



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Modalidad de titulación: Proyecto de investigación

Tema:

**Estudio de mercado para la creación Parque Temático de la Ruta
del Cacao “TRIKAÓ”.**

Autor:

Jhon Jairo Arriaga Macias.

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez

Licenciatura en Agronegocios.

Agosto 2026 - Bahía de Caráquez

CERTIFICACIÓN DEL AUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad CIENCIAS DE LA VIDA Y TECNOLOGÍAS de EXTENSIÓN SUCRE 1016E01 BAHÍA DE CARÁQUEZ de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

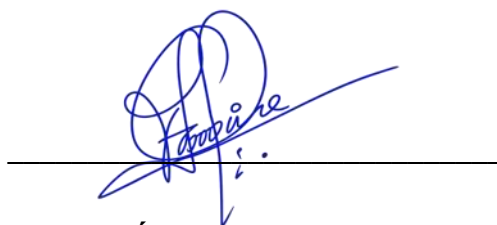
Haber dirigido y revisado el INFORME DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, bajo la autoría del estudiante ARRIAGA MACIAS JHON JAIRO, legalmente matriculado/a en la carrera de AGRONEGOCIOS periodo académico 2026-2027. Cumpliendo un total de 384 horas, bajo la opción de titulación de INFORME DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, cuyo tema del problema o núcleo polémico es ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN PARQUE TEMÁTICO DE LA RUTA DEL CACAO “TRIKAÓ”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Bahía de Caráquez, agosto 2026

Lo certifico.



Ing. Frank Ángel Lemoine Quintero, PhD

Docente Tutor

Área: CIENCIAS DE LA VIDA Y TECNOLOGÍAS

DECLARACIÓN DE AUTORIA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidos en este trabajo pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

Autor

A handwritten signature in blue ink, reading "Jhon J Arriaga", is positioned above a horizontal line. The signature is stylized, with a large initial 'J' and a long horizontal stroke extending to the right.

Jhon Jairo Arriaga Macias

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal del grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E. Ana Isabel Zambrano Loor

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis de la siguiente manera: En primer lugar, a Dios, por el don de la vida, la salud, la fortaleza y la sabiduría que me ha otorgado y que me han permitido culminar esta importante etapa en mi formación profesional.

A mis padres, a quienes quiero agradecer por su amor, esfuerzo, sacrificio y dedicación, porque gracias a ellos me encuentro hoy logrando esta meta. Gracias por cada consejo, por cada jornada eterna de trabajo y, además, por las adversidades que tuvieron que superar para lograr brindarme oportunidades; gracias por nunca dejar de creer en mí. Este trabajo es de ustedes también, pues son el pilar de mi vida y el ejemplo que me empuja a seguir adelante.

A toda mi familia, gracias por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento y por acompañarme durante este proceso académico brindándome el aliento necesario para no rendirme ante las adversidades.

A mi hijo, por ser la mayor fuente de inspiración y de fortaleza. Gracias por comprender mis ausencias, por su paciencia, amor y apoyo. Usted es el más grande de los motivos para superarme cada día y luchar por un mejor futuro.

Al Ing. Frank Ángel Lemoine Quintero, quien, además de ser un gran docente, ha sido un gran amigo en el periodo de mi desarrollo académico durante toda mi etapa de la universidad. Reconozco a él y le doy las gracias por toda su guía, confianza, consejos y apoyo ofrecido delante de mí a lo largo de este trayecto académico, contribuyendo a todo el recorrido en mi crecimiento académico y personal.

A los amigos (Miso Oscar, Miso Willians, Emily y Marian) y compañeros que experimentaron un sin fin de situaciones, conocimientos, alegrías y retos en esta larga etapa de formación. Gracias por la amistad sincera, por la ayuda ofrecida en los momentos más difíciles y por ser parte del trayecto de mi etapa de formación universitaria.

RECONOCIMIENTO

Más que agradecer a Dios por haberme regalado la vida, la salud y la fuerza necesarias para poder culminar esta trascendental etapa de la mi formación profesional.

Profundamente agradezco a mis padres, por su amor, sacrificio, esfuerzo y apoyo incondicional, ya que gracias a ellos he llegado a esta meta. A mi familia, por su compañía y motivación constante en este proceso.

A mis docentes, por entregarme sus conocimientos y porque gracias a ellos he llegado a ser quien soy. De manera especial, al Ing. Frank Ángel Lemoine Quintero, por su guía, asesoramiento y valioso aporte durante el desarrollo de este trabajo.

Asimismo, agradezco a mis amigos y compañeros por su apoyo y compañerismo a lo largo de esta etapa universitaria.

Finalmente, expreso mi gratitud a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por abrirme las puertas y permitirme formarme como profesional con responsabilidad, ética y compromiso.

CERTIFICACIÓN DEL AUTOR.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORIA.....	II
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	III
DEDICATORIA	IV
RECONOCIMIENTO	V
ÍNDICE	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE TABLA.....	X
INDICÉ DE ILUSTRACIÓN	XI
RESUMEN.....	XII
INTRODUCCIÓN	1
Diseño metodológico	3
Enfoque metodológico	3
Alcance de investigación.....	4
Población y muestra	4
Población.....	4
Muestra.....	4
Métodos y técnicas.....	5
Métodos teóricos	5
Método documental-analítico.....	5

Método comparativo	5
Métodos empíricos	5
Observación científica.....	5
Encuesta estructurada.....	6
CAPITULO I.....	7
1. MARCO TEÓRICO.....	7
1.1. Conceptualización de la variable independiente	7
1.1.1. Estudio de mercado.....	7
1.2. Conceptualización de la variable dependiente	7
1.2.1. Parque temático de la Ruta del Cacao “Trikaó”	7
Mercado. Tipo, clasificación y particularidades (agronegocios)	8
Segmentación de mercado y particularidades (agronegocios)	8
Actividad turística, particularidades (agroturístico).....	9
Gestión turística	9
Gestión Agroturística	9
Multiculturalidad, pluriculturalidad e interculturalidad	10
Turismo cultural y agroecológico. Importancia	10
Cacao. Características y consumo.....	10
El Cacao como producto ancestral y patrimonio cultural	11
Concepto de parque temático	11

Educación y sostenibilidad en parques temáticos	12
Impacto económico y social del turismo temático	12
Experiencias exitosas de parques temáticos en Ecuador y América Latina.....	12
CAPITULO II.	13
2. DIAGNÓSTICO	13
2.1. Estudio de registro a nivel de junta parroquial.....	13
2.1.1. Diagnóstico de comunidades con predominio agrícola y cultivo de cacao	14
2.1.2. Estudios cruzados de los resultados de la encuesta.....	23
CAPITULO III.	24
3. Diseño de la Propuesta	24
3.1. Tema de la propuesta	24
3.2. Antecedentes	24
3.3. Justificación.....	25
3.4. Objetivos	26
3.4.1. Objetivo general	26
3.4.2. Objetivo específico.....	26
3.5. Desarrollo de la propuesta.....	26
3.5.1. Estudio de la demanda	26
Manual de identidad de marca	27

3.5.2. Cumplimiento del objetivo 2.....	30
3.5.2.2. Estrategias de la Matriz Z	33
3.5.2.3. Diseño de ruta turística.....	33
3.5.3. Estudio de factibilidad económica y estratégica del proyecto para establecer su contribución al desarrollo local.....	36
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES	45
Bibliografía	46

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Estudio comparativo de predominio agrícola y presencia del cacao.	14
Tabla 2. <i>Estudio de perfil</i>	17
Tabla 3. <i>Estudio comparativo de elementos fundamentales de perfil</i>	18
Tabla 4. <i>Estudio de percepción</i>	20
Tabla 5. <i>Estudio de expectativas</i>	21
Tabla 6. <i>Colores Corporativos</i>	28
Tabla 7. <i>Plan estratégico (Matriz Z)</i>	31
Tabla 8. <i>Inversión Inicial</i>	36
Tabla 9. <i>Fuente de financiamiento</i>	37
Tabla 10. <i>Fuente de ingresos esperados</i>	37
Tabla 11. <i>Costos fijos Mensuales</i>	39
Tabla 12. <i>Costos Variables Mensuales</i>	39

INDICÉ DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 . <i>Estudió comparativo y correlacional de los resultados de la encuesta</i>	23
Ilustración 2 . Estrategia de la Matriz Z	33
Ilustración 3 . Parque temático de la ruta del cacao – San Isidro	35
Ilustración 4 . Estudio Económico Financiero	38
Ilustración 5 . Costos y rentabilidad del proyecto	40
Ilustración 6 . Evaluación Financiera del proyecto	42

RESUMEN

La investigación que se presenta tenía como finalidad desarrollar un estudio de mercado para la construcción del Parque Temático de la Ruta del Cacao "TRIKAÓ" del sector rural de la parroquia San Isidro del cantón Sucre de la provincia de Manabí. La finalidad del estudio fue centrarse en el turismo agro- productivo y cultural como vía de desarrollar innovación y sostenible, vinculando la cadena de valor del cacao ancestral y al mismo tiempo ofrecer turismo cultural, actividades recreativas, culturales y educativas que permitan recuperar la identidad local y además que contribuyan al desarrollo territorial. La metodología utilizada fue de enfoque mixto, es decir con una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas respecto de la forma de observar el fenómeno de estudio. El estudio fue de alcance descriptivo-explicativo y se basó en métodos documentales, comparativos y empíricos. Las técnicas se constituyeron por la observación científica y la encuesta estructurada. La población estuvo constituida por actores vinculados a la producción de cacao y al turismo cultural de la zona; la característica de la muestra fue de 150 productores mediante un muestreo no probabilístico tipo bola de nieve. Los resultados más destacados pusieron de manifiesto el gran potencial turístico y productivo existente vinculado al cacao ancestral, así como la elevada disposición de las productoras y productores para sumarse a la puesta en marcha de iniciativas que potencien el turismo rural y la revalorización cultural. Asimismo, se constató que la creación del parque favorece la diversificación económica, el refuerzo de la identidad montubia y la generación de nuevas oportunidades de empleo e ingresos. En definitiva, el Parque Temático TRIKAÓ constituye una alternativa viable para articular turismo, educación y producción agrícola, propiciando así el desarrollo sostenible de las comunidades rurales y situando al cacao ancestral en un recurso estratégico para el crecimiento económico y cultural del territorio.

Palabras Claves: Cacao ancestral, Turismo agroproductivo, Parque Temático, Desarrollo sostenible, Estudio de mercado.

INTRODUCCIÓN

El Parque Temático de la Ruta del Cacao “TRIKAÓ” surge como una propuesta turística-agroeducativa que busca enlazar la riqueza cultural montubia y la tradición cacaotera de la zona norte de Manabí con la oferta turística nacional e internacional. TRIKAÓ no sólo sería un atractivo recreativo y educativo, sino también un motor local para la conservación de prácticas agrícolas tradicionales, la generación de encadenamientos productivos (turismo → gastronomía → comercialización de derivados del cacao) y para la valorización de identidad cultural montubia, fortaleciendo el vínculo entre comunidad, universidad y mercado.

Cabe indicar que, el turismo en Ecuador ha mostrado una recuperación y dinamismo en los últimos años y constituye una fuente importante de divisas y empleo. Los informes del Ministerio de Turismo y del Banco Central del Ecuador evidencian que el turismo entregó cifras millonarias en divisas y fue una de las partidas no petroleras más importantes de las exportaciones en 2023 (por ejemplo, indicios de ingresos por turismo por USD 1.49 mil millones en el periodo que cita el Ministerio). Las estimaciones internacionales (WTTC/Oxford Economics) muestran diferencias en función de la metodología (contribución directa vs. contribución total al PIB), por eso en la literatura aparecen cifras distintas —esto es normal y conviene explicarlo en la tesis cuando compares series. (BCE, 2025)

Donde el agroturismo actividad en la que se enmarca TRIKAÓ aporta de manera puntual a la economía local mediante la diversificación de ingresos rurales, empleo en servicios asociados (guiado, hospedaje familiar, artesanías, gastronomía) y la creación de valor agregado a productos agrícolas (p. ej. catas y productos derivados del cacao). Estudios y análisis económicos muestran que incrementos en la actividad turística suelen multiplicar efectos en la economía local (efectos directos, indirectos e inducidos), pero la distribución de beneficios depende de cómo se articule la cadena productiva local y de las políticas de apoyo (Jin, 2022).

Es importante reconsiderar que, en los años recientes el cacao pasó a ser un producto clave para las exportaciones no petroleras de Ecuador. Informes de la

Asociación Nacional de Exportadores de Cacao y notas de prensa del sector indican incrementos relevantes en valor de las exportaciones durante 2024 por ejemplo, cifras consolidadas que sitúan al cacao entre los primeros productos no mineros y con aumentos significativos en ingresos por exportaciones durante 2024–2025. Estas ganancias son consecuencia de un alza de precios internacionales y de mayor demanda por los cacaos finos de aroma (Mendoza D. G., 2024)

Respecto al precio de mercado, cotizaciones de futuros y portales financieros indican que el precio internacional del cacao se ubicó en niveles muy elevados en 2024–2025 (picos por encima de varios miles de dólares por tonelada, con las cuotas cambiando de manera volátil durante 2025). Es importante usar la serie diaria o mensual de acuerdo La Organización Internacional del Cacao (ICCO), para tu análisis cuantitativo y señalar la fecha exacta de los números que uses. (ICCO, 2025)

Diseño Teórico

Problema

¿Por qué no se ha consolidado una ruta agroturística del cacao que integre de manera articulada a las comunidades rurales del sector de San Isidro, poniendo en valor el legado cultural ancestral y promoviendo la sostenibilidad del sector productivo local?

Objeto

El objeto de estudio es el turismo agroproductivo y cultural, concebido como una herramienta de innovación y sostenibilidad que permite integrar la cadena de valor del cacao ancestral con la promoción turística y educativa del territorio. Este enfoque busca revalorizar los saberes tradicionales y posicionar a Manabí como un destino de turismo rural competitivo a nivel nacional e internacional.

Objetivo

Desarrollar un estudio de mercado que permita determinar la aceptación y viabilidad para la creación del Parque Temático de la Ruta del Cacao “TRIKAÓ” en la parroquia San Isidro del cantón Sucre.

Campo

Sector rural agroempresarial y turístico.

Variable

Variable independiente

Estudio de mercado

Variables dependientes

Parque temático de la Ruta del Cacao “Trikaó”

Tareas Científicas

- Revisar constructo teórico que responda al análisis del contexto socioeconómico y productivo de las comunidades rurales de Sucre dedicadas al cultivo del cacao.
- Desarrollar estudio de mercado para evaluar los impactos económicos, sociales y ambientales para la creación del Parque Trikaó.
- Proponer plan de negocio para la creación del parque temático de la ruta del cacao “TRIKAÓ”.

Diseño metodológico

Enfoque metodológico

De acuerdo con George (2021), el enfoque de métodos mixtos integra componentes de la investigación cualitativa y cuantitativa para abordar preguntas de investigación de una manera integral.

El enfoque metodológico definido de tipo mixto en esta indagación, dado que la propuesta del Parque Temático de la Ruta del Cacao "TRIKAÓ" abarca tanto variables cualitativas (como la identidad montubia, las percepciones culturales o el valor educativo) como cuantitativas (el número de visitantes, la producción de cacao o los ingresos generados). Este método no solo permite medir magnitudes, sino también interpretar

significados, lo cual proporciona una comprensión más profunda del fenómeno investigado.

Alcance de investigación

Según McCombes (2019), el diseño descriptivo intenta describir con exactitud una población, situación o fenómeno tal como se presenta sin alterar variables. De igual manera, en la literatura se indica que el alcance explicativo o causal se centra en aclarar el por qué y cómo de las interacciones entre variables.

Bajo este contexto, el método a emplear será el descriptivo-explicativo. En la parte descriptiva presentamos la situación presente de los productores de cacao ancestral, su conexión con la comunidad montubia y las circunstancias del turismo rural y la venta. El fundamentales la exploración de las razones que obstaculizan la apreciación del cacao como de comodidad cultural, turística y productiva y cómo la instauración del parque podría transformar esa situación.

Población y muestra

Población

La población considerada como el conjunto completo de individuos, objetos o eventos que comparten una o más características comunes, sobre los cuales se quiere extrapolar los resultados basado en estudios que se correlacionan con el presente de acuerdo con criterios generados por (Momoh, 2010).

En esta investigación la población está compuesta por todos los participantes relacionados con el cacao ancestral y el turismo cultural en los cantones Bahía de Caráquez (27284) y zonas rurales como Chone (73537), San Isidro (12196) y Calceta (14691). Esto abarca a productores de cacao, artesanos que crean productos derivados del cacao, guías de turismo rural, representantes de asociaciones productivas y líderes comunitarios montubios.

Muestra

Para el presente estudio, se enfoca en 60 recintos ubicados en las comunidades de San Isidro, productora de cacao, como población insignia y que marcará el punto estratégico para la creación del Parque temático de la Ruta del cacao “TRIKAÓ”, utilizando un muestreo bola de nieve, donde los presidentes barriales recomendarán a 5 productores con mayores extensiones de sembríos de cacao en la zona objeto estudio, sumando un total de 300 agricultores que, por las condiciones de inseguridad y accesibilidad, solo se seleccionaran 150 agricultores que serán objeto estudio o tamaño muestral para el presente estudio.

Métodos y técnicas

Métodos teóricos

Método documental-analítico

Según Hernández Sampieri (2014), este método consiste en examinar, clasificar y resumir la información disponible que se encuentra en documentos, libros, artículos, normativas y datos estadísticos. Se utilizará para recoger información sobre el cacao ancestral, el turismo rural y el patrimonio cultural montubio, además de examinar experiencias comparables de parques temáticos agro-culturales.

Método comparativo

Según Tashakkori (2003), este enfoque implica comparar realidades, prácticas o modelos para reconocer similitudes y disparidades. Se empleará para analizar casos nacionales o internacionales de turismo agroproductivo y comprender qué aspectos podrían ajustarse al proyecto TRIKAÓ.

Métodos empíricos

Observación científica

La observación es un enfoque que facilita la visualización y el registro sistemático de comportamientos, acciones o respuestas en entornos naturales sin intervenir directamente (McLeod, 2022).

La observación científica se aplicará en este estudio a los contextos de campo en las comunidades productoras de cacao ancestral y en los lugares turísticos de avanzada en el parque. El investigador realizará un recorrido de cultivos de *Theobroma cacao* en las parroquias de Bahía de Caráquez, Charapotó, San Isidro, Chone, Calceta, examinando las prácticas agrícolas (siembra, cosecha, fermentación) y la dinámica de la relación entre productores, guías de turismo y visitantes. La propuesta consiste en detallar cómo se llevan a cabo las dinámicas de producción y turismo, identificar barreras o buenas prácticas presentes, registrar sin alterar lo que sucede, recopilando datos cualitativos (comportamientos, organización, entorno) y cuantitativos (frecuencia de actividades, cantidad de visitantes, tiempos de proceso) para posteriormente incorporarlos al análisis del proyecto del parque.

Encuesta estructurada

La investigación que emplea métodos de encuestas define ‘investigación por encuestas como la obtención de datos de una muestra de personas mediante sus respuestas a interrogantes (Ponto, 2015).

La ejecución de la encuesta (Anexo 1) estructurada estará enfocada a la muestra elegida de productores de cacao, artesanos de los productos derivados del cacao, guías de turismo rural y visitantes, tanto nacionales como internacionales. Se ejecutará un cuestionario estructurado formado a partir de preguntas cerradas y algunas abiertas que recojan información sobre la producción, el mercadeo, el grado de conocimiento cultural de los productores de cacao ancestral, la predisposición para participar en el parque temático, las expectativas turísticas, la capacidad de inversión, y las percepciones sobre la sostenibilidad. Esta metodología posibilitará medir los elementos importantes del estudio (por ejemplo, el porcentaje de productores dispuestos a contribuir al parque, grado de conocimiento cultural, cantidad de producción actual) y establecerá una base para análisis estadísticos que se analizará a partir de la aplicación del software estadístico SPSS v. 25

CAPITULO I.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Conceptualización de la variable independiente

1.1.1. Estudio de mercado

El análisis de mercado es un método organizado de recolección y evaluación de datos que ayuda a entender las características, necesidades y conductas de los consumidores, así como las circunstancias del entorno competitivo. De acuerdo con Kotler (2017), una investigación de mercado implica la planificación, recolección, análisis y difusión de información pertinente para una circunstancia particular de marketing. Malhotra (2019), indica que el análisis de mercado es un instrumento fundamental para la toma de decisiones estratégicas, puesto que ayuda a entender el entorno empresarial y a detectar oportunidades y amenazas.

En el marco del Parque Temático “Trikaó”, este análisis facilitará la identificación del perfil del público meta, sus inclinaciones culturales y turísticas, además del grado de aceptación del concepto de un parque centrado en el cacao ancestral ecuatoriano. De este modo, el análisis del mercado se transforma en el fundamento para desarrollar estrategias de posicionamiento, promoción y precios.

1.2. Conceptualización de la variable dependiente

1.2.1. Parque temático de la Ruta del Cacao “Trikaó”

El parque de atracciones se describe como un lugar creado para proporcionar vivencias recreativas, culturales y educativas en torno a un tema central. De acuerdo con Pearce (2011), los parques temáticos representan espacios turísticos que integran entretenimiento, educación y consumo simbólico dentro de una narrativa unificada. Asimismo, Vera Rebollo, López Palomeque, Marchena Gómez, & Antón Clavé

(2013)sostienen que los parques temáticos favorecen el crecimiento del turismo sostenible y la diversificación económica de las áreas en las que se establecen.

En el caso del proyecto “Trikaó”, el parque temático tiene como objetivo preservar la historia del cacao ancestral ecuatoriano y su conexión con las culturas autóctonas, a través de espacios interactivos, rutas agroecológicas y actividades turísticas sostenibles. Su finalidad es fomentar el crecimiento económico local y reforzar la identidad cultural de Bahía de Caráquez, cantón Sucre

Mercado. Tipo, clasificación y particularidades (agronegocios)

El mercado de los agronegocios es el conjunto de protagonistas que participan en la producción, distribución y comercialización de productos agrícolas. Este mercado puede clasificarse en función del alcance de la oferta y la demanda en local, nacional e internacional (Félix Mendoza, Ayala García, & Navarrete Basurto, 2024).

Una de sus principales particularidades es que está sometido a la influencia del clima, la estacionalidad y la calidad del producto, lo que trae consigo alteraciones en los precios y en la demanda. En el sector de los agronegocios también debe tenerse en cuenta que están vinculados a cadenas de valor, esta vez con la producción, la transformación y la comercialización (Mendoza A. G., 2021).

Segmentación de mercado y particularidades (agronegocios)

La segmentación del mercado en agronegocios implica la división de los consumidores en diversos segmentos con características en común como preferencias, lugar de residencia o capacidad de compra; ello favorece el asesoramiento del tipo de estrategia de marketing que debe seguir para comercializar lo que produce el sector primario (Mendoza A. G., 2021).

En el cacao, se pueden encontrar segmentos diferenciados entre consumidores que aprecian el producto en función de su calidad, su origen o su significado cultural, siendo así posible crear productos de especialización y agregar valor a la producción agrícola (Félix Mendoza, Ayala García, & Navarrete Basurto, 2024).

Actividad turística, particularidades (agroturístico)

La actividad turística comprendida en el ámbito del agroturismo se especifica por mezclar la vivencia agrícola con actividades recreativas, educativas y culturales. A través del agroturismo los visitantes pueden conocer o bien contemplar procesos productivos, interactuar con comunidades, disfrutar del medio ambiente (Herrera Chávez, 2023).

Por otra parte, el agroturismo también incluye aspectos específicos como las experiencias vivas, el contacto continuo con la naturaleza y la vivencia activa del viajero. Estos aspectos se separan del turismo convencional y lo hacen alcanzable como una alternativa sostenible (Fernández A. J., 2025).

Gestión turística

La gestión turística es el diseño, la organización y el control de todas las actividades relacionadas con el turismo, para que sea de calidad, sostenible y competitivo. En este sentido, es necesario coordinar los recursos humanos, económicos y naturales (Páez Vives, Pérez Hernández, Gómez Pozo, & del Pino Pérez, 2022).

De otra parte, una gestión turística adecuada, mejora la calidad de los servicios, la experiencia del visitante y la imagen del destino, lo que resulta clave para el desarrollo turístico sostenible y equilibrado (Terziev & Arabska, 2015).

Gestión Agroturística

La gestión agroturística se ocupa de administrar actividades que integren la esfera de la agricultura y el turismo, buscando que se puedan desarrollar en la obtención de ingresos que no perjudiquen el medio natural. Tal gestión requiere la integración de las prácticas sostenibles, así como la participación de la población local (Herrera Chávez, 2023).

Por otro lado, habría que enfocarse en el diseño de experiencias turísticas basadas en la producción agrícola (recorridos, talleres, degustaciones, etc.), lo cual se puede convertir en un modo de diversificar los ingresos de los productores y de contribuir al desarrollo de la ruralidad (Fernández W. E., 2024).

Multiculturalidad, pluriculturalidad e interculturalidad

La multiculturalidad se refiere a la convivencia de las culturas en un mismo espacio; en cambio, la pluriculturalidad se entiende como el reconocimiento de la diversidad cultural como parte de la identidad cultural de una sociedad. Ambas perspectivas enfatizan la necesidad de cuidar las diferencias en estos tipos de culturas (Páez Vives, Pérez Hernández, Gómez Pozo, & del Pino Pérez, 2022).

Pero la interculturalidad corresponde al hecho de dialogar con diferentes culturas; se define a partir del respeto, la inclusión y la equidad. Es así que, en el ámbito turístico, la interculturalidad es completamente fundamental para una correcta experiencia del espacio, sea para el visitante o para las comunidades anfitrionas (Fernández A. J., 2025).

Turismo cultural y agroecológico. Importancia

El turismo agrario-cultural ha ido creciendo como un tipo de turismo sustentable que conjuga la conservación del patrimonio cultural con el uso adecuado de los recursos naturales. El turismo agrario-cultural permite que se revaloren los saberes y las costumbres ancestrales, las prácticas agrícolas tradicionales y la pertenencia a la comunidad rural, lo que deviene en no sólo viables sino también experiencias auténticas para los visitantes (Fernández A. J., 2025).

Por otro lado, su significación reside en que contribuye al desarrollo económico local porque diversifica las fuentes de ingresos y potencia la participación de la comunidad. Según Herrera Chávez (2023), el turismo agrario-cultural contribuye a la inclusión social, a la sostenibilidad ambiental y al empoderamiento de las comunidades, y es una manera de contribuir a un modelo de desarrollo equilibrado de economía/cultura/medio ambiente.

Cacao. Características y consumo.

El cacao es un recurso agropecuario, de gran trascendencia cultural y económica, en especial en países como Ecuador, conocido por su alta calidad como “cacao fino de aroma”. Este cultivo se distingue por su variabilidad genética, su integración en sistemas agroforestales, y el uso son derivados como chocolate, bebidas, productos polestras (Félix Mendoza, Ayala García, & Navarrete Basurto, 2024).

En cuanto su consumo, el cacao ha pasado de ser una materia prima a constituir un elemento esencial en la gastronomía y el turismo. Su demanda internacional se ha incrementado debido a sus propiedades organolépticas y sus propiedades nutricionales, habiendo logrado un preferente posicionamiento en mercados especializados y su incorporación a experiencias turísticas de índole cultural del lugar (Mendoza A. G., 2021).

El Cacao como producto ancestral y patrimonio cultural

El cacao no es solo un cultivo agrario, sino un símbolo cultural incorporado profundamente en la historia de muchas civilizaciones. En América Latina ha sido usado como alimento, moneda y como elemento ceremonial desde el periodo prehispánico, convirtiéndose en un patrimonio cultural inmaterial de gran relevancia (Mendoza A. G., 2021).

Su reconocimiento actual como patrimonio cultural ha dado paso a iniciativas que han propuesto mantener su legado histórico y poner de manifiesto su valor identitario. Investigaciones indican que el cacao sirve como un recurso clave en la construcción del paisaje cultural y en la identidad de las comunidades que lo producen, ayudando a fortalecer el turismo cultural y la economía local (Félix Mendoza, Ayala García, & Navarrete Basurto, 2024).

Concepto de parque temático

Los parques temáticos se describen como espacios de diversión que están organizados en función de un tema, englobando componentes didácticos, culturales y de diversión para brindar experiencias inmersivas a los visitantes. Este tipo de infraestructura se perfila por alcanzar diferenciación mediante el logro de espacios tematizados que divulgan saberes y emociones (Páez Vives, Pérez Hernández, Gómez Pozo, & del Pino Pérez, 2022).

Por otra parte, los parques temáticos pueden convertirse en instrumentos estratégicos del desarrollo turístico puesto que pueden ocupar un rol dinamizador de la economía local, atraer visitantes o generar empleo. Su diseño regular suele presentar componentes naturales y culturales que promueven la identificación territorial y la sostenibilidad (Paredes, 2023).

Educación y sostenibilidad en parques temáticos

Parques de atracciones modernos y sostenibles incorporan la educación como uno de sus principios básicos, la cual se desarrolla a través de la experiencia. El mismo sirve como el medio para educar a los visitantes en torno a cuestiones medioambientales, culturales y sociales, en el desarrollo de una conciencia sostenible (Paredes, 2023).

Es en este sentido que la sostenibilidad se convierte en un aspecto fundamental cuando se habla de su gestión y ello conlleva el uso responsable de recursos, la conservación del medio en el que se está ubicado el parque temático y la participación de la comunidad. Por otro lado, Fernández (2024), lleva más allá la propuesta de proyectos turísticos sostenibles y considera necesaria la mezcla entre un desarrollo económico, pero al mismo tiempo la protección del patrimonio natural y cultural.

Impacto económico y social del turismo temático

El impacto del turismo temático en la economía local es de suma relevancia, ya que genera empleo, favorece los emprendimientos y ayuda a la diversificación de las actividades productivas. El turismo temático permite la posibilidad de aprovechar los recursos concretos de una determinada región, generando productos diferenciados que favorecen la competitividad del destino (Fernández W. E., 2024).

Desde su punto de vista social, también abona el fortalecimiento de la identidad cultural y de la cohesión social. Como sucede con el agroturismo, el turismo temático posibilita la participación activa de la población local y fomenta la preservación de las tradiciones sociales, lo que refuerza el tejido social y, por ende, mejora la calidad de vida (Herrera Chávez, 2023).

Experiencias exitosas de parques temáticos en Ecuador y América Latina

Los parques temáticos en América Latina han surgido como formas innovadoras de vías distintas para la aplicación de un desarrollo turístico sostenido, uniendo cultura, naturaleza y educación. Estos espacios son considerados exitosos dada la creación de experiencias complementarias, logrando unir los visitantes con el territorio (Paredes, 2023).

En Ecuador, particularmente en el medio rural, se han desarrollado iniciativas relacionadas con el agroturismo y productos emblemáticos como el cacao, generando recorridos, experiencias educativas, así como actividades productivas, donde las experiencias constituyen espacios para llegar a destinos turísticos alternativos y contribuir con las economías locales (Mendoza A. G., 2021).

CAPITULO II.

2. DIAGNÓSTICO

2.1. Estudio de registro a nivel de junta parroquial

La acción llevada a cabo por este cuadro de la descripción comparativa de comunidades y recintos de la parroquia San Isidro del cantón Sucre, de la provincia de Manabí, se realiza con el fin de presentar un acercamiento analítico sobre cómo se reparte la población y las características territoriales de sus asentamientos de población rural. Los datos oficiales, como los que pueden obtenerse en los censos nacionales, no son los que permiten obtener información desagregada de las comunidades por parcelas, por lo que se recurre a una estimación técnica fijada por los patrones demográficos rurales, por las condiciones geográficas y por los niveles de desarrollo local que serían predecibles si no existiera una infra producción de datos de recuento.

De esta manera, podemos establecer una comparación apreciable entre recintos en tamaño de la población, organización de la producción e identidad del territorio, con toda su estructura marcada por la dispersión y por la hegemonía de la economía familiar agrícola. En este sentido, el cuadro 1 es parte de la descripción; a la vez, también es una herramienta que permite leer las dinámicas socioeconómicas de la parroquia, el análisis para la planificación de territorios, el diseño de las estrategias de desarrollo rural y la toma de decisiones en ámbitos académico, institucional. (Anexo 1)

El anexo muestra un estudio estimado de acuerdo con la técnica de observación aplicada y a la colaboración de la Junta Parroquial de San Isidro y la fundación Raíces y Sueños (Villacis, Lemoine, Álvarez, & Ormaza, 2024) en cuyos resultados se evidencia

una representación a nivel comunitario de importancia en crecimiento según la denominación y característica otorgada a cada comunidad que nos facilitó generar criterios analíticos al respecto y que proporcionó verificar las comunidades con producciones de cultivos de cacao.

2.1.1. Diagnóstico de comunidades con predominio agrícola y cultivo de cacao

El análisis de las comunidades dedicadas en su mayoría a actividades agrarias y al cultivo del cacao de la parroquia San Isidro, cantón Sucre, provincia de Manabí, se puede plantear como una estrategia letal para la comprensión de la relación existente entre las condiciones del territorio y la dinámica de producción de la comunidad. En un entorno rural donde la economía se asienta principalmente en la puesta en práctica de las actividades agropecuarias, la determinación de unas áreas con mayor capacidad cacaotera puede ser un antecedente para verificar ciertas estructuras y rangos de especialización asociados también a la determinación que hacen unos factores como la cantidad del agua, lo fértil que es la tierra o la herencia agrícola en sí misma.

Resultó indispensable para caracterizar el sistema productivo de la parroquia identificada y al mismo tiempo implicarnos en el desarrollo sostenible, especialmente aquéllos que referencian la producción de cacao con el turismo, la agroindustria o la valorización del cacao como recurso identitario, a partir de la significación que éste tiene. De esta forma, el estudio puede contribuir a elaborar cierta base técnica de cuáles han de ser las determinaciones en el marco de la planificación territorial y hacer evidente a través del mencionado resultado qué tipos de estrategia deben ejecutarse para poder salvar la economía local y favorecer la máxima explotación de los recursos endógenos.

Tabla 1. *Estudio comparativo de predominio agrícola y presencia del cacao.*

Comunidad Recinto	/ Predominio agrícola	Presencia de cacao	Justificación territorial
Río Mariano (todos sus sectores)	Alta	Alta	Zona húmeda, suelos fértiles, cercanía a agua
Río Grande	Alta	Alta	Condiciones hídricas favorables

La Humedad	Alta	Alta	Nombre indica alta humedad, ideal para cacao
Santa Teresa	Alta	Alta	Tradición agrícola consolidada
Santa Rosa	Alta	Media-Alta	Producción diversificada
San Francisco	Alta	Media-Alta	Agricultura familiar
San Lorenzo	Alta	Media	Cultivos mixtos
Piquigua	Alta	Media	Producción agrícola variada
Mata de Plátano	Alta	Media	Predomina plátano + cacao complementario
Muchique (1,2,3)	Alta	Media-Alta	Zona amplia y productiva
Las Mercedes	Alta	Media-Alta	Importancia productiva rural
Cañaveral / Cañales	Alta	Media	Cultivos mixtos (caña + cacao)
La Laguna	Alta	Media-Alta	Cercanía a agua
Aguas Turbias	Alta	Media-Alta	Condiciones hídricas favorables
La Providencia	Media-Alta	Media	Agricultura estable
La Unión	Media-Alta	Media	Producción agrícola
Santa Clara	Media-Alta	Media	Cultivos mixtos
San Jacinto	Media-Alta	Media	Agricultura tradicional
La Sierra	Media	Media	Zona de transición agrícola
Dos Caminos	Media	Baja-Media	Producción menor
Jejenal	Media	Baja-Media	Agricultura básica
Bijagual (Arriba y Abajo)	Media	Media	Condiciones rurales aptas
Tutumbe	Media	Baja-Media	Producción limitada

Fuente: elaboración propia

El estudio de las comunidades con gran propensión agrícola y de cultivo de cacao en la parroquia San Isidro pone de manifiesto con claridad que esta actividad se concentra en espacios con condiciones agroecológicas favorables que permiten el desarrollo de las

zonas húmedas e inmediatas a fuentes hídricas, al tiempo que son espacios donde todavía se mantiene el uso de las prácticas productivas tradicionales y de los saberes locales en el manejo del cacao.

Este resultado no sólo pone de manifiesto que la vocación cacaotera de ciertos recintos se había consolidado, sino que pone en evidencias espacios estratégicos donde se puede implementar un parque temático de la ruta del cacao integrando producción cultural y paisaje para ofrecer experiencias turísticas auténticas. En este sentido el cuadro permite que se oriente la planificación del proyecto, porque permite ver y seleccionar comunidades que se encuentran con mayor potencial para ofrecer recorridos vivenciales, muestras agrícolas y procesos de transformación artesanal con su potencial de contribuir al reforzamiento de la economía local, a la diversificación productiva y a la valorización del cacao como parte del patrimonio territorio.

El análisis que se deriva del cuadro comparativo de comunidades y recintos de la parroquia San Isidro pone de manifiesto la existencia de una conformación territorial de núcleos rurales con localizaciones e intensidades de consolidación diferentes, pero con una marcada orientación hacia actividades de tipo agrícola, sobre todo en aquellas áreas donde existen condiciones favorables para la práctica de cultivos como el cultivo de cacao, lo que significa que el conjunto de resultados nos permite identificar territorios con un alto potencial para la elaboración de un parque temático en relación a la ruta del cacao, dado que concentran no sólo producción agrícola, sino también conocimientos ancestrales, prácticas culturales y paisajes naturales que pueden ser aprovechados desde un enfoque turístico.

Sostenido en esta idea, el cuadro comparativo constituye una guía estratégica para la toma de decisiones al facilitar la selección de las comunidades clave en las que podría articularse una propuesta de los recursos turísticos sostenibles que incluya la producción, la transformación y la experiencia del cacao, y favorezca el desarrollo económico local, la creación de empleo y el reconocimiento del patrimonio rural de San Isidro.

ANALISIS DE LA ENCUESTA

Para la aplicabilidad del instrumento se procedió a realizar su diseño de acuerdo con las orientaciones del tutor del trabajo de titulación seleccionando 7 experto relacionado con la temática objeto estudio (Anexo: 2) y cuyos resultados se exponen a continuación.

Estudio del Perfil

Los datos obtenidos ofrecen una mayor presencia del género masculino, que ocupa el 70 % dentro de la población propia del estudio, el género femenino, por su parte, obtuvo un 30 %. Este hecho pone de manifiesto que la muestra tiene una fuerte presencia masculina y, por tanto, puede influir en las opiniones y los resultados del estudio.

Respecto a la edad, la media ponderada está representada en su mayor porcentaje por la franja de personas de 46 a 60 años que ocupan el 45,3%; la siguiente muestra es la de las personas de 31 a 45 años que están más o menos representados en el 42,7 %. A la vista de estos datos, se puede afirmar que la investigación tiene una considerable proporción de una población adulta con experiencia, que permite dar respuestas más justificadas por el tema tratado. La participación de jóvenes y/o los adultos mayores fue muy baja; la muestra fue escasa en este sentido.

Tabla 2. *Estudio de perfil*

Parámetros		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Género	Masculino	105	70,0%	70,0%
	Femenino	45	30,0%	100,0%
	Total	150	100,0%	
Edad	18 – 30 años	12	8,0%	8,0%
	31 – 45 años	64	42,7%	50,7%
	46 – 60 años	68	45,3%	96,0%
	Más de 60 años	6	4,0%	100,0%
	Total	150	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Análisis e interpretación

Los datos reflejan que la mayor parte de los participantes a las que hace alusión la encuesta pertenece al masculino, 70 %, lo que muestra que en la investigación hay una presencia predominante de hombres. Además, se observa que las franjas de edad con mayor representación son las personas que están entre los 31 y 60 años, que suponen la mayor parte de la muestra total, lo cual da pie a interpretar que las respuestas se provienen

principalmente de personas adultas con experiencias y saberes sobre el tema estudiado, dando mayor credibilidad a los resultados. Por otro lado, la participación de la juventud y la diversidad de rangos de edad que eran de un grupo significativo de personas ancianas fue muy escasa, cuya opinión tuvo un bajo impacto en el análisis global.

Estudio comparativo de elementos fundamentales de perfil

La información obtenida permite deducir que la investigación se realizó fundamentalmente en la comunidad de Río Mariano porque en ella se concentran más de la mitad de los sujetos participantes en la investigación. De la misma forma, que el hecho de existir un número de personas con más de 20 años de experiencia sugiere que en su mayoría existen conocimientos obtenidos a partir de la experiencia que le daría más confianza a las respuestas obtenidas. Por otro lado, el hecho de que la producción tradicional alcance el porcentaje más alto indica que las prácticas convencionales continúan siendo las más utilizadas por los productores, aunque también existe una presencia menor de sistemas orgánicos y agroecológicos, lo cual refleja un interés gradual por métodos de producción más sostenibles.

Tabla 3. *Estudió comparativo de elementos fundamentales de perfil*

Parámetros		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comunidad	Piquigua	14	9,3%	9,3%
	Santa Clara	16	10,7%	20,0%
	La Humedad	18	12,0%	32,0%
	Río Mariano	83	55,3%	87,3%
	Santa Teresa	13	8,7%	96,0%
	Muchique	2	1,3%	97,3%
	(1,2,3)			
	Las Mercedes	2	1,3%	98,7%
	El Palmar	2	1,3%	100,0%
	Total	150	100,0%	
Tiempo dedicado a la producción de cacao	1 – 5 años	12	8,0%	8,0%
	6 – 10 años	14	9,3%	17,3%
	11 – 20 años	24	16,0%	33,3%

	Más de 20 años	100	66,7%	100,0%
	Total	150	100,0%	
Tipo de producción	Tradicional	94	62,7%	62,7%
	Orgánica	27	18,0%	80,7%
	Agroecológica	21	14,0%	94,7%
	Otra	8	5,3%	100,0%
	Total	150	100,0%	

Fuente: Elaboracion Propia

Análisis e interpretación

La información obtenida permite interpretar que la investigación se llevó a cabo fundamentalmente en la comunidad de Río Mariano, puesto que allí se concentra más de la mitad de la muestra de participantes. Al igual que el sesgo de la muestra hacía personas con más de 20 años de trabajo implica que la mayoría de las personas presenta un bagaje de conocimientos adquiridos con el tiempo, que añaden mayor fiabilidad a las respuestas obtenidas.

Por otro lado, el hecho de que la producción tradicional sea la que presente el mayor porcentaje indica que las prácticas tradicionales siguen siendo las más usadas por parte de los productores, aunque también existe un porcentaje poco menor de sistemas orgánicos y agroecológicos, lo que hace evidente un interés poco a poco evidente por a prácticas de producción más sostenibles.

Estudio de Percepción

Las consecuencias han llegado a tal punto que la mayoría de los encuestados tiene una visión bien calificada acerca del potencial cultural, del potencial turístico y del potencial económico que posee el cacao en el pintoresco San Isidro. Sobresale el hecho de que un buen número de encuestados tiene la visión de que la creación de una ruta agroturística podría ayudar a consolidar la identidad del lugar y por tanto contribuir al desarrollo económico de la comunidad. Existe la noción de la importancia de crear un atractivo turístico representativo del sector y de la importancia de utilizar la promoción digital como método de divulgación. Sin embargo, los encuestados también muestran reticencia a la idea de que podrían tener interés los turistas en conocer el proceso de

producción del cacao lo que hace ver que se deben fortalecer las estrategias de promoción y de concienciación turística.

Tabla 4. *Estudio de percepción*

N.º	Ítems	1	2	3	4	5
1	Considera que el cacao de San Isidro posee valor cultural y turístico	0%	6,7%	42,7%	40%	10,7%
2	La creación de una ruta agroturística del cacao fortalecería la identidad local	0%	12%	29,3%	44%	14,7%
3	Existe interés de visitantes en conocer el proceso de producción del cacao	17,3%	52%	20%	10,7%	0%
4	El turismo rural puede convertirse en una fuente complementaria de ingresos económicos	1,3%	29,3%	58,7%	10,7%	0%
5	La implementación de una ruta del cacao contribuiría al desarrollo económico de la comunidad	2,7%	17,3%	26,7%	48%	5,3%
6	El cacao puede posicionarse como un atractivo turístico representativo de San Isidro	1,3%	18,7%	54,7%	22,7%	2,7%
7	La promoción digital puede ayudar a posicionar la ruta agroturística del cacao	8%	17,3%	42,7%	24%	8%

Fuente: Elaboración Propia

Análisis e interpretación

La información recabada permite interpretar que existe una valoración positiva del cacao como recurso turístico y cultural en el lugar de San Isidro. Los porcentajes más altos se concentran en las opciones de acuerdo y totalmente de acuerdo en aquellas cuestiones referentes a la identidad local, el desarrollo económico y el posicionamiento turístico, lo que demuestra que la población es consciente que el cacao tiene importancia al ser un elemento representativo de la comunidad.

Por otro lado, en el ítem que hace referencia al interés que tienen los visitantes por conocer el proceso que se necesita para producir el cacao, obtienen puntuaciones con predominio de desacuerdo, lo que refleja cierta inseguridad sobre la posibilidad de atraer

a turistas hacia este tipo de experiencia. Pese a ello, la mayoría considera que el turismo rural y la promoción digital pueden llegar a ser herramientas claves para el empuje de la actividad agroturística y para la producción de beneficios económicos en la comunidad.

Estudio de expectativas

Los resultados muestran que la mayor parte de los encuestados tiene expectativas favorables sobre la llegada de una ruta agroturística del cacao. Cabe mencionar que gran parte del grupo considera que este proceso podría mejorar la explotación económica de los productores, generar nuevas oportunidades de empleo y contribuir a la conservación de las tradiciones culturales del sector. Además, muchos de los participantes se muestran interesados por involucrarse con las actividades turísticas relativas al cacao y conocen el papel que tienen las redes sociales e internet para dar a conocer la ruta en el ámbito nacional e internacional.

Tabla 5. *Estudio de expectativas*

N.º	Ítems	1	2	3	4	5
1	Espero que una ruta agroturística mejore los ingresos económicos de los productores.	0%	9,3%	22,7%	49,3%	18,7%
2	Me gustaría participar activamente en actividades turísticas relacionadas con el cacao.	0%	8%	22,8%	34,7%	34,7%
3	La ruta agroturística podría generar nuevas oportunidades de empleo para la comunidad.	0%	8%	40%	30,7%	21,3%
4	Espero que el proyecto contribuya a preservar las tradiciones culturales del sector.	0%	10,7%	24%	42,7%	22,7%
5	Considero que el turismo puede incrementar el valor comercial del cacao local.	4%	9,3%	24%	21,3%	41,3%

6	Tengo expectativas positivas sobre el impacto futuro de la ruta agroturística del cacao.	4%	48%	16%	26,7%	5,3%
7	Espero que el uso de internet y redes sociales permita promocionar la ruta agroturística a nivel nacional e internacional.	4%	30,7%	20%	34,7%	10,7%

Fuente: Elaboración Propia

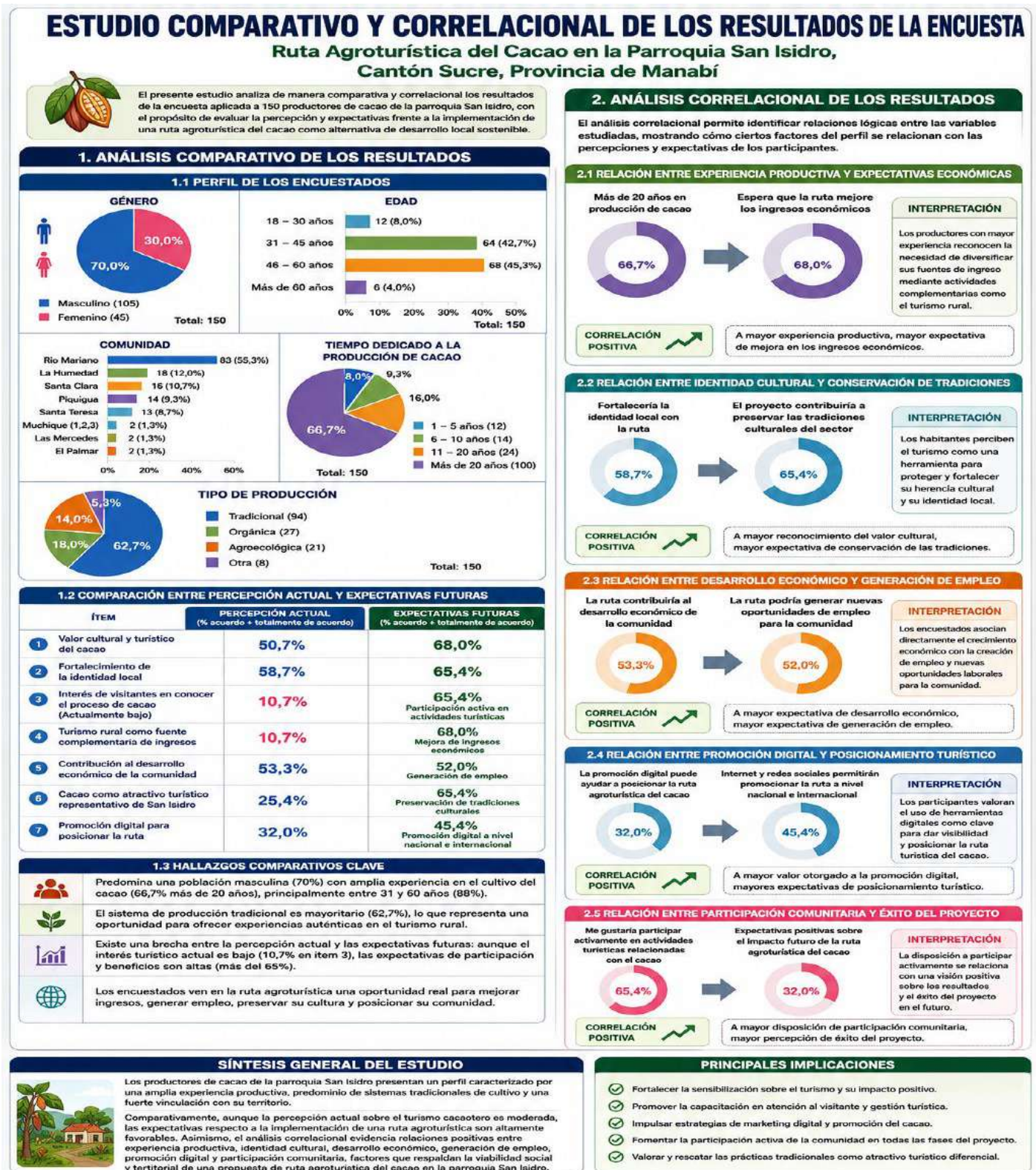
Análisis e interpretación

La información obtenida permite intuir que existe una buena valoración en la idea del desarrollo de la ruta agroturística del cacao, sobre aspectos económicos, culturales y turísticos. Los porcentajes más altos se localizan en las opciones de acuerdo y de totalmente de acuerdo, evidenciando que la población tiene claro que el proyecto puede reportar beneficios a la comunidad, en relación al incremento de los ingresos, la generación de puestos de trabajo y el fortalecimiento de la cultura local y de las identidades comunitarias.

Cabe decir que el interés por participar en la actividad relacionada con el turismo del cacao es evidente y nos muestra una disposición comunitaria a participar en el proyecto. Sin embargo, hay algunos ítems que se refieren a impactos futuros y a promoción digital, con porcentajes discrepantes todavía importantes, lo que nos indica que hay un grupo de participantes que todavía tienen reticencias respecto a los alcances y a la eficacia del proyecto. A pesar de esto, la tendencia general nos muestra expectativas positivas respecto a las potencialidades de la ruta agroturística.

2.1.2. Estudios cruzados de los resultados de la encuesta

Ilustración 1. Estudio comparativo y correlacional de los resultados de la encuesta



CAPITULO III.

3. Diseño de la Propuesta

3.1. Tema de la propuesta

Plan de negocio para la creación del parque temático de la ruta del cacao “TRIKAÓ”.

3.2. Antecedentes

Ecuador es conocido internacionalmente por el cacao fino de aroma, producto que conforma la identidad cultural, económica y agrícola del país. En la provincia de Manabí, y en particular en aquellos espacios rurales que colindan con Bahía de Caráquez y el cantón Sucre, el cacao es a su vez, además de una actividad productiva, una herencia patrimonial, sumamente relacionada con las culturas precolombinas y con las tradiciones campesinas del lugar.

La devaluación de productos agrícolas básicos, el crecimiento del sector agroalimentario y la expansión de la disponibilidad de productos de los mercados locales han propiciado los últimos años que el turismo de experiencias y el agroturismo se consoliden como alternativas sostenibles alternativas para dinamizar la economía del medio rural. Cada vez son más las personas que manifiestan un interés por los procesos tradicionales de la agricultura, por interactuar con las comunidades locales y vivir experiencias relacionadas con la naturaleza, la cultura y la gastronomía. No obstante, en el cantón Sucre aún queda una oferta de espacios turísticos todavía muy escasa, en la que concurren la educación, la recreación y la producción agrícola vinculada al mundo del cacao.

De esta realidad surge la propuesta creada para el Parque Temático de la Ruta del Cacao que ha sido desarrollado como TRIKAÓ, un proyecto que persigue en combinación el turismo temático, la valorización de cacao ancestral y el desarrollo local. La iniciativa se encuentra orientada a la creación de un espacio innovador en el que los visitantes puedan encontrar la historia del cacao ecuatoriano, sus actividades recreativas y educativas, degustar productos de cacao y reforzar la relación cultura, agricultura y turismo.

El proyecto, además, busca aumentar las oportunidades laborales e ingresos para productores locales, encontrar emprendedores y brindar un impulso al desarrollo sostenible del territorio en el que se asientan. Para ello un estudio de mercado resulta imprescindible para el análisis de la aceptación del proyecto, la identificación de la demanda potencial, la identificación de las preferencias de turistas y la viabilidad de la propuesta comercial.

3.3. Justificación

La propuesta permite contribuir a un aumento del conocimiento sobre el turismo rural, el agroturismo y la valorización de los recursos agrícolas que actúan como estrategias de desarrollo territorial y, además, posibilita el análisis de la relación existente entre la actividad cacaotera, el patrimonio cultural y el turismo experiencial, con la resultante obtención de información que puede servir de base en futuras investigaciones acerca de emprendimientos turísticos vinculados al sector agropecuario y el uso sostenible de los recursos locales.

Desde el punto de vista práctico, la propuesta busca dar respuesta a la escasa oferta de espacios para el turismo temático sobre el cacao en el cantón Sucre. La propuesta del Parque Temático de la Ruta del Cacao “TRIKAÓ” permite diversificar la economía local a través de la creación de nuevas oportunidades de negocio, la promoción de la venta de productos funcionales del cacao y el empoderamiento de actividades recreativas, educativas y culturales para turistas nacionales y extranjeros. La propuesta de plan de negocio permitirá también calcular la viabilidad comercial, operativa y financiera de la iniciativa.

La investigación se sostiene en la aplicación de métodos, técnicas e instrumentos tanto de la recogida como del análisis de la información, que permiten conocer las preferencias, necesidades y expectativas del mercado objetivo. Adicionalmente, el uso de instrumentos estratégicos como la Matriz McKinsey y la metodología MICMAC permite identificar las variables más determinantes a la hora decidir y de diseñar estrategias orientadas a la posición y sostenibilidad del Parque Temático “TRIKAÓ”, convirtiéndose en una referencia metodológica para proyectos similares.

La propuesta tiene una significativa justificación social ya que promueve el desarrollo de la economía y la cultura de las comunidades rurales vinculadas a la

producción de cacao de la parroquia San Isidro y el cantón Sucre. Su desarrollo permitirá la generación de empleo, el fortalecimiento de los emprendimientos locales y la conservación de saberes ancestrales vinculados al cultivo y procesamiento del cacao. Además, favorecerá la identidad cultural, la participación comunitaria y del turismo sostenible, generando los beneficios directos en la población y mejorando los espacios de oportunidad de desarrollo local

3.4. Objetivos

3.4.1. Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio que permita establecer la viabilidad del Parque Temático de la Ruta del Cacao “TRIKAÓ”, orientado hacia el fomento del turismo, de la cultura y el agroemprendimiento en el cantón Sucre, provincia de Manabí.

3.4.2. Objetivo específico

- Estudiar la demanda potencial y el nivel de aceptación del Parque Temático “TRIKAÓ” para medir nivel de aceptación en el mercado objetivo.
- Reconocer las preferencias, necesidades y expectativas de turistas y habitantes respecto a actividades recreativas, culturales y agroturísticas del cacao
- Analizar la factibilidad económica y estratégica del proyecto para establecer su viabilidad y contribución al desarrollo local rural de las comunidades ubicadas en San Isidro.

3.5. Desarrollo de la propuesta

3.5.1. Estudio de la demanda

La propuesta del proyecto Parque Temático de la Ruta del Cacao “TRIKAÓ” se desarrolla de la forma de otra alternativa o modelo innovador del turismo rural y cultural a nivel de alternativas o modelos de diversificación de la economía local y de actividades recreativas y agrarias, insertadas así en la logística productiva agroempresarial vinculada al cacao ancestral.



Manual de identidad de marca

Nombre de la marca: TRIKAÓ

Eslogan: El sabor Artesanal que identifica cultura

Concepto de la marca

TRIKAÓ surge como una marca inspirada en las ancestrales raíces del cacao y en la cultura ecuatoriana. Su diseño tiene como intención transmitir tradición, autenticidad, naturaleza y orgullo cultural.

Valores Corporativos

- Valores Corporativos.
- Identidad cultural.
- Calidad de la producción artesana.
- Sostenibilidad.
- Innovación.
- Responsabilidad social.
- Compromiso con la comunidad

Logotipo

El logotipo de TRIKAÔ está desarrollado a partir de:

- Elementos gráficos inspirados en las culturas ancestrales.
- Una tipografía elegante y sólida.
- Iconos relacionados con el cacao.
- Composición equilibrada y representativa.

El logotipo transmite:

- Tradición.
- Cultura.
- Naturaleza.
- Exclusividad artesanal

Versiones del logotipo

Versión principal

Logotipo en tonos café sobre fondo blanco.

Versión secundaria

Logotipo en color blanco sobre fondo oscuro.

Versión monocromática

Aplicación en un solo color para impresiones especiales.

Tabla 6. Colores Corporativos

Color	Uso
Café cacao oscuro	Color principal
Beige cacao	Elementos secundarios
Blanco	Fondos y limpieza visual
Negro	Aplicaciones monocromáticas

Tipografía Corporativa

Tipografía Principal

Cinzel Bold: Utilizada para los títulos y el logotipo.

Tipografía Secundaria

Montserrat Regular: Utilizada para los textos informativos y promocionales.

Aplicaciones de Marca

Se podrá aplicar la identidad visual en:

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| ▪ Empaques de chocolate. | ▪ Señalética turística. | ▪ Material promocional. |
| ▪ Uniformes. | ▪ Papelería corporativa. | ▪ Souvenirs turísticos. |
| ▪ Publicidad digital. | ▪ Menús de comida. | |
| ▪ Redes sociales. | | |

Personalidad de Marca

TRIKAÓ transmite una personalidad:

- | | |
|--------------|--------------|
| • Cultural. | • Natural. |
| • Artesanal. | • Turística. |
| • Elegante. | • Auténtica. |

Público objetivo

La marca tiene como públicos a:

- Turistas nacionales y extranjeros.
- Consumidores de chocolate artesanal.
- Familias.
- Jóvenes y mayores.
- Amantes de la cultura y gastronomía.
- Visitantes interesados por experiencias rurales y ecológicas

Dentro del estudio de mercado se consideraron dos herramientas fundamentales que contribuyen a una mejor segmentación y a la búsqueda de un posicionamiento de acuerdo a estudios preliminares desarrollado en el capítulo 2 que directamente aportan a un análisis importante para el logro de los objetivos estratégicos que desde la percepción contribuye a generar una gestión efectiva en la comercialización del producto TRIKÁO. Estas herramientas empleadas fueron la Matriz Mckinsey y la MIC MAC, las cuales se integraron y correlacionaron para lograr estrategias direccionada a los objetivos propuestos, tal y como se exponen en el anexo

3.5.2. Cumplimiento del objetivo 2.

El desarrollo del plan estratégico a partir de la Matriz Z logró identificar sintéticamente, de manera muy práctica, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto del Parque Temático de la Ruta del Cacao “TRIKAÓ”, contribuyendo a alcanzar el objetivo de diseñar estrategias sostenibles y con la finalidad de buscar el desarrollo turístico, económico y cultural de la zona. Gracias a esta visión analítica fue posible proponer acciones que propicien la fortaleza de la identidad ancestral del cacao, propiciar el crecimiento del turismo rural y ofrecer alternativas de desarrollo a la comunidad; además las estrategias propuestas son vías para atacar los obstáculos administrativos y financieros del proyecto y para, además, contrarrestar algunos de los riesgos externos a través de planes de innovación, de capacitación y de sostenibilidad. Por lo tanto, se puede afirmar que la Matriz Z es una herramienta central para propiciar la toma de decisiones y poder garantizar la viabilidad del parque temático y su sostenibilidad en el tiempo.

3.5.2.1. Plan estratégico (Matriz Z)

Tabla 7. *Plan estratégico (Matriz Z)*

Elementos	Estrategias	Acciones de intervención	Política de mejoras	Implicados	Costo estimado
Fortalezas	El proyecto posee una temática innovadora basada en el cacao ancestral, recurso representativo de la provincia de Manabí. Además, cuenta con potencial turístico, cultural y educativo que puede atraer diferentes tipos de visitantes.	Diseñar actividades de cultura, rutas de temática y talleres pedagógicos que se vinculen al cacao ancestral con el objetivo de definir la experiencia turística-cultural del parque.	Conciliar permanentemente los servicios turísticos de forma innovadora, de manera que se vaya promoviendo la identidad cultural y ancestral del cacao de Manabí.	Gobierno Autónomo Descentralizado de la localidad, comunidad local, emprendedores turísticos, Ministerio de Turismo, instituciones educativas y visitantes.	Medio – Alto
Debilidades	Existen escasos antecedentes de su experiencia de administración de parques temáticos con una gran inversión inicial para infraestructura, promoción y adecuación de espacios turísticos.	Emprender acciones de capacitación en cuanto a administración del producto turístico, gestión empresarial y gestión de proyectos, además de generar un apoyo financiero mediante alianzas estratégicas.	Acordar un plan de acción financiero-administrativo con la finalidad de optimizar recursos y mejorar la sostenibilidad del proyecto.	Gobierno Autónomo Descentralizado de la localidad, comunidad local, emprendedores turísticos, Ministerio de Turismo, instituciones educativas y visitantes.	Alto

Oportunidades	Crecimiento del turismo rural y agroturístico en Ecuador, interés por experiencias culturales auténticas y apoyo institucional a proyectos sostenibles y comunitarios.	Ejecutar campañas de promoción del potencial turístico, convenios con otras instituciones públicas y privadas y participación en eventos turísticos de carácter nacional.	Consolidar el desarrollo de estrategias de marketing turístico sostenible mientras que se promueve la participación de la comunidad en el desarrollo del proyecto.	Ministerio de Turismo; operadores turísticos; medios digitales; comunidad local; empresas privadas; organizaciones culturales.	Medio
Amenazas	Competencia con otros destinos turísticos, cambios en la situación económica del país y posibles afectaciones climáticas que impacten el turismo y la producción agrícola.	Diseñar planes de contingencia, diversificar actividades turísticas y aplicar medidas de protección ambiental en el parque temático.	Poner en marcha evaluaciones periódicas de los riesgos y adaptar estrategias que reduzcan la evolución negativa en torno a la influencia de factores externos sobre el proyecto.	Autoridades locales; Ministerio del Ambiente; productores de cacao; comunidad; gerentes del parque; entidades de gestión de riesgos.	Medio – Alto

Fuente: elaboración propia

3.5.2.2. Estrategias de la Matriz Z

Las estrategias se muestran de forma dinámica usando las nuevas tecnologías con la experticia de enfocarla con mayor atractividad.

Ilustración 2. Estrategia de la Matriz Z



3.5.2.3. Diseño de ruta turística

La ruta turística propuesta se inicia en el Centro Parroquial de San Isidro y continúa por las comunidades de Piquigua, Santa Clara, La Humedad, Río Mariano, Santa Teresa, Muchique (1, 2 y 3), Las Mercedes y El Palmar, con una continuidad lógica, accesible y representativa de la actividad cacaotera del territorio. El planteamiento de la

ruta considera la integración de los principales espacios de producción, conservación y cultura del cacao ancestral y permite al visitante una experiencia gradual de aprendizajes de contacto con los cultivos ancestrales de las comunidades, Río Mariano como eje vertebrador del cacao provoca reforzar la temática de la ruta y el cierre en El Palmar se torna un punto de anclaje para desarrollar actividades de tipo recreativas, gastronómicas y de disfrute del paisaje rural. Por lo tanto, esto se traduce en una ruta que permite diversificar la oferta turística del lugar, promover la participación de la comunidad e insertar nuevas oportunidades de desarrollo económico sostenible a las comunidades del proyecto.

Punto de Partida:

Centro Parroquial de San Isidro

Comunidades cacaoteras (orden lógico de recorrido)

Las comunidades que a continuación se presentan son las que mas aportan al desarrollo de la ruta por su ubicación estratégica geográficamente, por su presencia del cultivo de cacao y por sus atractivos y recursos turísticos que abundan en la zona objeto estudio. Estas comunidades son:

1. Piquigua
2. Santa Clara
3. La Humedad
4. Río Mariano (eje principal del cacao)
5. Santa Teresa
6. Muchique (1, 2, 3)
7. Las Mercedes
8. El Palmar (cierre turístico)

Ilustración 3. Parque temático de la ruta del cacao – San Isidro



San Isidro tiene un perfil agrícola en crecimiento. Su gente está organizada en torno a procesos comunitarios, lo cual es una oportunidad para educar y capacitar desde la visión agroempresarial. Aunque no cuenta con una tradición fuerte en cacao ni con mucha infraestructura, puede servir como centro de formación, vivero o punto de ensayo experimental. A continuación, se exponen los enfoques del marketing desde el logro de los objetivos del presente estudio considerar al marketing turístico y al marketing experiencial como dos herramientas para fortalecer al parque temático del cacao. Anexo

3.5.3. Estudio de factibilidad económica y estratégica del proyecto para establecer su contribución al desarrollo local.

El estudio de la viabilidad económica y estratégica del proyecto permite determinar si es posible llevar a cabo la creación del Parque Temático de La Ruta del Cacao “TRIKAÓ” desde el lado financiero, turístico y social y también permite mejorar la identificación de los recursos necesarios para el proyecto, el horizonte de beneficios económicos que puede generar y los efectos positivos que puede tener en el territorio, en conformación de que puedan mejorarse variables como la creación de empleo, el fortalecimiento cultural y la potenciación del turismo. Además, permite comprobar si puede mantenerse en el tiempo y responder a las necesidades del mercado turístico actual.

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Inversión Inicial

Si tomamos en cuenta la situación económica y turística que vive el cantón San Isidro, se presenta un presupuesto más ajustado y viable para un proyecto comunitario y agro turístico que se pueda aplicar.

Tabla 8. *Inversión Inicial*

Concepto	Valor Aproximado (USD)
Adecuación del terreno y limpieza inicial	6.500
Construcción de senderos y áreas temáticas	8.000
Implementación de zonas culturales y recreativas	4.500
Compra de mobiliario turístico	5.000
Área gastronómica y degustaciones	3.500
Publicidad y promoción inicial	1.500
Capacitación del personal	1.000
Equipos básicos y seguridad	2.500

Permisos y gastos administrativos	1.500
Total, estimado	34.000

Tabla 9. Fuente de financiamiento

Fuente de Financiamiento	Valor (USD)	Porcentaje
Aporte de socios	12.000	35%
Crédito productivo o turístico	15.000	44%
Fondos de apoyo al emprendimiento	5.000	15%
Convenios institucionales	2.000	6%
Total	34.000	100%

Ingresos esperados

Siendo que el proyecto se desarrollaría en una zona rural que de manera gradual ha ido creciendo en atracción turística y en el número de visitantes susceptibles, los ingresos se estiman moderados, pero plausibles, contemporáneos y ajustados a la zona.

Tabla 10. Fuente de ingresos esperados

Fuente de Ingreso	Ingreso Mensual Estimado (USD)
Venta de entradas	1.800
Visitas guiadas	700
Venta de productos derivados del cacao	900
Talleres y actividades recreativas	600

Gastronomía y degustaciones	1.200
Eventos culturales	500
Total, mensual estimado	5.700

Proyección anual de ingresos

$$5.700 \times 12 = 68.400$$

Por lo cual se podría esperar que el parque generara aproximadamente un total de USD 68.400 anuales durante la primera etapa de funcionamiento.

Ilustración 4. Estudio Económico Financiero



Costos del Proyecto

Tabla 11. *Costos fijos Mensuales*

Concepto	Valor Mensual (USD)
Sueldos del personal	1.800
Servicios básicos	250
Mantenimiento	300
Publicidad	150
Limpieza y seguridad	300
Total, costos fijos	2.800

Tabla 12. *Costos Variables Mensuales*

Concepto	Valor Mensual (USD)
Materia prima para degustaciones	450
Material publicitario	120
Insumos turísticos y recreativos	250
Transporte y logística	180
Total, costos variables	1.000

Rentabilidad del Proyecto

Utilidad mensual estimada

$$5.700 - (2.800 + 1.000) = 1.900$$

Así, el proyecto permitiría obtener una utilidad de unos \$1,900 mensuales.

Utilidad anual estimada

$$1.900 \times 12 = 22.800$$

Se esperaría obtener una utilidad anual aproximada de unos \$22,800, lo cual permitiría recuperar la inversión en un período próximo a los 2 o 3 años.

Ilustración 5. Costos y rentabilidad del proyecto



Cálculo del VAN

Para la valoración del VAN se establece:

- Inversión Inicial: USD 34.000
- Flujo Anual Estimado: USD 22.800
- Vida Útil del Proyecto: 5 años
- Tasa de Descuento: 10%

Resultados de la valoración (VAN)

$$VAN = -34.000 + \sum_{t=1}^5 1 \frac{22.800}{(1+0.10)^t}$$

Resultado estimado:

VAN=USD 52.410

El VAN es positivo, que el proyecto es económicamente viable recuperando la inversión, generando beneficios.

Cálculo del TIR

La TIR es la rentabilidad porcentual del proyecto.

Fórmula

$$0 = -34.000 + \sum_{t=1}^5 \frac{22.800}{(1+TIR)^t}$$

Resultado estimado:

$TIR \approx 58\%$

La TIR supera ampliamente al mínimo de aceptación del 10% que se ha establecido, convirtiendo al proyecto con viabilidad financiera altamente probable.

Cálculo del ROI

El ROI permite cuantificar cuántos beneficios procura el proyecto respecto a la inversión realizada.

Fórmula

$$ROI = \frac{22.800}{34.000} \times 100$$

Resultado estimado:

$ROI = 67\%$

Podría decirse que el proyecto procura, por cada dólar invertido, 67 centavos de utilidad anual.

Ilustración 6. Evaluación Financiera del proyecto



Análisis Financiero General

Se puede considerar que el proyecto "Parque Temático de la Ruta del Cacao TRIKAÔ" es favorable a ser implementado en San Isidro, dado que:

- Baja inversión inicial comparada con los proyectos turísticos de mayores magnitudes.
- Posibilidad de crecimiento del turismo rural y/o experiencial.
- Diversificación de ingresos mediante gastronomía, talleres y productos derivados del cacao Impacto positivo contra la economía local y de ocuparse.
- Recuperación estimada de la inversión entre 2 y 3 años.

Impacto económico y social

- Promover el turismo rural al San Isidro.
- Generar empleo para los habitantes de la comunidad.
- Reforzar la identidad cultural relacionada al cultivo de cacao.
- Promover pequeños emprendimientos.
- Potenciar el desarrollo económico sostenible del cantón.

CONCLUSIONES

En lo que respecta al primer objetivo, se ha llegado a la conclusión de que hay una amplia aceptación hacia el Parque Temático “TRIKAÓ” por parte de la población. De hecho, el 82,7 % de encuestados considera que el cacao de San Isidro tiene un valor cultural y turístico, siendo que un 69,4 % se muestra dispuesto a participar en actividades turísticas relacionadas con esta modalidad del cacao, esto se traduce en una potencialidad dentro del mercado para la propuesta.

En lo que representa al objetivo segundo, a través de la Matriz Z, se han detectado las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto, lo que ha permitido el establecimiento de estrategias enfocadas en el aprovechamiento del cacao ancestral, la promoción turística, la formación, la participación comunitaria y la sostenibilidad, lo que se traduce en que se puede generar posicionamiento y desarrollo para el Parque “TRIKAÓ”.

En cuanto al objetivo tercero, el estudio de factibilidad muestra una inversión inicial de USD 34.000, ingresos mensuales de USD 5.700 y en torno a una utilidad, aproximada, de USD 1.900 mensuales; condiciones que denotan viabilidad económica, así como su incidencia en la generación de empleo, fortalecer emprendimientos y el desarrollo turístico de las comunidades de San Isidro.

RECOMENDACIONES

Se propone a los entes locales y a los agentes comunitarios que fomenten la promoción del turismo a través de proyectos turísticos orientados por el cacao ancestral manteniendo la cultura y la educación a fin de aportar a la preservación de la identidad de San Isidro.

Se propone en el diseño la búsqueda de capacitaciones a la comunidad y personas productoras en atención del turista, gestión turística y emprendimientos para propiciar la implicación local dentro de la ruta agroturística del cacao ancestral liderada por la Uleam.

Se propone mantener y reforzar los modos tradicionales de la producción del cacao como parte de la oferta del turismo para reforzar el valor histórico y cultural de la actividad agrícola a través del proyecto de investigación vigente en la Extensión Sucre de Aporte a la cultura Montubia.

Se plantea implementar estrategias de marketing digital por redes sociales, páginas web, campañas promocionales que permitan la difusión de la ruta agroturística del cacao y conste como un atractivo turístico representativo de la provincia de Manabí.

Finalmente se recomienda formar alianzas entre las instituciones públicas, privadas y ONG que garanticen el soporte financiero, técnico y organizativo para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento del proyecto turístico.

Bibliografía

- BCE. (12 de Marzo de 2025). *Banco Central del Ecuador*. BCE:
https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2024pers2025.pdf?utm_source
- Bhandari, P. (15 de 07 de 2021). *Questionnaire Design | Methods, Question Types & Examples*. Scribbr:
https://www.scribbr.com/methodology/questionnaire/?utm_source
- Félix Mendoza, Á. G., Ayala García, K. P., & Navarrete Basurto, C. H. (2024). TURISMO Y PAISAJE CULTURAL: PERCEPCIONES DESDE LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DE CACAO EN ECUADOR. *Investigación & Negocios*, 67.
<https://revistas.usfx.bo/investigacionynegocios/index.php/revista/es/article/view/272>
- Fernández, A. J. (2025). Turismo Agroecológico: Un Camino Sustentable hacia la revalorización del patrimonio biocultural. *METANOIA: REVISTA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN*, 20-38.
<https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/METANOIA/article/view/3926>
- Fernández, W. E. (2024). El papel del sector agrario en el turismo agroecológico: una revisión de literatura científica. *Wani*, 2-5.
https://revistas.bicu.edu.ni/index.php/wani/article/view/924?utm_source
- George, T. (13 de 08 de 2021). *Mixed Methods Research | Definition, Guide & Examples*. Scribbr:
https://www.scribbr.com/methodology/mixed-methods-research/?utm_source
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
<https://www.mheducation.com/search.html?searchQuery=9781456260965>

- Herrera Chávez, M. e. (2023). Agroturismo y sostenibilidad en comunidades rurales. *POLO DEL CONOCIMIENTO*.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/8624/html>
- ICCO. (22 de 09 de 2025). International Cocoa Organization:
https://www.icco.org/statistics/?utm_source
- Jin, X. W. (2022). Factors affecting the income of agritourism operations: Evidence from an Eastern Chinese county. *Sustainability*, 14(14), 8918.
doi:<https://doi.org/10.3390/su14148918>
- Kotler, P. &. (2017). *Kotler, Marketing an Introduction (GE)*. Pearson.com:
<https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketin>
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing research: An applied orientation*. Pearson.com:
[https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-research-an-](https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-research-an-applied-)
- McCombes, S. (15 de 05 de 2019). *Descriptive Research | Definition, Types & Examples*. Scribbr:
https://www.scribbr.com/methodology/descriptive-research/?utm_source
- McLeod, S. (03 de 11 de 2022). *Observation method in psychology: Naturalistic, participant and controlled*. Simply Psychology:
https://www.simplypsychology.org/observation.html?utm_source
- Mendoza, A. G. (2021). El cacao, de recurso agrario a potencial turístico cultural. Motivaciones de sus productores en la zona centro norte de Manabí, Ecuador. *Revista Turismo Y Patrimonio*, 1-18.
<http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/263/203>
- Mendoza, D. G. (2024). Exportaciones de cacao ecuatoriano y su incidencia en la producción durante el período 2008-2023. *Religación*, 9(42), e2401278.
doi:<https://doi.org/10.46652/rgn.v9i42.1278>

- Momoh, O. (28 de 09 de 2010). *Population: Definition in statistics and how to measure it*. Investopedia:
https://www.investopedia.com/terms/p/population.asp?utm_source
- Páez Vives, N. M., Pérez Hernández, I., Gómez Pozo, Y., & del Pino Pérez, I. (2022). Gestión del patrimonio. Una alternativa para el desarrollo turístico sostenible en comunidades rurales mineras. *Cooperativismo y desarrollo*, 450-472.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2022000200450
- Paredes, M. C. (2023). Estrategias de planificación turística agroecológica para la valoración y conservación del p. *Mikarimin*, 59-78.
<https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/4094>
- Pearce, P. L. (2011). Tourist Behaviour and the Contemporary World. *Channel View Publications*, 200.
- Ponto, J. (2015). Understanding and evaluating survey research. *Journal of the advanced practitioner in oncology*, pp. 168-171. Retrieved from
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4601897/>
- Simonis, L. A., & De clones, E. O. (2024). ¡ÉXITO TOTAL EN CHOKAO 2024! Anecacao.com: <https://anecacao.com/wp-content/uploads/2024/12/Revista-digital-Anecacao-29-DIC-ESP-VER.pdf>
- Tashakkori, A. &. (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. Thousand Oaks, CA: Sage. <https://www.sagepub.com/shop/buy-a-book/lesson-study-communities-1-227676>
- Terziev, V., & Arabska, E. (2015). Opportunities of establishment of destination management and marketing organizations in Bulgaria. *Journal of Economic Development Environment and People*, 49.
<http://ojs.spiruharet.ro/index.php/jedep/article/view/110>

Vera Rebollo, J. F., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M., & Antón Clavé, S. (2013). Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. En *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant Humanidades.

Villacis, L., Lemoine, F. A., Álvarez, L., & Ormaza, E. V. (2024). La actividad de vinculación: acercamiento al rescate de Pueblo, Etnia y Cultura. *Maestro y Sociedad*.

<https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/6422/7149>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

Proyecto: Ruta Agroturística del Cacao en el sector San Isidro

Objetivo de la encuesta

Recopilar información sobre la percepción y las expectativas de los productores de cacao respecto a la implementación de una ruta agroturística del cacao en las comunidades rurales del sector San Isidro.

Instrucciones

Lea cuidadosamente cada afirmación y marque con una “X” la opción que mejor represente su nivel de acuerdo.

Escala de Likert
1= Totalmente en desacuerdo
2= En desacuerdo
3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4= De acuerdo
5= Totalmente de acuerdo

Datos Generales

Sexo

Masculino	
Femenino	

Edad:

18 – 30 años	
31 – 45 años	

46 – 60 años	
Más de 60 años	

Comunidad:

Piquigua	
Santa Clara	
La Humedad	
Río Mariano	
Santa Teresa	

Muchique (1, 2, 3)	
Las Mercedes	
El Palmar	

Más de 20 años	
----------------	--

Tiempo dedicado a la producción de cacao:

1 – 5 años	
6 – 10 años	
10– 20 años	

Tipo de producción:

Tradicional	
Orgánica	
Agroecológico	
Otra	

Estudio de mercado de la ruta agroturística del Cacao

Percepción

N.º	Ítems	1	2	3	4	5
1	Considera que el cacao de San Isidro posee valor cultural y turístico					
2	La creación de una ruta agroturística del cacao fortalecería la identidad local					
3	Existe interés de visitantes en conocer el proceso de producción del cacao					
4	El turismo rural puede convertirse en una fuente complementaria de ingresos económicos					
5	La implementación de una ruta del cacao contribuiría al desarrollo económico de la comunidad					
6	El cacao puede posicionarse como un atractivo turístico representativo de San Isidro					
7	La promoción digital puede ayudar a posicionar la ruta agroturística del cacao					

Variable 2: Expectativas de los productores frente a la ruta agroturística del Cacao

N.º	Ítems	1	2	3	4	5
1	Espero que una ruta agroturística mejore los ingresos económicos de los productores					
2	Me gustaría participar activamente en actividades turísticas relacionadas con el cacao					
3	La ruta agroturística podría generar nuevas oportunidades de empleo para la comunidad					
4	Espero que el proyecto contribuya a preservar las tradiciones culturales del sector					
5	Considero que el turismo puede incrementar el valor comercial del cacao local					
6	Tengo expectativas positivas sobre el impacto futuro de la ruta agroturística del cacao					
7	Espero que el uso de internet y redes sociales permita promocionar la ruta agroturística a nivel nacional e internacional					

Gracias por su participación

Su aporte es importante para el desarrollo sostenible y cultural de las comunidades rurales del sector San Isidro.

Anexo 2.

Cuadro 1: Representatividad de las comunidades a nivel de San Isidro

Comunidad / Recinto	Tipo	Nivel de desarrollo	Estimación/ habitantes	Características principales
Piquigua	Rural media	Media	300 – 800	Agricultura, comunidad consolidada
San Miguel	Rural media	Media	300 – 700	Tradicional, organización comunitaria
Río Grande	Rural media	Media	300 – 800	Influencia hídrica, agricultura
Santo Domingo	Rural pequeña	Media-baja	200 – 600	Producción básica
Pechichal	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Dispersa, agrícola
Simón Bolívar	Rural media	Media	300 – 700	Comunidad organizada
La Florida	Rural pequeña	Media	200 – 600	Actividad agrícola
Chiquito	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Baja densidad
Chimborazo	Rural pequeña	Media	200 – 500	Tradicional
San Pablo	Rural media	Media	300 – 700	Comunidad estable
San Benito	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Población dispersa
San Jacinto	Rural media	Media	300 – 800	Actividad agrícola
9 de Octubre	Rural pequeña	Media	200 – 500	Asentamiento planificado
El Tornado	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Zona rural dispersa
San Lorenzo	Rural media	Media	300 – 700	Tradicional
Mata de Plátano	Rural media	Media	300 – 700	Producción agrícola fuerte
La Industria	Rural pequeña	Media	200 – 600	Actividad productiva

La Providencia	Rural pequeña	Media	200 – 600	Comunidad estable
El Zapote	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Agricultura básica
La Chicha	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Tradicional
Río Mariano (varios sectores)	Rural grande	Media-alta	500 – 1.200	Zona extensa con subsectores
Santa Rosa	Rural media	Media	300 – 800	Comunidad consolidada
La Unión	Rural media	Media	300 – 700	Organización comunitaria
La Felicidad	Rural pequeña	Media-baja	200 – 500	Comunidad emergente
La Humedad	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Dispersa
Santa Clara	Rural media	Media	300 – 700	Agricultura y cohesión social
Cadialitos	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Baja densidad
La Medianía	Rural pequeña	Media	200 – 500	Zona intermedia
Jejenal	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Población reducida
Dos Caminos	Rural pequeña	Media	200 – 600	Nodo vial
Juan Vázquez	Rural pequeña	Media	200 – 500	Tradicional
El Tope	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Baja densidad
La Papayita	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Producción menor
San Roque	Rural media	Media	300 – 700	Comunidad estable
La Sierra	Rural pequeña	Media	200 – 600	Agricultura
5 de Junio	Rural pequeña	Media	200 – 500	Organización social
Chonta (1, 2, 3)	Rural media	Media	300 – 800	Subsectores agrícolas

Bijagual Abajo	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Dispersa
Bijagual Arriba	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Similar a Abajo
Tutumbe	Rural pequeña	Media	200 – 500	Tradicional
Periquiame	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Baja densidad
Aguas Turbias	Rural pequeña	Media	200 – 500	Recursos hídricos
Dominguillo	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Población reducida
La Laguna	Rural pequeña	Media	200 – 500	Zona natural
Las Piedras	Rural pequeña	Baja	150 – 400	Agricultura básica
Muchique (1, 2, 3)	Rural grande	Media-alta	600 – 1.500	Zona histórica y poblada
El Palmar	Rural pequeña	Baja	100 – 400	Producción básica
Guional	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Dispersa
El Relleno	Rural pequeña	Baja	100 – 300	Baja densidad
Las Brisas	Rural pequeña	Media	200 – 500	Comunidad en crecimiento
Las Mercedes	Rural media	Media	300 – 800	Importancia productiva
Cañaveral / Cañales	Rural media	Media	300 – 700	Producción agrícola
San Francisco	Rural media	Media	300 – 700	Comunidad estable
Santa Teresa	Rural media	Media	300 – 700	Actividad agrícola

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Enfoque del marketing para potencializar la demanda turística

MARKETING TURÍSTICO APLICADO AL PARQUE TEMÁTICO

TRIKAÓ

(ANÁLISIS ARGUMENTADO)

El marketing turístico es una estrategia integral que articula territorio, cultura, servicios y experiencia para generar valor en el visitante.
En Trikaó, se combina agroturismo, educación y patrimonio cultural vinculado al cacao ancestral.

1. PRODUCTO TURÍSTICO SISTÉMICO E INTEGRADO

El visitante no adquiere solo un recorrido, sino una experiencia completa que involucra aprendizaje, interacción con el entorno y conexión cultural. El cacao ancestral es el símbolo identitario que diferencia a Trikaó de otros destinos tradicionales.



2. TERRITORIALIDAD E IDENTIDAD

Bahía de Caráquez no es solo la ubicación geográfica, sino parte esencial del producto. La estrategia comunicacional resalta la historia local, las culturas ancestrales (Valdivia, Machalilla y Manteña) y la tradición agrícola, generando un relato atractivo y auténtico.



3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El proyecto no está dirigido a un público homogéneo. Cada segmento tiene motivaciones distintas, por lo que el marketing debe adaptar mensajes diferenciados para ser más efectivo.



TURISTAS INTERNACIONALES
Valoran la autenticidad cultural y las experiencias únicas.



ESTUDIANTES
Buscan aprendizaje práctico y actividades educativas.



TURISTAS NACIONALES Y FAMILIAS
Buscan recreación, contacto con la naturaleza y cultura local.

4. CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA ANTES DE LA VISITA

La naturaleza intangible del turismo requiere generar confianza y reducir la incertidumbre. Las herramientas digitales permiten anticipar la experiencia a través de contenido audiovisual, redes sociales y testimonios de visitantes.

HERRAMIENTAS DIGITALES CLAVE



REDES SOCIALES
Inspirar y conectar



CONTENIDO AUDIOVISUAL
Mostrar la experiencia



TESTIMONIOS
Generar confianza



PÁGINA WEB
Informar y facilitar la decisión

El marketing turístico en Trikaó construye expectativas que deben cumplirse o superarse durante la visita, generando satisfacción y fidelización.

MARKETING EXPERIENCIAL APLICADO AL PARQUE TEMÁTICO

TRIKAÓ

(ANÁLISIS ARGUMENTADO)

El marketing experiencial pone el enfoque en las emociones, sensaciones y vivencias del visitante.
En Trikaó, el valor del proyecto radica en la experiencia que se genera alrededor del cacao.

1. PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL VISITANTE

El visitante se involucra directamente en actividades como la siembra, cosecha y elaboración del chocolate. Esta interacción genera compromiso emocional, mayor satisfacción y probabilidad de recomendación.





2. ESTIMULACIÓN MULTISENSORIAL

El cacao activa los sentidos de manera integral: aroma, sabor, textura y visualidad del entorno. Estos estímulos enriquecen la experiencia y facilitan la creación de recuerdos duraderos.





3. CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADO

La experiencia incorpora un componente educativo y cultural. El visitante conoce la historia del cacao y su relación con las culturas ancestrales, adquiriendo conocimiento y desarrollando una conexión profunda. Esto transforma la visita en una experiencia con valor simbólico.



4. DIFUSIÓN ORGÁNICA Y RECOMENDACIÓN

Las experiencias memorables tienden a ser compartidas en redes sociales. Los visitantes se convierten en promotores del parque, generando marketing indirecto basado en la recomendación y contenido generado por usuarios.




IMPACTO INTEGRAL



PONE EN VALOR EL CACAO ANCESTRAL



FORTALECE LA IDENTIDAD CULTURAL



EDUCA Y CONCIENTIZA



PROMUEVE EL DESARROLLO SOSTENIBLE



GENERA EXPERIENCIAS MEMORABLES Y FIDELIZACIÓN

“Más que un destino, Trikaó es una experiencia que se siente, se aprende y se comparte.”



Trikaó no se visita... ¡se vive y se lleva en el corazón!

Anexo 4. Estudio de mercado desde la perspectiva de herramientas del marketing

MATRIZ DE MCKINSEY – ANÁLISIS FODA			
Tema: Estudio de mercado para la creación del Parque Temático de la Ruta del Cacao "TRIKAÓ".			
EXTERNO INTERNO	 OPORTUNIDADES (O)	 AMENAZAS (A)	 TOTAL
 FORTALEZAS (F)	FO (MAXI-MAXI) - Aprovechar el creciente interés en el turismo experiencial y cultural para posicionar a TRIKAÓ como un destino único. - Fomentar alianzas con productores de cacao locales para ofrecer experiencias auténticas y educativas. - Acceder a programas de apoyo al turismo y desarrollo rural para financiar infraestructura y promoción. - Desarrollar productos turísticos complementarios (talleres, gastronomía, eventos) que generen ingresos adicionales. - Usar estrategias de marketing digital y storytelling para resaltar la historia del cacao y la identidad local.	FA (MAXI-MINI) - Aprovechar la fortaleza de la propuesta temática para diferenciarse de otros destinos ante la competencia. - Implementar prácticas sostenibles para mitigar el impacto de regulaciones ambientales más estrictas. - Diversificar actividades y servicios para reducir la vulnerabilidad ante crisis económicas o fluctuaciones del mercado. - Fortalecer la calidad del servicio y la seguridad para enfrentar posibles cambios en las preferencias del visitante. - Monitorear tendencias del mercado para adaptar la oferta y minimizar riesgos externos.	VALOR ESTRATÉGICO (F) Las fortalezas internas permiten aprovechar las oportunidades del mercado turístico y cultural, ofreciendo una propuesta auténtica y sostenible; sin embargo, deben utilizarse estratégicamente para reducir el impacto de las amenazas externas.
 DEBILIDADES (D)	DO (MINI-MAXI) - Realizar estudios de mercado para identificar segmentos objetivo y diseñar productos alineados a sus preferencias. - Capacitar al personal en atención al visitante, idiomas y gestión turística para mejorar la experiencia. - Gestionar financiamiento y alianzas para fortalecer la infraestructura y servicios. - Aprovechar la tendencia de sostenibilidad para mejorar procesos y reducir costos operativos. - Implementar tecnologías digitales para promoción, reservas y gestión del parque.	DA (MINI-MINI) - Reducir la falta de experiencia en gestión turística con asesoría especializada para enfrentar crisis o cambios del mercado. - Mejorar la infraestructura y mantenimiento para evitar que factores externos afecten la experiencia del visitante. - Establecer un plan financiero realista para enfrentar fluctuaciones económicas y de demanda. - Diversificar fuentes de ingreso para disminuir la dependencia de temporadas altas. - Fortalecer la comunicación y reputación del proyecto para evitar impactos negativos por percepción del mercado.	VALOR ESTRATÉGICO (D) Las debilidades internas deben ser atendidas para aprovechar las oportunidades del mercado y reducir los riesgos que representan las amenazas externas, asegurando la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.
 TOTAL	VALOR ESTRATÉGICO (O) El entorno ofrece grandes oportunidades para el Parque Temático TRIKAÓ, como el crecimiento del turismo cultural, el interés en experiencias sostenibles y el apoyo institucional, que pueden impulsar el éxito del proyecto si se aprovechan adecuadamente.	VALOR ESTRATÉGICO (A) Las amenazas externas como la competencia, la inestabilidad económica y los cambios en las preferencias del consumidor pueden afectar el éxito del proyecto si no se implementan estrategias preventivas y de adaptación.	 CONCLUSIÓN GENERAL El estudio de mercado para la creación del Parque Temático de la Ruta del Cacao "TRIKAÓ" es viable y tiene alto potencial de éxito. Al aprovechar las oportunidades del entorno y fortalecer las capacidades internas, se puede desarrollar un destino turístico sostenible, competitivo y generador de valor para la comunidad.

MATRIZ MIC MAC

Tema: Estudio de mercado para la creación del Parque Temático de la Ruta del Cacao "TRIKAÓ".

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	
		Demanda potencial del mercado	Perfil y segmentación del visitante	Oferta competitiva turística	Preferencias y motivaciones del consumidor	Precio de entrada y disposición de pago	Ubicación geográfica y accesibilidad	Infraestructura y servicios requeridos	Alianzas estratégicas y actores clave	Promoción y comunicación del proyecto	Experiencia temática y diseño de atracciones	Sostenibilidad y prácticas ambientales	Estacionalidad y clima	Marco legal y permisos	Inversión y financiamiento del proyecto	Impacto económico y social	MOTRICIDAD
Y1	1. Demanda potencial del mercado	0	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	42
Y2	2. Perfil y segmentación del visitante	3	0	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	32
Y3	3. Oferta competitiva turística	4	3	0	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	37
Y4	4. Preferencias y motivaciones del consumidor	4	4	3	0	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	35
Y5	5. Precio de entrada y disposición de pago	3	3	3	3	0	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	29
Y6	6. Ubicación geográfica y accesibilidad	2	2	3	2	2	0	3	3	2	2	2	2	1	2	2	28
Y7	7. Infraestructura y servicios requeridos	3	2	3	2	2	3	0	3	2	3	2	2	2	3	3	35
Y8	8. Alianzas estratégicas y actores clave	3	3	2	2	2	3	3	0	3	2	2	2	2	3	2	34
Y9	9. Promoción y comunicación del proyecto	3	3	3	3	2	2	2	3	0	2	2	2	2	2	2	31
Y10	10. Experiencia temática y diseño de atracciones	3	2	2	2	2	2	3	2	2	0	2	2	2	2	3	30
Y11	11. Sostenibilidad y prácticas ambientales	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	0	2	1	2	3	27
Y12	12. Estacionalidad y clima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	1	1	2	24
Y13	13. Marco legal y permisos	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	0	2	2	23
Y14	14. Inversión y financiamiento del proyecto	2	1	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	2	0	3	28
Y15	15. Impacto económico y social	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	0	34
		42	35	37	35	31	31	38	36	33	32	26	28	26	29	37	496
DEPENDENCIA																	
CLASIFICACIÓN DE VARIABLES Variables de alta influencia y alta dependencia (CLAVE) Variables de influencia (MOTRICES) Variables dependientes Variables autónomas INTERPRETACIÓN GENERAL Las variables clave son fundamentales dentro del sistema, influyen y dependen de otras. Las variables motrices impulsan el sistema y generan impacto sobre las demás. Las variables dependientes son resultado de la interacción de otras variables. Las variables autónomas tienen poca influencia y dependencia dentro del sistema.																	

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO DE LA RUTA DEL CACAO “TRIKAÓ”

MATRIZ DE FACTORES CRÍTICOS			
FACTORES CRÍTICOS	PESO (de 0.00 a 1.00)	CLASIFICACIÓN (1-5)	PONDERACIÓN (PESO x CLASIFICACIÓN)
1. Demanda potencial del mercado turístico	0.12	5	0.60
2. Interés por experiencias culturales y temáticas	0.11	5	0.55
3. Disponibilidad de materia prima (cacao)	0.10	4	0.40
4. Apoyo institucional y políticas de turismo	0.10	4	0.40
5. Ubicación geográfica y accesibilidad	0.11	5	0.55
6. Infraestructura turística existente	0.09	4	0.36
7. Capacidad de inversión y financiamiento	0.09	3	0.27
8. Alianzas estratégicas locales	0.08	3	0.24
9. Sostenibilidad ambiental del proyecto	0.10	5	0.50
10. Impacto económico y social esperado	0.10	4	0.40
TOTAL	1.00	—	4.27

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD			
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	PESO (de 0.00 a 1.00)	CLASIFICACIÓN (1-5)	PONDERACIÓN (PESO x CLASIFICACIÓN)
1. Diversidad de atractivos turísticos en la zona	0.12	5	0.60
2. Innovación en la experiencia temática	0.12	5	0.60
3. Calidad del servicio turístico	0.11	5	0.55
4. Estrategias de promoción y posicionamiento	0.10	4	0.40
5. Uso de marketing digital y redes sociales	0.09	4	0.36
6. Precios competitivos de entrada y servicios	0.09	4	0.36
7. Capacidad técnica y operativa del equipo	0.08	3	0.24
8. Acceso a tecnología e innovación	0.08	3	0.24
9. Vinculación con comunidades locales	0.07	3	0.21
10. Acceso a financiamiento y apoyo externo	0.14	3	0.42
TOTAL	1.00	—	3.98

ESCALA DE CLASIFICACIÓN (1 - 5)				
1 Muy baja	2 Baja	3 Media	4 Alta	5 Muy alta

INTERPRETACIÓN
Los resultados reflejan que el proyecto del Parque Temático de la Ruta del Cacao “TRIKAÓ” presenta una posición favorable tanto en factores críticos como en competitividad. Existe una alta oportunidad de éxito en el mercado turístico, siempre que se fortalezcan aspectos como el financiamiento, la innovación continua y la promoción digital, asegurando la sostenibilidad ambiental y la participación activa de la comunidad local.

Nota: La ponderación máxima posible en cada matriz es 5.00