociatividad, interés por el turismo, interés por formar parte de una iniciativa turística, percepción del paisaje cultural del cacao para Manabí). A su vez se 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.

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. Como resultado se obtuvo 195 encuesta, se realizó un muestreo no probabilístico intencional con los representantes de las asociaciones, estratificando la muestra según la cantidad de socios. Por otro lado, para el tratamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS donde extraen los datos más importantes sobre la percepción del turismo y el concepto del paisaje cultural en dichas organizaciones.

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%,

$$n = \frac{N \times Z \alpha^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z \alpha^2 \times p \times q}$$

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

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

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

$$N = 195,22$$

### Resultados

Los resultados estarán agrupados en 3 epígrafes donde se tratará de ir argumentando los hallazgos de manera secuencial y paralelamente ir discutiéndolos, por lo que no se usará un apartado especial de discusiones, ya que es una investigación empírica que trata de describir variables mas no de responder hipótesis concretas. Los apartados seguirán el orden metodológico descrito anteriormente, donde se describirá el perfil de las asociaciones (revisión de informes oficiales), se analizarán los criterios emitidos por los directivos (entrevistas) y por último se analizarán las respuestas otorgadas por los asociados (encuestas).

### Caracterización y selección de las asociaciones cacaoteras.

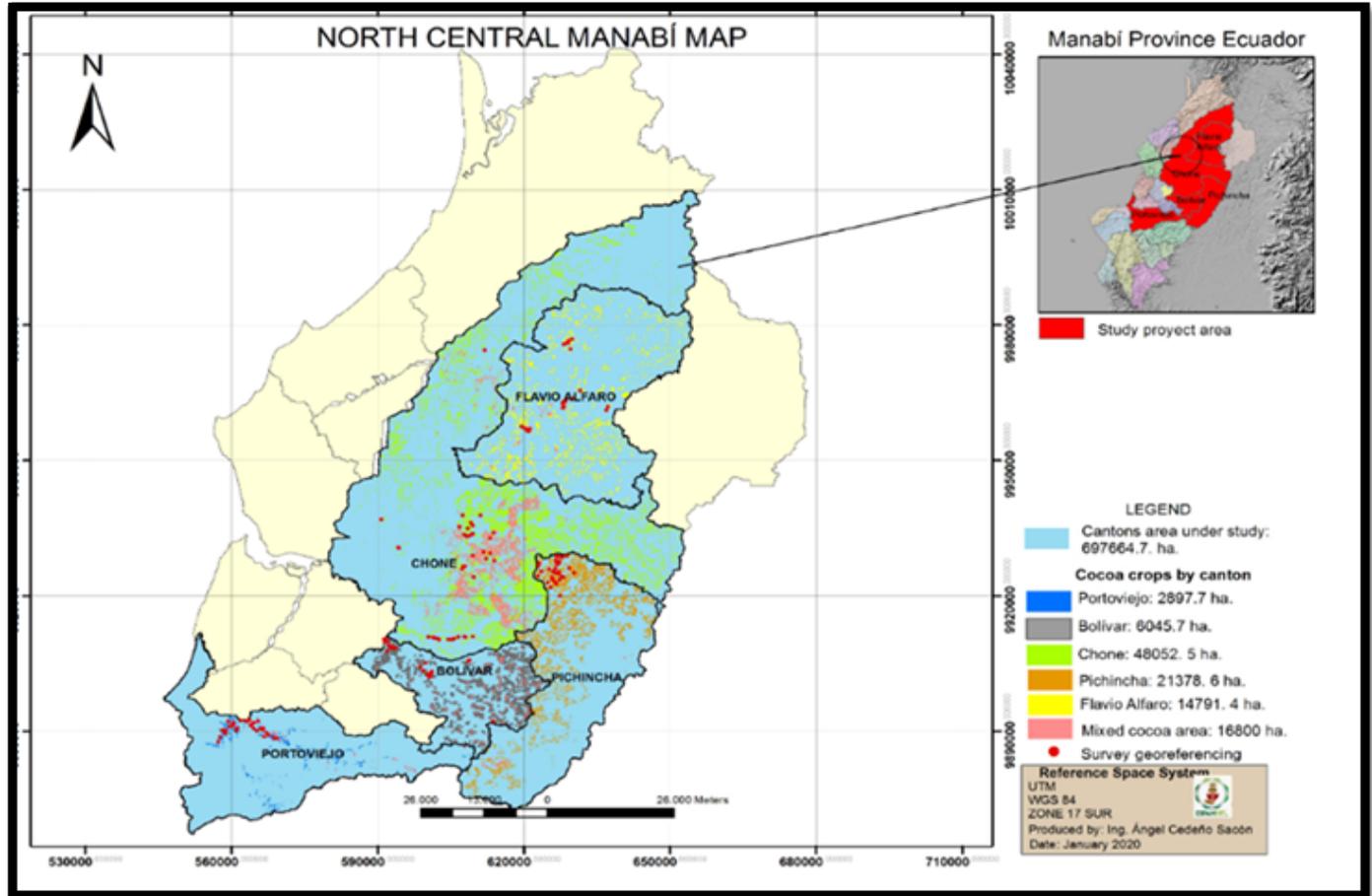
El área de estudio está ubicada en la provincia de Manabí donde el cacao es su principal producto de comercialización y de exportación, así la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO, 2015) mencionan que el producto proveniente de Manabí es altamente valorado en la industria chocolatera mundial, gracias a que es un producto de alta calidad, con características organolépticas únicas, sabores florales y cítricos predominantes, lo cual genera una comercialización diferenciada. Es decir que este producto es reconocido gracias a sus características singulares desarrolladas gracias al suelo, temperatura y clima característico de Manabí, además de los sistemas de cultivos asociativos existentes, que son parte de la identidad local.

Si bien es cierto Manabí tiene más de 100.000 hectáreas de cacao cultivadas, Mendoza et al. (2016) menciona que “el cantón Chone posee una producción de 35.487 hectáreas, el cantón Flavio Alfaro una producción de 14.498 hectáreas, el cantón Bolívar una producción de 7.228 hectáreas, y el cantón de Portoviejo una producción de 4.139 hectáreas” (p.240). Teniendo a Chone como la capital mundial del cacao fino de aroma, 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 (Félix et al, 2021).

**Gráfico 1**

*Mapa de referencia del área de estudio.*



**Fuente:** Elaboración propia de los autores

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 relevan

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.

**Tabla 1**  
*Listado de las asociaciones cacaoteras activas en la zona norte de Manabí.*

CANTÓN	NOMBRE	SOCIOS	ADSCRITO	TIPO	ACTIVIDAD
Flavio Alfaro	Kakawen	100	MAGAP	Primer grado	Compra y venta de cacao
Chone	Asociación de trabajadores autónomos de camareta	60	SEPS	Primer grado	Compra de cacao, maíz
Chone	Asociación comunitaria la y de cucuy	43	MIES	Primer grado	Cultivo de cacao
Chone	Valle Noble	150	MAGAP	Segundo grado	Compra de cacao
Chone	Asociación la Fortaleza	319	SEPS	Primer grado	Compra de cacao
CHONE	Asociación Agrícola Río Grande	64	SEPS	Primer grado	COMPRA DE CACAO
Portoviejo	Corp. cacao fino de aroma san plácido	80	MAGAP	Segundo grado	Compra de cacao
Portoviejo	Comuna la cantera	100	MAGAP	Segundo grado	Compra de cacao y café
Bolívar	Corporación fortaleza del valle	987	MAGAP	Segundo grado	Venta al por mayor de café, cacao, te y especias.
Bolívar	Unión de organizaciones campesina del cantón Bolívar	80	MIES	Segundo grado	Compra y venta de cacao
Bolívar	Asociación artesanal la pepa de oro de membrillo	35	SEPS	Primer grado	Cultivos de cacao
Bolívar	Asociación agrícola Valle Del Carrizal	300	SEPS	Primer grado	Compra de cacao

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

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; Corporación Fortaleza del Valle, Asociación Valle Noble, Kakawen, Asociación la Fortaleza y Comuna la cantera.

**Percepción sobre el turismo y paisaje cultural por parte de los dirigentes.**

Primero se procede a identificar el criterio de los directivos de las asociaciones productoras de cacao en la zona centro de Manabí, en total se aplicaron 5 entrevistas (ver tabla 2), esta encuesta contemplan cinco preguntas abiertas, con la finalidad de conocer 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.

Las variables que se tomaron en consideración 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 generar un acercamiento a la percepción que tiene los directivos de las asociaciones acerca del turismo y del paisaje cultural.

**Tabla 2**  
*Resumen de las entrevistas a los principales directivos de las asociaciones*

ITEMS	Kakawen (Santiago Arroyo)	Valle Noble (Jorge Zambrano)	Fortaleza del Valle (Holger Vera)	La Fortaleza (Maria 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 trascendente	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 agro productivas 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 los autores

De acuerdo con la información obtenida por sus dirigentes, 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 de los socios, la cual es de gran importancia para alcanzar los objetivos comunes de estas asociaciones que su principal rol es la comercialización internacional de su producto a mejores precios. Los directivos de las asociaciones consideran que la organización de las asociaciones es adecuada, principalmente debido a que las entidades están en constante innovación, esta se ve reflejada en los programas continuos de capacitaciones y asesoramientos técnicos que permitan el mejoramiento de sus productos y por ende la estabilidad y credibilidad hacia la organización, sumándose como 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 permitirían más reconocimiento sobre su producto, pero a su vez, consideran que para realizar actividades turísticas, necesitarían un personal más capacitado o profesional en esta área, para procurar brindar un buen servicio, tanto en las asociaciones como en las fincas. 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 (Covid 19), mientras que Fortaleza del Valle menciona el turismo actualmente no es una prioridad para ellos, sin embargo, consideran necesario la realización de actividades en un futuro no muy lejano ya que es una de las alternativas para mejorar las condiciones de vida de los socios, además de ser una fuente económica muy rentable para la organización.

Por otra parte, se menciona que el turismo podría ser un aliado estratégico para impulsar la economía local de algunas de estas empresas y mejorar el estilo de vida de los socios, cabe mencionar que se pudo evidenciar que las asociaciones que realizan actividades turísticas son pocas y las actividades que ofrecen no están del todo bien estructuradas 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 puede servir para la transferencia de las tradiciones culturales y vivencias de estas comunidades. Se pudo conocer mediante las entrevistas aplicadas aquellas actividades de interés por parte de las asociaciones de cacao, como el agroturismo, la preparación de comidas típica, elaboración de artesanías, recorridos explicativos sobre la cultura manabita, recorridos explicativos sobre la siembra, cosecha del cacao, recorridos de observación de flora y fauna, entre otros.

En relación sobre el paisaje cultural cacaotero, los directivos mencionaron que es una alternativa importante, sin embargo, es necesario socializar la propuesta para que sea apropiada por los agricultores y productores de cacao en las comunidades de la zona norte de Manabí y se interesen por temas como: el desarrollo sostenible, fincas agroturísticas, las tradiciones agroecológicas ancestrales, entre otros temas de importancia para el fortalecimiento de la propuesta. Además de buscar fuentes de financiamiento para mejorar las instalaciones de las asociaciones y fincas cacaoteras, además de capacitar a los productores sobre actividades de servicio, por otra parte, consideran que obtener una declaratoria de paisaje cultural cacaotero por la UNESCO mejoraría el valor agregado de sus productos en mercados internacionales, asimismo generaría sostenibilidad ambiental, económico y social a toda la región.

**Percepción sobre el turismo y paisaje cultural por parte de los socios.**

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 estuviesen interesados en formar parte de alguna.

**Tabla 3**  
*Perfil de los socios encuestados.*

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 los autores

De acuerdo con los datos recopilados la mayoría de los 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.

**Tabla 4**  
*Edad promedio de años asociados a la empresa.*

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

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

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.

**Tabla 5**  
*Motivación para asociarse a la empresa*

	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	

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

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.

**Tabla 6**  
*Nivel de satisfacción del asociado*

	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	

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

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.

**Tabla 7**  
*Beneficios de la asociatividad.*

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

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

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.

El 41% respondió que el buen precio 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.

**Tabla 8**  
*Interés por participar en actividades turísticas*

	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	

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

El 99% de los encuestados mencionó que sí tiene interés por participar en actividades turísticas dentro de su finca, por esto es importante indicar que el turismo es percibido como fuente económica, además de ser una opción rentable para las personas involucradas en actividades relacionadas con la producción de cacao. 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.

**Tabla 9**  
*Disposición de formar parte de alguna iniciativa 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	

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

El 64% mencionó que está dispuesto a formar parte de alguna iniciativa 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.

Con respecto a la forma de participación en la actividad turística, 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.

Por otra parte se indagó sobre el conocimiento del Eje cafetero en Colombia y su interés mundial, donde el 72% respondió que sí lo conocía y un 28% que no lo conocía, 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.

También se indagó sobre el conocimiento de lo que es un paisaje cultural donde la respuesta fue poco favorable con un 79%, esta falta de conocimiento del paisaje cultural podría ser un inconveniente que debe ser resuelto con capacitaciones hacia los agricultores que facilite el aprendizaje de nuevos conceptos de valor en sus cultivos, 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.

**Tabla 10**  
*Percepción de Manabí como Paisaje Cultural del Cacao.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	169	86,7	86,7	86,7
	No	26	13,3	13,3	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

Luego de una inducción sobre lo que es un paisaje cultural y sus posibles ventajas y desventajas se indagó sobre su apreciación sobre Manabí como un Paisaje cultural del cacao, 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.

**Tabla 11**  
*Aceptación de su territorio para formar parte del paisaje cultural del cacao*

		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	

**Fuente:** Elaboración propia de los autores

Para finalizar el estudio se consolida el nivel de aceptación inmediato con respecto a una posible declaratoria en el 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.

**Conclusiones**

Es importante identificar las principales limitaciones del estudio que estuvieron relacionadas primeramente a la recolección de los datos, es de suma importancia aprovechar eventos de socialización o asambleas generales de socios para poder recolectar datos más eficientes, en estos eventos los participantes pueden ser incentivados por parte de los líderes asociativos e investigadores para que otorguen información de relevante que aporte al estudio. Se pudo identificar una notable diferencia en la calidad de la información recolectada en reuniones

ya la que fue recolectada de forma directa. También por factores de recursos humanos y económicos no fue posible realizar una recolección de muestra más amplia lo cual se recomienda tener en cuenta para futuras investigaciones, así como se recomienda seguir incentivando a las investigaciones relacionadas al cacao y turismo.

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 uno 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.

El paisaje cultural del cacao se presenta como una oportunidad muy atrayente para los productores de cacao que pertenecen a las asociaciones, se encuentra predispuestos de forma general a abrir las puertas de su casa a los turistas y a formar parte de iniciativas que promuevan al turismo y al paisaje cultural del cacao. Es necesario integrar a nuevos estudios a los órganos públicos relacionados a este tipo de iniciativas como lo son en Ecuador el Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura, Instituto Nacional del Patrimonio Cultural del Ecuador, Ministerio de Agricultura y Ganadería y los gobiernos

seccionales como Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales y los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales, para de esta forma conocer sus puntos de vistas y junto con la academia tratar de integrar propuestas estratégicas sólidas que contribuyan al desarrollo del territorio.

## Referencias

- Aguilar-González, L.** (2018). El cacao (*Theobroma cacao* L.) en Nayarit como propuesta de agroturismo. *Agro Productividad*, 11(8).
- Andrade, L y Mendoza, H.** (2015). Paisaje natural y cultural del cacao fino de aroma como oferta agroturística en Manabí. *ESPAMCIENCIA*, (6), 17-24. [http://190.15.136.171/index.php/Revista\\_ESPAMCIENCIA/article/view/151](http://190.15.136.171/index.php/Revista_ESPAMCIENCIA/article/view/151)
- 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](http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,71398207&_dad=portal&_schema=PORTAL&idAsignatura=67021106)
- 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>
- Félix, Á., García, N., Cedeño, F. y Cedeño, W.** (2021). El cacao, de recurso agrario a potencial turístico cultural. Motivaciones de sus productores en la zona centro norte de Manabí, Ecuador. *Revista Turismo y Patrimonio*, 17, 61-78.
- Félix, Á., & Cedeño, W.** (2022). Aplicación turística de los modelos CARE y CANVAS para la construcción del Paisaje Cultural del Cacao en la provincia de Manabí, Ecuador. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 35-51.
- 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>
- 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.
- 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>
- 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>

**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](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000100081)

**Pahos, A., Stamos, A., & Kicosev, S.** (2010). Cultural tourism in Europe. *UTMS Journal of Economics*, 1(1), 85-92.

Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores. ESPOL–Guayaquil. EC.

**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\\_CAO\\_linea\\_base.pdf](https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CAO_linea_base.pdf)

**Velandia, C.** (2016). Paisaje cultural cafetero Excepcional fusión entre naturaleza, cultura y trabajo colectivo. [https://www.researchgate.net/publication/272680634\\_DOSIER\\_Paisaje\\_Cultural\\_Cafetero\\_de\\_Colombia\\_Excepcional\\_fusion\\_entre\\_naturaleza\\_cultura\\_y\\_trabajo\\_colectivo](https://www.researchgate.net/publication/272680634_DOSIER_Paisaje_Cultural_Cafetero_de_Colombia_Excepcional_fusion_entre_naturaleza_cultura_y_trabajo_colectivo)