



**Turismo vivencial como alternativa para el desarrollo local: Caso Finca Mashpi Chocolate Artesanal en
San José de Mashpi**

Freire Moposita, Jessica Pamela

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

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

Ing. Paladines, Gustavo Vladimir, PhD

31 de enero del 2023



Firmado electrónicamente por:
GUSTAVO VLADIMIR
PALADINES .

COPYLEAKS

Freire_Pamela

Scanned on: 17:58 January 31, 2023 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	583
Words with Minor Changes	79
Paraphrased Words	63
Ommited Words	0



Firmado electrónicamente por:
GUSTAVO VLADIMIR
PALADINES .

Ing. Gustavo Paladines, PhD



Website | Education | Businesses



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación: **“Turismo vivencial como alternativa para el desarrollo local: Caso Finca Mashpi Chocolate Artesanal en San José de Mashpi”** fue realizado por la señorita **Freire Moposita Jessica Pamela**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 31 de enero de 2023

Firma:



Ing. Paladines, Gustavo Vladimir, PhD

C. C.: 1711240042



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de Autoría

Yo, **Freire Moposita Jessica Pamela**, con cédula de ciudadanía n° 1724568512, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Turismo vivencial como alternativa para el desarrollo local: Caso Finca Mashpi Chocolate Artesanal en San José de Mashpi** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 31 de enero del 2023

Firma:

Freire Moposita, Jessica Pamela

C.C.: 1724568512



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Autorización de Publicación

Yo **Freire Moposita, Jessica Pamela**, con cédula de ciudadanía n° 1724568512, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Turismo vivencial como alternativa para el desarrollo local: Caso Finca Mashpi Chocolate Artesanal en San José de Mashpi** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 31 de enero del 2023

Firma:

Freire Moposita, Jessica Pamela

C.C.: 1724568512

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación a mis padres; Cecilia Moposita y Marcelo Freire. Ellos quienes con todo su esfuerzo, amor, cariño y sacrificio me supieron brindar la oportunidad de prepararme en mis estudios, siempre siendo mi guía en este camino de perseverancia hasta culminar mis metas.

De igual manera se lo dedico a mi hermano, Marlon, quien a pesar de ser el menor me ha alentado en todo momento y ha sido mi compañero, guía y ejemplo en este proceso, me ha brindado todo su cariño y apoyo incondicional en cada cosa que me proponga.

También se lo dedico a mi familia, tíos, tías y primas, quienes han estado pendientes de mi vida tanto personal como estudiantil, a ellos que supieron brindarme su ayuda en todo momento y alentarme a seguir adelante pese a los obstáculos que se presenten en mi vida, y finalmente, se lo dedico a mi novio, Nixon, que ha sido parte de mi formación estudiantil y sobre todo mi vida personal, a él que me enseñó a no darme por vencida y luchar hasta las últimas instancias.

Pamela Freire

Agradecimiento

Agradezco primero a Dios por todas las bendiciones derramadas en mí. Agradezco a mis padres por darme la vida y estar conmigo en cada etapa, por inculcarme los mejores valores, amor, respeto, confianza y seguridad para cumplir mis metas propuestas, por brindarme su apoyo incondicional y ser mi motor para enfrentar cualquier obstáculo.

A mi hermano porque a pesar de ser distintos me ha brindado su confianza, cariño y protección, por no dejarme vencer en los momentos difíciles y ser mi motivación de superación.

A mi familia, quienes son un pilar fundamental en mi vida y han estado presentes en mis momentos buenos y malos, brindándome su sincero cariño y amor.

A mi novio, con quien he compartido experiencias inolvidables dentro y fuera de la universidad, quien me brindó su amor sincero y apoyo incondicional, y con quien elijo compartir muchas metas más en mi vida.

A mis amigos y docentes, quienes me enseñaron a disfrutar cada momento en la carrera que elegí, quienes estuvieron cuando los necesitaba, quienes me llenaron de conocimientos, quienes en los tiempos libres me permitían compartir momentos inolvidables que se quedarán siempre en mi memoria, quienes han sido parte de este bonito proceso universitario, me llevo amistades verdaderas.

Pamela Freire

Índice de Contenidos

Similitud de contenido	2
Certificado del tutor	3
Responsabilidad de autoría	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento	7
Resumen	18
Abstract	19
Introducción	20
Planteamiento del problema	20
Objetivos	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos	21
Capítulo I	22
Fundamentación teórica	22
Marco Teórico	22
<i>La economía desde la perspectiva de las teorías de desarrollo</i>	22
<i>Teoría de desarrollo local</i>	23
Marco Referencial	27
Marco Legal	30
<i>Constitución del Ecuador</i>	30
<i>Ley de Turismo</i>	30
<i>Normas INEN</i>	32

Marco Conceptual	33
<i>Artesanal</i>	33
<i>Cacao</i>	33
<i>Chocolate</i>	33
<i>Finca</i>	33
<i>Sistema turístico</i>	33
<i>Desarrollo turístico</i>	34
<i>Desarrollo local</i>	34
<i>Desarrollo territorial</i>	34
<i>Turista</i>	35
<i>Turismo vivencial</i>	35
<i>Ruta turística</i>	35
Capítulo II.....	36
Marco Metodológico	36
Enfoque de investigación.....	36
Definición del objeto de estudio.....	36
Variables de la investigación.....	36
<i>Variable independiente</i>	36
<i>Variable dependiente</i>	36
Procedimiento para la recolección de datos y análisis de datos.....	37
<i>Población de estudio</i>	37
<i>Determinación de la muestra</i>	37
Técnica de investigación documental	41
<i>Investigación Bibliográfica</i> :.....	41

<i>Tipología de investigación</i>	41
Por su finalidad: Aplicada	41
Por fuentes de información: Mixta	41
Por las unidades de análisis: in situ	41
Por el alcance descriptivo	42
Instrumentos para la recolección de información	42
<i>Entrevista</i>	42
<i>Encuesta</i>	42
Herramientas de campo	43
<i>Cuestionario de encuesta</i>	43
<i>Cuestionario de entrevista</i>	44
Diagnóstico Situacional.....	45
Macro ambiente - Cantón Quito	45
<i>Factor Geográfico</i>	45
Ubicación	45
Superficie.....	45
Límites	46
Clima.....	46
<i>Factor demográfico</i>	47
Microambiente – Pacto - Finca Chocolate Artesanal	48
<i>Factor geográfico</i>	48
Ubicación	48
Superficie.....	49
Límites	49

	11
<i>Factor económico</i>	49
Población Económicamente Activa.....	49
<i>Factor Turístico</i>	50
Atractivos turísticos.....	50
Comunidad Mashpi.....	51
<i>Organización</i>	51
Atractivo Mashpi Shungo.....	52
<i>Clima</i>	53
<i>Reseña</i>	53
<i>Cacao dentro de la finca de Mashpi Shungo Chocolate Artesanal</i>	56
<i>Proceso de elaboración del chocolate</i>	57
<i>Productos que se ofertan</i>	57
Capítulo III.....	59
Resultados	59
Análisis de resultados	59
<i>Análisis de resultados de encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad de Quito.</i>	59
Dato general: Género	59
Dato general 2: Edad	60
Dato general 3: Lugar de procedencia	61
Dato general 4: Ocupación	62
Pregunta 1: ¿Con quién realiza turismo?.....	63
Pregunta 2: ¿Cómo se moviliza usted para sus viajes de turismo?.....	64
Pregunta 3: ¿Cuál es el principal motivo de su visita en un lugar turístico?	65

Pregunta 4: ¿Qué factores influyen al momento de su visita?	66
Pregunta 5: ¿Cuál es su principal fuente de información turística?	67
Pregunta 6: ¿Conoce usted la Finca Mashpi Chocolate Artesanal?	68
Pregunta 7: ¿Le gustaría visitar la Finca Mashpi Chocolate Artesanal?	69
Pregunta 8: ¿Qué servicios le gustaría que la Finca ofrezca al momento de su visita?	70
Pregunta 9: ¿Qué factores influyen al momento de su visita?	71
Pregunta 10: ¿Le gustaría realizar Turismo Vivencial en la Finca Mashpi Chocolate Artesanal?	72
Pregunta 11: ¿Conoce usted que productos ofertan?	73
Pregunta 12: ¿Le gustaría conocer y ser partícipe del proceso de elaboración de chocolate artesanal a base de cacao?	74
Pregunta 13: ¿Cuál sería el tiempo de visita del que usted dispondría para conocer la finca?	75
Pregunta 14: ¿Cuál es su gasto promedio a pagar por la práctica de Turismo Vivencial?	76
Pregunta 15: ¿Considera usted el turismo vivencial como una alternativa de desarrollo local?	77
<i>Análisis de resultados de entrevista realizada al representante de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal</i>	<i>78</i>
<i>Análisis de resultados de entrevista realizada al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Pacto.</i>	<i>81</i>
Capítulo IV	84
Propuesta	84
Justificación	84

Análisis FODA.....	84
<i>Matriz de Confrontación</i>	85
Alternativas estratégicas.....	87
<i>Lineamientos estratégicos y sus elementos</i>	88
<i>Descripción de las estrategias</i>	89
Actividad y acciones de la estrategia FO	89
<i>Acción 1 de la Actividad 1</i>	90
Actividad y acciones de la estrategia DO	97
<i>Acción 1 de la Actividad 1</i>	97
Actividad y acciones de la estrategia FA	101
<i>Acción 1 en Actividad 1</i>	101
<i>Acción 2 en Actividad 1</i>	102
<i>Acción 1 en Actividad 2</i>	103
Actividad y acciones de la estrategia DA	105
<i>Acción 1 de la Actividad 1</i>	105
<i>Acción 2 de la Actividad 1</i>	109
<i>Acción 1 en actividad 2</i>	110
Conclusiones.....	118
Recomendaciones.....	119
Bibliografía.....	121
Apéndices	128

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Cuadro de aporte de teorías de desarrollo según autores.</i>	23
Tabla 2 <i>Artículos para realizar actividades turísticas</i>	31
Tabla 3 <i>Cuadro de equivalencias y datos para determinar la muestra.</i>	38
Tabla 4 <i>Operacionalización de variables</i>	39
Tabla 5 <i>Secciones del cuestionario de encuesta</i>	44
Tabla 6 <i>Estructura del cuestionario de entrevista</i>	45
Tabla 7 <i>Límites del cantón Quito</i>	46
Tabla 8 <i>Límites de la parroquia rural de Pacto</i>	49
Tabla 9 <i>Atractivos turísticos de Pacto</i>	50
Tabla 10 <i>Autoridades de la comunidad Mashpi</i>	51
Tabla 11 <i>Productos a base de cacao</i>	58
Tabla 12 <i>Género de los turistas encuestados</i>	59
Tabla 13 <i>Rango de edad de los encuestados</i>	60
Tabla 14 <i>Lugar de procedencia de turistas</i>	61
Tabla 15 <i>Ocupación de los turistas</i>	62
Tabla 16 <i>Compañía para realizar turismo</i>	63
Tabla 17 <i>Movilización para realizar turismo</i>	64
Tabla 18 <i>Motivación de visita del turista</i>	65
Tabla 19 <i>Factores que influyen en la visita del turista</i>	66
Tabla 20 <i>Fuente de información del turista</i>	67
Tabla 21 <i>Conocimientos del destino por el turista</i>	68
Tabla 22 <i>Gusto del turista por visitar la Finca</i>	69
Tabla 23 <i>Servicios ofertados a turistas</i>	70

Tabla 24 <i>Actividades a realizar por turistas</i>	71
Tabla 25 <i>Turismo Vivencial en la finca</i>	72
Tabla 26 <i>Conocimiento sobre productos que oferta la finca</i>	73
Tabla 27 <i>Participación en la elaboración del chocolate</i>	74
Tabla 28 <i>Tiempo de visita del turista</i>	75
Tabla 29 <i>Gasto promedio a pagar</i>	76
Tabla 30 <i>Turismo vivencial como alternativa de desarrollo local</i>	77
Tabla 31 <i>Análisis de la entrevista realizada a la representante de la Finca Mashpi</i>	79
Tabla 32 <i>Análisis de la entrevista realizada al presidente del GAD parroquial de Pacto</i>	81
Tabla 33 <i>Matriz FODA</i>	85
Tabla 34 <i>Escala de valoración</i>	86
Tabla 35 <i>Tipos de estrategias</i>	87
Tabla 36 <i>Alternativas estratégicas</i>	88
Tabla 37 <i>Elementos de la estrategia FO</i>	89
Tabla 38 <i>Actividad y acción de la estrategia FO</i>	90
Tabla 39 <i>Itinerario de la ruta</i>	92
Tabla 40 <i>Elementos de la estrategia DO</i>	96
Tabla 41 <i>Actividad y acción de la estrategia DO</i>	97
Tabla 42 <i>Programa de capacitación</i>	98
Tabla 43 <i>Elementos de la estrategia FA</i>	100
Tabla 44 <i>Actividad y acción de la estrategia FA</i>	101
Tabla 45 <i>Atractivos de la parroquia de Pacto</i>	102
Tabla 46 <i>Elementos de la estrategia DA</i>	103
Tabla 47 <i>Actividad y acción de la estrategia DA</i>	105

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Desarrollo local</i>	26
Figura 2 <i>Ubicación geográfica del cantón Quito</i>	46
Figura 3 <i>Ubicación geográfica de la parroquia de Pacto</i>	48
Figura 4 <i>Ubicación de la Comunidad de Mashpi en la parroquia Pacto</i>	52
Figura 5 <i>Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal</i>	52
Figura 6 <i>Animal de granja</i>	53
Figura 8 <i>Sala de interpretación turística</i>	54
Figura 10 <i>Vivero</i>	55
Figura 11 <i>Reservorio de fertilizantes</i>	55
Figura 12 <i>Representación de flora</i>	56
Figura 13 <i>Plantación de cacao</i>	56
Figura 14 <i>Proceso de elaboración del cacao</i>	57
Figura 15 <i>Barras de chocolate a base de cacao</i>	58
Figura 16 <i>Género de turistas encuestados</i>	60
Figura 17 <i>Rango de edad de turistas encuestados</i>	61
Figura 18 <i>Procedencia de turistas</i>	62
Figura 19 <i>Ocupación de los turistas</i>	63
Figura 20 <i>Compañía para realizar turismo</i>	64
Figura 21 <i>Movilización para realizar turismo</i>	65
Figura 22 <i>Motivación de visita del turista</i>	66
Figura 23 <i>Factores que influyen en la visita del turista</i>	67
Figura 24 <i>Fuente de información turística</i>	68
Figura 25 <i>Conocimiento del destino por el turista</i>	69

Figura 26 <i>Gusto del turista por visitar la Finca</i>	70
Figura 27 <i>Servicios ofertados a turistas</i>	71
Figura 28 <i>Actividades a realizar por turistas</i>	72
Figura 29 <i>Turismo Vivencial en Finca</i>	73
Figura 30 <i>Productos que ofertan</i>	74
Figura 31 <i>Participación en elaboración de chocolate</i>	75
Figura 32 <i>Tiempo de visita del turista</i>	76
Figura 33 <i>Gasto promedio a pagar</i>	77
Figura 34 <i>Turismo vivencial como alternativa de desarrollo local</i>	78
Figura 35 <i>Matriz de confrontación</i>	86
Figura 36 <i>Generalidades del tour</i>	90
Figura 37 <i>Creación de la ruta de chocolate en la Finca.</i>	91
Figura 38 <i>Creación de la sala de creación de productos propio, elaborados por turistas.</i>	95
Figura 39 <i>Modelo de página web interactiva del Distrito Metropolitano de Quito</i>	106
Figura 40 <i>Creación de la página web de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal. - pág. 108 y 109</i>	107
Figura 41 <i>Creación del código QR para acceder al manual publicitario</i>	109
Figura 42 <i>Creación de la red social Tik Tok.</i>	110
Figura 43 <i>Diseño del manual publicitario. - pág. 1 y 2</i>	111
Figura 44 <i>Diseño del manual publicitario. - pág. 3 y 4</i>	112
Figura 45 <i>Diseño del manual publicitario. - pág. 5 y 6</i>	113
Figura 46 <i>Diseño del manual publicitario. - pág. 7 y 8</i>	114
Figura 47 <i>Diseño del manual publicitario. - pág. 9, 10 y 11</i>	115
Figura 48 <i>Diseño del manual publicitario. - pág. 12 y 13</i>	116
Figura 49 <i>Diseño del manual publicitario. - pág. 14 y 15</i>	117

Resumen

El presente trabajo de investigación se realizó con el propósito de analizar la práctica del turismo vivencial como alternativa de desarrollo local, caso de estudio en la Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal situada en la parroquia de Pacto, cantón Quito. Se recolectó información relevante sobre los recursos con los que cuenta la zona de estudio y mediante un análisis se tomó como referencia la teoría de desarrollo local de Albuquerque, misma que se acopla al desarrollo de la investigación

El objetivo de esta investigación es conocer la posible demanda potencial dentro de la zona de estudio brindándoles la oportunidad de participar en actividades innovadoras de productos estrellas como el cacao fino de aroma, producto representativo.

La información recopilada se obtiene por parte de los turistas que llegan al cantón Quito a los cuales se les aplicó encuestas para conocer sus preferencias al momento de su visita en un destino, además se realizaron entrevistas a la propietaria de la Finca Mashpi Shungo y al presidente del Gad parroquial de Pacto, con el fin de identificar aspectos negativos en la actividad turística y desarrollar propuestas que erradiquen los mismos.

Finalmente, para concretar el trabajo de investigación, se establecieron estrategias teniendo en cuenta el análisis FODA y los resultados de los instrumentos aplicados, con el fin de ayudar al desarrollo turístico local y la comunidad, además, se incluyen conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: desarrollo local, turismo vivencial, ruta turística, cacao.

Abstract

The current research was developed with the purpose to analyze the practice of experiential tourism as an alternative for local development, the place where the study was made is La Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal located in Pacto, Quito. Relevant information was collected about resources which are available in the area. In addition, an analysis about the theory of local development of Albuquerque was taken as a reference, which is focused to enhance the progress of the research.

The principal objective is to know the possible potential demand within the study area by giving them the opportunity to participate in innovative activities about products like fine aroma cocoa, representative product.

The source of information was collected thanks to domestic and foreign tourists who came to Quito. Surveys were applied to know their preferences when they were in the area, in addition, the owner of the Mashpi Shungo Farm and the president of the Gad Parroquial de Pacto participated in interviews, in order to identify negative aspects in tourism activity and develop proposals to eradicate them.

Finally, to concretize the research work, strategies were established taking into account SWOT analysis and the results of the applied instruments in order to help the local development of tourism and the town in general, additionally, conclusions and recommendations are included.

Keywords: local development, experiential tourism, tourist route, cocoa.

Introducción

Planteamiento del problema

A consecuencia de la Pandemia mundial del COVID-19, se ha producido un fuerte golpe económico en muchos de los países en vías de desarrollo, la economía de muchos sectores que dependen de la venta y producción diaria se vio muy afectada, es por esto que surge la necesidad de diversificar los productos que se ofrecen para recuperar su base económica y en el futuro no depender de una sola fuente de ingreso para la localidad.

Por lo antes mencionado se analizó que en la provincia de Pichincha existe una diversidad de sectores que son referentes potenciales para la producción de cacao, destacando la zona noroccidental de la provincia, con más de un 90% de la producción del mismo. Este tipo de oferta ha permitido la consolidación de algunas productoras de cacao muy influyentes en el país las mismas que aprovechan la variedad de genotipos de cacao, de las cuales 75 de los 135 descubiertos en el mundo se encuentran en esta zona.

Todo esto refleja un potencial turístico que puede ser aprovechado, y que sin embargo no se han tomado medidas para desarrollarlo y generar una ventaja competitiva frente a otras zonas que posean características similares.

La Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal es una zona rural con alto potencial de crecimiento económico, no solo por los productos que se producen allí sino por el potencial turístico desperdiciado en sus instalaciones, cabe mencionar que la oferta turística de este sector es muy escasa, con respecto al aprovechamiento de la producción de diversos productos, lo cual puede significar una diversificación en la oferta y la posible implementación de diversas ramas de turismo comunitario como el turismo vivencial.

La presente investigación pretende brindar una posible solución al problema de diversificación económica que aqueja a este sector, mediante la creación de un producto turístico que reúna las características atractivas de la zona, y que enriquezca la experiencia de los turistas al momento de su visita, favoreciendo económicamente a las familias involucradas, teniendo en cuenta el desarrollo integral de la zona, manteniendo la sostenibilidad del área donde se realicen las actividades.

La práctica del turismo vivencial tiene como objetivo llevar al turista a conocer más allá del producto que está consumiendo, pretende mostrar en su mayoría todo el proceso de elaboración, desde su siembra y cosecha, hasta su empaçado; para así añadir valor a su producto, y concientizar a los visitantes el sacrificio que conlleva la elaboración del producto que adquiere.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el turismo vivencial como alternativa de desarrollo local de la Finca Chocolate Artesanal situada en San José de Mashpi.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el estado actual de la Finca, mediante la búsqueda bibliográfica y documental.
- Identificar la demanda potencial del turismo vivencial dentro de la finca cacaotera.
- Proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento del turismo vivencial y la economía de la zona de estudio.

Capítulo I

Fundamentación teórica

Marco Teórico

La economía desde la perspectiva de las teorías de desarrollo

José Arocena (2022), junto a otros teóricos mencionan que el desarrollo es imposible desvincularlo de un adecuado crecimiento económico, este concepto surge como resultado de una recomposición del orden mundial, en la cual se dio una división internacional de los sistemas económicos. Las naciones quedaron divididas en dos mundos, uno totalmente capitalista y el otro socialista, y el resto de países quedaron en el denominado tercer mundo o también conocido como países en vías de desarrollo, los cuales debían seguir su línea evolutiva, convirtiéndose en sociedades en vías de industrialización, mismas que se verían en la necesidad de desarrollar su economía local.

Es por esto que en la modernidad el desarrollo se lo entiende como el cambio de una sociedad rural, agrícola, analfabeta y con población en rápido aumento a otra que es urbana, industrializada, con altas posibilidades económicas, la cual posee un crecimiento poblacional lento y a veces estacionario (Miller, 2002), estas sociedades en vías de desarrollo, también pueden localizarse fuera de un núcleo económico, es decir una capital de un país o una zona industrializada con alto crecimiento económico.

Es de suma importancia mencionar que las transformaciones de desarrollo dependen mucho de las características del país, región, condiciones históricas y el contexto en el que está inmerso. Se puede concluir que, no existe un desarrollo uniforme, pues según Furtado (1969):

“El desarrollo es un proceso de cambio social por el cual un número creciente de necesidades humanas, preexistentes, o creadas por el mismo cambio, se satisfacen a través de una diferenciación en el sistema productivo generado por la introducción de innovaciones tecnológicas, o de producción”.

Este cambio social se genera gracias al desarrollo encontrado en muchas áreas dentro de un país o localidad, es por esto que se lo evidencia dentro de múltiples dimensiones, Vargas (2008), menciona que “el desarrollo es un proceso que involucra múltiples dimensiones e implica un cambio a nivel individual de conductas y actitudes, cuyo impacto trasciende al plano de las estructuras institucionales de los sistemas socioeconómicos y políticos”. Por lo tanto, el desarrollo debería sobrepasar el ámbito económico y perseguir al desarrollo como un objetivo, y debe ir de la mano del gobierno y las autoridades competentes, mejorando las condiciones sociales de la población, mediante la reducción de la desigualdad y la pobreza.

En este sentido el desarrollo será entendido como la capacidad que tiene el país o la propia comunidad para ofrecer o crear recursos para satisfacer necesidades y requerimientos mínimos, indispensables de la población con el uso racional y sostenible de sus recursos naturales y sistemas ambientales.

Teoría de desarrollo local

A continuación, se detalla el aporte de autores que respaldan la teoría de desarrollo local:

Tabla 1

Cuadro de aporte de teorías de desarrollo según autores.

Autor	Año	Aporte
Albuquerque	2004	<p>El desarrollo local es un proceso colaborativo que impulsa acuerdo entre actores de los sectores gobierno y privado, con el propósito de estimular la actividad productiva y generar empleo. Para lograr esto comprende diversas dimensiones, las principales son:</p> <p>Económica, que comprende el uso de los recursos productivos que se dispone en la localidad por parte de los empresarios.</p> <p>Formación de recursos humanos, con el objetivo de capacitar la mano de obra disponible.</p> <p>Social y cultural, que involucra a los valores vigentes en la localidad.</p>

Autor	Año	Aporte
		<p>Político administrativo, relacionada con las decisiones a nivel municipal o departamental.</p> <p>Ambiental, que busca el cuidado del ambiente y los recursos naturales.</p>
Banco Mundial	2006	El Banco Mundial define el desarrollo económico local como proceso en el que diversos sectores de la sociedad trabajan en conjunto para mejorar condiciones de crecimiento económico y generación de empleo.
Arriola	2007	El desarrollo humano fue concebido en sus inicios como proceso que permite incrementar las oportunidades de las personas, que les permite vivir una mejor vida. En este caso el desarrollo se mide a través del Índice de Desarrollo Humano (IDH), indicador que combina las variables ingreso, educación y esperanza de vida.
Vázquez	2007	De esa cuenta, la teoría del desarrollo incorporó durante las últimas tres décadas el concepto de desarrollo económico local. Este es entendido como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que mejora el nivel de bienestar de una localidad o región. Cuando la comunidad lidera ese proceso de cambio estructural se está ante un desarrollo local endógeno.
Varisco	2008	El desarrollo local pasa de lo tradicional a una nueva visión, como algo construido a partir de la capacidad de actores locales. Dentro de esta teoría se encuentran subdivisiones del desarrollo endógeno, misma que sostiene que el desarrollo es un proceso territorial de construcción social en el que la capacidad emprendedora e innovadora es el mecanismo impulsor de procesos de transformación de la empresa y sociedad; y la teoría de desarrollo regional que tiene la capacidad de brindar condiciones de bienestar a la población, a partir de la incidencia del proceso de globalización y la descentralización de las decisiones públicas.

Nota. Adaptado de *Turismo y Patrimonio Cultural* (pp.33-340), por G. Díaz, 2017.

Luego de realizar un análisis de varios autores sobre la teoría del desarrollo, la que se considera de gran aporte a la investigación presente, es la de Albuquerque, ya que hace referencia a esta teoría como un proceso de transformación, el cual se enfoca en fomentar cambios mediante la innovación de tecnología, misma que contribuye al cambio social, además estimular actividades que generen empleo y sean productivas, incitando a un acuerdo colaborativo del sector privado como público, con el fin de aprovechar los recursos del territorio determinado (Molina & Torres, 2020).

Esta teoría tiene un enfoque diferente denominado enfoque principal, se basa en el factor territorial impulsado por el crecimiento económico y laboral, creando una cultura innovadora capaz de aprovechar los cambios que se presenten con el tiempo en relación al espacio nacional y del mundo.

Hay que recordar que la innovación incrementa la productividad y competitividad en las empresas, además mejora la calidad de productos, sin embargo, para crear un espacio innovador el actor fundamental son los gobiernos, con esto se pretende buscar el bienestar, convivencia y mejorar su estilo de vida, abarca dimensiones desde un punto de vista territorial que interactúan entre sí, estas son las siguientes:

La dimensión económica, busca crear nuevas empresas y que estas generen empleo en el territorio determinado, valorando recursos endógenos y aprovechando las oportunidades externas social y humana, esta dimensión cumple con el rol más importante dentro del desarrollo local (Alfaro & Costamagna, 2015).

Esta dimensión no sólo tiene una perspectiva económica, es decir, que su aplicación se adapta a diferentes características y singularidades de cada territorio y población. La actividad turística vista desde la perspectiva de desarrollo local territorial no sólo se adapta a las aspiraciones de la comunidad local, sino que también toma en cuenta la perspectiva de los turistas y de los consumidores y su expectativa de los espacios turísticos.

La dimensión ambiental, se basa en la concientización ambiental con el fin de crear un ambiente amigable del ser humano con la naturaleza, valorando así el ambiente, además se basa en procesos sustentables productivos.

La dimensión humana hace referencia al estilo de vida del sector, prevaleciendo sus derechos sobre todo el de equidad e integración en la sociedad que contribuyen al buen desarrollo local, a través de la participación asociativa y cultura emprendedora.

La dimensión social abarca decisiones de autoridades, gobiernos e instituciones del territorio en procesos de desarrollo, es decir en esta dimensión participa la población y entidades públicas y privadas quienes generan acciones basadas en sustentabilidad (Díaz, 2017).

Figura 1

Desarrollo local



Nota. La imagen representa la teoría del desarrollo local que comprende seis dimensiones que interactúan entre sí. Tomado de *Teoría de Desarrollo local de Albuquerque*, citado en Díaz, 2017.

En la presente investigación el aporte de esta teoría es significativo ya que describe claramente la manera de alcanzar un desarrollo socioeconómico local en la Finca Mashpi Chocolate Artesanal, por

medio del aprovechamiento de los recursos y personal local, enfocados a la producción de cacao en la zona. Todo esto favorecerá a un crecimiento económico y de empleo en el sector, por consiguiente, cabe recalcar que el turismo puede convertirse en una alternativa de desarrollo que permita el crecimiento de sus ejes.

Marco Referencial

El turismo es una de las pocas actividades humanas que ha sido abordada desde diferentes perspectivas por la economía, ecología, psicología, geografía, sociología, entre otras. Cárdenas (2001), se refiere al turismo como un conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos. Desde una perspectiva más general, se ha adoptado una de las definiciones más claras y precisas sobre el turismo definida por la Organización Mundial de Turismo (2013) como “Un fenómeno social, cultural y económico basado en el desplazamiento de las personas hacia lugares exteriores a su entorno habitual por razones personales, como profesionales o de negocio”.

Cabe recalcar que el aporte de este sector resulta importante en el desarrollo territorial, tanto nacional como internacional y juega un papel crucial en la generación de empleo.

El turismo en Ecuador ha tenido un constante crecimiento, debido a que es uno de los países multiétnico, megadiverso y plurinacional, además se encuentra privilegiadamente situado en la línea equinoccial, sin embargo, este sector se vio afectado a inicios del año 2020 por la parálisis de actividades y restricciones sometidas, ya que, el Ministerio de Salud declaró estado de emergencia Sanitaria, esto debido a la pandemia COVID 19 que se atravesó a nivel mundial, lo que trajo consigo grandes pérdidas económicas (Universidad Técnica Particular de Loja, 2021).

Actualmente, el sector turístico se está reactivando parcialmente en el país y como consecuencia de las medidas de bioseguridad y sobre todo el confinamiento social, los turistas han generado una mayor motivación por realizar actividades de recreación al aire libre, es por esto que los

lugares con mayor oportunidad de reactivarse son destinos naturales. Aunque no existe contagio mayor de COVID 19, los establecimientos turísticos mantienen las medidas de bioseguridad respectivas para evitar un rebrote, mitigarlo y sobre todo dar la confianza a las visitantes en realizar viajes a sus destinos de interés. (Deloitte, 2022).

En cuanto al ámbito mundial, el turismo ha tenido una importancia muy relevante en el desarrollo y crecimiento de los países como un motor clave en el progreso socioeconómico. Según Organización Mundial del Turismo (2021), el turismo se ha convertido en uno de los principales actores en el comercio internacional y el volumen del negocio iguala o supera a las exportaciones de petróleo como productos alimentarios u otros.

Con el paso del tiempo, se desarrollaron diversos tipos de turismo, uno de ellos es el turismo vivencial, el cual se centra en experimentar un lugar en particular mediante una conexión de su historia, población y cultura.

Según Ugarte y Portocarrero (2013), el turismo vivencial consiste en una modalidad particular, en el que las familias dedicadas principalmente a actividades agropecuarias, deportivas y de pesca artesanal, permiten al visitante alojarse en sus casas y vivir una experiencia única.

Además, tiene como objetivo hacer del turismo algo más humano, en un ambiente de diálogo y encuentro entre personas de dos culturas, con una predisposición de solidaridad, la cual sólo puede darse de manera auténtica, en un encuentro cara a cara con la persona cuya vida es motivo de admiración de parte del turista. Las actividades que se pueden realizar en el ámbito rural resultan de gran interés para los habitantes por su carácter exótico, cultural, histórico, emocionante, o simplemente que no lo haya visto en otro lugar.

A continuación, se mencionan trabajos similares con relación al tema de investigación propuesto, verificando fuentes de información bibliográfica:

Propuesta de desarrollo de Turismo Vivencial en el centro poblado comunidad Kechwa Wayku del distrito Lamas, Perú, hace referencia al turismo vivencial como especialización de un turismo sostenible, donde se refleja un gran incremento de popularidad de esta modalidad de turismo, esto se debe gracias a la participación de comuneros autóctonos, turistas y agentes turísticos.

Este trabajo ha sido la base y una gran inspiración para llevar a cabo investigaciones en las que se viven otro tipo de experiencias y de esta manera gracias se genere fuentes de empleo para diferentes grupos de familias que buscan ser partícipes, con el objetivo de contribuir en las zonas para su desarrollo tanto económico como social de los pobladores, para lo cual se implementó actividades turísticas que se pueden ofertar, además de reconocer el potencial turístico con el que cuenta la comunidad, para esto realizaron capacitaciones a familias emprendedores. (Bartra & Flores, 2005).

En Ecuador, con el creciente desarrollo del turismo comunitario, el paralelismo que tiene el turismo vivencial ha ocasionado un crecimiento exponencial debido a que es una fuerte opción para el desarrollo local de las comunidades, según Márquez (2016) en su artículo “Jóvenes lideran el turismo vivencial” que es desarrollado en la localidad de Cacha en la provincia de Riobamba, menciona cómo algunos jóvenes emprendedores brindan la oportunidad de conocer la forma de vida, atractivos naturales y gastronómicos a los turistas y la posibilidad de vivir directamente el turismo vivencial con la elaboración de alimentos siendo partícipes en todo el proceso de elaboración de humitas.

Maisanche (2019) en su estudio en la Comunidad Achuar de Sharamentsa en Pastaza, menciona que dirigentes empezaron con la actividad turística implementando el Centro de Turismo Comunitario Sharamentsa en el 2017, dentro de esta comunidad a los turistas se les brinda la experiencia de turismo vivencial en la elaboración de artesanías como aretes y collares y también ser parte de rituales ancestrales de la nacionalidad Achuar. El objetivo principal de realizar turismo vivencial en la comunidad fue para que nuevas generaciones sean parte de alternativas de desarrollo local.

Marco Legal

Constitución del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador fue creada en Montecristi, Manabí en el año 2018, misma en la que se establece los derechos, obligaciones y responsabilidades que tienen los ciudadanos, el objetivo de la Constitución es permitir una nueva forma de convivencia ciudadana en armonía con la naturaleza para alcanzar un buen vivir, además de respetar la dignidad de las personas y colectividades. Dentro del artículo 10 la naturaleza está reconocida como sujeto de derecho, además en el segundo capítulo en la sección de Ambiente Sano se detalla artículos como el número 14 donde se declara de interés público la preservación del ambiente, conservación del mismo, biodiversidad e integridad del patrimonio del país, la prevención del daño al medio ambiente y recuperación de ambientes degradados.

Continuando en el séptimo capítulo se establecen derechos de la naturaleza resaltando que las personas, comunidades o pueblos tienen el derecho de beneficiarse del ambiente mediante la creación de actividades sin conducir a la extinción de especies o destrucción de ecosistemas (Constitución de la república del Ecuador, 2011).

Ley de Turismo

Según el Ministerio del Turismo (2014) esta ley determina el marco legal que regula en el sector turístico, además establece los principios de la actividad turística, la iniciativa y participación de las comunidades en la prestación de servicios.

Tabla 2*Artículos para realizar actividades turísticas*

Capítulo	Artículo	Descripción
Capítulo I: Generalidades	Art.1.- Marco legal	La ley tiene por objetivo determinar el marco legal que regirá para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico.
	Art. 3.- Principios de la actividad turística	Son principios de la actividad turística los siguientes: b) Participación de gobiernos para impulsar y apoyar el desarrollo turístico c) Fomento de la infraestructura y mejoramiento de los servicios básicos d) Conservación de recursos naturales y culturales
	Art. 4.- Política estatal	Con relación al sector turístico tiene los siguientes objetivos: a) Potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico. b) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística e) Capacitación técnica y profesional de quienes ejercen actividades turísticas f) Fomentar e incentivar el turismo interno
	Art. 5.- Actividades turísticas	Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas dedicadas a la prestación de remuneradas actividades como es: alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, agencias operadoras, parques de atracción.
Capítulo II: De las actividades turísticas y de quienes las ejercen	Art. 8- Ejercer actividades turísticas	Para ejercer actividades turísticas es importante obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento
	Art. 12.- Desarrollo de actividades	Comunidades locales organizadas y capacitadas tendrán las mismas facilidades para desarrollar sus actividades.

Nota: Adaptado de Reglamento General a la Ley de Turismo (p.2), por Ministerio de Turismo, 2014.

Normas INEN

La Norma Técnica Ecuatoriana es aquella que establece requisitos y practicas a cumplir en la elaboración de productos para consumo y su comercialización. Dentro de los más importantes se considera 3 normas INEN para la manipulación y creación de productos propios de cacao detallado en la propuesta de esta presente investigación (Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización, 2018).

INEN 176.- Esta norma establece la clasificación de granos de cacao y requisitos para su calidad, el cacao fino que es el Producto estrella de la zona de estudio se caracteriza por su aroma y sabor floral, frutal y otros especiales que lo hacen distintivo de otros tipos de cacao. Además, se incluye requisitos para llevar a cabo el envasado o rotulado de producto final en el cual incluya nombre del cacao según su clasificación, identificación de la empresa, cantidad adecuada del producto, país de origen, entre otros.

INEN 621.- En esta normativa se enfatiza los requisitos adecuados para el proceso de chocolate como, por ejemplo, las materias primas deben estar sanas y limpias, los límites de sustancias tóxicas no deben superar límites establecidos por el FDA Y Codex Alimentario.

Otros requisitos son el método de envasado, almacenamiento y transporte con el único fin de garantizar la higiene alimentaria del producto hasta que llegue al consumidor, para esto se realizan inspecciones del buen manejo de estos requisitos, además se establece recomendaciones para el envasado y rotulado del producto (Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización, 2010).

INEN 623.- La norma técnica abarca disposiciones generales de la pasta, masa o licor de cacao, en los que se establece que la pasta de cacao debe elaborarse bajo estándares de higiene, con semillas propias y adecuadas, también el buen índice de fermentación y libre de residuos contaminantes, es por esto que se recomienda un lugar y personal seleccionado para evitar contaminaciones.

De la misma manera que las normas mencionadas se plantea requisitos de envasado y rotulado (Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización, 2010).

Marco Conceptual

Artesanal

Es aquel producto que se elabora de forma manual y que conservan generalmente las técnicas de trabajo tradicionales y mediante sus diseños intentan reflejar aspectos relacionados al territorio o región de donde provienen los artesanos (Sanchez & Galeano, 2018).

Cacao

El cacao es una fruta de origen tropical, este crece en árboles de 4 a 7 metros, las semillas de esta fruta se extraen y son utilizadas para variedad de productos finales, por ejemplo, se extrae la manteca de cacao misma que se usa para la elaboración del chocolate, para industria cosmética o farmacéutica, también como polvo para bebidas naturales, las cenizas de la cáscara se utilizan para elaboración de jabones y el jugo de cacao para la elaboración de mermeladas (Tomalá, 2022).

Chocolate

Es un alimento que aporta energías al organismo del humano, es rico en grasas, carbohidratos y también proteínas, además con el acompañamiento de azúcar se presenta al chocolate en diferentes formas con rellenos o solos, siendo este uno de los productos preferidos por las personas (Comité Europeo para la Formación y la Agricultura, 2021).

Finca

Taleno y Villanueva (2016), definen a la finca como una unidad de producción que está conformada por recursos naturales, destinados para múltiples usos productivos, además, abarca sistemas de cultivo destinados al consumo propio o venta, sin embargo, la finca puede ser un espacio no cultivable debido a las condiciones físicas, climáticas u otras.

Sistema turístico

El sistema turístico es un conjunto de actividades y actores que se relacionan entre sí, los elementos que componen este sistema permiten describir los aspectos importantes de la oferta y

demanda turística de un destino, también se toman en cuenta la infraestructura, superestructura y comunidad receptora. El modelo de sistemas en la investigación es ventajoso para describir y analizar los impactos que generan las actividades en el entorno (Varisco, 2013).

Desarrollo turístico

Según Pearce (1991), el desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos.

Se puede observar de esta manera que el desarrollo turístico se divide en dos conceptos: el primero que hace referencia a la estructura socio-productiva que en los sitios receptores hace posible que el turista disfrute de los servicios presentes allí que han motivado su desplazamiento; y el segundo concepto que hace alusión al impacto económico que genera la actividad turística en el sector proveniente de los núcleos emisores del turismo.

Desarrollo local

Gambarota y Lorda (2017), hacen referencia al desarrollo local como un proceso territorial o construcción social, donde la capacidad de emprender e innovar es el mecanismo que impulsa a procesos de transformación tanto en empresas como en la sociedad, además se encuentra inmiscuida la sociedad local, misma que tiene como objetivo mejorar su calidad de vida.

Desarrollo territorial

Según CEPAL (s.f.) el desarrollo territorial se entiende como un proceso de construcción social del contorno, impulsado por la interacción entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y colectivas de actores y operaciones en el territorio como son fuerzas económicas, ambientales, tecnológicas, culturales, etc.

Turista

Según la OMT el turismo son las personas alejadas de su entorno habitual, por un período consecutivo, inferior a un año con independencia de sus motivos de viaje. En cambio, para Smith (1992) el turista es una persona que tiene tiempo libre en un momento determinado y lo utiliza para visitar voluntariamente algún lugar alejado de su lugar de residencia con objeto de cambiar de ambiente, bajo estas definiciones el turista será analizado en la presente investigación como el factor que permite la suficiencia de las familias y del turismo vivencial en la comunidad.

Turismo vivencial

El turismo vivencial es una actividad que se desglosa del turismo alternativo, y busca diferenciarse del tradicional, su característica diferenciadora es brindar una valoración hacia la cultura, concientizando a una organización y responsabilidad social, además, a través de este tipo de turismo se realiza el intercambio humano mediante actividades que permitan vivir experiencias fuera de lo común, ya sea, desde la raíz de una cultura o de su diario vivir (Rivera, 2013).

Según Bonilla (2018) el turismo vivencial se encuentra relacionado con otros tipos de turismo como el rural, comunitario, agroturismo, etnoturismo y ecoturismo, sin embargo, el turismo vivencial ofrece a visitantes la oportunidad de crear una relación directa con el entorno rural, involucrándose en actividades cotidianas de los nativos, sin duda este tipo de turismo beneficia a la población, ya que genera empleo e ingresos económicos.

Ruta turística

Para Rodríguez (2017) y Cruz (2014) una ruta turística es un recorrido de atractivos o puntos importantes a dar a conocer con el objetivo de brindar la oportunidad de disfrutar de escenarios naturales y culturales durante el trayecto, además sirve como orientación para que los turistas conozcan las actividades que realizaran en el destino.

Capítulo II

Marco Metodológico

Enfoque de investigación

La base metodológica del estudio cuenta con un enfoque mixto puesto que se toma en cuenta a la investigación cuantitativa y cualitativa que de acuerdo a Malhotra (2008) se define: la investigación cuantitativa como la metodología para cuantificar datos y realizar un análisis estadístico, y la investigación cualitativa es la metodología exploratoria, misma que se basa en pequeñas muestras que aportan conocimientos al tema de investigación.

Por tanto, las variables cuantitativas se verán reflejadas en el cuestionario de la encuesta, mientras que, las variables cualitativas se hacen notar en el formato de la entrevista. A su vez, el diseño de la investigación es transversal simple, dado que, la recolección de los datos se realiza una sola vez en un periodo de tiempo determinado a la muestra de la población de estudio, para así, conocer el comportamiento de las variables (Malhotra, 2008).

Definición del objeto de estudio

El objetivo de la presente investigación radica en determinar el turismo vivencial como alternativa para el desarrollo local en la Finca Mashpi Chocolate Artesanal en San José de Mashpi. Por esta razón, se pretende plantear una propuesta con actividades turísticas que se puedan desarrollar en el sitio y aquellos visitantes que llegan a la finca sean partícipes de las mismas.

Variables de la investigación

Variable independiente

Turismo vivencial

Variable dependiente

Desarrollo local

Procedimiento para la recolección de datos y análisis de datos

Población de estudio

Para varios autores la población de estudio es una agrupación de elementos, los cuales reúnen ciertas características predeterminadas y son necesarios para realizar investigaciones, ya que este sirve como referente para una posterior elección de muestra (Arias, 2016).

La población tomada en cuenta para el desarrollo de la presente investigación es turistas nacionales y extranjeros que han visitado el cantón Quito que tienen intereses en el turismo vivencial, comunitario y el desarrollo del cacao y sus derivados. Para obtener un valor confiable del número de turistas, se toma en consideración a Quito en Cifras donde se establece el número de visitantes en el cantón Quito durante el periodo enero - noviembre del año 2022.

Determinación de la muestra

La muestra es un subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado universo, es decir que se obtiene de un grupo mayor, pero en cantidades que permitan obtener resultados válidos y sustenten el desarrollo de una investigación (López Roldán & Fachelli, 2017).

En el presente trabajo, para determinar la muestra se cuenta con una población finita, tomando en cuenta que se conoce el número exacto de turistas nacionales y extranjeros que visitan el Distrito Metropolitano de Quito, este dato, se extrajo de Quito en Cifras, el número durante el período de 01 enero - 01 noviembre del año 2022.

A continuación, se aplica la siguiente fórmula para definir la muestra una vez establecido la población finita:

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

En donde:

Tabla 3

Cuadro de equivalencias y datos para determinar la muestra.

Equivalencia	Datos
Z = nivel de confianza (95%, corresponde a 1.96)	1,96
N = tamaño de la población (337.092)	337.092
p = probabilidad de éxito (50%)	0,5
q = probabilidad de fracaso (1-p, es decir, 50%)	0,5
e = porcentaje de precisión (error máximo permitido) (8%)	0,08
n = tamaño de la muestra	150

Solución:

$$n = \frac{(337.092)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,08)^2(337.092 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{323473.157}{(2157,3824) + (0,96)}$$

$$n = \frac{323473.157}{2158.3424}$$

$$n = 149,8711$$

$$\mathbf{n = 150}$$

En conclusión, mediante la aplicación de la fórmula en relación a los datos mencionados, el número de muestra total de encuestados es de 150, cabe recalcar que la recolección de datos se realizará a través de la investigación técnica de campo e investigación documental.

Tabla 4

Operacionalización de variables

Objetivo Específico	Hipótesis	Dimensión	Variable	Indicador	Ítem	Fuente
Diagnosticar el estado actual de la Finca, mediante la búsqueda bibliográfica y documental.	N/A	Social	Diagnóstico situacional	Oferta Experiencias Actividades Accesibilidad Ubicación	¿Es factible la implementación del turismo vivencial como factor de desarrollo turístico?	Entrevista a la administradora de la Finca Entrevista a autoridad del Gad Parroquial de Pacto
Identificar la demanda potencial del turismo vivencial dentro de la finca cacaotera.		Social y Económica	Demanda potencial	Perfil del turista Gustos Preferencias necesidades Gastos económicos	¿Existe demanda potencial para la práctica del turismo vivencial en las Finca Mashpi Chocolate Artesanal?	Encuestas a turistas nacionales y extranjeros que llegan al cantón Quito

Objetivo Específico	Hipótesis	Dimensión	Variable	Indicador	Ítem	Fuente
Proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento del turismo vivencial y la economía de la zona de estudio.	N/A	Social	Estrategias	Actividades Aceptación Participación de prestadores de servicios.	Es viable la creación de ruta turística en la finca cacaotera. Promoción turística.	Entrevistas a los administradores

Técnica de investigación documental

Investigación Bibliográfica:

La investigación bibliográfica consiste en la utilización de datos secundarios como fuente de información, estos datos secundarios han sido obtenidos por otros y normalmente ya están elaborados y procesados, se los obtienen mediante documentos escritos correspondientes a libros, revistas, etc.

Tipología de investigación

Por su finalidad: Aplicada. Para Vargas (2009), la investigación aplicada se caracteriza por la forma de analizar la realidad social y aplicar sus descubrimientos en la mejora de estrategias y actuaciones concretas para su desarrollo. Es por esto que basados en la teoría del desarrollo local se analizaron las dimensiones sociales, culturales, ambientales y humanas dentro de la Finca para fomentar el desarrollo económico integral de la misma.

Por fuentes de información: Mixta. La presente investigación cuenta con información recopilada de fuentes bibliográficas y documentales, tales como: papers, artículos turísticos, libros, informes entre otros, acompañados de fuentes de investigación in situ, las cuales se obtuvieron mediante fichas de observación, encuestas y entrevistas, permitiendo realizar un análisis a la información que ayude a solucionar la problemática, haciendo de la presente investigación una herramienta que sirva como guía a futuros casos aplicativos.

Por las unidades de análisis: in situ. La presente investigación establece un análisis in situ, con la finalidad de lograr la recopilación de datos de primera mano, verídicos, y que se relacionan con los involucrados dentro de la finca, y así poder identificar los recursos y posibles actividades que posee la misma, con el fin de proponer una estrategia viable a la falta de organización en las actividades que ofrece la misma.

Por el alcance descriptivo. En la investigación se presenta un alcance descriptivo, ya que tiene como finalidad especificar características, perfiles de grupos, comunidades, objetos o fenómenos de estudio, además permite la recolección de datos de la variable de estudio, para lo cual se llevará a cabo mediante las técnicas de encuesta y entrevista, permitiendo que la información obtenida sea clara y de calidad, por otro lado, la observación, permite la información de tipo cualitativa y cuantitativa.

Instrumentos para la recolección de información

Para la recolección de datos se utilizaron los siguientes instrumentos:

Entrevista

Malhotra (2008) una entrevista es una forma individual no estructurada y directa de obtener información, con la finalidad de indagar sus motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos subyacentes acerca del tema que se está investigando, la misma puede durar entre 30 minutos hasta más de una hora.

La entrevista se aplicó al presidente parroquial de Pacto y a la propietaria de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal, con la finalidad de obtener información que aporte al estudio de investigación

Encuesta

Para Malhotra (2008), es una técnica que se utiliza para obtener información, se basa en un interrogatorio estructurado formal a los individuos a investigar, a los cuales se plantea varias preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, de igual manera características demográficas y estilo de vida. Las preguntas pueden ser de manera verbal, por escrito, por computadora, esto quiere decir de manera presencial o en línea, con un orden predeterminado, teniendo en cuenta el siguiente:

- Datos personales
- Motivación y datos relacionados al lugar
- Canales de comunicación

Las encuestas fueron aplicadas a turistas nacionales y extranjeros que visitan el DMQ, con el fin de recolectar datos para conocer la demanda potencial para el desarrollo del turismo vivencial en la finca cacaotera y de esta manera proponer estrategias que permitan vivir la experiencia del proceso de chocolate de manera directa.

Herramientas de campo

Para la presente investigación se utilizaron dos herramientas fundamentales para la recolección de datos, el cuestionario de encuesta aplicado a turistas que llegan al cantón Quito y el cuestionario de entrevista aplicado a la propietaria de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal y al presidente del GAD parroquial de Pacto.

Cuestionario de encuesta

Según García Fernando (2022), el cuestionario en una encuesta es un instrumento estandarizado que consiste en un sistema de preguntas de sentido lógico expresado con lenguaje sencillo y sobre todo claro, el cual permite recolectar información estructurada sobre una muestra determinada.

La creación del cuestionario de encuestas para aplicar a turistas y obtener los resultados que aporten a esta investigación, fue aprobada por expertos de la institución Universitaria de las Fuerzas Armadas ESPE, mismas que con su conocimiento y aporte se corrigió las veces necesarias según percepciones de los mismos.

La aplicación de las encuestas se las realizó de manera presencial en el centro histórico de Quito ya que este es uno de los lugares donde concurrentemente se encuentran turistas, además el respectivo análisis de las encuestas se lo realizó en la herramienta de resultados IBM SPSS Statistics.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla las secciones consideradas en el cuestionario:

Tabla 5*Secciones del cuestionario de encuesta*

Sección	Características
<i>Primera</i>	Encabezado, logotipo de la institución universitaria
<i>Segunda</i>	Título, nombre del tema de investigación
<i>Tercera</i>	Objetivo principal
<i>Cuarta</i>	Indicaciones para el encuestado
<i>Quinta</i>	Preguntas a responder según su preferencia
<i>Sexta</i>	Agradecimiento

Para una mayor visibilidad de las preguntas establecidas en la encuesta para turistas, el formato del cuestionario elaborado se encuentra en la sección de Apéndices.

Cuestionario de entrevista

La entrevista es un método que se encuentra basado en la comunicación interpersonal, con el fin de obtener respuestas de forma verbal a las preguntas planteadas que sean de aporte a la presente investigación.

Los cuestionarios de entrevistas fueron aplicadas a la gerente del establecimiento Mashpi Shungo y al representante del Gad parroquial de Pacto.

La entrevista que se aplicó fue de tipo estructurada, ya que, se planteó interrogantes que fueron aprobadas por expertos de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además las entrevistas se realizaron de tipo individual y forma virtual, debido a la dificultad de acceso al lugar y tiempo de los entrevistados, estas se obtuvieron mediante la herramienta tecnológica “Meet”, para la cual en el apartado de Apéndice se encuentra capturas de pantalla como evidencia de la aplicación de las entrevistas, de igual manera, se obtiene una mejor visión del cuestionario de las entrevistas aplicadas.

A continuación, se detalla mediante una tabla la estructura del formato de entrevistas que se aplicó a cada colaborador.

Tabla 6*Estructura del cuestionario de entrevista*

Sección	Características
<i>Primera</i>	Presentación, se entrega información personal del entrevistador, además del tema de proyecto.
<i>Segunda</i>	Entrevista, se realiza las preguntas planteadas
<i>Tercera</i>	Agradecimiento por la ayuda y despedida.

Diagnóstico Situacional**Macro ambiente - Cantón Quito****Factor Geográfico**

Para Sinchi y Baquero (2020), el factor geográfico es un conjunto de fenómenos, circunstancias astronómicas y geográficas que influyen en los climas, este factor estudia principalmente la altura, altitud y latitud, etc.

El Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) es la capital de la República y de la provincia de Pichincha, además fue declarado por la UNESCO como “Patrimonio Cultural de la Humanidad” en 1978.

Ubicación. Quito se ubica geográficamente al centro norte de Ecuador y al noroeste de Sudamérica, también $0^{\circ}13'12''$ latitud sur y $78^{\circ}30'45''$ longitud oeste, en relación a la línea equinoccial respectivamente, y se encuentra a una altura de 2.850 metros sobre el nivel del mar.

En las laderas de pichincha la ubicación de Quito ha facilitado a sus moradores el acceso a tierras cultivables y a la abundante agua de sus quebradas y cacería en bosques aledaños (Ecuador Noticias, 2021).

Superficie. Quito cuenta con una superficie total de 423055,43 hectáreas.

Figura 2

Ubicación geográfica del cantón Quito



Nota: La imagen representa los límites del cantón Quito. Tomado de *Plan de desarrollo 2012-2014* (p.27), por Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2011.

Límites. Los límites de Quito son:

Tabla 7

Límites del cantón Quito

Puntos cardinales	Límites del cantón Quito
<i>Norte</i>	Se extiende hasta Pomasqui - San Antonio y Carapungo – Calderón
<i>Sur</i>	Se extiende hasta el sector de Tambillo
<i>Este</i>	Los valles de Cumbayá, Tumbaco, los Chillos y Machachi
<i>Oeste</i>	Los volcanes Guagua Pichincha, Rucu Pichincha y el Cóndor Guachana

Nota. Adaptada del *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Quito* (p.9), por Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, 2022.

Clima. DMQ corresponde a un clima variable que pueden ir de 25 grados centígrados de día y 10 grados en la noche, sin embargo, no es extraño que exista una gran combinación de lluvias fuertes y

soles brillantes. Una característica principal del clima en Quito es que existe una corta duración de la estación seca durante los meses de junio a septiembre, donde las precipitaciones no superan los 70 mm de agua, el resto del año en temporada de invierno (lluvias) los índices promedian los 123 mm, dónde marzo y abril son los meses más húmedos.

Factor demográfico. En el 2010 se realizó el último Censo de Población y Vivienda, y según estadísticas del INEC, Quito es el segundo cantón con la mayor densidad poblacional con 2.239.191 de habitantes, donde 1.150.380 representa el total de mujeres y 1.088.811 el total de hombres (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Las proyecciones son un instrumento indispensable para llevar a cabo la planificación demográfica, económica, social y política del país y permite establecer posibles escenarios y prever acciones, por esto, El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), realizó proyecciones poblacionales a nivel cantonal hasta el año calendario 2020, según estos datos, Quito en el año 2020 fue el cantón con el mayor número de habitantes llegando a 2.781.641 habitantes (donde la cifra de mujeres representa el 51,7% mientras que los hombres es 48,3%), seguido por Guayaquil con 2.723.665 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018).

La población de la ciudad reflejó que la gran mayoría se consideran de aspecto mestizo (indígena europeo), debido al constante incremento de residentes de todo el mundo, en definitiva, Quito es una ciudad muy diversa y cosmopolita, donde los quiteños se caracterizan por ser personas amables, educadas y sobre todo fraternales.

Además, es importante resaltar que Quito es una ciudad que tiene diversos atractivos turísticos tanto naturales como culturales, pero también el sur de la ciudad se caracteriza por ser una zona de alta inmigración nacional que se encuentra en continuo crecimiento, renovación y alta actividad comercial (EcuRed, 2018).

La pandemia que atravesamos en el año 2019 fue un impedimento para que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos realice el censo de población y vivienda y existan datos reales del total de población a nivel nacional, por ende, se desconoce datos reales a nivel cantonal.

Microambiente – Pacto - Finca Chocolate Artesanal

Figura 3

Ubicación geográfica de la parroquia de Pacto



Nota: La figura representa la ubicación de la parroquia de Pacto. Tomado de *División parroquial del Distrito metropolitano de Quito* (p.48), por Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2010.

Factor geográfico

Ubicación. La parroquia se encuentra a 70km del noroccidente del DMQ, esta parroquia cuenta con una altitud de 440 m.s.n.m. en sus zonas más bajas y en las zonas más altas hasta 1850 m.s.n.m.

Sus actividades principales son la ganadería, agricultura, turismo, silvicultura y pesca, además cuenta con industrias manufactureras, actividades mineras y artesanales, a pesar de ser una parroquia pequeña geográficamente cuenta con una población de 4.798 habitantes que representa el 38% de habitantes en la zona noroccidental.

Superficie. Pacto cuenta con una superficie de 346,14 kilómetros cuadrados, se distribuye en 32 comunidades, pero la cabecera parroquial es la única con asentamientos de rasgos urbanos, su población se dedica a laborar en la prestación de servicios, comercio y cargos administrativos, en las 32 comunidades la vida predominante es la vida rural ya que se dedican a actividades de agronomía, es por esto que la población se encuentra dispersa en fincas o haciendas, sin embargo, los asentamientos humanos se encuentran más concentrados en la parte centro-oriental ya que cuentan con más facilidad de movilidad (GAD Parroquial Rural Pacto, 2020).

Límites. Los límites de la parroquia se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 8

Límites de la parroquia rural de Pacto

Puntos cardinales	Límites de la parroquia rural de Pacto
<i>Norte</i>	Parroquia García Moreno y Provincia de Imbabura
<i>Sur</i>	Cantón San Miguel de los Bancos y parroquia Gualea
<i>Este</i>	Parroquia Gualea
<i>Oeste</i>	Cantón Pedro Vicente Maldonado

Factor económico

Población Económicamente Activa. La agricultura es la actividad principal de la población económicamente activa de Pacto. De las 3.257 personas que se encuentran en edad de trabajar, solo 1.855 se encuentran dentro de la PEA, es decir que hay una tasa bruta de participación laboral del 38,5% (Gobierno de La Provincia de Pichincha, 2002), lo que marca un alto índice de desempleo y subempleo, pues la mayor parte de la población joven está excluida del aparato laboral. Esto trae como consecuencias procesos de migración del campo a la ciudad y también al extranjero por parte de los habitantes de la parroquia y de la comunidad de Mashpi. Los asalariados dentro de la PEA en Pacto, son solamente el 13.80%, ya que, si se toma en cuenta este indicador en el cantón Quito, es del 58.60%.

Factor Turístico

Pacto cuenta con un elevado potencial turístico por sus atractivos naturales y culturales, es por esto que en la actualidad se realiza turismo ecológico, turismo cultural y de aventura. La población de la parroquia ve el turismo como una oportunidad de generar recursos económicos.

Atractivos turísticos. A continuación, se detalla algunos atractivos turísticos característicos de Pacto:

Tabla 9

Atractivos turísticos de Pacto

Atractivo	Descripción
Cascada el gallito de la peña	Este atractivo es el más visitado ya que se encuentra en el centro poblado de Pacto, sus aguas son ideales para natación ya que sus aguas son limpias y cristalinas, además su vegetación es diversa entre la que sobresale la balsa y el bambú.
Cascada del duende	La cascada es apta para realizar saltos y natación, en el lado derecho del río hay una cueva en donde se encuentra un personaje pequeño al que lo llaman Duende, esta cueva tiene una profundidad desconocida la cual es ideal para animales que habitan en la oscuridad y el guatuso.
Tinas de agua	En el río Pachijal existe un conjunto de tinas de aguas que se han formado naturalmente, estas son usadas para baños relajantes y pesca deportiva.
Reserva el Shamar	Bosque que cuenta con senderos de aviturismo, además es ideal para realizar turismo de aventura: tubbling, treking, cayoning.
Cascada el Rosario	En las orillas de esta cascada se pueden observar brillos de oro, debido a la explotación minera artesanal, además se puede apreciar especies variadas de flora y fauna.
Reserva Amagusa	Reserva de bosque primario y forma parte de la Reserva de Biodiversidad Mashpi, en esta se realiza principalmente el aviturismo ya que sus bosques son habitat para aves, además les atrae los bebederos artificiales y comederos de fruta.

Atractivo	Descripción
Reserva Pambiliño	Esta reserva es usada para vinculaciones periódicas con pasantes extranjeros que deseen conocer sobre la producción agroecológica, restauración ecológica y otras actividades ambientales.
Mashpi Shungo	Mashpi Shungo se encuentra inmersa en la Bio-Región del Chocó, cuenta con varias especies de plantas, incluyendo bromelias y orquídeas.
Mashpi Lodge	Lugar perfecto para escapadas románticas y emocionantes experiencias dentro del bosque, su establecimiento cuenta con atractivos naturales y sobre todo el servicio de alojamiento ya que sus instalaciones son adecuadas para brindar confort a los visitantes.

Nota: Tomado de *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Pacto 2019 - 2023*, por Gobierno autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pacto, 2020.

Comunidad Mashpi

Organización

La comunidad de San José de Mashpi desde junio del 2011 delegan cada año una directiva que se encarga anualmente de los roles importantes para la comunidad y su desarrollo, a continuación, se presenta una tabla de la organización de la directiva electa gracias al apoyo de los habitantes, sin embargo, cabe mencionar que no se encuentra legalmente constituida.

Tabla 10

Autoridades de la comunidad Mashpi

Cargo	Nombre
<i>Presidente</i>	Sr. José Napa
<i>Tesorero</i>	Sr. Milton Guerrero
<i>Secretario</i>	Sr. Fabricio Tipán
<i>Vocal de Productividad sostenible</i>	Srta. Agustina Arcos
<i>Vocal de conservación y transformación social</i>	Sr. Oliver Torres

Nota: Tomado de *Pacto Reseña*, por Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Pacto, 2022.

Figura 4

Ubicación de la Comunidad de Mashpi en la parroquia Pacto



Nota: El gráfico representa la ubicación geográfica de la comunidad de Mashpi en parroquia de Pacto.

Tomado de *Plan de Desarrollo Parroquial Pacto* (p.33), por Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pacto, 2019.

Atractivo Mashpi Shungo.

La comunidad San José de Mashpi se caracteriza por su gente emprendedora, uno de sus establecimientos característicos es La Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal, misma que forma parte de la Corporación Nacional de Bosques Privados del Ecuador.

Figura 5

Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal



Clima

El clima del sector es templado - húmedo con temperaturas que oscilan entre los 17° y 20° C, mismos que han permitido una amplia gama de cultivos, su extensión es de 56 hectáreas, de las cuales 48 se encuentran en recuperación del bosque, ya que existió mucha alteración y estuvo en peligro de desaparecer, dueños anteriores tumbaron el 80% del bosque para sacar madera más fina y comercializarla, pero con el paso del tiempo el suelo se ha ido rescatando. Hoy en día se puede evidenciar la regeneración del bosque, 6 de sus hectáreas tienen el suelo plano, lo cual facilita el cultivo de frutas tropicales y cacao (Solano, 2022).

Reseña

Hace 13 años los nuevos propietarios han trabajado en la recuperación orgánica del suelo, ya que, se encuentra dentro de una zona llamada el Chocó, este es un ecosistema compartido entre el norte de Ecuador, parte noroccidental y el Pacífico Colombiano, es un bosque húmedo de tierras bajas y la parte más alta de los Andes, en la cual, existe la presencia de abundante precipitación y diversidad de flora y fauna, la población que allí habita interactúa con los bosques y aprovecha de sus recursos, por ello es importante la conservación de la zona (Solano, 2022).

Figura 6

Animal de granja



Los propietarios son la segunda generación familiar que pone en marcha la idea de conservar el ambiente, como se menciona anteriormente la Finca pertenece a la Corporación Nacional de Bosques Privados del Ecuador, esta realiza conservación voluntaria reconocida por el Estado Ecuatoriano, la idea de esta corporación es la reforestación y buena práctica agrícola.

Figura 7

Sala de interpretación turística



Mashpi significa “amigo del agua”, se compone de dos palabras *Mashi* que significa amigo o hermano y *Pi* proviene de la lengua Tsafiki de los Tsáchilas y significa agua. La finca como zona de estudio, cuenta con varias especies de flora introducidas y endémicas, entre las cuales podemos encontrar la Guayaba, Cacao originario de la provincia de Esmeralda y Manabí, la vainilla, orquídeas y el clavelin.

Dentro de las 6 hectáreas que han sido recuperadas en su mayor parte, existe un vivero en crecimiento, este fue aprovechado pese a los daños provocados anteriormente al ser usado como potrero, a causa de esto, el suelo es considerado como “básico” y se realiza inversión en fertilizantes sintéticos.

Hace años atrás un investigador Alemán se dio cuenta que las plantas necesitan de tres micronutrientes (fosforo, nitrógeno y potasio), en la actualidad para trabajar el suelo degradado de la zona se realiza un proceso, mismo que consta en: recolectar hojas secas (en estado de descomposición,

micelio), se añade pulidura de arroz como subproducto, mismo que tiene proteína y carbohidrato, y se añade melaza, estos ingredientes se compacta y se deja descansar 30 días en un lugar oscuro, a continuación empieza la reproducción de micronutrientes, los que posteriormente entran en estado de hibernación para posteriormente aplicar su riego en plantas (Solano, 2022).

Figura 8

Vivero



Otra opción de recuperación del suelo es el uso sólido de los estiércoles de los animales, ya que, cuenta con microbiología, además también se usa otros subproductos como la cascarilla de cacao, carbón, entre otros, los cuales son útiles para que el suelo se nutra y se recupere; cada vez que se siembra un árbol, en la base del suelo se coloca una cantidad específica de micronutrientes, para posterior a esto, iniciar el proceso de plantación, este se lo realiza mes a mes en cada parcela de 1000 a 1200 litros de la activación de microorganismos.

Figura 9

Reservorio de fertilizantes



Los cultivos estrella en el sistema agroforestal de la finca son: el cacao, plátano, palmito, frutos cítricos y plantas maderales, cabe recalcar que, cada parcela dentro de la finca tiene alrededor de 35 cultivos que se han introducido junto con el cacao, es por eso que cuenta con un sistema de policultivo, además, mantienen la humedad y vida del suelo.

Figura 10

Representación de flora



Cacao dentro de la finca de Mashpi Shungo Chocolate Artesanal

La plantación del cacao nacional fino de aroma se lo realiza con 2 metros de distancia el uno del otro, evitando así la saturación del sistema, el crecimiento de los árboles de cacao es lento, su cosecha se la realiza cada 15 días, este es de mazorca amarilla cuando ya está maduro.

Figura 11

Plantación de cacao



La Finca establece que la idea de un buen chocolate inicia en el árbol de cacao y termina en sus distintas fases de procesamiento, sin embargo, no solo tienen la idea de monetizar con la elaboración de chocolate, sino que también concientizar el uso adecuado del cacao nacional con el fin de dar un valor agregado para dar a conocer la finca en la cual se diferencie y aprecie el sabor y aroma únicos que se encuentran inherentes al grano de cacao (Ecuador Travel, 2019).

Proceso de elaboración del chocolate

1. Fermentación por 4 días
2. Secado de 10 días a 2 semanas
3. Procesamiento: Selección del cacao libre de impurezas, tostado, moler, enfriar y moldear y empacar.

Figura 12

Proceso de elaboración del cacao



Productos que se ofertan

Los productos ofertados en la finca son 100% orgánicos, ya que carece de tecnología sofisticada e ingredientes químicos, la finca cuenta con una variedad de productos a comercializar, a continuación, se menciona alguno de ellos:

Tabla 11*Productos a base de cacao*

Productos	
Barras de chocolate	<ul style="list-style-type: none"> • Calamondin (mandarina pequeña) • Cúrcuma • Macambo (tipo de cacao, semilla de nuez) • 100% solo cacao que gano medalla de oro en 2022, • 80% crudo (cacao no fue tostado) • 65% guayabilla • 80% tostado el grano • Maracuyá
Manteca de cacao	
Polvo de cacao orgánico	
Nibs de cacao	
Pulpa de cacao	
Mini Bares – Sampler	
Artículos semielaborados	

Figura 13*Barras de chocolate a base de cacao*

Nota. El gráfico representa los productos ofertados por la Finca. Tomado de *Mashpi Shungo Chocolate*

Artesanal Home, por A. Arcos, 2022.

Capítulo III

Resultados

Análisis de resultados

El análisis de resultados se desarrolla a partir de los instrumentos de recolección considerados previamente, los cuales son, encuesta y entrevista. Estos instrumentos permiten obtener datos reales sobre la situación actual de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal y potenciales clientes para la misma.

La información recopilada mediante la aplicación de instrumentos ayuda a la presente investigación para el diseño y desarrollo de la propuesta.

Análisis de resultados de encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad de Quito.

La encuesta se aplicó a un total de 150 turistas entre nacionales y extranjeros que visitan el cantón Quito, con la finalidad de analizar la posible demanda potencial que visite la Finca Mashpi Chocolate artesanal, situada en la parroquia de Pacto.

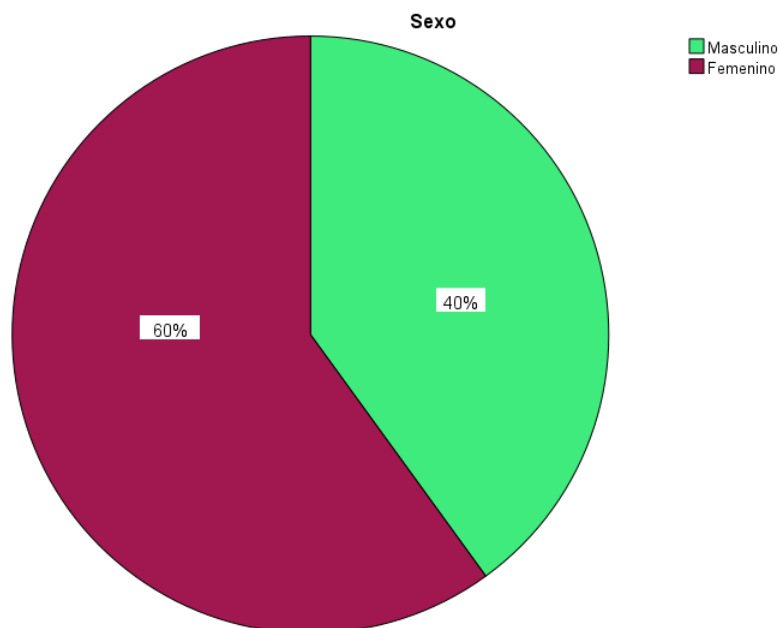
A continuación, se muestra el análisis de las encuestas aplicadas, mismas que se representan mediante gráficos recabados por el programa estadístico IBM SPSS, donde se tabularon las encuestas realizadas de manera presencial.

Dato general: Género

Tabla 12

Género de los turistas encuestados

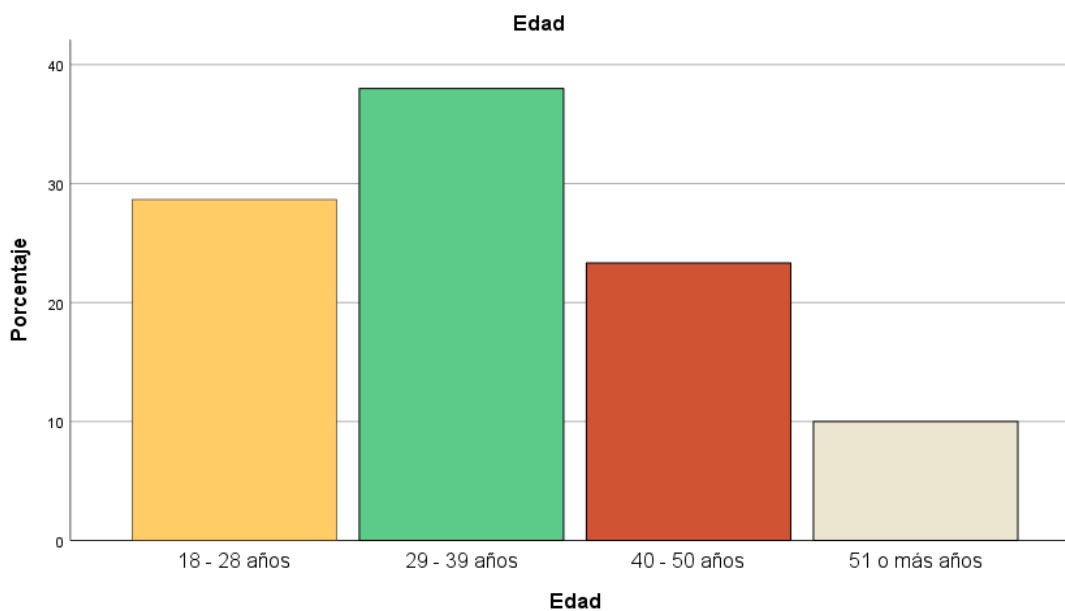
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Masculino</i>	60	40%	40%
<i>Femenino</i>	90	60%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 14*Género de turistas encuestados*

Mediante el análisis de resultados se puede observar que la mayoría de turistas que visitan Quito se encuentra representada por el género femenino ya que refleja un 60% del total de encuestados, mientras que el género masculino representa un 40%, aunque la diferencia no es tan relevante se puede deducir que ambos géneros son influyentes para realizar turismo dentro del cantón Quito.

Dato general 2: Edad**Tabla 13***Rango de edad de los encuestados*

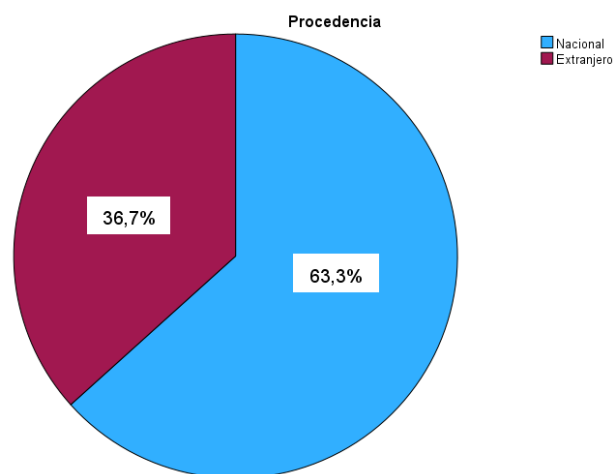
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>18 – 28 años</i>	43	28,7%	28,7%
<i>29 – 39 años</i>	57	38%	66,7%
<i>40 – 50 años</i>	35	23,3%	90%
<i>51 o más años</i>	15	10%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 15*Rango de edad de turistas encuestados*

En base a los resultados obtenidos, se puede establecer que la personas que visitan con mayor frecuencia el cantón Quito se encuentran en un intervalo de 29 a 39 años, mismo que representa un 38%, seguido de aquellas personas que oscilan entre 18 y 28 años con un 28,7% y en tercer lugar se encuentran aquellos turistas de 40 a 50 años que se manifiestan en un 23,3%, de 51 años en adelante son los que menos porcentaje arrojaron en cuanto al total de encuestados quienes representan el 10%.

Dato general 3: Lugar de procedencia**Tabla 14***Lugar de procedencia de turistas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Nacional</i>	95	63,3%	63,3%
<i>Extranjero</i>	55	36,7%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

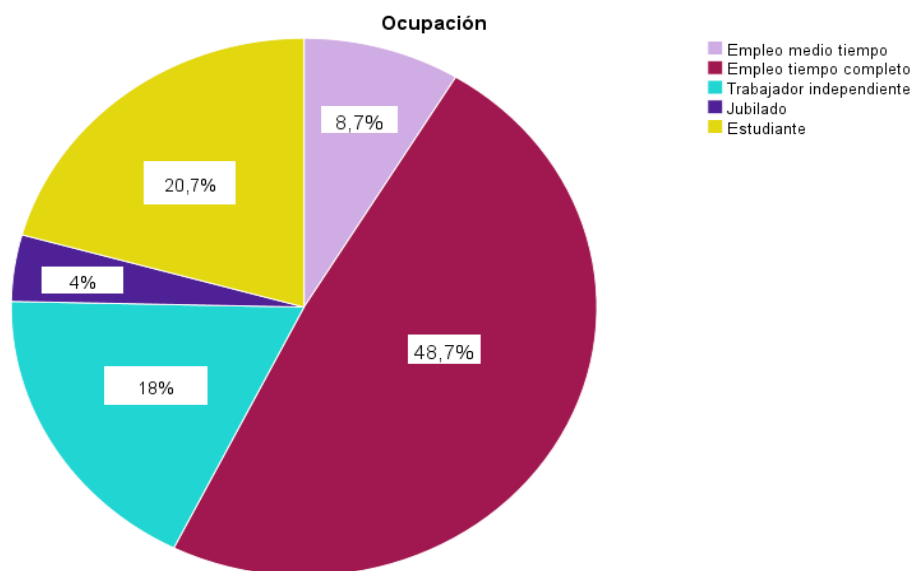
Figura 16*Procedencia de turistas*

A continuación, se identifica que la mayor parte de turistas encuestados tienen procedencia Nacional, misma que representa el 63,3% del total, siendo Quito la ciudad que más predomina seguida de ciudades como Ambato, Latacunga, Santo Domingo, Manta, Ibarra, Lago Agrio y Loja. En segundo lugar, como opción de pregunta se encuentran los turistas de procedencia extranjera, siendo España uno de los países más predominantes, seguido de turistas de países como: Estados Unidos, Perú, México, Italia, Venezuela, Bolivia y Colombia.

Dato general 4: Ocupación

Tabla 15*Ocupación de los turistas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Empleo de medio tiempo</i>	13	8,7%	8,7%
<i>Empleo de tiempo completo</i>	73	48,7%	57,3%
<i>Trabajador independiente</i>	27	18%	75,3%
<i>Jubilado</i>	6	4%	79,3%
<i>Estudiante</i>	31	20,7%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

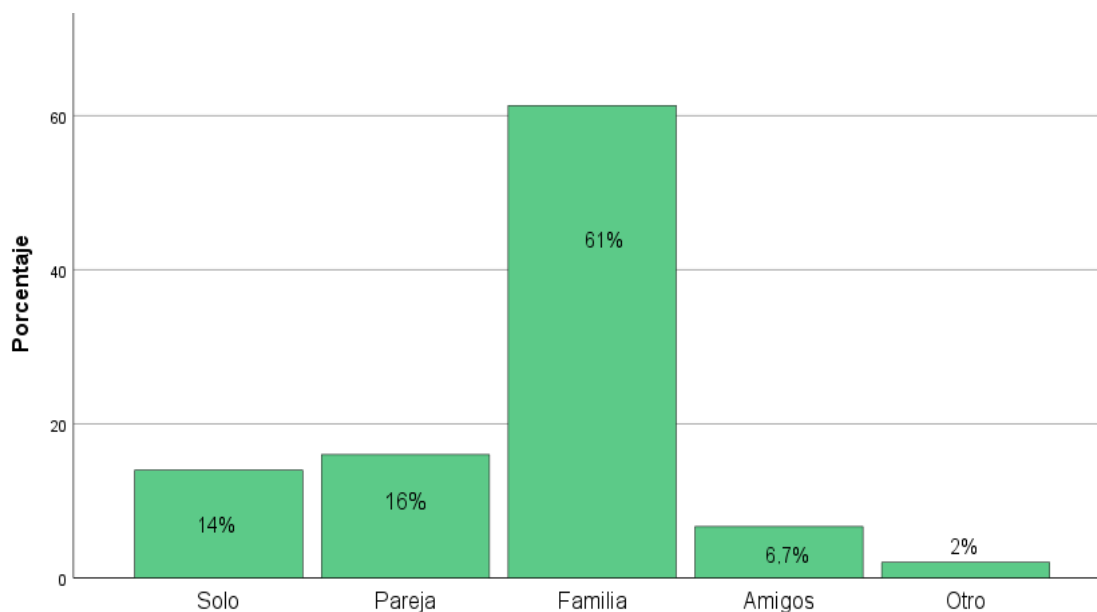
Figura 17*Ocupación de los turistas*

Los resultados obtenidos por los turistas en las encuestas reflejan que, un 48,7% son empleados de tiempo completo, mientras que un 20,7% es de ocupación estudiante, seguido de un 18% que es trabajador independiente y el 8,7% es empleo de medio tiempo, cabe recalcar que de estos resultados el que menor porcentaje representa, es la ocupación de jubilado ya que refleja un 4%. A partir de este análisis se puede definir que el mayor porcentaje de encuestados posee una estabilidad laboral.

Pregunta 1: ¿Con quién realiza turismo?

Tabla 16*Compañía para realizar turismo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Solo</i>	21	14%	14%
<i>Pareja</i>	24	16%	30%
<i>Familia</i>	92	61,3%	91,3%
<i>Amigos</i>	10	6,7%	98%
<i>Otro</i>	3	2%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

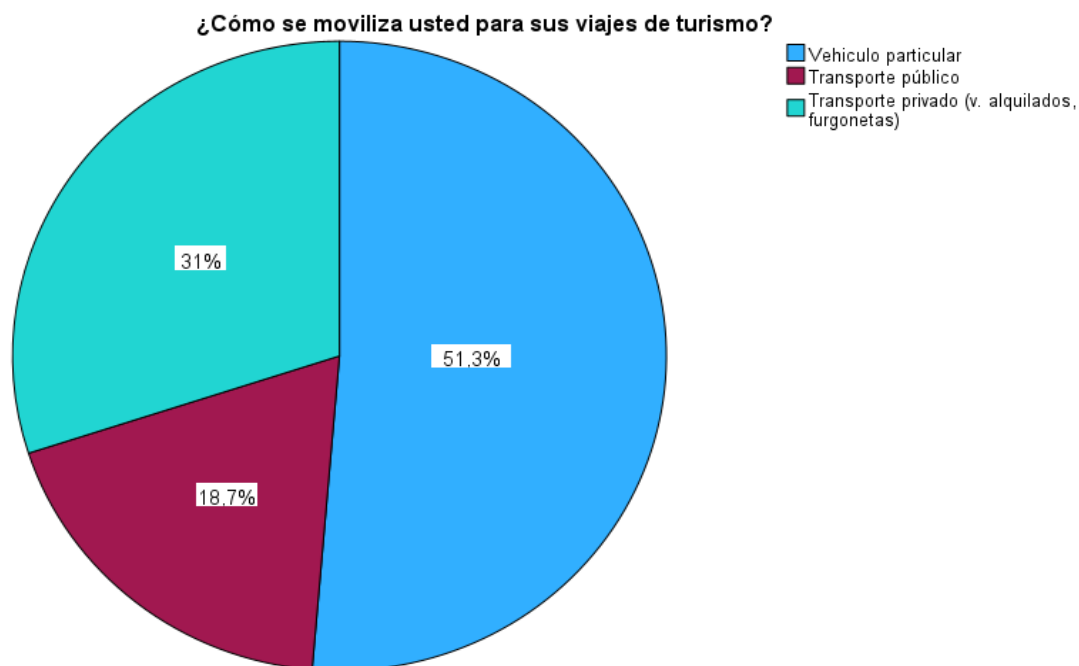
Figura 18*Compañía para realizar turismo*

Del total de turistas encuestados un 61,3% realizan visitas de turismo junto a su familia, un 16% lo realizan en pareja, un 14% solos, un 6,7% con amigos y por último solo un 2% prefieren otra opción. Se puede deducir que los turistas prefieren realizar viajes de turismo en compañía de su familia, es decir realizan actividades en grupos ya sea de menor o mayor tamaño.

Pregunta 2: ¿Cómo se moviliza usted para sus viajes de turismo?

Tabla 17*Movilización para realizar turismo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Vehículo privado</i>	95	63,3%	63,3%
<i>Transporte público</i>	55	36,7%	100%
<i>Transporte privado</i>			
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 19*Movilización para realizar turismo*

De los resultados analizados en las encuestas un 51,3% de turistas se movilizan en vehículo particular, un 31% transporte privado (alquilados) y un 18,7% se movilizan en transporte público. Se puede definir que los turistas realizan la mayoría de veces turismo en vehículos particulares, propios.

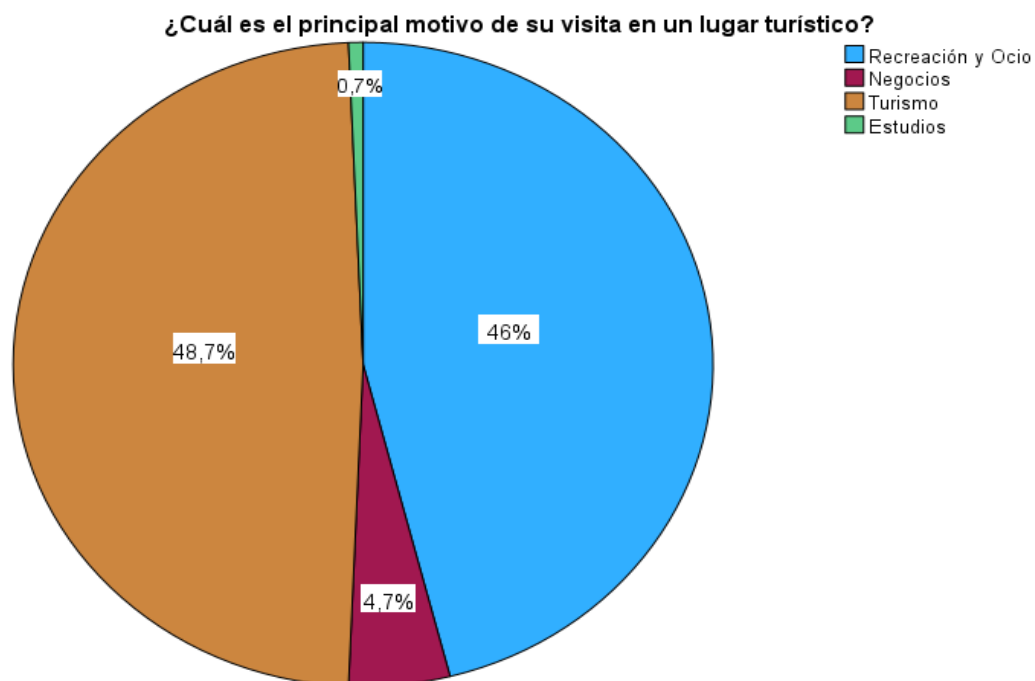
Pregunta 3: ¿Cuál es el principal motivo de su visita en un lugar turístico?

Tabla 18*Motivación de visita del turista*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Recreación y Ocio</i>	69	46%	46%
<i>Negocios</i>	7	4,7%	50,7%
<i>Turismo</i>	73	48,7%	99,3%
<i>Estudios</i>	1	0,7%	100%

Figura 20

Motivación de visita del turista



El principal motivo por el que los turistas visitan un atractivo es por turismo, esta opción representa el 48,7%, seguido de la motivación de visita por recreación y ocio, un 4,7% representa la motivación por negocios y tan solo el 0,7% realiza visitas de un atractivo turístico por estudios.

Pregunta 4: ¿Qué factores influyen al momento de su visita?

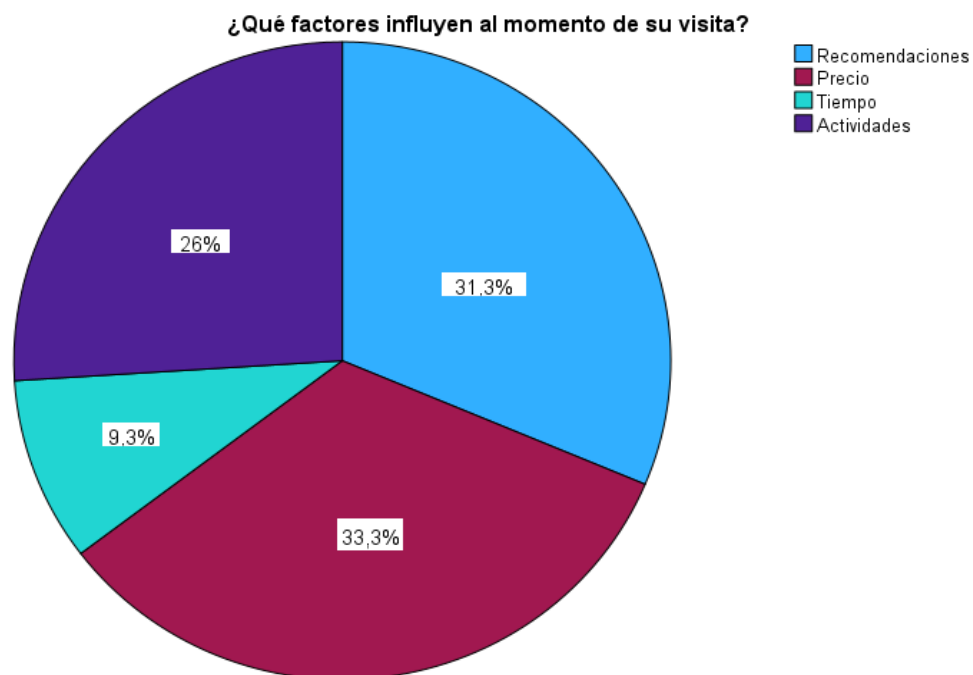
Tabla 19

Factores que influyen en la visita del turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Recomendaciones	47	31,3%	31,3%
Precio	50	33,3%	64,7%
Tiempo	14	9,3%	74%
Actividades	39	26%	100%

Figura 21

Factores que influyen en la visita del turista



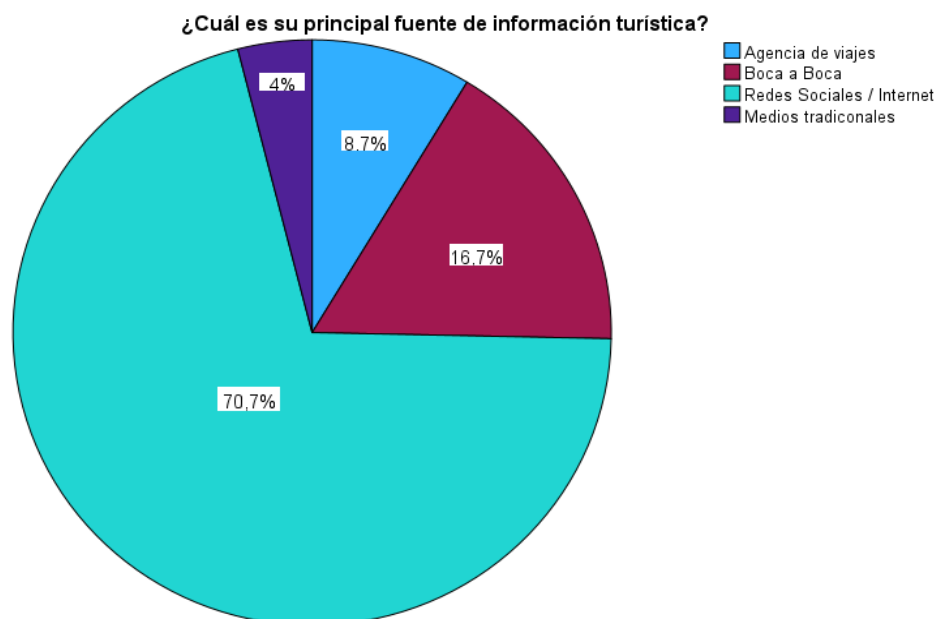
El análisis de los datos señala que un 33,3% representa al precio como el principal factor que influye en la visita del turista, el 31,3% recomendaciones, el 26% las actividades que se realizan en el destino y como último lugar con un 9,3% el tiempo que se ocupe en la visita del destino.

Pregunta 5: ¿Cuál es su principal fuente de información turística?

Tabla 20

Fuente de información del turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Agencia de viajes</i>	13	8,7%	8,7%
<i>Boca a Boca</i>	25	16,7%	25,3%
<i>Redes sociales/Internet</i>	106	70,7%	96%
<i>Medios tradicionales</i>	6	4%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

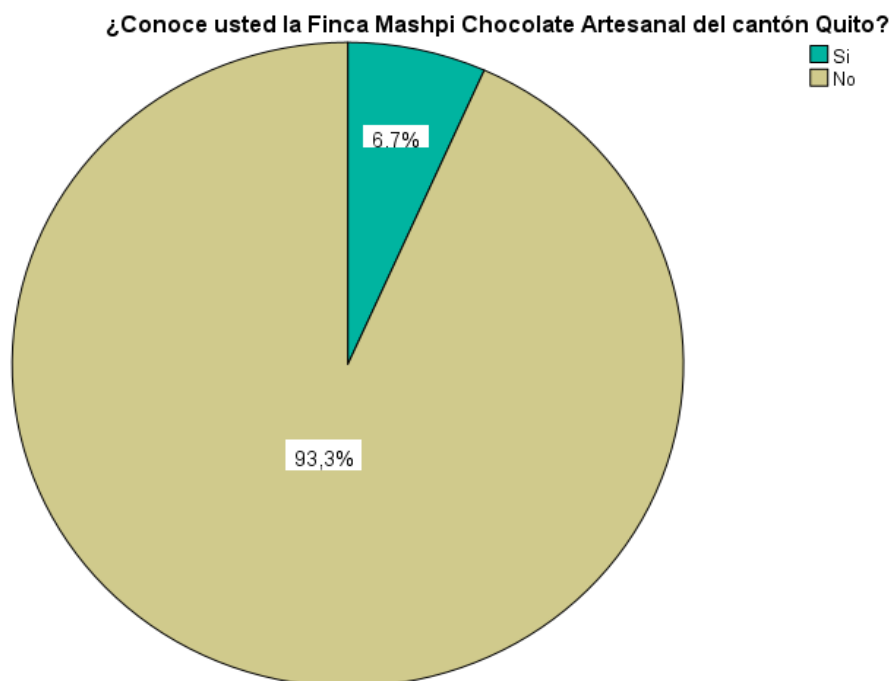
Figura 22*Fuente de información turística*

La opción más elegida por el total de turistas encuestados en cuanto a la principal fuente de información turística fue redes sociales e internet, representando un 70,7%, seguido de información boca a boca con un 16,7%, mientras que un % se informan mediante recomendaciones de agencias de viajes y tan solo un 4% prefieren informarse por medios tradicionales. Con estos resultados analizados se puede detallar los turistas prefieren informarse a través de redes sociales y páginas de internet.

Pregunta 6: ¿Conoce usted la Finca Mashpi Chocolate Artesanal?

Tabla 21*Conocimientos del destino por el turista*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Si</i>	10	6,7%	6,7%%
<i>No</i>	140	93,3%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 23*Conocimiento del destino por el turista*

Los datos indican que un 93,3% del total de encuestados no conocen la Finca Chocolate Artesanal, mientras que tan solo un 6,7% si han realizado visitas en este lugar, esto representa una oportunidad para diseñar estrategias para la promoción del atractivo.

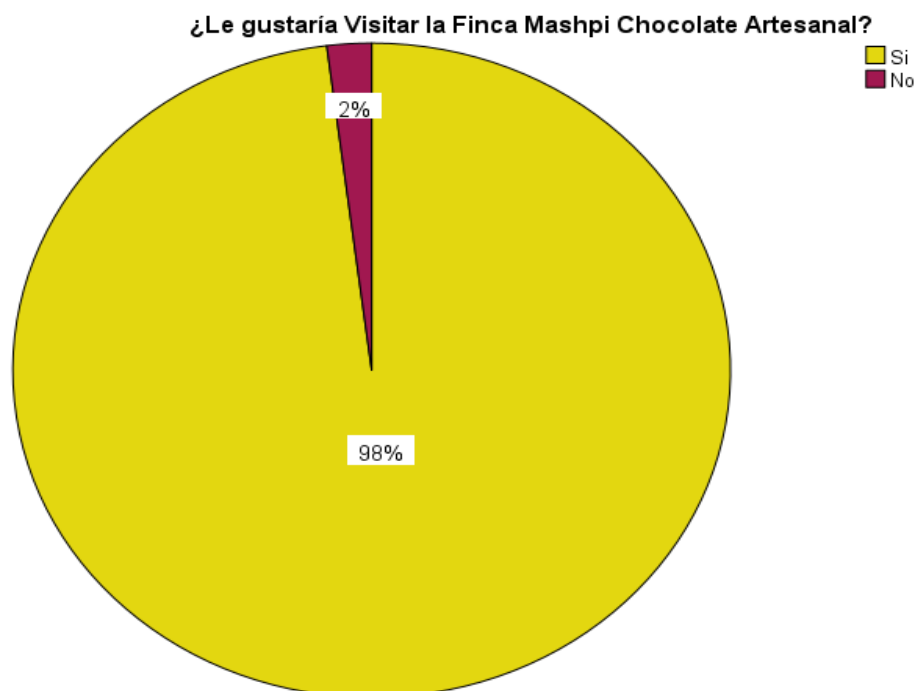
Pregunta 7: ¿Le gustaría visitar la Finca Mashpi Chocolate Artesanal?

Tabla 22*Gusto del turista por visitar la Finca*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Si</i>	147	98%	98%
<i>No</i>	3	2%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 24

Gusto del turista por visitar la Finca



Tomando en consideración los resultados recabados, un 98% de turistas han expresado positivamente su deseo de visitar la Finca Mashpi Chocolate Artesanal, mientras que un 2% no le gustaría visitar este atractivo.

Pregunta 8: ¿Qué servicios le gustaría que la Finca ofrezca al momento de su visita?

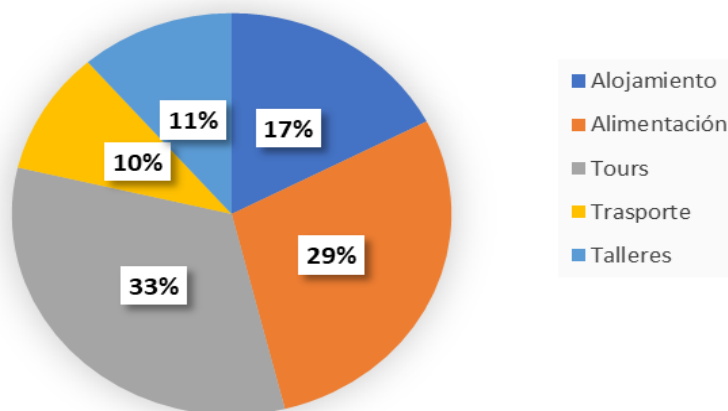
Tabla 23

Servicios ofertados a turistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Alojamiento</i>	49	17%	17%
<i>Alimentación</i>	81	29%	46%
<i>Tours</i>	92	33%	79%
<i>Trasporte</i>	28	10%	89%
<i>Talleres</i>	32	11%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 25*Servicios ofertados a turistas*

¿Qué servicios le gustaría que la Finca ofrezca al momento de su visita?



Según el análisis de resultados los turistas prefieren disfrutar de tours y alojamientos dentro de la Finca Mashpi en el momento de su visita, ya que un 33% siendo este el de mayor porcentaje representa el deseo de los turistas de realizar tours, seguido de un 29% que es el servicio de alimentación, en tercer lugar se encuentra el servicio de alojamiento representando un 17% de preferencia por el turista, el 11% representa servicios de talleres y por último el porcentaje de menor valor que reflejan los resultados es que un 10% de turistas prefieren un servicio de transporte.

Pregunta 9: ¿Qué factores influyen al momento de su visita?

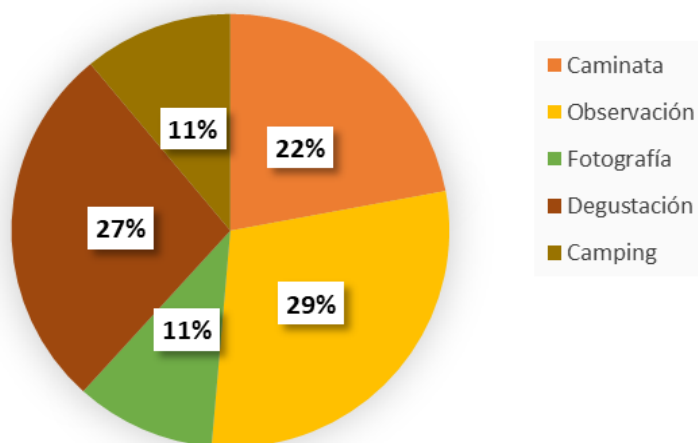
Tabla 24*Actividades a realizar por turistas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Caminata</i>	64	22%	22%
<i>Observación</i>	85	29%	51%
<i>Fotografía</i>	31	11%	62%
<i>Degustación</i>	79	27%	89%
<i>Camping</i>	32	11%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 26

Actividades a realizar por turistas

¿Qué actividades le gustaría realizar dentro de la finca Mashpi Chocolate Artesanal?



Los resultados recabados arrojan que un 29% de turistas encuestados desearían realizar actividades de observación de flora y fauna, seguido de un 27% que les gustaría ser parte de una degustación gastronómica, en tercer lugar y con un porcentaje considerable que representa un 22% los turistas encuestados manifestaron que les gustaría realizar caminatas, por último, con un 11% las actividades elegidas son camping y fotografía dentro del establecimiento turístico.

Pregunta 10: ¿Le gustaría realizar Turismo Vivencial en la Finca Mashpi Chocolate Artesanal?

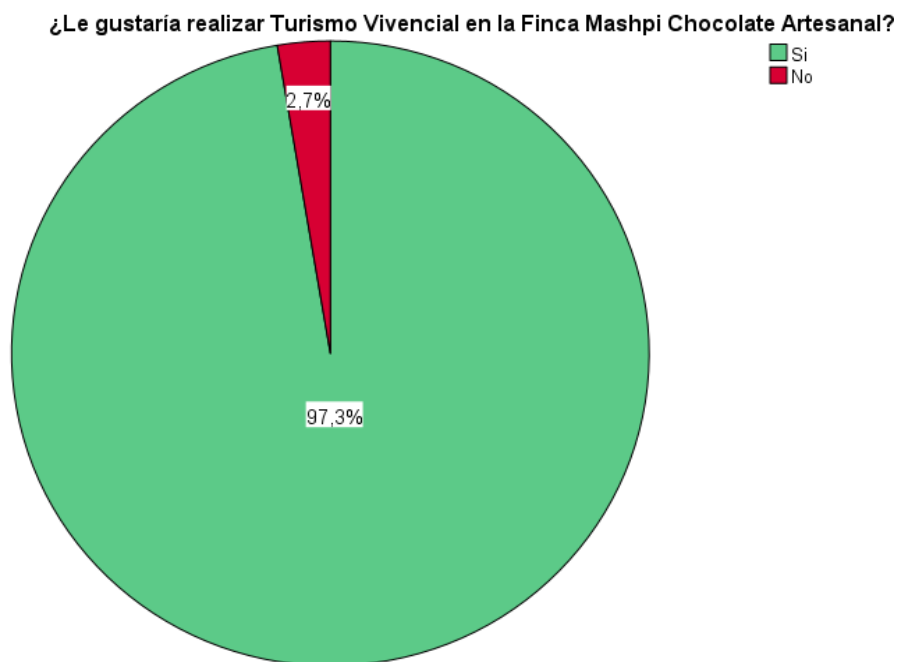
Tabla 25

Turismo Vivencial en la finca

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Si</i>	146	97,3%	97,3%
<i>No</i>	4	2,7%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 27

Turismo Vivencial en Finca



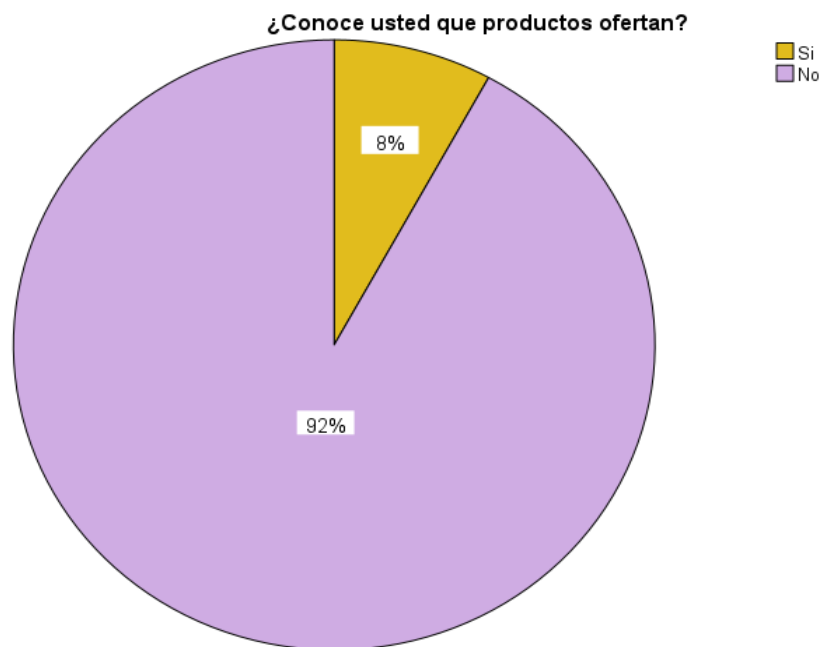
En las encuestas realizadas a los turistas se expresó una pequeña definición de turismo vivencial, aclarado esto, según los resultados obtenidos tan solo un 2,7% de turistas no desean realizar este tipo de turismo dentro de la Finca, sin embargo, existe un gran porcentaje positivo que representa un 97,3% de turistas que desean realizar turismo vivencial dentro de la zona de estudio.

Pregunta 11: ¿Conoce usted que productos ofertan?

Tabla 26

Conocimiento sobre productos que oferta la finca

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Si</i>	95	8%	8%
<i>No</i>	55	92%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 28*Productos que ofertan*

La expresión de los turistas en cuanto a la pregunta planteada arrojó un resultado del 8% de turistas que conocen los productos que la Finca oferta, sin embargo, existe un 92% de encuestados que tienen desconocimiento, lo cual resulta un valor representativo para la investigación.

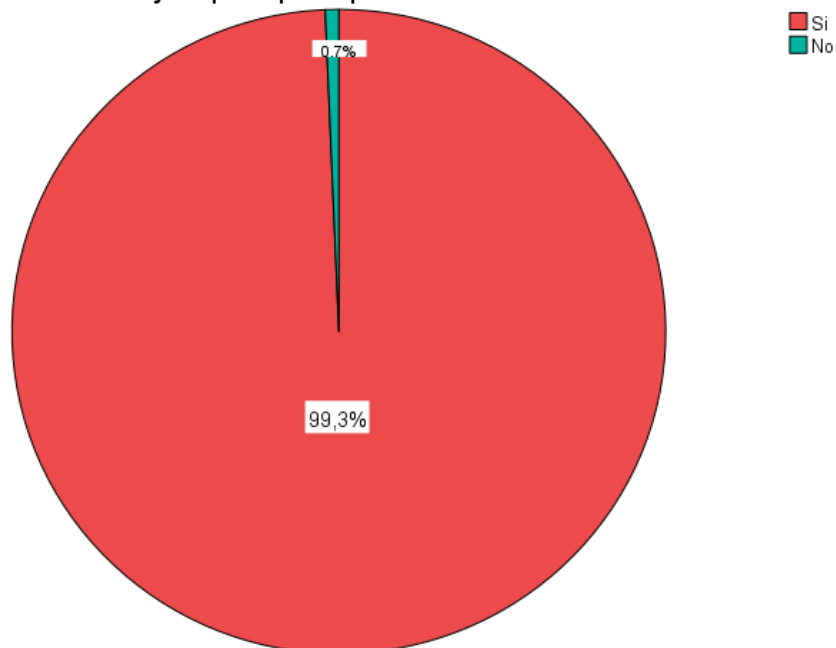
Pregunta 12: ¿Le gustaría conocer y ser partícipe del proceso de elaboración de chocolate artesanal a base de cacao?

Tabla 27*Participación en la elaboración del chocolate*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Si</i>	12	8%	8%
<i>No</i>	138	92%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 29*Participación en elaboración de chocolate*

¿Le gustaría conocer y ser participe del proceso de elaboración de chocolate artesanal a base de cacao?

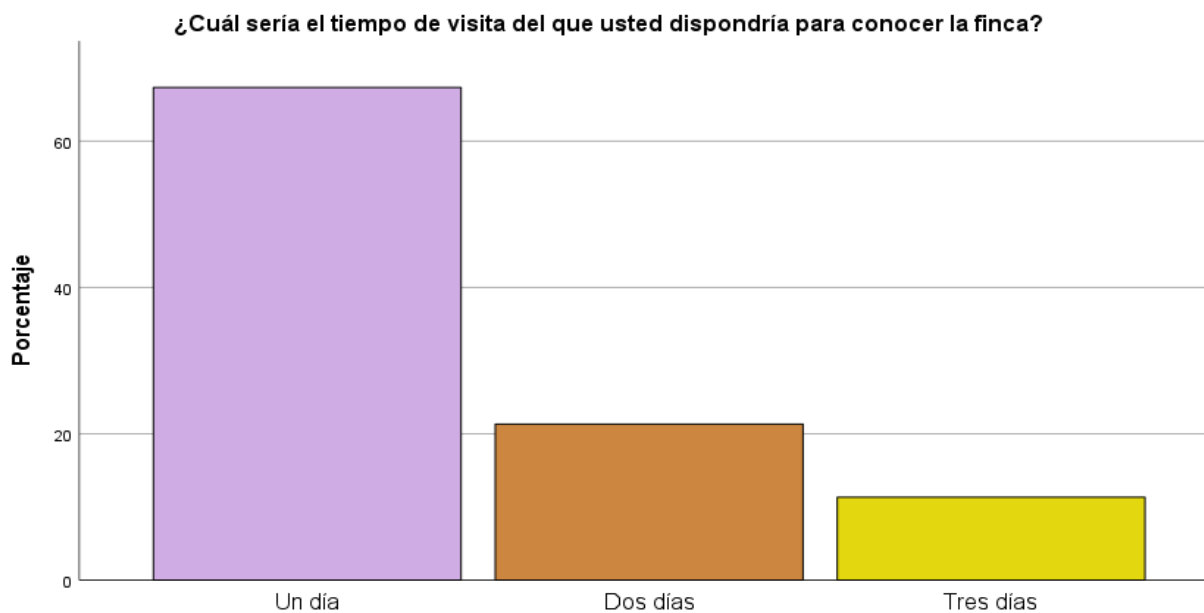


Un 0,3% del total de encuestados no les gustaría ser partícipes o conocer sobre el proceso de elaboración de chocolate artesanal a base de cacao, pero la gran mayoría sintieron curiosidad, por lo tanto, si desearían participar representando un 99,3% de aceptación.

Pregunta 13: ¿Cuál sería el tiempo de visita del que usted dispondría para conocer la finca?

Tabla 28*Tiempo de visita del turista*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Un día</i>	101	67,3%	67,3%
<i>Dos días</i>	32	21,3%	88,7%
<i>Tres días</i>	17	11,3	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 30*Tiempo de visita del turista*

El análisis de los datos señala que el 67,3% de las personas encuestadas permanecerían un día en la Finca como visita, en segundo lugar, se posesiona un porcentaje del 21,3% que eligieron la permanencia de dos días de visita, y por último un 11,3% le gustaría visitar el atractivo por tres días.

Pregunta 14: ¿Cuál es su gasto promedio a pagar por la práctica de Turismo Vivencial?

Tabla 29*Gasto promedio a pagar*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
10 – 20 dólares	79	52,7%	52,7%
21 – 31 dólares	42	28%	80,7%
32 o más	29	19,3%	100%
Total	150	100%	

Figura 31*Gasto promedio a pagar*

Con los resultados obtenidos se concluye que un 52,7% de turistas encuestados que representa mayoría, están dispuestos a pagar en un intervalo de 10 a 20 dólares por la práctica del turismo vivencial, actividades y servicios dentro de la Finca, seguido de un 28% de encuestados que su promedio de gasto es de 21 a 31 dólares y por último con un 19,3% estarías dispuestos a pagar de 32 dólares o más.

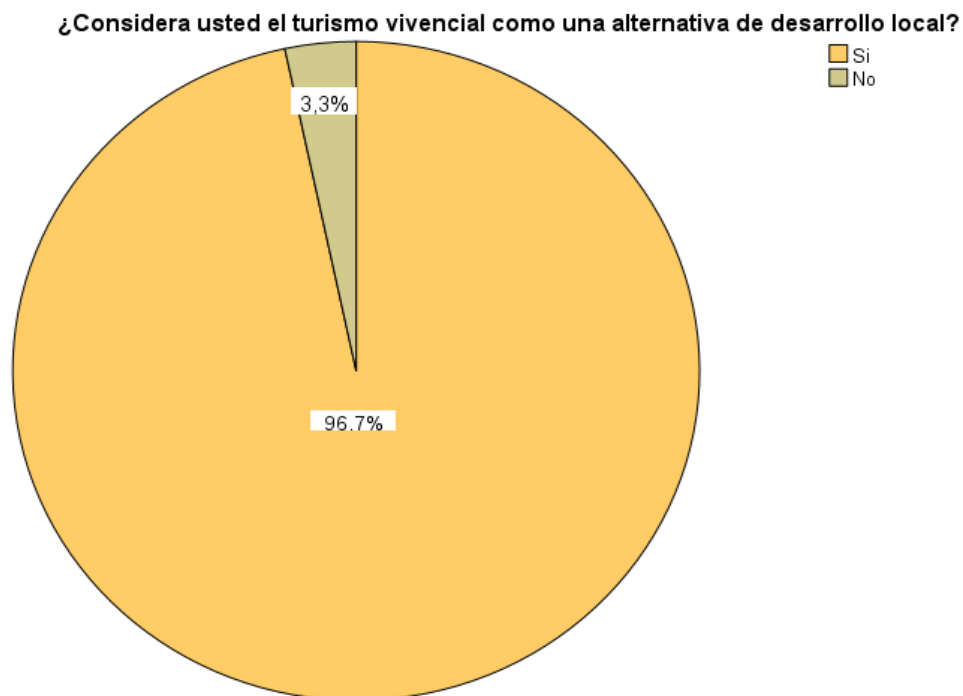
Pregunta 15: ¿Considera usted el turismo vivencial como una alternativa de desarrollo local?

Tabla 30*Turismo vivencial como alternativa de desarrollo local*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Si</i>	145	96,7%	96,7%
<i>No</i>	5	3,3%	100%
<i>Total</i>	150	100%	

Figura 32

Turismo vivencial como alternativa de desarrollo local



Los datos obtenidos indican que un 3,3% de la población encuestada consideran que el turismo vivencial no es una alternativa para el desarrollo local de la zona de estudio, sin embargo, un 96,7% de encuestados consideran lo contrario, en conclusión, se establece que la mayor parte de encuestados consideran la práctica de este tipo de turismo como una alterativa que permita el desarrollo local de la zona, en todos sus ámbitos.

Análisis de resultados de entrevista realizada al representante de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal

Gracias a la entrevista realizada a la representante de la finca Mashpi Chocolate Artesanal, la Srt. Agustina, se obtuvieron resultados que permiten conocer el estado de la situación actual del establecimiento. A continuación, se presenta la siguiente tabla elaborada, misma que refleja el análisis de las respuestas obtenidas.

Tabla 31

Análisis de la entrevista realizada a la representante de la Finca Mashpi

Pregunta	Análisis
<i>¿Cuál es su nombre y su cargo actual dentro de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal?</i>	Buenas tardes, mi nombre es Agustina Arcos y soy gerente general de producción y cuidadora de la Finca.
<i>¿Cuál es la función de la entidad a la que usted representa?</i>	El establecimiento es un negocio familiar que se dedica a la producción de cacao, pero sobre todo a un enfoque de regeneración y conservación de la naturaleza.
<i>¿Cuál es el perfil de turistas que llega al establecimiento?</i>	Aquí llega todo tipo de turista, quienes lo hacen más concurrente son estudiantes, agricultores y sobre todo turistas que les gusta la naturaleza y sobre todo quienes estén interesados en aprender de ecología y agroecología.
<i>¿Ha participado en algún proyecto propuesto por el GAD?</i>	La verdad nunca hemos participado de algún proyecto desde que funcionamos como empresa que ofrece actividades turísticas y conservación del ambiente, en parte es porque el Gad parroquial no ha presentado proyectos al cuál podamos pertenecer, sin embargo, estamos abiertos a cualquier posibilidad de participar en uno.
<i>¿Cuáles son las actividades más representativas que oferta a los turistas dentro del lugar?</i>	Los visitantes tienen la oportunidad de ser parte de recorridos por la finca agroecológica y conocer sobre los sistemas agroforestales, además de conocer el proceso de chocolate y degustación del mismo y también de frutas tropicales del mundo.
<i>¿Cuáles son los productos que más comercializa y cuanta acogida a tenido?</i>	Nosotros comercializamos y sobre todo fabricamos barras de chocolate naturales y orgánicos, las barras varían en porcentajes de cacao natural, de 80%, 65%, 70% y 100% y rellenos de guayaba y pulpa de cacao, este último es el que más se ha vendido en el mercado nacional, sin embargo, nuestro producto de barras de chocolate 100% de cacao ha sido vendido a nivel internacional por su aroma y sabor único.

Pregunta	Análisis
	Además, ofrecemos también polvo de cacao, nibs de cacao, barras de chocolate especialmente para veganos, a estos productos se les da varios usos en casa por ejemplo les puede servir para mezclas en hogares, ya sea con leche o agua o como granolas.
<i>¿Cuál es el valor agregado que usted brinda a los turistas durante su visita?</i>	El único valor agregado que hemos brindado es hacer probar trozos de cacao a los visitantes, como le comento hemos estado más enfocados en conservar y recuperar la naturaleza.
<i>¿Qué estrategias comerciales aún no ha aplicado? ¿Por qué?</i>	No tenemos estrategias comerciales por lo cual no hemos promocionado el lugar, el único medio por el que posteamos talleres, o productos es por Facebook y tenemos una página para venta directa de las barras de chocolate,
<i>¿Cree usted que el turismo vivencial podría ser una alternativa de desarrollo local?</i>	Por supuesto que sí, es una buena alternativa porque los visitantes serían partícipes de los procesos y se mantendrían en contacto directo con la naturaleza y como usted ha podido constatar la ubicación del lugar hace que se desconecten de la ciudad, de personas y sobre todo el internet.
<i>¿Ha considerado realizar otras actividades de las que oferta con el cacao con el fin de fortalecer su actividad económica?</i>	Talvez con el tiempo sí pensando en crecer económicamente, pero al ser un negocio familiar es complicado, nosotros hemos crecido inmersos en la recuperación de la naturaleza, más no hemos pensado ampliamente en dedicarnos de lleno al turismo, porque requiere de mucho cuidado para no alterar el ambiente y por ende el trabajo que hemos venido realizando, sin embargo, no cerramos esa posibilidad.
<i>¿Le gustaría participar brindando actividades de turismo vivencial y contaría con el espacio adecuado para esto?</i>	El espacio de la finca es amplio y sería adecuado para realizar actividades que no sean perjudiciales para la naturaleza, y claro que sí nos gustaría participar si la oportunidad se presenta y no solo pensando en nuestro crecimiento sino en la de la comunidad misma.

Pregunta	Análisis
<i>¿Existe la posibilidad de brindar alojamiento a los turistas que visten la finca?</i>	Sinceramente no, aunque se cuenta con espacios amplios no consideramos esa posibilidad, no queremos hospedaje porque al crearlo estaríamos deteriorando el ambiente por los materiales, como usted sabe las tendencias de hospitalidad van cambiando y acoplarnos hoy en día a los cambios es complicado por el mismo hecho que nuestra filosofía es la recuperación del ambiente.

Análisis de resultados de entrevista realizada al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Pacto.

Luego de la entrevista realizada al presidente del GAD Pacto, el Sr. Richard Paredes, se elaboró la siguiente tabla en la cual se presenta el análisis respectivo de las respuestas otorgadas:

Tabla 32

Análisis de la entrevista realizada al presidente del GAD parroquial de Pacto

Pregunta	Análisis
<i>¿Considera usted que el GAD Parroquial de Pacto ha impulsado proyectos para fortalecer el turismo?</i>	Más que considerarlo lo he realizado a través de las promociones digitales, desde luego no de una manera técnica, pero de acuerdo a lo que ofrece la parroquia sus escenarios turísticos.
<i>¿Cuál considera usted que es la actividad económica más relevante de la comunidad San José de Mashpi?</i>	Bueno, puntualmente, de la comunidad San José de Mashpi la actividad económica más relevante es la agricultura y la generación de empleo, ya que los habitantes tienen plazas de trabajo en la empresa Mashpi Lodge, además otra actividad son los emprendimientos que innovan productos orgánicos brinda la oportunidad de generar empleo alrededor de 10 personas.
<i>¿Cree usted que el turismo puede beneficiar a los habitantes de la comunidad?</i>	Claro, por supuesto que lo beneficiaría siempre y cuando pudiera existir un capital semilla y un apoyo técnico por parte de alguna institución pública, pero de una manera contundente ya que lo que han apoyado son solamente iniciativas.

Pregunta	Análisis
<i>¿Conoce usted o a escuchado sobre el turismo vivencial?</i>	No exactamente, pero me da a entender que sería un turismo participativo, un turismo campal y el lugar de la comunidad de Mashpi yo considero que si facilita para ellos.
<i>¿Se ha desarrollado acciones vivenciales con los turistas como intercambio de conocimientos y experiencias?</i>	Si de una manera muy parcial digamos, por ejemplo, hay emprendimientos en los que no pueden participar los turistas de manera directa, pero si se imparte conocimientos y como cada emprendedor ha vivido su experiencia.
<i>¿Qué actividades considera usted que se pueden crear dentro de esta temática?</i>	Es factible por las condiciones de entorno y sociales que tiene también la parroquia de llevar a cabo actividades turísticas, por ejemplo, rutas que permitan dar a conocer cada emprendimiento y sobre todo se pueda expresar cual es el diario vivir, Mashpi no cuenta con toda la accesibilidad por varios factores, es por esto que se requiere la ayuda de instituciones.
<i>¿Considera usted que la práctica de turismo vivencial en la elaboración de chocolate a base de cacao ayudaría al desarrollo de la parroquia?</i>	Si, por supuesto, todos los emprendimientos que se están desarrollando en la parroquia ayuda al desarrollo de la parroquia, incluso más arriba de la comunidad de Mashpi tenemos un buen emprendimiento que está apoyado por la Organización Fundación Futuro y en el radio de la parroquia hay otros emprendimientos más que son a base de otros productos agrícolas como la misma panela, como las frutas exóticas que necesitan de este desarrollar, la elaboración de chocolate sin duda ayudaría ya que sin ser tan reconocidos ha aportado mucho para que la parroquia de Pacto sea nombrada por lo menos por turistas.
<i>¿Existe alguna estrategia promocional que integren a diversos atractivos de la zona?</i>	Por supuesto, por supuesto, como le digo, no de una manera técnica pero constante, yo mismo he subido a redes sociales y página del Gad sobre los emprendimientos y escenarios turísticos que tiene la parroquia, y focalizando alguna especie sea de fauna o de flora que tenemos en la parroquia alrededor de 460 especies entre flora y fauna para ofrecer.

Pregunta	Análisis
<i>¿Los dueños de establecimientos han sido capacitados para operar y administrar su negocio turístico?</i>	Verá, de manera directa como Gad no, pero articulado con otras instituciones sí, por ejemplo el Gobierno de la Provincia a través de la universidad Católica se hizo un taller interinstitucional con 4 o 5 juntas parroquiales y hace unos años atrás la UTE hizo trabajo de un seguimiento como modelo de desarrollo turística de 4 comunidades pero realmente a la final fue triste porque solo quisieron llenar un proyecto, no con resultados prácticos para las comunidades que brindaron su espacio y tiempo para ese trabajo.
<i>¿Cuenta con estadísticas en términos de números y nacionalidades de los visitantes que llegan?</i>	Exactamente no, no tenemos, solo tenemos una presunción nada más, de que turistas llegan, por ejemplo, los que más visitan la parroquia son turistas nacionales.
<i>¿Qué es lo que más busca el turista al llegar al destino?</i>	Los vecinos de Quito son los turistas que siempre llegan a Pacto y buscan el contacto directo con la naturaleza y conocer de los emprendimientos con los que la parroquia cuenta.
<i>¿Cómo GAD cuál es su planificación para contribuir a la reactivación del turismo en la parroquia?</i>	Una planificación realizada no, pero si un empeño y voluntad de trabajar promocionando y haciendo un seguimiento lo que he iniciado, es decir de una manera no técnica, ya que de igual manera no se cuenta el apoyo económico de otras entidades públicas para un mejor desarrollo de la parroquia.

Capítulo IV

Propuesta

Justificación

Con relación a las informaciones recopiladas en el análisis de resultados en base a las encuestas y entrevistas, se ha establecido que la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad de San José de Mashpi requieren una organización y coordinación de ciertos elementos tangibles e intangibles que favorezcan la posibilidad de obtener un desarrollo turístico en este destino.

La buena predisposición del personal de la finca y de la comunidad, para participar en proyectos turísticos, es un pilar esencial para que el desarrollo del turismo sea más viable y para que esta población en general se encuentre lista, formada y capacitada en relación a habilidades y conocimientos necesarios para recibir a los turistas nacionales o extranjeros.

La información levantada del lugar es de utilidad para plantear las estrategias que son los instrumentos y medios para fortalecer el desarrollo del turismo vivencial en la Finca Mashpi shungo Chocolate Artesanal.

El análisis de toda la información obtenida es el origen de la elaboración de las estrategias a presentar para que sean fuentes de desarrollo turístico local para la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad de San José de Mashpi.

Análisis FODA

El primer paso para la presentación de la propuesta de la presente investigación se origina con la idealización de las estrategias principales tomadas en cuenta donde, a raíz de estas, se encuentra la identificación de variables internas y externas que favorecen una utilidad y viabilidad de valor en ciertos enfoques que serán de beneficio para lo planteado en este apartado. La determinación de estos elementos internos y externos principales se los reagrupan por medio de un análisis FODA en una matriz para tener un punto de vista general de lo que se ha obtenido hasta ahora.

A continuación, se presenta la matriz FODA, donde se han redactado cuatro variables principales para cada elemento; fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Tabla 33

Matriz FODA

N°	Fortalezas	N°	Debilidades
<i>F1</i>	Espacio territorial turístico para la conservación y recuperación de flora y fauna.	<i>D1</i>	Capacitación turística limitada para los emprendimientos y la comunidad.
<i>F2</i>	Cacao y frutas tropicales como materias primas de calidad.	<i>D2</i>	Bajo nivel de innovación en los productos derivados del cacao.
<i>F3</i>	Voluntad de participación en proyectos turísticos por parte de los emprendimientos y la comunidad.	<i>D3</i>	Reducida accesibilidad a los emprendimientos.
<i>F4</i>	Elaboración de productos orgánicos	<i>D4</i>	Escasez de promoción turística.
N°	Oportunidades	N°	Amenaza
<i>O1</i>	Expansión de mercado de los productos orgánicos.	<i>A1</i>	Crecimiento de la competencia local e internacional en la producción de cacao
<i>O2</i>	Predisposición del GAD parroquial en apoyar el desarrollo turístico local.	<i>A2</i>	Cambio climatológico y desastres naturales.
<i>O3</i>	Reconocimiento de la comunidad San José de Mashpi por los productos elaborados a partir del cacao.	<i>A3</i>	Variación constante de las tendencias turísticas.
<i>O4</i>	Inversión en el sector turístico por entidades privadas o públicas.	<i>A4</i>	Manifestaciones sociales.

Matriz de Confrontación

Posterior a la definición de los elementos que componen la matriz FODA, se procede con la valoración del nivel de relación que existe entre cada uno de los componentes.

La relación existente entre las variables del FODA se puede medir a través de una escala de valores donde cada número identifique el nivel de influencia existente entre el par de elementos que se van a considerar. En base a lo establecido por el criterio personal de la autora de la presente investigación, el rango de medición de nivel de relación será de 0 a 3.

Tabla 34

Escala de valoración

Valor	Nivel de influencia
0	Ninguno
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

Luego de un análisis del nivel de confrontación entre las variables de la matriz FODA, se ha evaluado cada una de las relaciones presentadas. Los resultados de dichas relaciones se pueden observar en la siguiente figura:

Figura 33

Matriz de confrontación

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

Alternativas estratégicas

Posteriormente a la definición de los elementos internos y externos más relevantes con relación a los cruces realizados en la matriz de confrontación, se procede al desarrollo de alternativas estratégicas.

Cada estrategia tiene un enfoque principal que varía con base a cada elemento interno que se interrelaciona con cada elemento externo, esto se lo detalla en la siguiente tabla, que sirve como herramienta y guía para el desarrollo de las mismas.

Tabla 35

Tipos de estrategias

Relación	Tipo de estrategia	Enfoque
F.O.	De crecimiento u ofensiva	Aprovechar la oportunidad por medio de la fortaleza.
F.A.	De reacción o defensiva	Enfrentar la amenaza mediante la fortaleza.
D.O.	De orientación o adaptativa	Aprovechar la oportunidad permite superar la debilidad.
D.A.	De supervivencia o reactiva	Evitar la amenaza es posible al reducir la debilidad.

Las alternativas estratégicas, que surgieron a partir de los elementos de la matriz FODA y de sus confrontaciones principales, son las siguientes:

Tabla 36

Alternativas estratégicas

Relación	Elementos	Estrategia
<i>F3 O2</i>	Voluntad de participación en proyectos turísticos por parte de los emprendimientos y la comunidad. / Predisposición del GAD parroquial en apoyar el desarrollo turístico local.	Diseño de un tour turístico para que la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad San José de Mashpi logren alcanzar un posicionamiento más beneficioso a nivel provincial y nacional.
<i>D1 O4</i>	Capacitación turística limitada para los emprendimientos y la comunidad. / Inversión en el sector turístico por entidades privadas o públicas.	Elaboración de un programa de preparación, formación y capacitación turística para el personal de la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad local, con el objetivo de ofrecer un servicio de mayor calidad a los turistas y así volver mayormente competitivo a nivel provincial y nacional.
<i>F3 A1</i>	Voluntad de participación en proyectos turísticos por parte de los emprendimientos y la comunidad. / Crecimiento de la competencia local e internacional en la producción de cacao.	Establecimiento de alianzas estratégicas y convenios con entidades privadas y públicas relacionadas con el área turística, para aumentar la competitividad de la comunidad.
<i>D4 A3</i>	Escasez de promoción turística. / Variación constante de las tendencias turísticas.	Desarrollo de medios promocionales turísticos con el fin de promocionar la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística de la comunidad.

Lineamientos estratégicos y sus elementos

Los lineamientos estratégicos son aquellas alternativas que se han establecido previamente pero se las analizan de una manera detallada, se componen de ciertos elementos específicos que permiten analizar cada estrategia según diferentes puntos de vista.

En esta investigación además de la información detallada de manera textual, se complementan algunas figuras de referencia a lo que se basa cada lineamiento estratégico, mismos que son fuentes de inspiración o de desarrollo personal, con el fin de dar a conocer más gráficamente la propuesta final.

La estrategia “*Diseño de un tour turístico para que la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad San José de Mashpi logren alcanzar un posicionamiento más beneficioso a nivel provincial y nacional*” se compone de los siguientes elementos:

Tabla 37

Elementos de la estrategia FO

Actividad	Acción	Responsable	Beneficiario	Recursos	Tiempo	Presupuesto
1. Diversificar la oferta turística de la Finca Mashpi y la comunidad local por medio de un producto turístico innovativo.	1. Crear un tour turístico de participación por parte de la Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal	Finca Mashpi Shungo Chocolate	Sector turístico Comunidad local Prestadores de servicios turísticos	Económico Materiales Tecnológico Personal de turismo	2 semanas	\$400

Descripción de las estrategias

A continuación, se presenta la descripción de cada estrategia planteada.

Actividad y acciones de la estrategia FO. La estrategia FO es la creación de un tour turístico para que la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad San José de Mashpi logren alcanzar un posicionamiento más beneficioso a nivel provincial y nacional.

Tabla 38

Actividad y acción de la estrategia FO

Actividad	Acción
1. Diversificar la oferta turística de la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad local por medio de un producto turístico innovativo.	1. Crear un tour turístico de participación por parte de la Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal

Acción 1 de la Actividad 1. La creación de una ruta turística como nuevo producto dentro de la finca permite el desarrollo local del establecimiento, los resultados de los encuestados reflejan la aceptación de participar activamente en esta propuesta.

A continuación, se presenta la idea de propuesta a esta estrategia.

Figura 34

Generalidades del tour



\$	Costo \$15,00	
☀️	Full Day 1 día	
🕒	Tiempo de ruta 4h40min	Actividades -Senderismo -Observación de flora y fauna - Degustación
🌡️	Temperatura 17° y 20° C	Turismo vivencial - Creación de chocolate - Práctica de reforestación
🧑🏃	Senderismo Dificultad media	No incluye - Alimentación - Productos de compra. - Transporte

Para la creación de la Ruta turística se ha considerado áreas importantes, que permiten vivir al turista la experiencia de conocer cada rincón de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal, se ha detallado también espacios para conocer sobre la conservación del ambiente, puntos claves para realizar una buena práctica de cultivo, cosecha y elaboración del cacao.

A continuación, se presenta gráficamente la ruta turística que ofrece la finca, misma que sirve como orientación al turista:

Figura 35

Creación de la ruta de chocolate en la Finca.

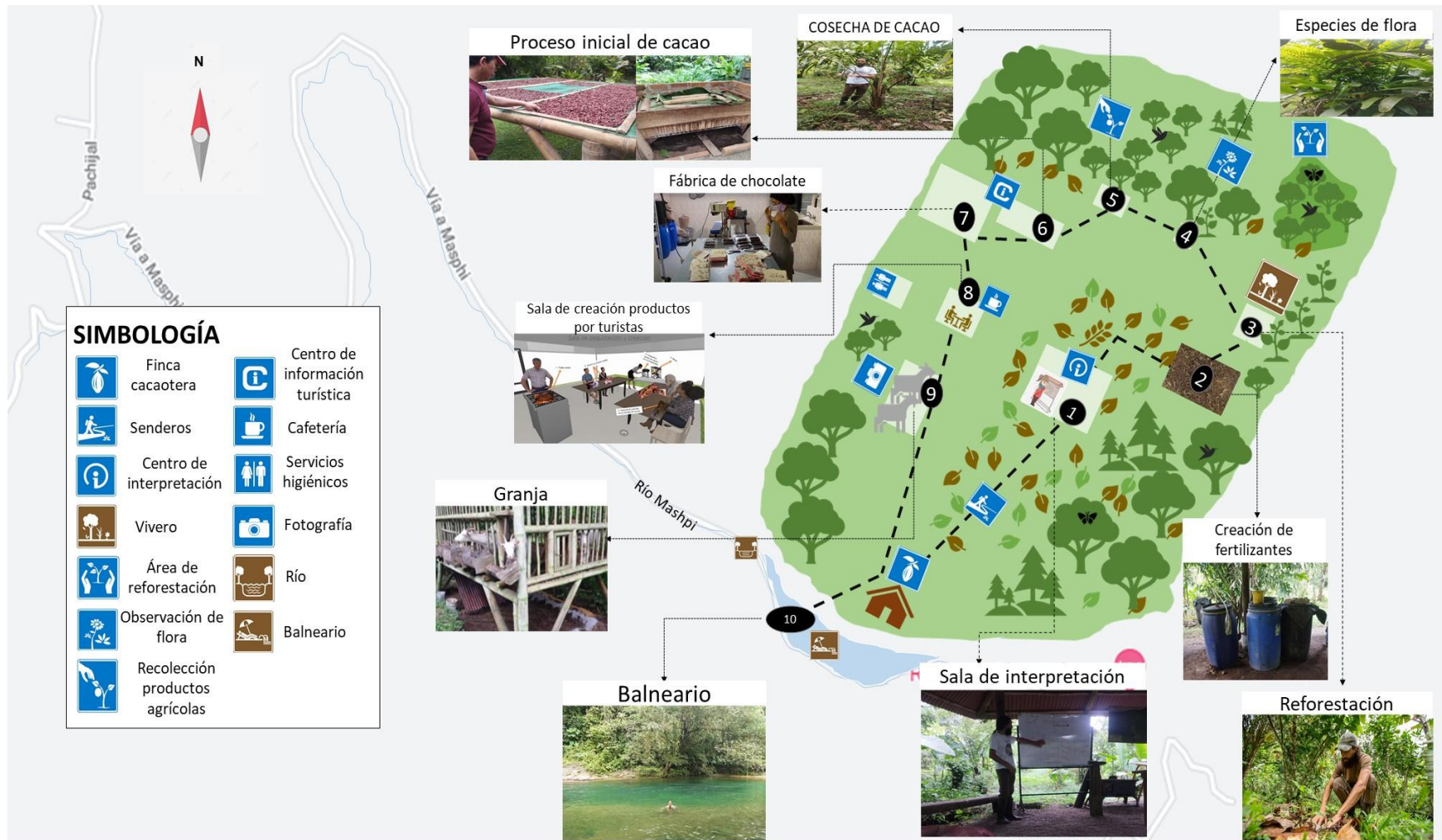


Tabla 39

Itinerario de la ruta

Hora	Punto de inicio	Actividades	Punto de llegada	Tiempo del recorrido
06:00 – 08:59	Punto de encuentro	Se recoge al turista en la estación Ofelia-Quito para tomar el transporte respectivo y dirigirse a la Finca.	Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal	3 horas
09:00 - 09:15	Entrada a la Finca	Dar la bienvenida, recomendaciones generales y se preparan para iniciar el recorrido.	Sala de interpretación	15 minutos
09:15 – 09:35	Sala de interpretación	Informar al turista la biorregión, reseña histórica de la finca y caminata por senderos hacia el área de fertilizantes.	Área de creación de fertilizantes	20 minutos
09:35 – 10:05	Área de creación de fertilizantes	Introducción general de fertilizantes y suelos, información de la creación de micronutrientes, proceso y riego en plantas, caminata por senderos hacia el área de reforestación.	Área de reforestación	30 minutos
10:05 – 10:35	Área de reforestación	Poner en práctica conocimientos, el turista será partícipe de la aplicación de micronutrientes y plantación de especies de flora, posteriormente se realizará caminata por senderos.	Área representativa de flora	30 minutos
10:35 – 10:50	Área representativa de flora	En esta área de presenta al turista las especies de flora tanto endémicas como introducidas, se permiten fotografías, concluyendo se dirige a los visitantes hacia el área de plantación de cacao.	Plantación de cacao	15 minutos

Hora	Punto de inicio	Actividades	Punto de llegada	Tiempo del recorrido
10:50 – 11:10	Plantación de cacao	Explicación al turista sobre el sistema de plantación de cacao, tipos de cacao, temporadas y su cosecha, además se permite la degustación de la mazorca de cacao. A continuación, se dirige a los turistas al área de post-cosecha.	Área de post-cosecha	20 minutos
11:10 – 11:25	Área de post-cosecha	Los turistas serán participes de la selección de cacao donde conocerán como separar impurezas, el proceso de fermentación y secado, posteriormente se dirigen a la fábrica de chocolate.	Fábrica de chocolate	15 minuto
11:25 – 11:40	Fábrica de chocolate	Esta área es restringida a turistas para evitar contaminación en el proceso de elaboración, sin embargo, podrán observar por ventanales la maquinaria que se utiliza y su debido proceso, desde la semilla de cacao hasta el empaçado.	Sala de creación	15 minutos
11:40 – 13:40	Sala de creación	<ul style="list-style-type: none"> - Degustación de trozos de chocolate de diferentes sabores y aromas, que produce la finca. - El turista podrá vivir la experiencia de elaborar artesanalmente sus propios moldes de chocolate, se brinda la maquinaria adecuada para la creación, el turista realizará el proceso de: Tostado y separación de cascara de semilla de cacao Moledura Integrar la pasta de cacao con endulzantes Moldear, dejar secar y obtener producto final. 	Granja	2 horas

Hora	Punto de inicio	Actividades	Punto de llegada	Tiempo del recorrido
13:40	Granja	En esta área se presentan animales de granja donde el turista puede visitarlos y tomar fotografías.	Área recreativa	Tiempo libre
Tiempo libre	Área recreativa	Esta área consta de un río de libre acceso para que el turista pueda realizarse baños, además se permite la preparación de propios alimentos en caso que lo requieran.	Entrada de la Finca	Tiempo libre

Observaciones: El tour dentro de la finca tiene un costo individual de \$15 dólares, este valor no incluye transporte de venida ni regreso, y tampoco incluye almuerzo en caso de requerirlo. Para el servicio de alimentación y transporte se debe reservar con anterioridad para poder gestionar y brindar el mejor servicio.

A continuación, se presenta gráficamente el área de creación de productos propios, elaborados por los mismos turistas, esto con el fin de que sean partícipes de la creación de productos de chocolate, de manera artesanal, haciendo de su experiencia, única.

Figura 36

Creación de la sala de creación de productos propio, elaborados por turistas.



La estrategia “*Elaboración de un programa de preparación, formación y capacitación turística para el personal de la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad local, con el objetivo de ofrecer un servicio de mayor calidad a los turistas y así volverse mayormente competitivo a nivel provincial y nacional*” se compone de los siguientes elementos:

Tabla 40

Elementos de la estrategia DO

Actividad	Acción	Responsable	Beneficiario	Recurso	Tiempo	Presupuesto
1. Mantener capacitada en el ámbito turístico a la comunidad local y al prestador de servicio turístico para un desarrollo económico y turístico general del destino.	1. Elaborar un programa de capacitación turística que se pueda realizar de manera constante para el personal de la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad local para ofrecer un servicio de calidad a los turistas.	GAD parroquial de Pacto MINTUR Atractivos Comunidad local Personal de turismo	Sector turístico Prestador de servicios turísticos Comunidad local	Materiales Tecnológic os Personal de turismo del GAD parroquial o del MINTUR	4 meses	\$800

Actividad y acciones de la estrategia DO. La estrategia es la elaboración de un programa de preparación, formación y capacitación turística para el personal de la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad local, con el objetivo de ofrecer un servicio de mayor calidad a los turistas y así volver mayormente competitivo a nivel provincial y nacional, tomando en cuenta esto se definió una sola actividad con su respectiva acción.

Tabla 41

Actividad y acción de la estrategia DO

Actividad	Acción
1. Mantener capacitada turísticamente a la comunidad local y al personal de todo emprendimiento de potencial turístico como la Finca Mashpi Chocolate para un desarrollo económico y turístico general del destino.	1. Elaborar un programa de preparación, formación y capacitación turística que se pueda realizar de manera constante para el personal de la Finca Mashpi Chocolate y la comunidad local para ofrecer un servicio de calidad a los turistas.

Acción 1 de la Actividad 1. A continuación, se presenta el programa de capacitación que permitirá a dueños del establecimiento ser partícipes y a futuro brindar una mejor calidad de servicio a los visitantes.

Este programa de capacitación está estipulado para cumplirse en 4 meses, en este tiempo se consideran factores que influyen en completar la capacitación en menor tiempo, como la dificultad de acceso al lugar, además la disposición de tiempo de los prestadores de servicios, es por esto que se toma en cuenta fines de semana con horarios matutinos y vespertinos.

Al final de la capacitación se proveerá a cada participante un certificado, este será emitido por el Gad Parroquial de Pacto, mismo que será responsable de brindar estas capacitaciones.

Tabla 42

Programa de capacitación

Ámbito	Temas	Beneficiario	Responsables	Duración	Fechas	Horario
Introducción al turismo	Aspectos básicos del turismo	Prestador del servicio	GAD Pacto	30 horas	Del 04/03/2023 al 11/03/2023	Sábado y domingo 08:00 – 16:00
	Valores y principios relacionados del turismo	turístico Comunidad	Técnico de capacitaciones de Quito			
	Buenas prácticas turísticas		Turismo			
	Planta turística					
Atención al cliente	Hospitalidad	Prestador del servicio	GAD Pacto	20 horas	Del 25/03/2023 al 01/04/2023	Sábado y domingo 14:00 – 20:00
	Comunicación asertiva con turistas	turístico Comunidad	Técnicos de Universidades o tecnologías			
	Calidad en el servicio prestado					
	Herramientas para mejorar la relación con clientes					
Técnicas de guiar	Liderazgo	Prestador del servicio	GAD Pacto	20 horas	Del 15/04/2023 al 23/04/2023	Sábado y domingo 09:00 – 14:00
	Ética profesional	turístico Comunidad	Guías turísticos de agencias de viajes			
	Solución de problemas					
	Actualizar de conocimientos al personal turístico					

Ámbito	Temas	Beneficiario	Responsables	Duración	Fechas	Horario
Conservación del ambiente	Cuidado ambiental Buenas prácticas agrícolas Sensibilización y concientización ambiental Interacción medio ambiente, turistas y actividades. Manejo del suelo	Prestador del servicio turístico Comunidad	GAD Pacto Técnicos de la Corporación Nacional de bosques privados	30 horas	Del 06/05/2023 al 27/05/2023	Sábado y domingo 15:00 – 19:00
Manipulación de alimentos	Aseo personal Aseo de equipamiento a usar para alimentos Aseo del lugar Manejo de equipos Higiene en manipulación de materia prima Protocolo de bioseguridad	Prestador del servicio turístico Comunidad	GAD Pacto Técnicos del Arcsa.	20 horas	Del 03/06/2023 al 11/06/2023	Sábado y domingo 09:00 – 14:00
Promoción	Promoción de la oferta Inversión en publicidad Tipos de publicidad Canales de difusión Manejo de redes sociales		GAD Pacto Operador turístico	20 horas	Del 17/06/2023 al 25/06/2023	Sábado y domingo 08:00 – 13:00

La estrategia “*Establecimiento de alianzas estratégicas y convenios con entidades privadas y públicas relacionadas con el área turística, para aumentar la competitividad de la comunidad*” se compone de los siguientes elementos:

Tabla 43

Elementos de la estrategia FA

Actividad	Acción	Responsables	Beneficiarios	Recursos	Tiempo	Presupuesto
1. Realizar alianzas estratégicas con organismos privados y públicos.	1. Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes de Quito para dar a conocer la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística local. 2. Concretar alianzas con emprendimientos locales para ampliar la promoción turística.	GAD parroquial de Pacto Prestadores de servicios turísticos Comunidad local Agencias de viajes de Quito	Sector turístico Comunidad local Prestadores de servicios turísticos	Material Tecnológico Personal de turismo	2 semanas	\$60
2. Establecer convenios con instituciones educativas superiores.	1. Llevar a cabo un convenio con instituciones de educación superior para que los estudiantes aporten al desarrollo en determinados ámbitos mediante proyectos o pasantías.	GAD parroquial de Pacto Prestadores de servicios turísticos Comunidad local Estudiantes universitarios	Sector turístico Prestadores de servicios turísticos Comunidad local Estudiantes	Materiales Tecnológicos	2 semanas	\$50

Actividad y acciones de la estrategia FA. La estrategia es establecer alianzas estratégicas y convenios con entidades privadas y públicas relacionadas con el área turística, para aumentar la competitividad de la comunidad.

Tabla 44

Actividad y acción de la estrategia FA

Actividad	Acción
1. Realizar alianzas estratégicas con organismos privados y públicos.	1. Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes de Quito para dar a conocer la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística local. 2. Concretar alianzas con atractivos locales para ampliar la promoción de la oferta turística de la comunidad.
2. Establecer convenios con instituciones educativas superiores.	1. Llevar a cabo un convenio con instituciones de educación superior para que los estudiantes aporten al desarrollo en determinados ámbitos en la comunidad mediante proyectos o pasantías.

Acción 1 en Actividad 1. Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes para dar a conocer la Finca Mashpi Chocolate Artesanal es una alternativa significativa para despertar interés en los turistas por visitar el lugar.

Las agencias de viajes óptimas para que la Finca Mashpi realice alianzas son las que se encuentran en el cantón Quito, especialmente del centro histórico y norte de Quito, ya que es el lugar más aproximado y al que llega la mayor parte de turista. Esta propuesta es de suma importancia ya que se puede aprovechar entidades turísticas que fortalezcan la promoción de la zona de estudio, además obtener beneficios por cada una de las partes.

Acción 2 en Actividad 1. La acción de concretar alianzas con atractivos y emprendimientos locales es mucho más importante para un mejor desarrollo de la zona, fortalecerse y ayudarse entre sí para captar gran cantidad de turistas, de igual manera incentivarlos a realizar promociones de sus establecimientos para darse a conocer.

En la siguiente tabla se presenta atractivos de la comunidad, aledaños a la zona de estudio:

Tabla 45

Atractivos de la parroquia de Pacto

Atractivo	Descripción
Reserva Amagusa	Reserva privada con senderos que permiten conocer el bosque primario protegido, además cuenta con gran diversidad de aves llamativas y brinda al turista la oportunidad de disfrutar de la comida típica de la zona.
Pedaleando a Mashpi	Este emprendimiento de la comunidad brinda la oportunidad al turista de realizar recorridos en bicicleta, recorriendo el sendero de la panela, el chocolate y el palmito.
Reserva El Shamar	Lugar ideal para disfrutar de la naturaleza, observación de aves y realizar actividades de aventura como: tubing, trekking y cayoning
Reserva Pambillo	Reserva conformada de bosque primario y secundario en el que se pueden apreciar animales como el armadillo, mono aullador, tortugas, entre otros.
Reserva Chontaloma	Establecimiento de alojamiento, con instalaciones de madera, vista al río y brinda equipamiento de cocina, sala y comedor, además permite realizar actividades como bicicleta de montaña, caminatas por senderos ecológicos y cascadas.
Río de Mashpi	Este atractivo permite al turista interactuar con el agua, adecuado para balneario.
Mashpi Lodge	Establecimiento que brinda servicios de alojamiento de lujo y confort, alimentación y de observación de montañas boscosas, este resulta ser atractivo para los turistas porque interpreta un eco-lodge dentro de una selva.
WasiMashpi	Tienda de productos orgánicos, el más comercializado es el queso de hoja, además brinda al turista una vista increíble del río Mashpi en sus aguas más calmadas.

Acción 1 en Actividad 2. Crear convenios como alianza estratégica es importante porque se pueden realizar proyectos de investigación y se permite la posibilidad a estudiantes de conocer a través de prácticas pre profesionales y pasantías con el fin de aportar más en el progreso del turismo, cuidado ambiental y actividades.

Quienes pueden beneficiarse de convenios son estudiantes que pertenecen a de unidades educativas con carreras o ramas vinculadas a la agronomía, agroindustria, turismo, ambiental, mismos que brindarán conocimientos impartidos en clases y se enriquecerán de los mismos mediante prácticas de campo.

La estrategia “*Desarrollo de medios promocionales turísticos con el fin de publicitar la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística de la comunidad San José de Mashpi*” se compone de los siguientes elementos:

Tabla 46

Elementos de la estrategia DA

Actividad	Acción	Responsable	Beneficiarios	Recursos	Tiempo	Presupuesto
1. Promocionar la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística de la comunidad San José de Mashpi con la ayuda de	1. Renovar la página web de la Finca y del Gad de Pacto por medio del aprovechamiento de un mayor contenido multimedia variado e información turística.	GAD parroquial de Pacto	Sector turístico Comunidad local Prestadores de servicios turísticos	Económico Materiales Tecnológicos Manejador de marketing digital Personal de turismo	Trimestral	\$50

Actividad	Acción	Responsable	Beneficiarios	Recursos	Tiempo	Presupuesto
los medios digitales.	2. Crear una cuenta en la red social y Tik Tok para favorecer la promoción de la oferta turística conjunto a las cuentas ya existentes en Facebook e Instagram.					
2. Promocionar la Finca Mashpi Chocolate a través de medios tradicionales.	1. Presentar la oferta turística y los productos innovativos de los emprendimientos locales por medio de un manual publicitario.	GAD parroquial de Pacto	Sector turístico Comunidad local Prestadores de servicios turísticos	Económicos Materiales Tecnológicos Personal de turismo	Según la frecuencia	\$350

En resumen, se puede establecer que el presupuesto total de esta propuesta tiene un capital base de \$ 1710, donde puede variar en concordancia a aquellos elementos variables de cada estrategia.

Actividad y acciones de la estrategia DA. La estrategia es el desarrollo de medios promocionales turísticos con el fin de promocionar la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística de la comunidad San José de Mashpi.

Tabla 47

Actividad y acción de la estrategia DA

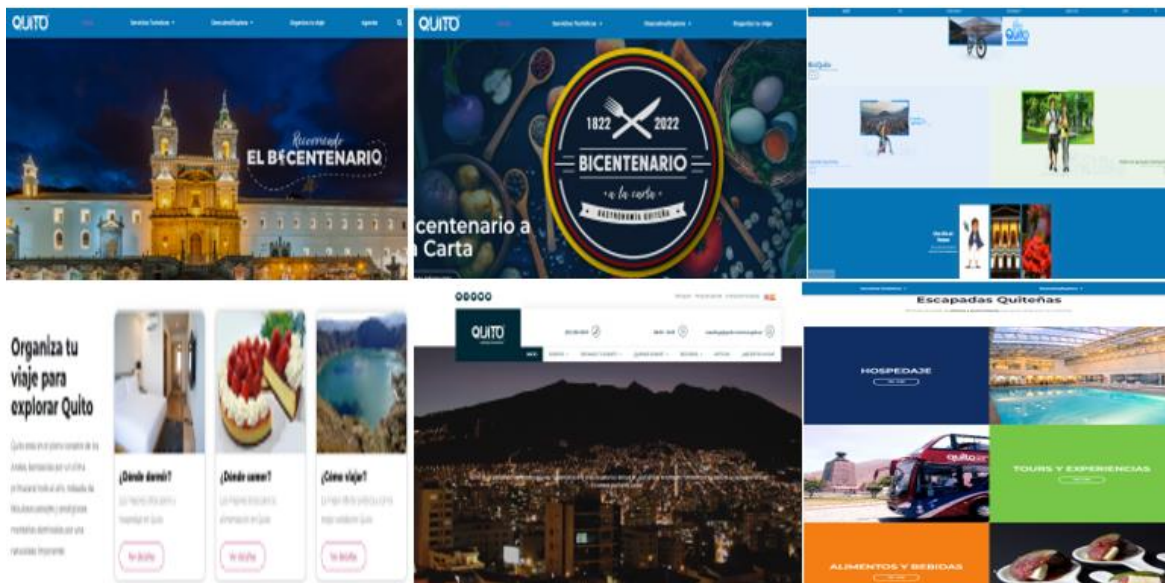
Actividad	Acción
1. Promocionar la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística de la comunidad San José de Mashpi con la ayuda de los medios digitales.	1. Renovar la página web del establecimiento y del GAD parroquial de Pacto por medio del aprovechamiento de un mayor contenido multimedia variado e información turística. 2. Crear una cuenta en la red social Tik Tok para favorecer la promoción de la oferta turística de la comunidad en conjunto a las cuentas ya existentes en Facebook e Instagram.
2. Promocionar la Finca Mashpi Chocolate y la oferta turística de la comunidad San José de Mashpi a través de medios tradicionales.	1. Presentar la oferta turística y los productos innovativos de los emprendimientos locales por medio de un manual publicitario.

Acción 1 de la Actividad 1. Renovar la página web tanto del GAD parroquial como de la Finca Mashpi Shungo para promocionar la oferta turística es importante ya que, los turistas buscan paginas propias de los destinos para informarse, además debe existir innovación en las mismas que sean interactivas y llamativas.

Como referencia de una página interactiva es la de Visit Quito, misma que contiene información turística de todos los atractivos con los que cuenta el cantón, permite interactuar fácilmente sitios de interés de visitantes, además brinda recomendaciones de otros servicios como hospedaje y restaurante, esta es una manera más fácil de que el turista encuentre información concreta para realizar sus visitas.

Figura 37

Modelo de página web interactiva del Distrito Metropolitano de Quito



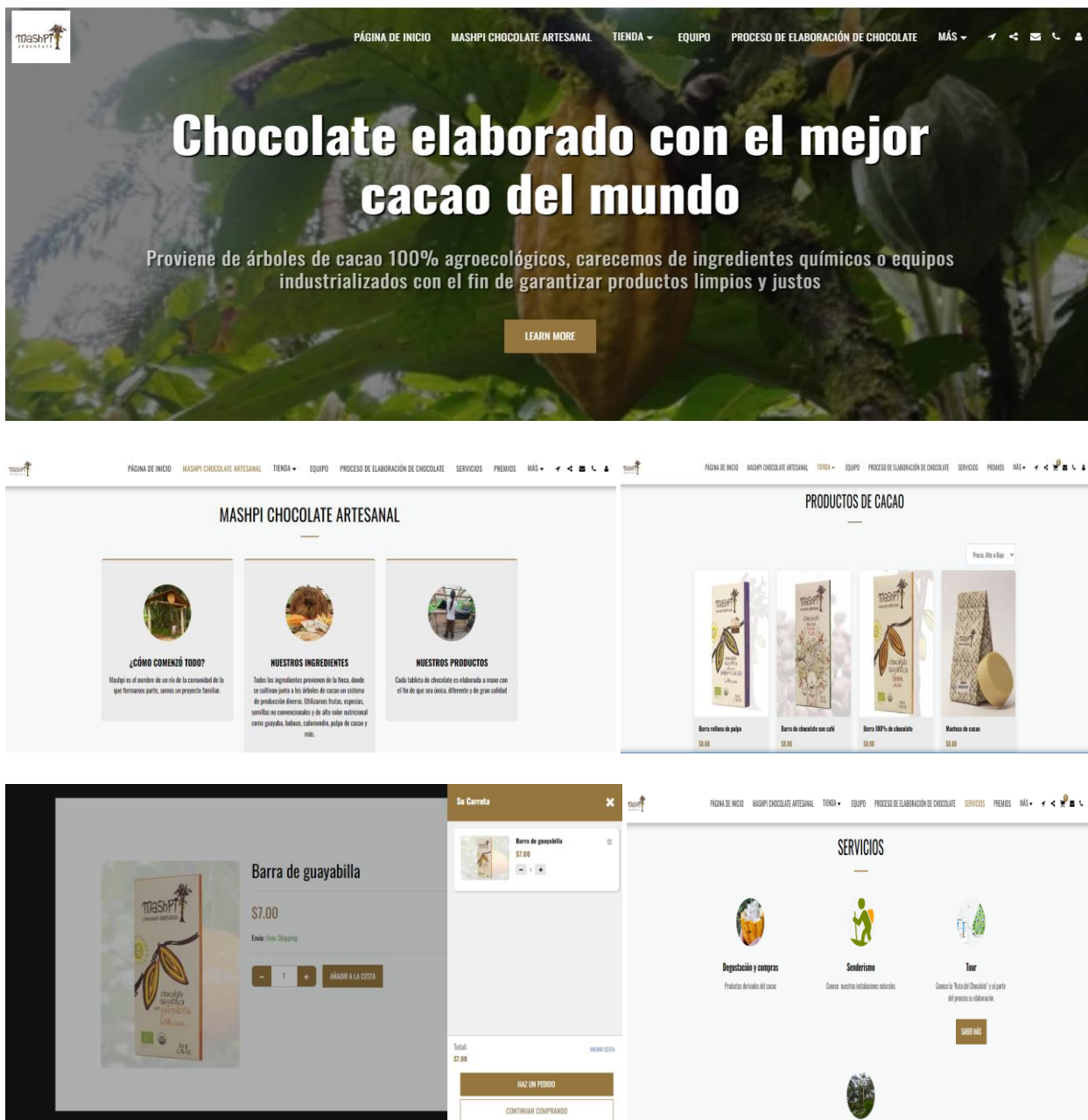
Nota. La figura representa la estructura del contenido en la página web del cantón Quito. Tomado de *Visit Quito*, por Distrito Metropolitano de Quito, 2023.

En las páginas web del Gad de Pacto y la Finca Mashpi Chocolate Artesanal es necesario aportar con información más relevante acerca de historia, emprendimientos, servicios adicionales que se pueden encontrar y sobre todo aprovechar los recursos que las plataformas digitales brindan, además se debe optar aplicar elementos como fotos, videos, mapas turísticos o manuales interactivos de cada atractivo o emprendimiento característico de la zona.

A continuación, se presenta la página web creada de la Finca, además en esta se detalla un código QR de acceso a información más detallada en un manual turístico virtual, para así motivar al turista a interactuar en la página y redes sociales.

Figura 38

Creación de la página web de la Finca Mashpi Chocolate Artesanal. - pág. 108 y 109





TOUR



CONOCE MÁS DE NOSOTROS



Escanea el código QR y obtén más información, o da click en "Manual" y visita nuestro manual publicitario.

Manual



CONTACTOS

Finca Mashpi shungo

+593-967731489

+593-968079900

contact@chocomashpi.com

Lunes a Domingo

10:00 - 15:30



Nombre Teléfono

Dirección de correo electrónico

Mensaje

CONTACTO

Figura 39

Creación del código QR para acceder al manual publicitario



Acción 2 de la Actividad 1. Crear una cuenta en la red social Tik Tok para promocionar la finca Mashpi Shungo es una recomendación importante, debido a la gran aceptación y preferencia de los internautas a nivel internacional en la que existe mayor interacción. Esta plataforma es usada por personas de toda edad, ya que también se ha convertido en un medio informativo de toda clase de sucesos, es por esto que esta plataforma ayudaría para dar a conocer atractivos turísticos.

Figura 40

Creación de la red social Tik Tok.



La cuenta de Tik Tok fue creación propia con la autorización respectiva de la Sra. Agustina Arcos propietaria y gerente de la Finca, el acceso por el momento es compartido hasta la finalización de este presente trabajo de investigación.

Acción 1 en actividad 2. La creación de manual publicitario se la realizó con el fin de dar a conocer aspectos importantes y relevantes de la Finca Mashpi Shungo Chocolate Artesanal, misma que sirve para incentivar a los turistas su visita y ser partícipes de las actividades ofertadas, de igual manera adquirir productos que allí realizan.

La creación del manual publicitario es de elaboración propia, realizada en la plataforma de Genially, y aunque sirve como material visual útil para promocionar el atractivo, se lo ha considerado como material para publicidad tradicional como manual impreso.

Figura 41

Diseño del manual publicitario. - pág. 1 y 2



Página 1



Página 2

Figura 42

Diseño del manual publicitario. - pág. 3 y 4



Página 3



Página 4

Figura 43

Diseño del manual publicitario. - pág. 5 y 6



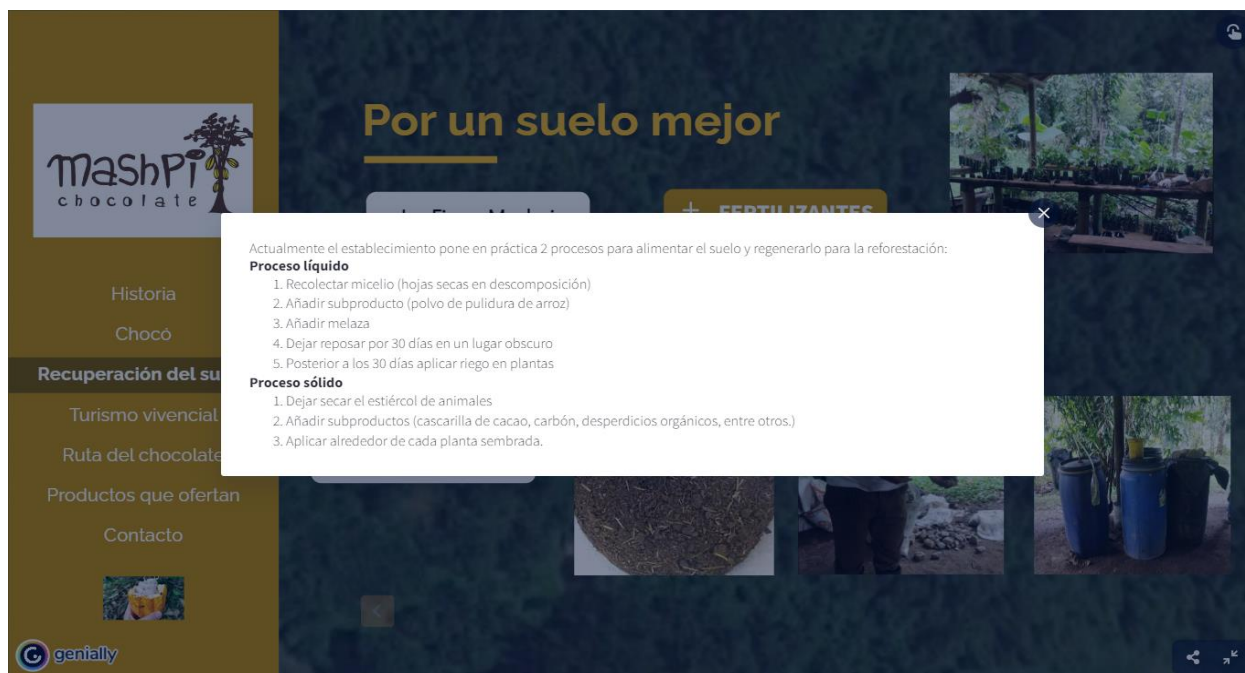
Página 5



Página 6

Figura 44

Diseño del manual publicitario. - pág. 7 y 8



Página 7



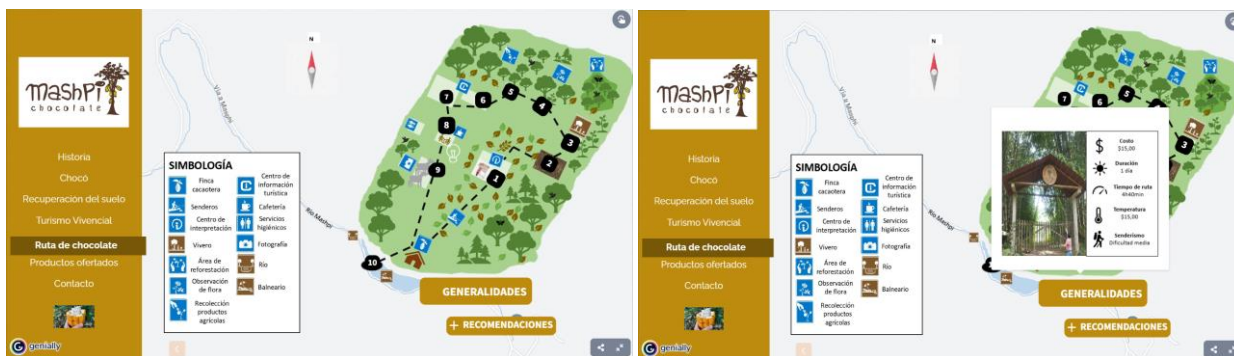
Página 8

Figura 45

Diseño del manual publicitario. - pág. 9, 10 y 11



Página 9



Página 10



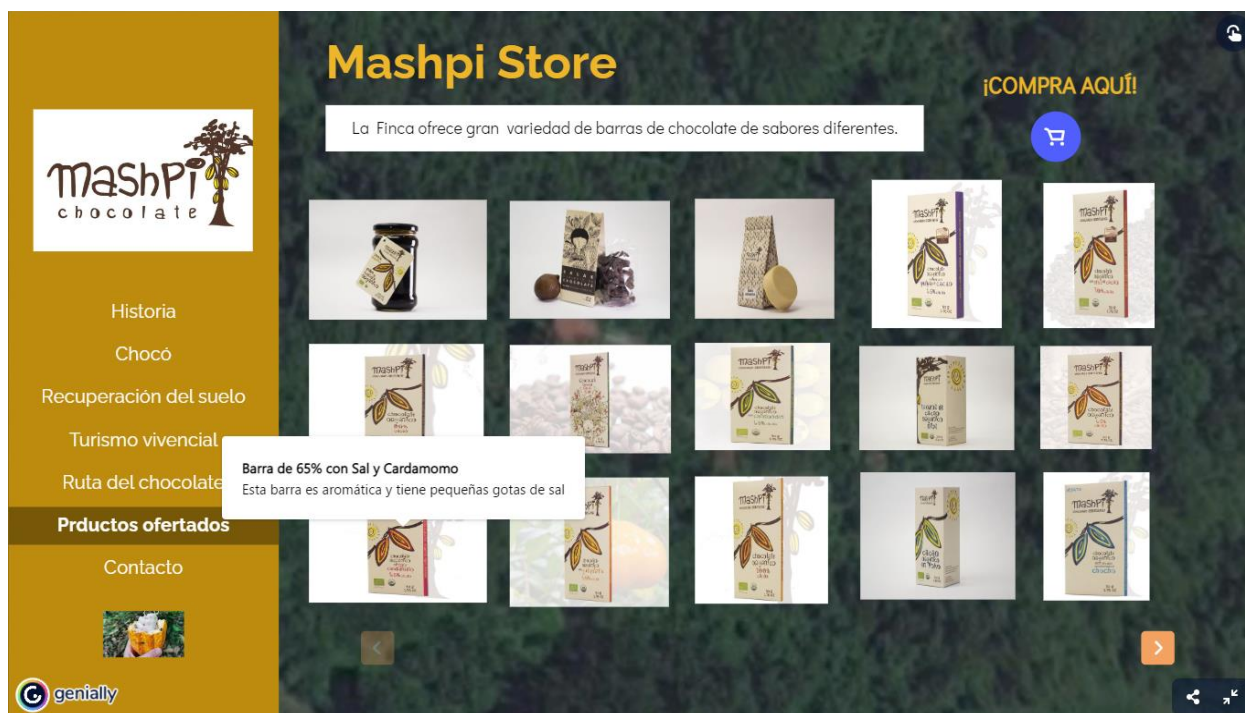
Página 11

Figura 46

Diseño del manual publicitario. - pág. 12 y 13



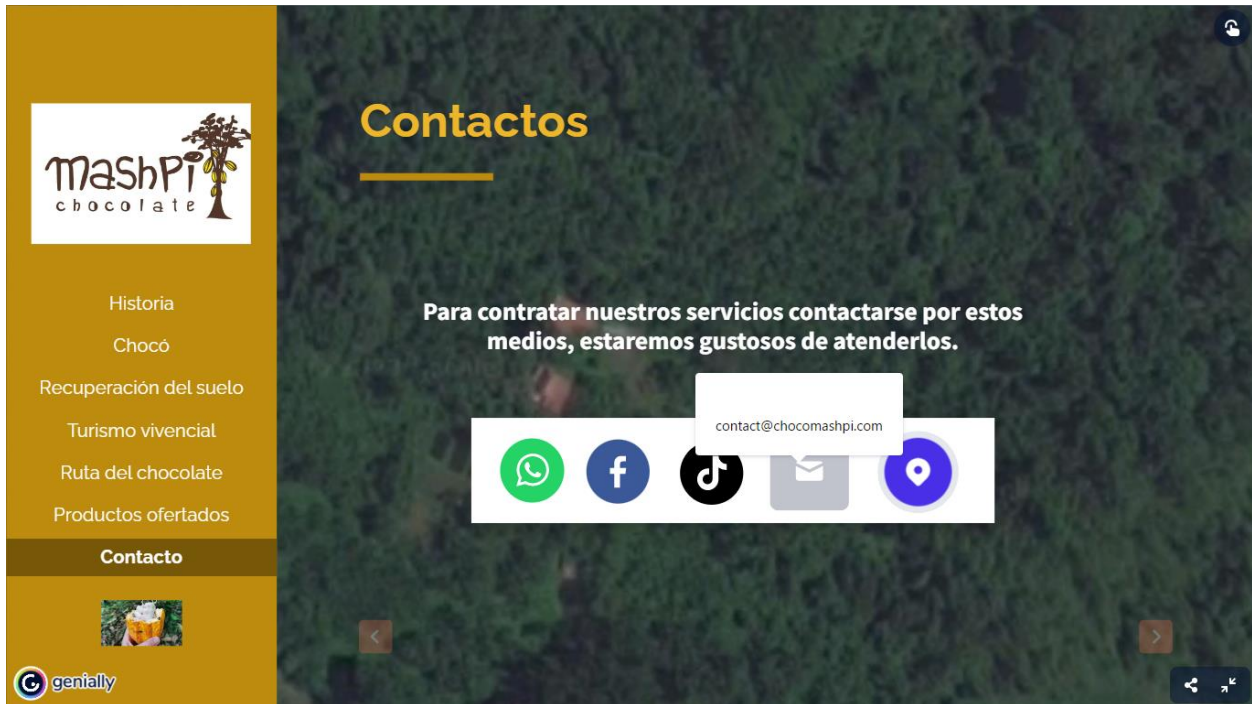
Página 12



Página 13

Figura 47

Diseño del manual publicitario. - pág. 14 y 15



Página 14



Página 15

Para culminar con el presente trabajo de investigación se presenta en este apartado las conclusiones y recomendaciones respectivas.

Conclusiones

1. Una vez obtenidos los resultados se concluye que la Finca Mashpi Chocolate Artesanal cuenta con un gran potencial turístico, mismo que puede ser aprovechado para la práctica del turismo vivencial y su desarrollo local, ya que, cuenta con espacios naturales óptimos para recibir a turistas.
2. Mediante el análisis de los instrumentos se obtuvo un resultado positivo por parte de los propietarios de la finca en ser partícipes de actividades que brinden la oportunidad de experimentar cosas nuevas, dentro de la ruta turística propuesta se encuentran actividades vivenciales, una de estas es la práctica de proceso de siembra de plantas a introducir y riego de micronutrientes y otra actividad es conocer el proceso de elaboración de chocolate y realizar productos propios manipulados por los turistas.
3. Pese a la predisposición de propietarios de la Finca Mashpi Shungo en participar de actividades para la práctica de turismo vivencial, existen factores que dificultan su desarrollo, como la escasa participación del GAD parroquial de Pacto en proyectos y promociones turísticas, además no existe apoyo del gobierno para comunidades locales en mejorar vías de acceso.
4. La posible demanda potencial para visitar el destino de estudio oscila en un rango de 29 a 39 años, mismas que cuenta con un empleo de tiempo completo y prefieren realizar actividades en familia inmersas en el entorno natural y recreacional, además los rangos de gasto por la visita al lugar es de \$10 a \$20 por persona y su medio de transporte es de preferencia vehículo particular propio, cabe destacar que mediante el instrumento de entrevista aplicada se concluye que la mayoría de visitantes que llegan a la comunidad Mashpi son turistas nacionales, específicamente de Quito.

5. Según los resultados obtenidos mediante el análisis de las encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Quito, existe una gran aceptación por parte de los encuestados en realizar la práctica del turismo vivencial, además que consideran este, como una alternativa de desarrollo local. Los resultados han sido favorables para el desarrollo de las propuestas solventando las preferencias de los turistas.
6. La matriz FODA permitió la elaboración de estrategias en puntos fuertes y débiles de la finca Mashpi Shungo, con el fin de fomentar el desarrollo turístico local, mediante la creación de productos innovadores, promoción turística de atractivos, capacitación a prestadores de servicios turísticos y la creación de alianzas con empresas públicas y privadas dedicadas a la misma actividad económica, esto con el fin de recibir apoyo para brindar facilidades al turista al momento de elegir su destino de visita.

Recomendaciones

1. Se recomienda fomentar la práctica del turismo vivencial para un mejor desarrollo local mediante la participación de la comunidad con emprendimientos y aprovechamiento de recursos que identifique a la zona, además que permitan a los turistas estar inmersos en experiencias fuera de lo común.
2. La participación de entidades públicas y privadas es importante para el desarrollo turístico de la parroquia de Pacto, es por esto que el GAD parroquial rural debe desarrollar proyectos turísticos que permita que la población se adapte a las modalidades de turismo y sus cambios constantes, además desarrollar proyectos en los que se sensibilice el cuidado de recursos especialmente naturales y no genere impactos negativos.
3. Aprovechar productos estrellas de la Finca Mashpi para atraer al turista mediante productos innovativos con valor agregado de las cuales pueden ser partícipes, para esto se recomienda también crear alianzas con el fin de ofrecer un servicio completo y con diversas actividades y

entornos de los que pueden disfrutar, de esta manera permitir el desarrollo local de la comunidad tanto social como económica.

4. Los prestadores de servicios turísticos deben ser capacitados constantemente para brindar un mejor servicio a los visitantes, y sobre todo conocer la manera de explotar sus atractivos y saber aprovecharlos, generando así mayor interés en turistas, mediante la creación de productos innovativos aptos para adecuarse en cada zona.
5. Establecer canales de difusión turística con el fin de mantener una comunicación constante con los turistas, brindando información actualizada de cada destino para motivar su visita, y de esta manera captar más público objetivo tanto nacional como extranjero.

Bibliografía

- Albuquerque, F. (2004). *El Enfoque del Desarrollo Económico Local*. Buenos Aires: Copyright.
https://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1251776298.area_enfoque_del.pdf
- Alfaro, M., y Costamagna, P. (2015). *El pensamiento de Francisco Albuquerque en torno al enfoque de desarrollo Territorial [Tabla]* (1era ed.). Buenos Aires.
- Arcos, A., (2022). *Mashpi Shungo Home [Fotografía]*. <https://63cdfc1221eff.site123.me/>
- Arias Gómez, J., Villasis Keever, M. A., & Miranda Novales, M. G. (abril-junio de 2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arias, D. (2016). *El proyecto de investigación; Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Arocena, J. (2022). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Uruguay: Taurus.
<http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Arocena.pdf>
- Arriola, G. (2007). *Desarrollo humano: una introducción conceptual*. Guatemala: Nueva Generación.
- Banco Mundial. (2006). *Desarrollo económico local: instructivo para el desarrollo [Tabla]*. Washintong: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Bartra, C., & Flores, C. (2005). *"Propuesta de desarrollo del turismo vivencial en el Centro Poblado Comunidad Kechwa Wayku del distrito de LAMAS, Perú"*. [Tesis de grado, Universidad Nacional De San Martín].
<https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/11458/1547/1/ITEM%4011458-576.pdf>
- Bonilla, M. (2018). Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. *Revista Investigación y Análisis*, 20-25.
https://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo_Vivencial.pdf
- Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del turismo. Determinación y Análisis del Mercado*. México: Trillas.

Taleno, S. y Villanueva, C. (2016). *La finca y el patio soñados: Guía de diseño y planificación*.

https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/8492/La_finca_y_el_patio_sonados.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Comité Europeo para la Formación y la Agricultura - CEFA. (2021). *Cadena de valor del Cacao*.

<https://cefaecuador.org/productos/cacao/>

Comisión Económica para América Latina - CEPAL. (s.f.). *Desarrollo territorial*.

<https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-territorial>

Constitución de la República del Ecuador. (2011). *Biodiversidad y Recursos Naturales*.

https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cruz, D. (2014). *Rutas turísticas y su incidencia en el turismo de aventura en el cantón Archidona*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9341/1/FCHE-HTP-186.pdf>

Deloitte. (12 de enero de 2022). *Reactivación del turismo*. Deloitte Ecuador.

<https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/consumer-business/articles/reactivacion-del-turismo.html>

Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural [Tabla]*, 15(2), 333-340. <http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf>

Ecuador Noticias. (22 de octubre de 2021). *Ubicación geográfica de Quito*.

<https://ecuadornoticias.com/ubicacion-geografica-de-quito/>

Ecuador Travel. (24 de abril de 2019). *Un viaje por fincas cacaoteras en la "Tierra del más fino*

Chocolate". <https://ecuador.travel/press/un-viaje-por-fincas-cacaoteras-en-la-tierra-del-mas-fino-chocolate/>

EcuRed. (16 de julio de 2018). *San Francisco de Quito*. <https://www.ecured.cu/Quito>

Francesch, A. (2004). *Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta*. Gazeta de Antropología.

https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf

Furtado, C. (1969). *Dialéctica del desarrollo*. México: Fondo de Cultura Económica.

GAD Parroquial de Pacto. (2020). *Pacto capital de la panela*. <https://pacto.gob.ec/pacto/>

GAD Parroquial Pacto. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pacto* [Fotografía].

https://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/Actualizaci%C3%B3n%20PDOT%20Pacto%202019-2023.pdf

GAD Parroquial de Pacto. (2022). *Atractivos turísticos de la parroquia de Pacto*.

<https://pacto.gob.ec/pacto/>

GAD Parroquial Rural Pacto. (2020). *Pacto Reseña*. <https://pacto.gob.ec/pacto/>

Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista*

Geográfica Venezolana, 58(2), 346-359. <https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>

Gambarota, D., & 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 Cordova, F. (2022). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario*. Hermosillo

México: Limusa S.A.

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

Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización. (2010). *Norma técnica Ecuatoriana 623: Pasta de*

cacao. <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/623.pdf>

Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización. (2010). *Norma técnica Ecuatoriana: Chocolates*.

<https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/621.pdf>

Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización. (2018). *Norma Técnica Ecuatoriana 176: Granos de*

Cacao. https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/n-te_inen_176-5.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Población y demografía*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). *INEC presenta sus proyecciones poblacionales*

cantonales. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>

Instituto Nacional de Estadística y censos. (2017). *Tras las cifras de Quito*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). *Programa Nacional de Estadística 2017-2021*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presento-el-programa-nacional-de-estadistica-2017-2021/>

Larrea, E. (2020). *¿Qué son las Rutas turísticas?*.

<https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/>

López Roldán, P., & Fachelli, S. (2017). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1 ed.).

Barcelona: Creative commons.

https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf

Maisanche, F. (2019). Sharamentsa promociona el turismo vivencial en Pastaza. *El Comercio*.

<https://www.elcomercio.com/tendencias/turismo/sharamentsa-turismo-vivencial-pastaza-intercultural.html>

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5ta ed.). México: PEARSON.

Márquez, C. (2016). Jóvenes lideran el turismo vivencial. *El Comercio*.

<https://www.elcomercio.com/tendencias/jovenes-turismo-vivencial-cotidianidad-cacha.html>

Mejia Jervis, T. (2020). Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos. *Lifeder*.

<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Miller, G. T. (2002). *Introducción a la ciencia ambiental* (5 ed.). España: Thompson.

Ministerio de Turismo. (2014). *Ley de Turismo [Tabla]*.

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio del Turismo. (2014). Reglamento Ley del Turismo 97. 27 de diciembre de 2014.

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Molina, T., & Torres, M. (2020). *Turismo vivencial como herramienta de desarrollo local del cantón Cayambe*. [Tesis de grado, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE].

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/22810/1/T-ESPE-044009.PDF>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2011). Límites del cantón Quito [Fotografía]. *Plan de desarrollo 2012-2014* (p.27).

http://www.emaseo.gob.ec/documentos/lotaip_2012/s/plan_de_desarrollo_2012_2014.pdf

Onofre, R. G. (9 de agosto de 2019). *Escasa promoción del chocolate artesanal genera limitada práctica del turismo vivencial en el cantón vinctes*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Babahoyo].

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6945/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000098.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Organización Mundial del Turismo. (mayo de 2013). *Glosario de términos, turismo*.

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%20o%20de%20negocios>.

Organización Mundial del Turismo. (2021). *El turismo en 2021: unión, resiliencia y determinación*.

<https://www.unwto.org/es/turismo-2021-resumen-omt>

Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Revista de las Sedes Regionales*, 14(27), 144-167. <https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>

Pearce, D. (1991). *Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográfica*. México: Trillas.

- Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Dielnet*, 199-217. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4768331.pdf>
- Rivero, M. (mayo de 2018). *Matriz DAFO o FODA: herramienta estratégica con plena vigilancia [Tabla]*. https://www.researchgate.net/publication/324991460_Matriz_FODA_herramienta_para_la_estrategia_Dra_Magda_Rivero_mayo_2018
- Sanchez, F., & Galeano, S. (2018). La Artesanía y su relación con el turismo. *Revista Científica OMNES*, 1(2), 18-27. <https://www.columbia.edu.py/investigacion/ojs/index.php/OMNESUCPY/article/view/15/9>
- Sinchi, D., & Baquero, P. (2020). Evaluación de los factores geográficos que inciden en los flujos turísticos de la parroquia rural de Alangasí. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(5), 31-56. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.75.400>
- Solano, A. (18 de septiembre de 2022). Finca Mashpi Chocolate Artesanal. (P. Freire, Entrevistador)
- Sosa González, M., Riquelme Rivero, Y., & Diez Valladares, O. R. (2020). Consideraciones sobre el desarrollo local. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 12(4), 309-315. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-309.pdf>
- Tomalá, A. (2022). *Simulación de la cadena de distribución para la producción agrícola de cacao*. [Tesis de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8341/1/UPSE-TII-2022-0004.pdf>
- Ugarte, W., & Portocarrero, V. (2013). Impacto del turismo vivencial en el departamento del Cusco. *Revista de investigaciones*, 16(32), 29-36. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8649/7517>
- Universidad Técnica Particular de Loja. (5 de mayo de 2021). Turismo y su transformación tras la pandemia. *Noticias UTPL*. <https://noticias.utpl.edu.ec/el-turismo-y-su-transformacion-tras-la-pandemia-0>

- Vargas Hernández, J. G. (2008). Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo*(6), 190-131. <https://core.ac.uk/download/pdf/6662342.pdf>
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14207/1/Cap.1-Introducci%C3%B3n%20a%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo local: La competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa [Tabla]*. [Tesis de postgrado, Universidad Nacional de Mar del Plata].
http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/550/1/varisco_c.pdf
- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico, subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. [Tesis de postgrado, Universidad Nacional del Plata].
<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Vázquez , A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial [Tabla]. *Revista Investigaciones Regionales*(11), 183-210. <https://www.redalyc.org/pdf/289/28901109.pdf>
- Vázquez, D., García, M., Hernández, A., & Nafarrete, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Revista Investigaciones Turísticas*, 5, 1-28.
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones_Turísticas_05_01.pdf

Apéndices