



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TEMA:**

**Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a  
la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.**

**AUTORES:**

Loayza Maldonado, Nataly Gisvel

Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Loayza Maldonado, Nataly Gisvel y Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTORA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Loayza Maldonado, Nataly Gisvel**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA**

---

**Loayza Maldonado, Nataly Gisvel**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA**

---

**Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Loayza Maldonado, Nataly Gisvel**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA:**

---

**Loayza Maldonado, Nataly Gisvel**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA:**

---

**Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **“Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”**, presentado por las estudiantes **Loayza Maldonado Nataly Gisvel y Sigcho Camargo Vanessa Estefanía**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

<b>Documento</b>	<a href="#">tesis cacao sigcho loayza.docx</a> (D40966647)
<b>Presentado</b>	2018-08-24 13:33 (-05:00)
<b>Presentado por</b>	vane.sigcho.camargo@gmail.com
<b>Recibido</b>	maria.salazar02.ucsg@analysis.urkund.com
<b>Mensaje</b>	<a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>
	<b>0%</b> de estas 58 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**TUTOR**

## **Agradecimiento**

En primer lugar, como los pilares más fuertes de mi vida, agradezco a mis padres, que han sabido educarme de la mejor manera y han disculpado mis errores, los mismos que me han hecho más fuerte y me han convertido en quien soy ahora. A mis hermanos, quienes, con sus sonrisas, abrazos, consejos y apoyo, han iluminado mis días y son a quienes quiero darles el mejor ejemplo.

A mi familia en general, por siempre estar ahí.

A mis profesores, que han compartido sus conocimientos y experiencias para formarnos como grandes profesionales, sobre todo, a quienes nos brindaron su apoyo y confiaron en nosotras.

A todas las personas que fueron parte del desarrollo de esta investigación.

Por último, pero no menos importante, a mi novio, quien siempre ha creído en mí, me ha enseñado que los sueños se pueden hacer realidad y me ha brindado su apoyo incondicional en todo momento.

Gracias infinitas a todos ellos, este es solo el primer paso.

**Nataly Gisvel Loayza Maldonado**

## **Agradecimiento**

Cuando se trata de agradecer se me viene a la mente muchos nombres de personas de familiares, amigos, compañeros, etc. Sin embargo, Dios y la Virgen están en primer plano como artífices de mi profesión.

Cuando me inicié en esta hermosa carrera; fue necesario un impulso de confianza, de fe en mí, para indicarme que podía llegar alto y ese personaje fue mi padre, gracias papá por creer en mí y por siempre motivarme a ser profesional; y a quien ha sido mi amiga, guía y consejera en tantas noches de desvelo, mi amada madre.

Otro personaje que tengo que agradecer es a mi hermana eterna compañera y amiga que de alguna manera me incentivó con sus consejos a seguir adelante en la vida y cumplir mis metas.

Finalmente, no puedo dejar de nombrar a mi sobrina que de un tiempo a esta parte se tornó mi inspiración. Gracias a todos ellos siempre los tendré presentes en mis oraciones.

**Vanessa Estefanía Sigcho Camargo**

## **Dedicatoria**

Dedico esta investigación a mis padres Walter y Karina,  
a mis hermanos Anahí, Walter y Danna,  
a mi sobrina Luna.  
Son mi fuerza para seguir cada día.

**Nataly Gisvel Loayza Maldonado**

## **Dedicatoria**

Este trabajo va dedicado a las nuevas generaciones de profesionales, como sinónimo que cuando queremos podemos y como muestra de que esta profesión puede cambiar al desarrollo turístico del Ecuador

A mis queridos maestros quienes me han dado las herramientas necesarias para tomar las decisiones adecuadas y culminar con éxito este trabajo de investigación.

**Vanessa Estefanía Sigcho Camargo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

TUTOR

---

**Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Eco. Luis Albán Alaña, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Paola Gálvez Izquieta, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Loayza Maldonado Nataly Gisvel</b>	
<b>Sigcho Camargo Vanessa Estefanía</b>	

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.  
TUTOR**

## Índice General

Introducción .....	2
Antecedentes .....	4
Formulación del problema .....	7
Justificación.....	7
Objetivos .....	8
Objetivo General .....	8
Objetivos Específicos .....	8
Capítulo I: Fundamentación teórica .....	9
Marco Teórico .....	9
La Teoría General del Patrimonio Cultural.....	9
Teoría de las tres Dimensiones del Desarrollo Sostenible .....	11
Teoría del Turismo Sostenible .....	12
Marco Referencial .....	13
Marco Conceptual .....	17
Marco Legal .....	19
Capítulo II: Marco Metodológico .....	26
Enfoque de investigación .....	26
Método de Investigación .....	26
Tipo de investigación .....	26
Técnicas de recolección de información .....	26
Instrumento para la recolección de información .....	27
Tipo de muestreo .....	27
Tamaño de la muestra .....	27
Procedimiento de registro de datos .....	28
Análisis de entrevistas a expertos en cacao.....	29

Entrevistas a entidades del sector público.....	31
Análisis de entrevistas a operadores turísticos que vendan algún producto relacionado al cacao .....	33
Análisis de encuestas a posibles asistentes .....	34
Análisis de la oferta.....	42
Uso de la tecnología .....	42
Exposición de elementos usados en la historia .....	43
Demostración de procesos.....	43
Eventos programados .....	44
Servicios complementarios .....	44
Actividad en redes sociales .....	44
Experiencias sensoriales.....	45
Accesibilidad para personas con discapacidad .....	45
Actividades para niños .....	47
Dominio de idiomas .....	47
Análisis de la demanda.....	50
Capítulo IV: Propuesta de Conceptualización del museo del cacao .....	55
Infraestructura .....	56
Edificación .....	56
Tecnología.....	61
Accesibilidad.....	62
Recursos humanos.....	62
Marketing .....	62
Personal.....	63
Productos y Servicios.....	69
Conclusiones .....	72
Recomendaciones.....	73

Referencias Bibliográficas .....	74
Apéndices .....	77

## Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Valoración del Uso de la Tecnología en los Museos que serán Analizados en la Creación del Lienzo Estratégico</i> .....	41
Tabla 2. <i>Valoración de los Eventos Programados en los Museos que serán Analizados en la Creación del Lienzo Estratégico</i> .....	42
Tabla 3. <i>Valoración de la Actividad en Redes Sociales de los Museos que serán Analizados en la Creación del Lienzo Estratégico</i> .....	43
Tabla 4. <i>Valoración de las Experiencias Sensoriales que Experimentan los Visitantes de Museos</i> .....	43
Tabla 5. <i>Valoración de la Accesibilidad para Personas con Discapacidad</i> .....	44

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Edad de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, residentes en Guayaquil.....	33
<i>Figura 2.</i> Nivel de estudios de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, residentes en Guayaquil.....	33
<i>Figura 3.</i> Promedio de viajes que realizan anualmente dentro del país los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil .....	34
<i>Figura 4.</i> Lugares de recreación que frecuentan los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil .....	34
<i>Figura 5.</i> Preferencia de compañía de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil .....	35
<i>Figura 6.</i> Gasto promedio de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil, en sus viajes a nivel nacional .....	36
<i>Figura 7.</i> Porcentaje de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil, que han visitado un museo anteriormente .....	36
<i>Figura 8.</i> Aspectos relevantes de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil, en museos visitados anteriormente .....	37
<i>Figura 9.</i> Probabilidad de asistencia al museo del cacao en Vinces por parte de los potenciales asistentes residentes en Guayaquil .....	37
<i>Figura 10.</i> Servicios a base de cacao que los potenciales asistentes al museo del cacao que residen en Guayaquil prefieren encontrar dentro del mismo .....	38
<i>Figura 11.</i> Posible tiempo de viaje para visitar el museo del cacao en Vinces por parte de los potenciales asistentes al mismo que residen en la ciudad de Guayaquil.....	38
<i>Figura 12.</i> Posible valor de la entrada al museo del cacao en Vinces.....	39

<i>Figura 13.</i> Análisis de museos de cacao que se encuentren ubicados fuera del país.....	46
<i>Figura 14.</i> Análisis de museos en Ecuador .....	48
<i>Figura 15.</i> Lienzo del perfil del cliente de los posibles asistentes al museo del cacao en Vinces .....	50
<i>Figura 16.</i> Mapa de valor de los posibles asistentes al museo del cacao en Vinces..	53
<i>Figura 17.</i> Propuesta de concepto para el Museo del Cacao en Vinces .....	54
<i>Figura 18.</i> Propuesta de plano para el Museo del Cacao en Vinces .....	55
<i>Figura 19.</i> Diseño de gazebos .....	56
<i>Figura 20.</i> Organigrama del Personal del Museo .....	61
<i>Figura 21.</i> Perfil para el Administrador del Museo .....	62
<i>Figura 22.</i> Perfil para el Cocinero .....	63
<i>Figura 23.</i> Perfil para el Auxiliar de Cocina .....	64
<i>Figura 24.</i> Perfil para el Cajero .....	65
<i>Figura 25.</i> Perfil para el Guía .....	66
<i>Figura 26.</i> Perfil para el Personal de Limpieza .....	67

## Índice de Apéndices

Apéndice A. Entrevista a chocolatera independiente .....	75
Apéndice B. Entrevista a concejal rural del cantón Vinces .....	75
Apéndice C. Entrevista a analista de turismo y cultura del municipio de Vinces ....	76
Apéndice D. Entrevista a propietario de la Hacienda “El Señor de los Caballos” ...	77
Apéndice E. Entrevista a presidente de APOVINCES .....	77
Apéndice F. Entrevista a operadoras turísticas que venden productos relacionados al cacao .....	78
Apéndice G. Modelo de encuesta realizada a posibles asistentes al museo .....	79
Apéndice H. Transcripción de entrevista realizada a chocolatera independiente ....	81
Apéndice I. Transcripción de entrevista realizada a concejal rural de Vinces .....	82
Apéndice J. Transcripción de entrevista realizada a analista de turismo y cultura de Vinces .....	85
Apéndice K. Transcripción de entrevista realizada a propietario de hacienda “El Señor de los Caballos” .....	87
Apéndice L. Transcripción a entrevista realizada a presidente de APOVINCES ...	90
Apéndice M. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos .....	92
Apéndice N. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos .....	94
Apéndice O. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos .....	95
Apéndice P. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos .....	97
Apéndice Q. Propuesta de tríptico para entrega al ingreso del museo .....	99

## **Resumen**

Este trabajo de investigación propone la conceptualización de un museo de cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, debido a la carencia de desconocimientos tanto nacional como internacional de la relevancia del cacao para Ecuador, su historia, las fases de producción, productos derivados de este y su aporte a la salud del ser humano. Herramientas de investigación tales como, observación, encuestas y entrevistas se aplicaron a una muestra de 385 habitantes de la ciudad de Guayaquil que practican turismo interno, productores de cacao, autoridades y expertos. El 65 % de los encuestados corresponden a las edades entre 20 a 29 años de edad; así también, la intención de visita a museos en feriados es de 8% y 52% prefiere realizar esta actividad con la familia y amistades. Se pudo determinar que la intención de visita está determinada por atractivos tales como, exhibición de artículos en la historia/producción del cacao (48%), cata de cacao (16%) y talleres de chocolatería (16%); además, los encuestados revelaron que estarían dispuestos a pagar hasta un máximo de cinco dólares americanos (\$5) para ingresar al museo. Se puede concluir que el lienzo estratégico es el indicado para generar valor agregado a la propuesta y un diseño arquitectónico que involucre tres aspectos importantes como: a) infraestructura, b) recursos humanos y c) productos y servicios para satisfacer las necesidades de la demanda.

***Palabras Clave:** museo, cacao, Vinces, turismo, arquitectura, lienzo estratégico*

## **Abstract**

This research project proposes the conceptualization of a cacao museum to contribute to the tourist offer of Canton Vinces, due to the lack of national and international ignorance of the relevance of cacao in Ecuador, its history, the production stages, derived products of this and its contribution of the human being's health . Research tools such as observation, surveys and interviews were applied to a sample of 385 inhabitants of the city of Guayaquil who practice domestic tourism, cacao producers, authorities and experts. 65% of the interviewed correspond to the ages between 20 to 29 years of age; Also, the intention to visit museums on holidays is 8% and 52% prefer to do this activity with family and friends. It was determined that the intention to visit is determined by attractions such as, exhibition of articles in the history / production of cocoa (48%), tasting cacao (16%) and chocolate workshops (16%); In addition, respondents revealed that they would be willing to pay up to five US dollars (\$ 5) to enter the museum. It can be concluded that the strategic canvas is the one indicated to generate added value to the proposal and an architectural design that involves three important aspects such as: a) infrastructure, b) human resources and c) products and services to meet the needs of demand.

***Keywords:*** *museum, cacao, Vinces, tourism, architecture, strategic canvas.*

## **Introducción**

El turismo es una de las actividades más importante para el desarrollo económico de un país. La Organización Mundial del Turismo (s. f.) lo define como:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Una de las modalidades del turismo, es la cultural la cual según la Secretaría de Turismo de México (2015), es “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”. Éste tipo de turismo se caracteriza por los recorridos históricos que dan a conocer la historia de un territorio a fondo, mostrando su patrimonio cultural el cual según Torre, Molteni, & Pereyra (2009): “es el legado a través del cual un pueblo se reconoce a sí mismo, en su propia identidad, en su memoria colectiva y rasgos históricos y sociales singulares” (p.15). Este se divide en patrimonio cultural tangible que se refiere a los elementos materiales simbólicos de algún lugar los cuales se pueden tocar, tales como: museos, iglesias, edificios, lugares y objetos, y el patrimonio intangible es aquel, que manifiesta valores inmateriales como las creencias, símbolos y representaciones, etc.

Los museos son una representación de la historia de una localidad determinada en la cual se exhiben varios artículos representativos de una o varias culturas que muestran sus facetas más importantes desde las diferentes áreas en las que se desarrolla el hombre, hechos históricos, desarrollo humanístico, avances tecnológicos, dinamismo de la economía, ambiente que lo rodea, entre otros. Estos permiten poder tener una visión más clara no únicamente de la forma de pensar, actuar y proceder de ciertas civilizaciones sino también verificar el tipo de ambiente que los rodeaba. El mismo constituía una fuente de influencia sobre las mismas llevándolos a desarrollar tendencias de todo tipo, desde la armamentista hasta gastronómica.

Ecuador es un país que albergó varias culturas que tuvieron una diversa cantidad de elementos que las diferenciaron entre sí, tanto geográficos, ya que es un

país mega diverso con cuatro regiones distintas, como influencia internacional de todo tipo, en la región costa e insular por los imperios conquistadores y en la sierra y oriente por culturas compartidas como la Inca. Estas culturas han dejado un legado oculto entre las cortinas del tiempo para que sean redescubiertas por las culturas modernas con el fin de desarrollar una identidad nacional, obtener un traspaso de conocimiento y entendimiento de la idiosincrasia de los pueblos.

La oferta turística en Ecuador se ha desarrollado de forma casi lineal con respecto a los atractivos turísticos de tipo sitios naturales, más en la oferta turística cultural ha tenido desarrollo lento por múltiples motivos que han limitado la muestra de elementos característicos de las diferentes civilizaciones ubicadas a lo largo del país. Culturalmente comparados con países más desarrollados, Ecuador está empezando su desarrollo en este aspecto que debe orientarse a varios factores como en el caso de Estados Unidos de América, que posee una serie de museos que abarcan una diversidad de aspectos importantes a cubrir tanto de la sociedad moderna: su desarrollo industrial, carrera espacial, guerras que definieron su posicionamiento estratégico en el mundo, entre otros; como de culturas antiguas y museos naturales de historia en las que se muestran las diversas etapas de la era pre histórica y jurásica.

Alemania es uno de los países vanguardistas en el desarrollo y preservación de cultura, así como de sus ofertas turísticas tipo culturales que le permiten mostrar a todas las generaciones de su país la tradición prusiana que portan, así como al mundo entero su legado y aporte a la comunidad internacional. En los atractivos turísticos tipo manifestaciones culturales existen museos que están orientados a determinados productos agrícolas como lo es específicamente el cacao. Alemania tiene un museo dedicado a la trascendencia gastronómica que tiene este producto por su impacto a nivel mundial para lo cual toma diversas fases en su fabricación y comercialización, instrumentos utilizados en el proceso, crecimiento a nivel nacional e internacional junto con las alianzas desarrolladas a nivel internacional para asegurar su crecimiento, muestra la fabricación in situ del mismo que permite al visitante o asistente no únicamente identificarse por el gusto con el producto sino, de igual forma, interactuar con las fases de preparación y degustaciones de los diversos productos resultantes del proceso de preparación del cacao (Schokoladen Museum, s. f.).

Ecuador posee varios museos de este tipo en las áreas de mayor relevancia cacaotera del país, ya sea por su comercialización como por su producción. Sin embargo Vinces, provincia de Los Ríos que se considera como la cuna del cacao por ser el lugar origen del cacao fino de aroma, no posee esta oferta turística.

El propósito del presente estudio es proponer la conceptualización de un museo del cacao en Vinces, provincia de Los Ríos, con el fin de dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el origen del cacao, su proceso de cultivo y cosecha, aportes a la salud y demás propiedades del mismo, junto con la degustación de los diferentes productos derivados de este en un establecimiento que le permita al visitante interactuar o participar de forma activa con personal que realiza estos procesos permitiendo así que tenga una experiencia tanto cultural como gastronómica y vivencial.

### **Antecedentes**

Por varios años se creyó que los orígenes del cacao les pertenecían a las antiguas tierras mesoamericanas, ya que varios estudios habían encontrado restos de cacao en las tierras donde ellos habitaron. Los hallazgos más antiguos en estas tierras fueron encontrados en vasijas con restos de cacao en los entierros de la cultura Mokaya, que se encontraba en Soconusco, en el límite entre Guatemala y México. Estas vasijas, consideradas evidencias del primer consumo humano de cacao, datan de 3900 años de antigüedad (Paredes & Espinosa, 2015).

Sin embargo, fue en el año 2007 que un grupo de investigadores llegaron al cantón Palanda en la provincia de Zamora Chinchipe. Los investigadores encontraron piezas de cerámica pertenecientes a la cultura Chavín, considerada la cultura “madre” de la civilización andina. En las excavaciones encontraron varias piezas importantes, entre ellas, una botella de cerámica con bebida de cacao y, que después de los estudios correspondientes se demostró que la tumba donde encontraron estas piezas, tenía una antigüedad de 4400 años (Paredes & Espinosa, 2015).

Según Paredes & Espinoza (2015), detallan que los investigadores dentro de estas excavaciones encontraron más pruebas de restos de cacao:

Junto a la botella con bebida de cacao se encontraron otros objetos con signos de esta fruta, uno de ellos un tiesto con residuos alimenticios que contienen un gránulo de almidón de cacao que data de hace 5330 años, y cuya presencia sugiere un proceso de cocción y tostado (p.27).

De esta manera se demuestra que el origen del cacao no es proveniente de las culturas mesoamericanas como se creía anteriormente, sino de la Amazonía ecuatoriana; dato que se debería dar a conocer al mundo ya que varios países se atribuyen su origen.

Al llegar los conquistadores al nuevo mundo, su principal objetivo fue la búsqueda de oro, plata y canela. No tardó mucho tiempo para que prueben este manjar y se acostumbren a beberlo. Tanto gustó el chocolate que pronto la población y hasta los piratas se acostumbraron a tomarlo, lo que provocó mayor demanda de cacao en México, Guatemala, Venezuela y Ecuador (Paredes & Espinosa, 2015).

El 9 de octubre de 1820 Guayaquil se independizó de España, después de que José Joaquín de Olmedo solicitó ante las Cortes de España el libre comercio del cacao, lo que no resultó como se esperaba y, provocó el levantamiento del pueblo, consecuentemente, la independencia. Después de esto, la Gran Colombia pasó a ser el sistema político que sustituyó al dominio español. Pero no eliminaron los impuestos al comercio del cacao, los que representaban el 67% de las exportaciones, sino que destinaron un porcentaje a financiar las campañas libertarias en Perú, lo cual fue rechazado por los comerciantes guayaquileños (Paredes & Espinosa, 2015).

Entre los años de 1880 y 1920 el cacao tomó una mayor importancia para el Estado ecuatoriano durante el *Boom cacaotero*. Durante este periodo las exportaciones de cacao permitieron que se fortaleciera y se dinamizara la economía del Estado. Sin embargo, con el rompimiento de hostilidades que tomó lugar para el inicio de la primera guerra mundial entre 1914 y 1918, este mercado se vio seriamente afectado. Esto no se produjo únicamente por la falta de transportes y mercados internacionales, sino también debido a que la mayor cantidad de inversión era destinada al sector defensa y no al agrícola o cualquier otro sector, limitando seriamente la demanda de este en el mercado.

De igual forma se ha determinado que, en el periodo de 1920 durante la finalización de la primera guerra mundial, aparecen enfermedades como la Monilla y Escoba de la Bruja, que redujeron la producción del cacao al 30%. Posteriormente, una vez solucionado este problema se trató de que este producto asumiera una vez más el protagonismo como producto agrícola ecuatoriano en los mercados internacionales con la misma fuerza. No obstante, se empezó a desarrollar el *Boom bananero*, concentrando el interés de los mercados internacionales en el nuevo producto en boga, el banano.

Aun así, el cacao sigue siendo gran fuente de ingresos para el Ecuador y su cacao es reconocido a nivel mundial. El Banco Central del Ecuador en 2017 presentó un balance de los principales productos nacionales de exportación, en donde se ha podido destacar que “Ecuador es el cuarto exportador mundial de cacao en grano y lidera la producción del cacao fino de aroma, con una participación del 63% a escala global” (Vallejo, 2018).

### **Problemática**

En la antigüedad, la agricultura era considerada la principal actividad para la supervivencia de los pueblos. Conforme se desarrollaron las líneas de comercio con otras naciones mediante el trueque y posteriormente con el concepto y empleo del dinero, en especial para las esferas más altas de la sociedad, las clases bajas debían sembrar y cosechar sus productos alimenticios para poder comer, vestirse y sobrevivir, permitiendo que exista un mayor interés en los productos agrícolas, así como en el traspaso de conocimientos generacionales.

Esta práctica se ha realizado por miles de años, en especial previo al inicio de la revolución industrial y desarrollo de las grandes ciudades, como una actividad familiar en la que participaban la mayor parte de miembros de la familia. Con el paso de los años y las experiencias obtenidas, estas personas fueron determinando los diferentes usos que la vegetación poseía para no únicamente alimentarse, sino que de igual forma tener poder adquisitivo para solucionar los problemas que surgirían en diferentes áreas. A medida que tomó más posición la revolución industrial y tecnológica, se empezó a abrir una brecha entre las personas asociadas a mencionadas revoluciones, por lo general ubicadas en las ciudades en desarrollo y las personas o familias que se mantenían con una dependencia directa de la agronomía para su economía familiar.

Esto causó que conforme transcurría el tiempo, los conocimientos transferidos por generaciones que permitían tratar diferentes dolencias, saber sus beneficios, entre otros, se perdieran en la oscuridad de la historia y el desinterés de las nuevas generaciones. Analizando el ambiente en el cual viven y se desempeñan las personas aún vinculadas fuertemente al sector agropecuario, poseen un subdesarrollo en comparación al de las grandes ciudades del país en lo correspondiente a arquitectura, servicios básicos, alumbrado eléctrico, entre otros; convirtiendo estos factores en limitantes para tener una economía boyante, con

inversión tanto nacional como extranjera. La posible falta de ética de algunos funcionarios públicos es una de las razones principales que impiden el desarrollo apropiado de estos cantones.

La carencia de crecimiento urbanístico y financiero ha causado que la ausencia de interés por mantener los conocimientos ancestrales impida la edificación de instalaciones y estructuras organizacionales dedicadas al servicio de la docencia con respecto al cacao. El subdesarrollo tanto del cantón como de la oferta turística y la falta de alianzas estratégicas con publicidad prácticamente inexistentes impiden que Vinces como cantón, se presente como oferta turística a nivel nacional dificultando que posibles inversionistas extranjeros se interesen en materializar un establecimiento de este tipo.

### **Formulación del problema**

Carencia de conocimiento tanto nacional como internacional de la relevancia del cacao para Ecuador, su historia, las fases de producción, productos derivados de este y aporte a la salud del ser humano.

### **Justificación**

De acuerdo con el Reglamento Orgánico de la Ley de Cultura (2016), el Subsistema de la Memoria Social y el Patrimonio Cultural, entre una de sus finalidades consta “Estimular y facilitar la participación de las personas, colectivos, comunidades, pueblos y nacionalidades en el diálogo intercultural en los escenarios de la memoria social, archivos, bibliotecas y museos, así como en la identificación de su propio patrimonio cultural”. Por esta razón es importante llevar a cabo una investigación que busque promover un museo que rescate la historia que el cacao ha tenido en el Ecuador, dado que la exportación de este producto le brindó al país una época de gran bonanza económica durante varios años.

Esta investigación será muy relevante para la ciudad de Vinces, dado que varias autoridades dentro del cantón han intentado cristalizar la idea de crear un museo dedicado al mundo del cacao, que agregue valor a la oferta turística que existe en el destino y, de esta manera, incentive el turismo en la zona rural de Vinces. Con esto, los vinceños tendrán un museo que le cuente al mundo cuán importante ha sido la historia del cacao fino de aroma en el Ecuador, y el rol que ha tenido la ciudad a lo largo de la historia.

Vale destacar que, la investigación permitirá recoger datos, los cuales podrán establecer la disposición que tendrán los posibles asistentes al museo y, quienes formarán parte del nicho de mercado al que el museo tendrá que dirigirse. De esta manera, en una investigación a futuro se podrá realizar un plan más elaborado, basándose en los resultados que arroje esta investigación.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Proponer la conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar una investigación de mercado que involucre a productores, expertos alrededor del cacao y potenciales asistentes al museo para determinar las motivaciones y expectativas que promuevan la visita del Museo del Cacao.
- Desarrollar un análisis comparativo de la oferta y la demanda de museos existentes para determinar la brecha existente que permita identificar la oportunidad de agregar valor.
- Elaborar la conceptualización del museo del cacao a partir de la exploración de la oferta y la demanda con el propósito de promover el turismo del cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.

## Capítulo I: Fundamentación teórica

### Marco Teórico

#### La Teoría General del Patrimonio Cultural

La teoría general del patrimonio cultural se enfoca en los recursos que tiene cada país, y como estos han sido modificados por el hombre para su beneficio y con esto poder dejar una huella en la sociedad. Según Benavides (1995), el primer aspecto es que “vivimos en una sociedad paradójica, compleja pero dinámica” (p.32). Es decir, que en la sociedad que se vive ahora lo que era imposible, ahora se es posible e incluso realidad; y que todo va cambiando constantemente dentro de ella. Manifiesta que todo cambio es para bien y contribuye al desarrollo. Lo cual está muy ligado con esta investigación, dado que este museo va a contribuir al desarrollo del cantón Vinces mostrando la historia y los cambios que ha tenido la industria cacaotera con el pasar de los años en el país.

Por otro lado, como segundo aspecto Benavides (2015) señaló que “la cultura es un producto colectivo en permanente proceso de decantación” (p.32). Lo que significa que la cultura pasa de generación en generación y en cada etapa esta puede ir adquiriendo nuevas características; es decir, se va perfeccionando con el pasar del tiempo. La cultura va donde el hombre va, ya que es parte de su ser y de su personalidad, también lleva consigo el patrimonio cultural de su país como por ejemplo cuando una persona se va a vivir fuera de su país de origen, este recuerda las recetas de sus platos típicos favoritos, dándolos a conocer de manera internacional.

Generalmente se hace referencia a los “productos culturales de consumo”, su proceso de producción, sus manifestaciones, los testimonios históricos, las condiciones en las que el protagonismo de la sociedad con sus leyes y costumbres se realiza y, por último, a la gestión en su más amplio significado (Benavides, 1995, p.32).

El tercer punto señala que “solamente la sociedad genera cultura; el estado la gestiona con la permanente tentación de manipularla” (p.33). En otras palabras, solamente la sociedad puede generar cultura como ente colectivo, no el Estado; dado que la sociedad es la misma que las crea y pone en práctica. Algo que también tiene afinidad con esta investigación pues se quiere resaltar la importancia del cacao de arriba mediante el museo, producto que ha estado presente en la cultura ecuatoriana;

así mismo, todos los procesos de cosecha y elaboración de productos finales sean aprendidos por las nuevas generaciones para que este patrimonio cultural no se pierda.

Benavides (2015), en el cuarto punto se refiere a que “el patrimonio cultural no es ajeno a la política y abarca a todas las sociedades existentes en el mundo” (p.33). Lo que permite comprender la evolución de la doctrina del patrimonio, primero se lo denominó artístico, pronto, histórico-artístico y en la actualidad, cultural. Y que, a comienzos del siglo XX, se comenzó a identificar el patrimonio como histórico-artístico.

Según Benavides (2015) “El patrimonio natural es el entorno físico en el que el ser humano deja la más leve de sus huellas” (p.34), haciendo énfasis en el quinto aspecto. El mismo que deja en claro que la cultura es la huella que el hombre deja sobre la naturaleza o patrimonio natural, cuando la transforma con el único objetivo de mejorarla y protegerla. No obstante, no es posible modificar su estado natural sin hacerle daño, lo que pretende el ser humano es mantenerla para que pueda durar muchos más años.

En el sexto aspecto existen dos variables, “la cultura y economía, una relación sospechosa” (p.35). Pues demuestran “dos senderos paralelos con iguales direcciones y destino, pero con motivaciones de valor absolutamente opuestas” (Read citado por Jorge Benavides, 1995, p.35). En otras palabras, se quiere mencionar que cada vez se le da más protagonismo al tipo de turismo que muestra los recursos naturales y patrimoniales de cada país, pues es lo que sin duda hace único a ese lugar, y despierta el deseo en los turistas de visitarlos. El problema está cuando el lugar no está muy bien desarrollado para recibir cierta cantidad de turistas, es ahí cuando no se les da un buen uso a los recursos y se los explota de forma irracional.

Gracias a que el cacao es un producto agrícola, y las condiciones de la tierra de este país son propicias para que este producto crezca, es un recurso que se lo puede mantener de largo y gracias a él elaborar productos de calidad y demostrar todo este patrimonio a través de un museo.

Finalmente, Benavides (2015) relata que en el séptimo aspecto el “patrimonio cultural y natural es uno y es de todos” (p.36). Lo que se resume en que los patrimonios naturales y culturales encierran la esencia de una sociedad, debido a que ninguno de ellos tiene dueño, porque representan las diferentes culturas y tradiciones

de los pueblos. Por lo cual deben de darse a conocer a otras sociedades con otras culturas.

### **Teoría de las tres Dimensiones del Desarrollo Sostenible**

La teoría de las dimensiones del desarrollo sostenible trata de como las necesidades que se tienen en el presente deben perdurar en las generaciones futuras, sin tener que ponerlas en peligro (Artaraz, 2002, p.1). Existen varios autores que hablan acerca del desarrollo sostenible y todos lo definen de distintas maneras. No obstante, todos aciertan en que para que exista desarrollo sostenible debe haber políticas que logren el crecimiento económico, respetando el medio ambiente y siendo socialmente equitativos (Artaraz, 2002, p.2). Este concepto que agrupa estos tres ejes está representado en un triángulo equilátero, donde en el centro se ve representada el área de equilibrio del desarrollo sostenible.

En primer lugar, el eje económico busca impulsar el desarrollo económico de un país, con el objetivo de que en un futuro las personas tengan un mejor nivel de vida. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, en 1990 elaboró el Índice de Desarrollo Humano el mismo que busca medir el progreso de un país tomando en cuenta la esperanza de vida, nivel educacional y el ingreso per cápita de una población (Artaraz, 2002, p.3). Este índice no solo medirá el crecimiento de una población, que es lo que hace el PIB; sino que sus otros factores le permitirán medir el desarrollo de una población.

En 2001, la Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas emitió por medio de un informe unos indicadores de desarrollo sostenible. Estos indicadores permitirán definir si determinada población se está acercando al desarrollo sostenible. Los factores se encuentran segmentados de la siguiente manera: sociales, institucionales, ambientales y económicos.

En cuanto a la dimensión social, según Redclift (1996), "la gestión y los conflictos ambientales están relacionados con dos procesos: la forma en que las personas dominan la naturaleza y la dominación ejercida por algunas personas sobre otras". La forma como las personas ejercen dominio sobre la naturaleza es evidente. El segundo proceso se da cuando los países desarrollados ejercen su poder e importan recursos naturales de los países en vías de desarrollo, este proceso se conoce como deuda ecológica ya que el pago "no refleja el valor real del recurso y su extracción".

Por otro lado, la dimensión ecológica busca que la economía sea circular. Es decir, diseñar sistemas productivos que produzcan energías renovables y evitar generar residuos; tal y como lo hace la naturaleza. Además, la Comisión de las Comunidades Europeas en 2001 elaboró la Política de Productos Integrada con la finalidad de reducir los efectos ambientales de los productos desde su extracción hasta la gestión final del residuo, pasando por tres etapas. La primera se aplica al momento de pagar, ya que el productor debe asumir su responsabilidad e integrar al precio el coste ecológico. La segunda, el consumidor debe estar informado de esto por medio del etiquetado. Y, por último, el diseño ecológico del producto (Artaraz, 2002).

### **Teoría del Turismo Sostenible**

En la actualidad, el consumismo se ha apoderado de las sociedades, lo que provoca que cada vez demande productos que a larga se van a convertir en desechos, los cuales van a parar a números sitios que se convierten en focos de contaminación y causan daños al planeta. Numerosos científicos y autoridades han propuesto iniciativas para poder parar un poco estas situaciones para que las personas tomen consciencia de la necesidad de un nuevo modelo de desarrollo.

En 1972, se habló por primera vez acerca del Desarrollo Sostenible, tiempo más tarde, las Naciones Unidas hizo un llamado a la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, por lo cual se reunieron por primera vez con el objetivo de elaborar un informe donde se plantea que el desarrollo sustentable no solo genera desarrollos ecológicos, sino que también ayuda en ámbitos económicos y sociales. En ese Informe se define el “desarrollo sostenible” como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Orozco Alvarado & Núñez Martínez, 2013, p. 157).

En 1992, en la Cumbre Mundial sobre el “Desarrollo Sostenible”, también conocida como “Cumbre de la Tierra”, estaba centrada en mostrar al mundo que los factores medioambientales y las condiciones económicas y de justicia social, son factores que están relacionados y aparte estos van cambiando con el tiempo. Entre los resultados más significativos de la Cumbre de la Tierra, está el haber logrado que el concepto de “desarrollo sostenible” se institucionalizara, debido a que los países del mundo ahí representados asumieron el compromiso de establecer una Estrategia Global de Desarrollo sostenible (Quintero citado por Orozco & Núñez, 2013, p.158).

En otras palabras, el modelo “desarrollo sostenible”, es caracterizado por ser duradero, eficiente y racional en el uso de los recursos y equitativo en los beneficios, pero además, porque reconoce que “las soluciones a los retos del desarrollo sostenible deben partir de la realidad de cada localidad con la implicación directa de los gobernantes más cercanos a los ciudadanos (Ayuntamientos y otras Administraciones Locales) y la participación activa de los agentes económicos y la sociedad civil (Quintero citado por Orozco & Núñez, 2013, p.159).

En Ecuador, se puede mencionar al turismo sostenible, como una actividad que va a ayudar a fortalecer la identidad como país, impulsar el cuidado del patrimonio natural, histórico y cultural, procurando evitar causar daños al ambiente. El museo que se desea iniciar va de la mano con este modelo de desarrollo porque incentiva a cuidar y proteger los recursos naturales dándole un uso racional, y adicional a esto se está protegiendo este patrimonio para que futuras generaciones puedan gozar de él. Esta actividad también mostrará la tradición cacaotera que tiene el país, aportando así no solo en el ámbito cultural, sino también a la economía del cantón Vinces.

### **Marco Referencial**

El cacao ha llegado a convertirse en uno de los productos con mayor producción nacional, logrando posicionar al país como uno de los mayores exportadores. Esto ha sido posible por las múltiples acciones que el gobierno ha puesto en marcha en favor de mejorar la exportación de este grano que está considerado como la pepa de oro del Ecuador. Es así como el Gobierno Nacional en el 2012 impulsó un proyecto de Reactivación del Cacao Nacional Fino y de Aroma, a través del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca. El proyecto tenía como objetivo reactivar el 90% de las plantaciones de cacao en el Ecuador (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2012).

El Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento del mercado mundial, con un 63% de acuerdo a las estadísticas de ProEcuador. Por otro lado, el cacao nacional ha ganado premios muy importantes como "mejor cacao por su calidad oral" y "mejor grano de cacao por región geográfica" en el Salón del Chocolate en París, Francia, en el 2011 (Guerrero, 2015). De esta manera, el cacao ecuatoriano ganó reconocimiento mundial lo que permitió que entre al mercado internacional por su singular aroma, sabor y calidad.

El cacao fino de aroma, que es el que identifica al Ecuador, es esencial para el chocolate gourmet y este país es el primer exportador del mundo que coloca esta variedad en el mercado. “Ecuador es el quinto país productor de cacao a escala mundial y el primero en producir cacao fino de aroma, por lo que tiene un gran potencial de crecimiento” (Ministerio de Turismo, 2017).

Varios países han creado y adaptado museos de cacao en sus tierras, de modo que pueden mostrar a sus visitantes una parte de su cultura, y hacer de esto una fuente de ingresos. Esto brinda al turista experiencias nuevas y les aporta conocimiento tanto del cultivo del cacao como del proceso y fabricación de chocolates. En efecto, es considerado parte del turismo ya que se puede considerar una importante fuente de ingresos para el país y crea fuentes de trabajo para la comunidad receptora.

Tal es el caso del Museo del Chocolate de la Ciudad de México. “Una bella casa construida en 1909 en la Colonia Juárez, se encuentra el MUCHO, museo que recibe con una deliciosa prueba de cacao tostado a sus visitantes, una muestra de lo que experimentarán sus sentidos a lo largo del recorrido” (Alonso, 2017). Este museo trata de rescatar valores históricos de la Ciudad de México, y muestra una mezcla entre tradiciones y productos elaborados con chocolate netamente mexicanos. Dentro del museo, los visitantes pueden comprar productos y ser partícipes del proceso de elaboración del chocolate. Además, existe una escuela culinaria en donde enseñan a preparar platillos a base de cacao, resaltando la importancia histórica que tiene cada ingrediente, cada utensilio y cada plato. Lo que promete experiencias únicas y duraderas.

México es un país que se ha desarrollado mucho en el ámbito turístico y aprovecha muy bien todos sus recursos naturales y culturales. Otro ejemplo que se encuentra dentro de ese país es el Ecomuseo del Cacao. “Un proyecto que pretende difundir los orígenes del cacao en Yucatán y su estrecha relación con los mayas, ubicado en el corazón de la Ruta Puuc, frente a las ruinas mayas de Uxmal” (En Yucatán, s. f.). En este museo, aparte de que se puede observar toda la cosecha y la producción del cacao, se puede visitar y recorrer diferentes casas mayas, en las que se encontrará información gráfica acerca de su civilización.

Por otro lado, uno de los primeros museos de chocolate en el mundo es el Museo de chocolate Imhoff-Stollwerck, ubicado en Colonia, Alemania. Al ingresar al museo, los visitantes pueden disfrutar de las tres etapas que posee. En primer

lugar, está un gran invernadero donde las plantas de cacao crecen, se puede observar también el proceso de fabricación y la degustación. La producción de barras de chocolate y bombones se demuestra en la planta de producción. Además, los visitantes pueden aprender sobre la historia cultural de chocolate que comenzó hace más de 3.000 años en Mesoamérica (Schokoladen Museum, s. f.).

Un Museo muy reconocido por todos, que despierta el deseo de grandes y chicos de visitarlo es el Museo de Hershey's, siendo The Hershey Company la compañía fabricante de chocolates más grande de Estados Unidos. Es un ejemplo que no se puede dejar pasar ya que tiene gran importancia dentro de la economía y mercado del país. Este museo interactivo fue realizado con el fin de ser un área de recreación, cuenta con varias zonas que permiten al visitante conocer un poco más sobre el producto (Hershey Story, s. f.).

Dentro del recorrido del museo también se demuestra el proceso de fabricación del chocolate desde la obtención del grano hasta la elaboración de los productos final que son las barras de chocolate. Entre las actividades que se ofrecen en el museo están la creación de su propio chocolate con el diseño, ingredientes y envoltura, que el visitante escoja. Se ofrecen diferentes actividades como la cata de chocolate, degustaciones, talleres de invenciones, entre otros.

Algo semejante ocurre con el Museo de chocolate en Hunya, Taiwan, el cual está rodeado de tierras de cultivo de cacao. La experiencia en el museo ofrece a los turistas conocimiento sobre el chocolate, y un recorrido por la fábrica les familiariza con el proceso de elaboración del chocolate. Con estos ejemplos se está dando a conocer que cada país aprovecha cada recurso natural y cultural para poder mostrar al mundo sus productos de calidad con sus respectivos procesos que utilizan en métodos que ayudan a conservar su sabor y aroma natural, demostrando así su cultura agrícola (González, 2013, p.37).

Dentro del país ya existen varios museos que le rinden homenaje al cacao, demostrando a sus visitantes la cultura y los productos de calidad que se cosechan en tierras ecuatorianas. Así pues, el primer ejemplo se sitúa en la tienda de República del Cacao en el Centro Histórico de Quito. Según Guarderas (2017), el museo fue creado como un espacio para el descubrimiento y exploración del cacao como patrimonio intangible. Este es un claro ejemplo de que los ecuatorianos si pueden brindar servicios y productos de calidad, ofrecer un buen servicio con instalaciones

impecables que innovan el mercado y que despiertan en los turistas el deseo de conocer un poco más acerca de este hermoso país.

Cada espacio del museo promete una experiencia única y sensorial, pues dentro de cada vitrina se recrea la cosecha y producción del cacao en cada una de las regiones, las cuales tienen características inigualables como sus climas. En un anaquel de madera se puede observar exóticos ingredientes 100% nacionales tales como sal marina, pétalos de rosa, ají, uvilla, café, entre otros; los mismos que se agregan en las barras de chocolate de República del Cacao.

No se debe dejar de mencionar el Museo del Cacao y del Chocolate que se encuentra en la ciudad de Guayaquil, dentro del Parque Histórico. Iniciativa impulsada por el Ministerio de Comercio Exterior. El museo comprende la “Casa Hacienda San Juan” que perteneció a una propiedad cacaotera en Vinces (Provincia de Los Ríos) en 1882, siendo posteriormente trasladada, restaurada y reubicada en el Parque Histórico Guayaquil para formar parte de la Ruta Turística del Golfo (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

Este museo tiene como objetivo posicionar y promocionar al Ecuador como “País del Chocolate”, entre turistas nacionales y extranjeros y demostrarles la importancia que tiene este producto para el país. Pues, según el Ministerio de Comercio Exterior (2016), la economía ecuatoriana en el siglo pasado tuvo un *boom* gracias a la “pepa de oro” y, hoy por hoy, continúa siendo un dinamizador fundamental de las exportaciones.

En cuanto a museos interactivos dentro del país, el Municipio de Quito tomó la iniciativa de crear el Museo del Agua. Este museo tiene el objetivo de concientizar a los ciudadanos acerca del manejo, uso y valoración del agua. Con el apoyo de la Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento, la Corporación Vida para Quito, y el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural, Fonsal, nace YAKU con el propósito de que las personas puedan experimentar un contacto intenso, emotivo, crítico, científico, personal y comunitario con el elemento agua (Yaku Museo Agua, s. f.).

En definitiva, cada uno de los ejemplos recién mencionados tienen varios elementos de los cuales se pueden rescatar las mejores ideas para posteriormente plasmarlas en una propuesta de museo interactivo de cacao. Museo que no solo permita dar a conocer la historia cacaotera en el país; sino que también brinde una

experiencia sensorial completa en los turistas. De esta manera, lograr superar las expectativas de los visitantes e incentivar a que regresen.

## **Marco Conceptual**

### **Cacao**

Según Guerrero (2015), el cacao es una fruta tropical, sus cultivos se encuentran mayormente en el Litoral y en la Amazonía. Es un árbol con flores pequeñas que se observan en las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar. La producción de cacao se concentra principalmente en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos.

### **Boom cacaotero**

Durante los cuarenta años del *boom* cacaotero, la producción creció en forma consistente hasta sobrepasar el 1 millón de quintales anuales, Ecuador se convirtió en el principal productor mundial de cacao y florecieron tanto las haciendas cacaoteras como los múltiples negocios, que hicieron de Guayaquil la ciudad más dinámica, comercial y rica del país. Las ventas del cacao generaron los mayores ingresos por exportaciones y financiaron significativamente el presupuesto estatal. Gracias al cacao ecuatoriano también se expandió el negocio de chocolates en Estados Unidos, Alemania y Suiza (Paz & Cepeda, 2011, p. 3).

### **Cacao CCN-51**

Cacao Ramilla es el nombre común con el que se conoce en el país a esta variedad. También se lo conoce como cacao Don Homero en honor a su creador el científico ecuatoriano Homero Castro, quien en 1965 desarrolló este clon considerado hoy en día como uno de los cacaos más productivos del mundo. El CCN-51, siglas que corresponden a Colección Castro Naranjal 51, posee un perfil de aroma y sabor diferente al Nacional, pruebas de cata muestran que su calidad es tan buena como el mejor cacao Amelonado (Paredes & Espinosa, 2015, p. 57).

### **Cacao Criollo**

Cacao Criollo fue la variedad cultivada por los antiguos pueblos mesoamericanos que lo consumían como el xocolatl. Su cultivo ha reducido su patrimonio genético, dando como resultado árboles de baja productividad y alta susceptibilidad a pestes y enfermedades, lo que afecta tanto a plantas como a animales (Paredes & Espinosa, 2015, p. 53).

### **Cacao Fino de Aroma o Cacao Arriba**

El 24 de marzo del 2008, el Ecuador declaró al cacao fino de aroma, Cacao Arriba, como la primera denominación de origen (DO) del país. Este reconocimiento exalta la alta calidad del producto que presenta características determinadas por su procedencia y por los conocimientos ancestrales involucrados en su cultivo (Propiedad Intelectual, 2014).

El cacao fino y de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor buscadas por los fabricantes de chocolate. Representa únicamente 5% de la producción mundial de cacao. Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de Cacao Arriba fino y de aroma (63% de la producción mundial) proveniente de la variedad Nacional cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional. Este tipo de grano es utilizado en todos los chocolates refinados. Sin embargo, lo que muchos no saben es que el chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que el cacao tiene (Anecacao, 2015).

### **Los Gran Cacao**

Se los conoce como Gran Cacao, expresión acuñada en Venezuela y Ecuador para designar a quienes se dedicaban al cultivo y comercio del cacao en el siglo XIX y principios del XX. La base de su fortuna fue la tierra siendo propietarios de grandes haciendas que se extendían a lo largo de las riberas de los ríos de la costa ecuatoriana, y su riqueza se contaba en millones de árboles de cacao (Paredes & Espinosa, 2015, p. 89)

### **Museo**

Es un establecimiento permanente, administrado en el interés general, para propósitos de preservación, estudio, mejorando por diversos medios y, en particular de exhibición al público para su deleite e instrucción, grupos de objetos y especímenes de valor cultural: colecciones artísticas, históricas, científicas y tecnológicas, jardines botánicos y zoológicos, acuarios, etc. (Henri Riviere, 1958, p. 15)

### **Ruta turística**

Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus

características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia (Mamani, 2016).

### **Turista**

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación (Organización Mundial del Turismo, s. f.).

### **Turismo interno**

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (Organización Mundial del Turismo, s. f.).

### **Marco Legal**

La Constitución de la República del Ecuador es el texto jurídico de mayor importancia en el país y el cual está compuesto por nueve títulos generales. Dentro del título siete, que habla acerca del Régimen del Buen Vivir, se encuentra el capítulo primero que trata sobre inclusión y equidad, la sección sexta del mismo hace referencia a la cultura física y tiempo libre, el mismo que menciona en su artículo 383 que: “Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 173).

Asimismo, se cuenta con el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 llamado “Toda una Vida”, en el cual dentro de sus objetivos 2 y 9 tiene políticas las cuales son de interés de este estudio:

Objetivo 2: “afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas” (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, 2017, p.60). Más específicamente en su política 2.4 donde promulga:

Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, la valoración y el desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad, estética y expresiones individuales y colectivas (p. 63).

Objetivo 9: “Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo” (p.104). Enfocados en la política 9.4 que menciona:

Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural (p.106).

Se puede adicionar que, el país cuenta con un Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización dentro del cual se dividen las responsabilidades y competencias de cada nivel de gobierno descentralizado con el objetivo de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera («Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización», 2012, p. 2). En el artículo 54 de este código se mencionan las funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, en el literal g se expresa: “Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo” (p.31).

También, el Ecuador cuenta con una la Ley de Turismo (2014) en la que se basan todas las actividades turísticas del país y, en su artículo 3 dice que:

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad,

protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos (p. 01).

Por otro lado, según el Reglamento Orgánico de la Ley de Cultura (2016), en su artículo 3 dice que son fines de la presente ley (p. 3):

- a) Fomentar el diálogo intercultural en el respeto de la diversidad; y fortalecer la identidad nacional, entendida como la conjunción de las identidades diversas que la constituyen;
- b) Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos;
- c) Reconocer el trabajo de quienes participan en los procesos de creación artística y de producción y gestión cultural y patrimonial, como una actividad profesional generadora de valor agregado y que contribuye a la construcción de la identidad nacional en la diversidad de las identidades que la constituyen;
- d) Reconocer e incentivar el aporte a la economía de las industrias culturales y creativas, y fortalecer sus dinámicas productivas, articulando la participación de los sectores públicos, privados, mixtos y de la economía popular y solidaria;
- e) Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor; y,
- f) Incentivar la descentralización y desconcentración de la institucionalidad del sector cultural y fortalecer su articulación con los sectores de educación, ciencia y tecnología, turismo, producción y otros que se relacionen con el ámbito de la cultura.

Esta misma ley redacta lo siguiente en el artículo 9:

Del Sistema Integral de Información Cultural. El Sistema Integral de Información Cultural tiene como objetivo recopilar, sintetizar, difundir y poner en valor la información del ámbito cultural y patrimonial, generada por las entidades públicas, privadas o comunitarias, la comunidad artística y la ciudadanía en general. El Sistema Integral de Información Cultural es una herramienta de visibilización y fortalecimiento del sector, de afirmación de la naturaleza profesional de quienes trabajan en la cultura y el arte, ya sean creadores, productores, gestores, técnicos o trabajadores que ejerzan diversos

oficios en el sector. Es asimismo un medio para conseguir la mejora de la organización, la integración y la interrelación de los profesionales de la cultura y el arte, la facilitación de los procesos, formalización y profesionalización de las actividades y emprendimientos, planificación y construcción de las políticas públicas. El ente rector de la Cultura y el Patrimonio utilizará las herramientas e infraestructura informática disponible a través de las entidades del sector público para generar, fortalecer y actualizar el Sistema Integral de Información Cultural. El Sistema Integral de Información Cultural será gestionado, administrado y custodiado por el Ministerio de Cultura y el Patrimonio y, se regirá por la normativa que se emita para el efecto (p.5).

Es muy importante mencionar y no dejar de lado el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Vinces (2012), que en su objetivo 5 señala: “Incrementar el acceso y cobertura de servicios públicos indispensables, recuperación de patrimonio cultural, así como su calidad y control” (p.247). Centrándose en el objetivo 5.10 que dice: “Restaurar el patrimonio cultural para la generación de fuentes de trabajo a través de turismo” (p.249). De esta manera, el GAD del cantón Vinces afirma su propósito de impulsar este tipo de iniciativas para de esta manera exponer la importancia que la historia de su cacao ha tenido en el país, y con la cual sus habitantes se sienten identificados.

### **Requisitos para el registro de Fundaciones y Corporaciones Culturales**

Según el Ministerio de Cultura y Patrimonio, existen varios requisitos a seguir para la creación de fundaciones y corporaciones culturales, las cuales pueden ser encontradas en la página web de esta entidad y son las siguientes:

1. Trámite: Aprobación de Estatutos y Otorgamiento de Personería Jurídica (Constitución de Corporaciones y Fundaciones).
  - 1.1.- Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio, la cual deberá ser realizada por el representante provisional o delegado de la organización social en formación para el trámite de constitución.
  - 1.2.- Acta de la Asamblea General Constitutiva de la organización en formación (debidamente certificada por el secretario provisional), suscrita por todos los miembros fundadores, la misma deberá contener:
    - a) Nombre de la organización;

- b) Nombres y apellidos completos, nacionalidad y número del documento de identidad de cada uno de los miembros fundadores;
- c) Voluntad de los miembros fundadores de constituir la misma;
- d) Fines y objetivos generales que se propone la organización;
- e) Nómina de la directiva provisional;
- f) Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, teléfono, correo electrónico y domicilio donde recibirá notificaciones;
- g) Estatutos aprobados por la asamblea; y,
- h) Indicación del lugar en que la organización social, en proceso de aprobación de la personalidad jurídica, tendrá su domicilio, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia, número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.

Para el caso de que participen, como expresión de la capacidad asociativa, personas jurídicas de derecho privado, deberán presentar, además de los documentos señalados, actas del máximo órgano social de la organización, certificadas por su secretario, en las que conste la decisión de asociarse de sus miembros.

1.3.- (Dos ejemplares) Estatutos (debidamente certificados por el secretario provisional de la organización social), el estatuto establecerá y regulará como mínimo los siguientes aspectos:

- a) Denominación, ámbito de acción y domicilio de la organización;
- b) Alcance territorial de la organización;
- c) Fines y objetivos, las organizaciones, además, deberán precisar si realizarán o no actividades de voluntariado de acción social y desarrollo, o programas de voluntariado;
- d) Estructura organizacional;
- e) Derechos y obligaciones de los miembros;
- f) Forma de elección de las dignidades y duración en funciones;
- g) Atribuciones y deberes de los órganos internos: directiva, administradores y/o representación legal;
- h) Patrimonio social y administración de recursos;
- i) La forma y las épocas de convocar a las asambleas generales;

j) Quórum para la instalación de las asambleas generales y el quórum decisorio;

k) Mecanismos de inclusión o exclusión de miembros, los mismos que deberán garantizar en todo momento el derecho al debido proceso;

l) Reforma de estatutos;

m) Régimen de solución de controversias; y,

n) Causales y procedimiento de disolución y liquidación.

1.4.- Declaración Juramentada – para acreditar patrimonio (firmada por todos los fundadores).

## 2. Trámite: Registro de Directivas

2.1.- Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio, la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.

2.2.- Convocatoria a la Asamblea. En caso de que la organización social no cuente con un órgano directivo vigente al momento de convocar, deberá hacerlo mediante autoconvocatoria, siguiendo el procedimiento que se haya establecido en el estatuto de la organización social, siempre y cuando el estatuto no contemple funciones prorrogadas.

2.3.- Acta de la Asamblea en la que conste la elección de la directiva, debidamente certificada por el Secretario.

## 3. Trámite: Inclusión o Exclusión de Miembros

3.1.- Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio, la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.

3.2.- Acta de la Asamblea en la que conste la decisión de inclusión o exclusión de miembros, tomando en consideración que, en estos procesos, deberá respetarse el debido proceso (derecho a la defensa) de los miembros. Esta acta deberá estar debidamente certificada por el Secretario.

3.3.- Los demás que se hubieren previsto en el estatuto.

## 4. Trámite: Reforma de estatutos.

- 4.1.- Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio, la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.
  - 4.2.- Acta de la asamblea en la que se resolvió las reformas a los estatutos debidamente certificada por el Secretario, con indicación de los nombres y apellidos completos de los miembros presentes en la asamblea; y,
  - 4.3.- Lista de reformas al estatuto.
  - 4.4.- Codificación del Estatuto. (Remitir una copia del proyecto de codificación del estatuto reformado.)
  - 4.5.- Los demás requisitos establecidos en su estatuto.
5. Trámite: Disolución y Liquidación Voluntaria
- 5.1.- Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio, la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.
  - 5.2.- Convocatoria a la Asamblea General.
  - 5.3.- Acta de asamblea general en la que conste la voluntad de disolución y liquidación de la organización social por parte de los miembros- Nombramiento del liquidador- y aprobación del informe. Debidamente certificada por el Secretario.
  - 5.4.- Informe del Liquidador (Existan o no bienes)
  - 5.5.- Los demás requisitos establecidos en su estatuto.

## **Capítulo II: Marco Metodológico**

### **Enfoque de investigación**

El desarrollo de esta investigación estará basado en una visión mixta, el cual involucra enfoques cuantitativo y cualitativo. Por un lado, Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, Méndez Valencia, & Mendoza Torres (2014) afirmaron lo siguiente: “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. Mientras que, por otro lado, los mismos autores describieron al enfoque cualitativo como el que “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri et al., 2014).

### **Método de Investigación**

Abreu (2014) manifestó que el método de investigación es un elemento que “permite explicar la propiedad de los métodos utilizados y la validez de los resultados, incluyendo la información pertinente para entender y demostrar la capacidad de replicación de los resultados de la investigación” (p.195). Para la presente investigación se empleará el método inductivo, el mismo que, según Abreu (2014) su investigación va desde lo particular hacia lo general; es decir, que permite conocer las características de un conjunto de realidades para elaborar una propuesta. De esta manera, se podrá conocer las características de los habitantes de Guayaquil que estarían dispuestos a visitar un museo del cacao, para posteriormente realizar una propuesta en base a los gustos de estas personas.

### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación a utilizarse será el descriptivo. El estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población (Hernández Sampieri et al., 2014). Con este tipo de investigación se determinará las motivaciones y expectativas de los posibles asistentes al museo, como se detalla en el primer objetivo de esta investigación.

### **Técnicas de recolección de información**

Las fuentes de investigación que se usarán dentro de este estudio serán de orden primario y secundario. Las fuentes primarias, según Namakforoosh (2015)

“Son aquellos que genera el investigador para encontrar soluciones a ciertos problemas” (p.137). En este caso se utilizaron entrevistas y encuestas para obtener información directamente de los personajes involucrados en el tema. Por otra parte, los datos secundarios se encuentran en documentos reelaborados por otros autores (Niño Rojas, 2011); los mismos que se recolectaron de páginas web oficiales, libros, revistas científicas, entre otras fuentes.

### **Instrumento para la recolección de información**

Según detalla Behar (2008), la encuesta se utiliza para recoger información relevante de un grupo de interés; la información se obtiene mediante un cuestionario estandarizado para obtener un perfil de la población; más no para describir a los mismos. En este caso, la encuesta será aplicada a las personas que figuren como posibles asistentes al museo del cacao; con el fin de determinar las variables que establezcan sus motivaciones para asistir al mismo. Las encuestas estarán diseñadas a partir de la información que se obtenga de las entrevistas obtenidas por parte de varios personajes relevantes dentro del mundo del cacao, y también, de los operadores turísticos quienes, dentro de su oferta vendan tours relacionados al cacao como visitas a plantaciones, haciendas, museos, etc.

Por otro lado, “La entrevista es una técnica, fundamentalmente de tipo oral, basada en preguntas y respuestas entre investigador y participantes, que permite recoger las opiniones y puntos de vista de dichos participantes o, eventualmente, según objetivos, intercambiar con ellos en algún campo” (Niño Rojas, 2011, p. 64). En este punto, la entrevista será utilizada para obtener mayormente el punto de vista de personas que estén relacionadas con el cacao, chocolate, autoridades y operadoras que manejen este producto. Así, se obtendrá directamente de ellos la información relevante para posteriormente realizar encuestas únicamente con la información que se desea obtener de los posibles asistentes al museo.

### **Tipo de muestreo**

Para este estudio se utilizará un tipo de muestreo no probabilístico. Según Hernández Sampieri et al., (2014), “El muestreo no probabilístico es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (p. 176).

### **Tamaño de la muestra**

El universo poblacional de esta investigación serán las personas que residan en la ciudad de Guayaquil debido a que esta se encuentra dentro del rango de

influencia que se toma en cuenta al momento de planificar el desarrollo turístico de un destino. Vinces se encuentra a 104 km de distancia de Guayaquil, lo que significa entre 1 hora y 30 minutos hasta 1 hora y 50 minutos aproximadamente. Como consecuencia, esto permite que se encuentre dentro del rango que es máximo de dos horas.

Según un informe emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017) la población de Guayaquil hasta el año 2017 fue de 2'644.891 habitantes, cantidad que servirá como universo poblacional de esta investigación. A más de esto, se ha decidido segmentar la población a las personas de entre 20 a 64 años quienes, según varios operadores turísticos entrevistados dentro de esta investigación, son los posibles asistentes a este museo. De acuerdo con los datos publicados por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017), en el documento llamado "Proyecciones Referenciales de Población a nivel Cantonal por grupos de edad 2010-2020" los rangos de edades que se han escogido corresponde a 1'535.305 habitantes dentro de la población de Guayaquil. Para Suárez (2011), la fórmula para obtener el tamaño de la muestra es:

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

Donde cada variable representa lo siguiente:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población (1'473.336).

$\sigma$  = Desviación estándar de la población (0,5).

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza (95%) equivalente a 1,96 en el desarrollo de la fórmula.

e = Límite aceptable de error muestral (5%).

Después de aplicar la fórmula, el resultado es de 385 encuestas que se tendrán que realizar dentro de esta investigación.

### **Procedimiento de registro de datos**

Para realizar la investigación en primer lugar, se procedió a hacer una visita a la ciudad de Vinces para conocer los atractivos que esta posee y los posibles lugares donde se podría ubicar el museo. Se conoció por fuera la denominada "Casona Municipal" que es el lugar donde el municipio había considerado hacer un museo del cacao, pero por varias razones el proyecto no se ha cristalizado, una de ellas es que

su remodelación es muy costosa. También se conoció la hacienda “El Señor de los Caballos”, siendo esta otra posible ubicación para el museo; debido a que el propietario posee un terreno el cual estaría dispuesto a donar para la realización del museo.

Durante la visita a Vinces, se realizaron entrevistas a varias personas que se han considerado como relevantes dentro de esta investigación. Estas personas fueron dos miembros del municipio, para conocer su punto de vista en cuanto al museo y algunos datos sobre el turismo en la ciudad. También se entrevistó al propietario de la hacienda “El Señor de los Caballos”, con el fin de conocer su posición frente a la creación de este museo. Finalmente se entrevistó al presidente de la Asociación de Productores Orgánicos de Vinces, quien acotó con información importante sobre la historia del cacao en la ciudad.

Después de esto, se entrevistó a distintas personas que trabajan en operadoras turísticas dentro de la ciudad de Guayaquil, y que dentro de sus paquetes venden algún producto relacionado al cacao o chocolate como visitas a haciendas, plantaciones, fábricas, entre otros. Se realizó la entrevista a estas personas para conocer de primera mano su opinión acerca de la creación de este museo; debido a que ellos son quienes trabajan con turistas diariamente, conocen múltiples museos y pueden contribuir de manera positiva a esta investigación brindando ideas en base a su conocimiento.

Una vez receptada la información de las entrevistas, se procedió a formular las encuestas dirigidas a posibles asistentes al museo. Los cuestionarios se realizaron tomando en cuenta la información obtenida por parte de expertos y operadores turísticos; los mismos que se realizaron a 385 habitantes de la ciudad de Guayaquil. Las encuestas brindarán información sobre las preferencias de los encuestados; como, por ejemplo, qué elementos les han llamado la atención cuando han visitado otros museos, qué actividades les gustaría encontrar dentro de este, cuánto tiempo estarían dispuestos a viajar y cuánto dinero estarían dispuestos a pagar por la entrada. Toda esta información servirá para realizar una propuesta en base a las preferencias de los encuestados.

### **Análisis de entrevistas a expertos en cacao**

La entrevista realizada a la chocolatera independiente Idaly Farfán (Apéndice H), se realizó para conocer un poco de sus conocimientos acerca del tema y basados

en su experiencia, saber que recomendaciones puede aportar a esta investigación. Por ejemplo, ella menciona que dentro de un museo del cacao no debe faltar la historia de este y que debe ser contada de forma cronológica. También menciona que se deben exhibir piezas que han sido utilizadas por las culturas antiguas, ya sean réplicas u originales.

Además, Idaly manifiesta que utiliza toda la materia prima que le ofrece el cacao para elaborar varios productos, aparte de utilizar las pepas para realizar bombonería y esculturas de chocolate, ella crea productos como bebidas y golosinas. De la misma forma utiliza la baba del cacao para mermeladas y miel. Estos usos resultan interesantes ya que dentro del museo también se podrían incrementar este tipo de actividades para hacerlo más interactivo con los asistentes.

Otro entrevistado fue el propietario de la Hacienda “El señor de los caballos” (Apéndice K), el señor Vicente Sotomayor, asevera que en Ecuador se debería promocionar más el turismo rural, pues el país cuenta con frutos endémicos como el cacao, el cual se lo puede concebir mejor si se lo enseña en una hacienda, o en el campo. Vicente menciona que, Vinges es el lugar indicado para la creación de un museo del cacao, debido a que este es el lugar de donde el cacao fino de aroma es originario. Según su punto de vista, los entes gubernamentales no promocionan de manera adecuada este fruto, siendo el Ecuador el exportador número uno de cacao fino de aroma y; sobre todo, esta variación de cacao que es originaria del sector de Vinges.

Sotomayor menciona que la idea de tener un museo dedicado a la historia, producción, comercialización y diversidad de productos a base de cacao aportaría de manera considerable al turismo en el cantón. También recalca que dentro de su hacienda se pueden practicar otras actividades como el avistamiento de aves, lo que puede ser otra actividad que complementa la visita de los turistas y de esta manera alargar su estadía dentro del cantón y que éstos generen más divisas a la urbe. Teniendo en cuenta que, como explica el propietario de la hacienda, dentro de esta la ocupación no asciende de 10%, siendo estas cifras alarmantes para el turismo de la ciudad.

En la entrevista realizada al señor Julio Cerezo Valenzuela, presidente de APOVINCES (Apéndice L), explica que dentro de su organización que ya lleva 11 años trabajando, se dedican a comprar el cacao a los pequeños productores y les pagan el mejor precio en comparación con otras empresas. APOVINCES realiza esta

labor para no perder los cultivos de cacao en la ciudad que con el tiempo han ido disminuyendo. La materia prima pasa por un proceso de calidad, y después ellos lo venden de manera conjunta. La asociación realiza esta actividad con el fin de que los pequeños productores reciban un pago justo por sus productos y se encargan de que estos productos sean de calidad.

Cerezo considera que las personas deberían conocer la historia del cacao en el país ya que este es un bien de la nación con una calidad de aroma y sabor inigualable y que el museo podría ayudar a que exista una mayor afluencia de turismo en el cantón. También resalta que dentro del museo se debería exponer las etapas que tuvo el cacao en la historia, sus declives, sus alzas y el porqué de cada una. Adicional, el considera que dentro de este se debería poner a disposición fotografías, libros y folletos del cacao que se han editado a través del tiempo; así mismo como fotografías de la arquitectura de la ciudad que ha tenido influencia francesa.

En definitiva, las personas entrevistadas dieron su punto de vista acerca de la creación de un museo del cacao en el cantón y todos concluyeron que este daría un cambio positivo al turismo en la ciudad. De la misma manera, contribuyeron con varias opiniones sobre lo que este debería contener y cuál sería la información que no se debe dejar pasar por alto para que tanto los turistas nacionales como extranjeros conozcan acerca del cacao. Asimismo, ellos acotaron con información sobre actividades que deberían existir dentro del museo para que su recorrido sea más participativo y, de esta manera, puedan regresar al cantón en una nueva visita.

### **Entrevistas a entidades del sector público**

En la entrevista realizada al señor concejal rural del Cantón Vinces, Antonio Sotomayor (Apéndice I), se pudo delimitar información necesaria para el tema de conceptualización del Museo de Cacao en Vinces. El entrevistado indicó que no existe la suficiente oferta turística para atraer visitantes en el cantón; sin embargo, el municipio ofrece varias actividades y eventos turísticos durante el año, entre las cuales resaltan las regatas Guayaquil-Vinces, las festividades locales, la noche veneciana, el humedal Abras de Mantequilla, entre otras; que son actividades que atraen turistas por temporadas, pero no de forma permanente. Esta situación ocasiona que el turismo se aglomere solo en ciertas épocas ya que no tienen un producto que esté de manera permanente y que atraiga turistas durante todo el año.

Antonio declara que durante las épocas de festividades todos los hoteles se llenan y hace falta más planta turística; y que esta es otra razón para que varias personas decidan no pasar la noche en Vinces, sino solamente permanecer durante el día. Por esta razón, Antonio Sotomayor destaca que el Municipio de Vinces estaría dispuesto a apoyar la iniciativa de implementar un museo del cacao que resalte su historia y la importancia de la producción de este. De este modo, se va a posicionar realmente el nombre de Vinces con el cacao en el Ecuador, porque es algo que se ha perdido, menciona Sotomayor.

El concejal de Vinces recalca que actualmente no se han ofrecido actividades relacionadas al cacao, pero que hace algunos años se presentaron actividades como charlas y exposiciones sobre la historia del cacao en donde participaron expositores de varios lugares de América. Incluso, Sotomayor mencionó que existe una institución que se llama “La Pepa de Oro”, que está conformada por productores de cacao y donde existe una fábrica para elaborar chocolate y varios productos derivados de este. Por el momento los productos solo se pueden encontrar en la fábrica, pero están pensando en expandirse y venderlo fuera del cantón.

Antonio hace referencia a ciertos aspectos que deberían ser indispensables dentro de un museo del cacao, tal es el caso de la historia del cacao, la importancia de la producción que ha tenido Vinces, los ingresos que el cacao generó al país durante los denominados Boom cacaoteros. También expone que este museo puede llamar la atención de extranjeros que quieran conocer la tierra del cacao y no solo de nacionales. Finalmente, destaca que la historia del cacao es riquísima y por eso se debería dar a conocer al mundo, en especial la variedad de cacao que se cultiva en la zona que es considerado como el mejor del mundo.

La entrevista ejecutada a la Analista de turismo y cultura de Vinces, Blanca Medina (apéndice J), revela que el municipio no cuenta con datos sobre lo que genera el turismo en la ciudad. El municipio controla el turismo basado en los eventos que tienen programados durante el año y la medición de los turistas que llegan en cada uno de ellos es solamente un aproximado. Blanca también asegura que el municipio si estuviese interesado en apoyar la iniciativa de este museo; debido a que, el primer proyecto del alcalde era este.

Medina menciona que en aquella época cuando el alcalde se posicionó, se les complicó porque el lugar donde querían ubicar el museo aún no le pertenecía al municipio, y cuando ya era competencia del municipio, tenían muchas trabas al

momento de remodelarlo al ser este un bien patrimonial de la ciudad. Blanca considera que los elementos que deberían destacar dentro del museo son: la historia del cacao, el cacao en la actualidad, los productos que se derivan del cacao a más del chocolate, fotografías de antiguas haciendas cacaoteras, entre otras. Declara también que la creación de este museo incrementaría la afluencia de visitantes en el cantón.

### **Análisis de entrevistas a operadores turísticos que vendan algún producto relacionado al cacao**

La entrevista fue realizada a propietarios de distintas agencias de viajes en el país, que ofrecen productos turísticos relacionados con el cacao, los cuales indicaron que la afluencia de turistas es muy variada, en su mayoría el tipo de turistas que más están llegando a los museos, son adultos y adultos mayores quienes se interesan más por la historia y cultura de una ciudad o país. Estos turistas se encuentran en un rango de edad que fluctúa entre los 40 -70 años; y jóvenes de 10-16 años quienes de cierta forma asisten a un museo por obligaciones escolares. Las agencias y operadoras turísticas ofrecen mayormente visitas a haciendas y plantaciones cacaoteras para conocer el proceso de la elaboración del chocolate, la planta, la cosecha, y todo lo que conlleva la siembra de este producto y hacen la difusión de estas actividades por medio de redes sociales de sus agencias.

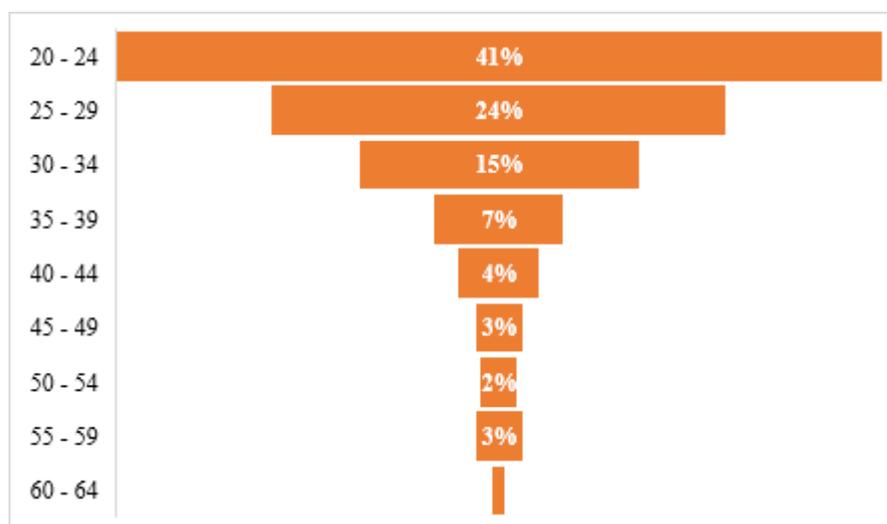
Los operadores turísticos entrevistados afirman que todos sus turistas regresan satisfechos luego de haber vivido la experiencia en estos lugares, donde no solamente contemplan imágenes, o leen fichas con textos muy pequeños que pueden resultar poco interesantes, sino que aprenden acerca de los procesos de sembrío de cacao, la fermentación, el secado, el molido, la elaboración de producto final, entre otras, a través de la interacción y avances tecnológicos. Se puede señalar también que a estas agencias les agradaría la existencia de un museo de cacao vivencial, donde se pueda involucrar la participación de los visitantes en actividades que se realicen dentro del museo, tal como lo hacen en otros países, incluyendo un espacio con plantaciones de cacao.

La mayoría de los agentes coincide que entre los elementos que deberían ser indispensables en un museo están la recreación de los lugares, de personajes de la historia que tengan movimiento, máquinas que traduzcan varios idiomas, demostraciones de cómo se preparaba en la antigüedad la bebida de los dioses. Asimismo, es necesario que se destaque la historia, el origen, la importancia del producto en la economía del Ecuador, su exportación, la responsabilidad social y

medio ambiental, diferentes usos del cacao, sus derivados a parte del chocolate y sus beneficios. Finalmente, los entrevistados infieren que sería interesante que existan actividades complementarias a la visita al museo; tales como, paseos en el río Vinces, city tours para que el turista tenga una perspectiva de la ciudad y el desarrollo que genera el cacao en la economía local.

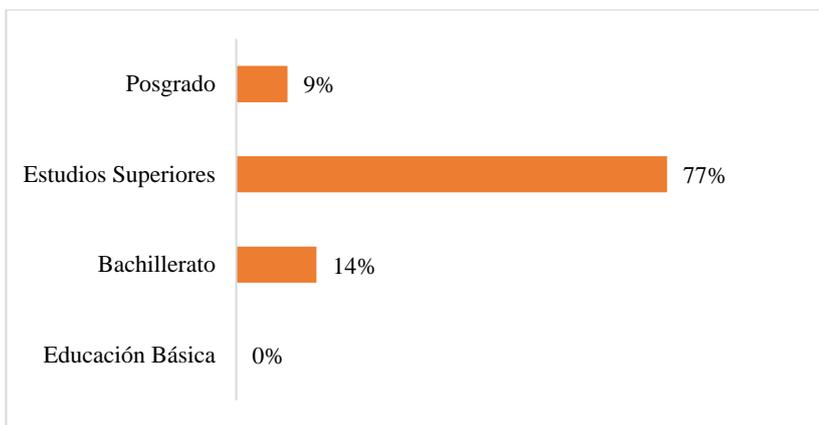
### **Análisis de encuestas a posibles asistentes**

La encuesta realizada se dio con el fin de determinar las características de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces (Apéndice G). Los entrevistados fueron habitantes de Guayaquil, sus edades comprenden entre los 20 y 64 años. Las encuestas se realizaron entre el 25 y 3 de julio del 2018 por medio de encuestas físicas y en línea, recogiendo de esta manera los 385 cuestionarios necesarios para la investigación. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.



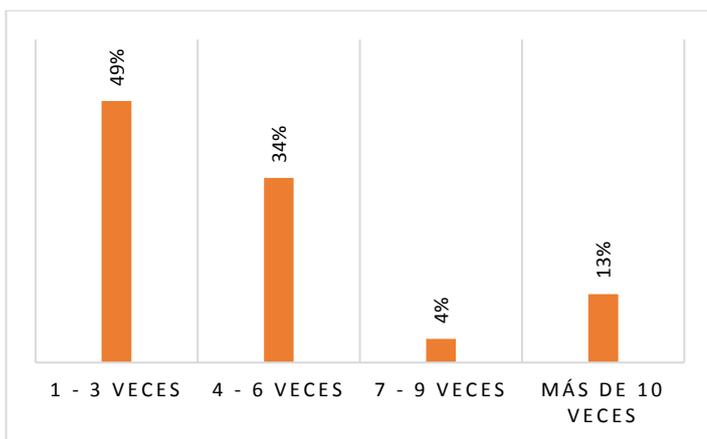
*Figura 1.* Edad de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, residentes en Guayaquil.

Del total de los encuestados, el 80% de ellos tienen entre 20 y 34 años y, el 20% restante tienen entre 35 y 64 años. Información requerida en esta investigación debido a la información obtenida por quienes laboran en agencias u operadoras turísticas, los mismos que mencionaron que son las personas que rondan entre estas edades los que visitan museos dentro del país usualmente.



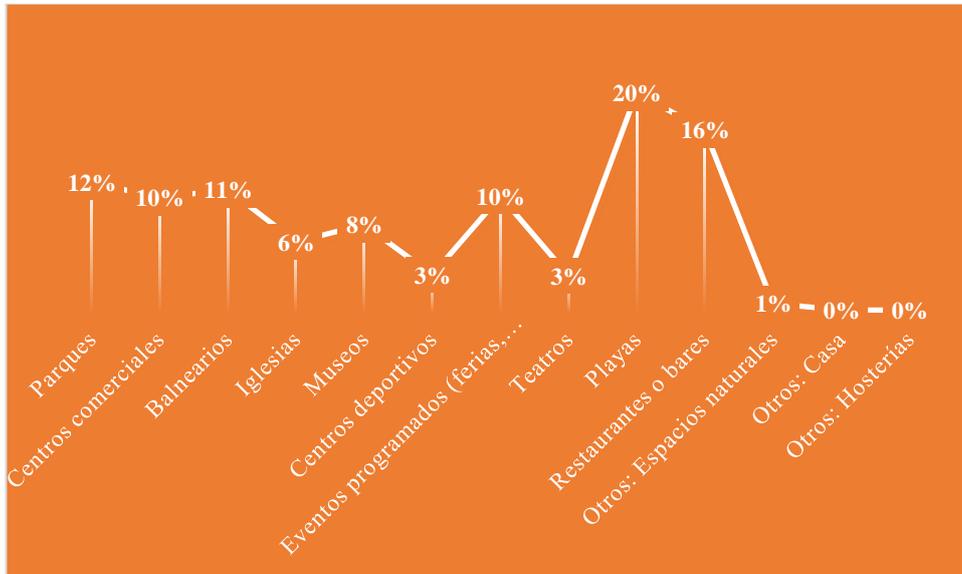
*Figura 2.* Nivel de estudios de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, residentes en Guayaquil.

En cuanto al nivel de estudios de los encuestados, el 77% cuenta con un nivel de estudios superior; mientras que el 14% ha completado sus estudios hasta el bachillerato; y finalmente, el 9% posee algún posgrado. Esta información es relevante para conocer con exactitud a quienes debería ir dirigido el museo que se va a proponer posteriormente.



*Figura 3.* Promedio de viajes que realizan anualmente dentro del país los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil.

Casi la mitad de los encuestados (49%) realizan de uno a tres viajes anualmente dentro del país; por otra parte, el 34% de ellos viajan entre cuatro a seis veces; y finalmente, el 13% suelen realizar más de 10 viajes por turismo interno. Estos datos servirán para conocer la cantidad de viajes que se realizan por turismo interno y así, sugerir a estos posibles visitantes una nueva opción al momento en que se desplazan dentro del país.



*Figura 4.* Lugares de recreación que frecuentan los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil.

Los guayaquileños en su mayoría (20%) prefieren viajar a la playa cuando hacen turismo. Su segundo lugar favorito son los restaurantes o bares locales ocupando el 16%. Seguido de esto, visitan los parques en un 12% y balnearios en un 11%. Mientras que los centros comerciales y eventos programados como conciertos y ferias ocupan un 10% cada uno. Finalmente, los museos tienen un 8% de aceptación entre los encuestados.

Aunque los museos no son uno de los destinos preferidos entre los encuestados, se puede notar que tanto las playas como los parques si lo son, con lo que se puede inferir que las personas prefieren visitar atractivos naturales por la experiencia que estos brindan. Además, los establecimientos de alimentos y bebidas también forman parte de los favoritos, información que es importante ya que en el museo se pretende incluir una experiencia que junte el turismo rural con la degustación de varios productos obtenidos del cacao.

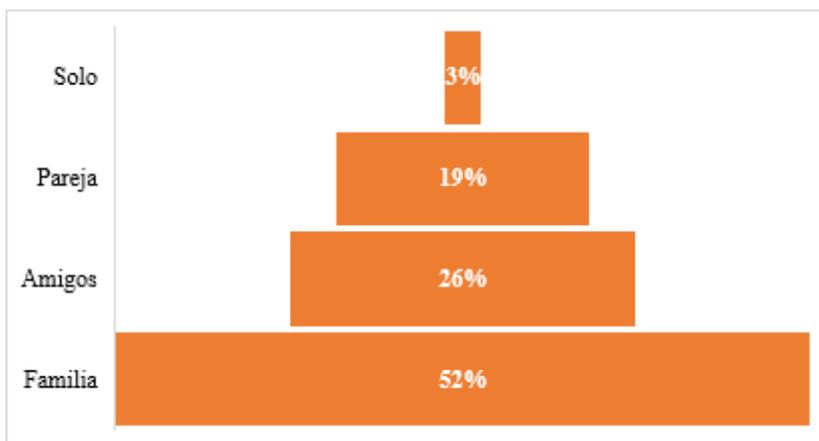


Figura 5. Preferencia de compañía de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil.

Los residentes de la ciudad de Guayaquil viajan en mayor proporción con su familia en un 52%; mientras que, el 26% usualmente viaja en compañía de amigos; y, el 19% decide viajar con su pareja. Es por esto que, se debe pensar en un museo interactivo que incluya todos los segmentos de mercado, con mayor énfasis en las familias.

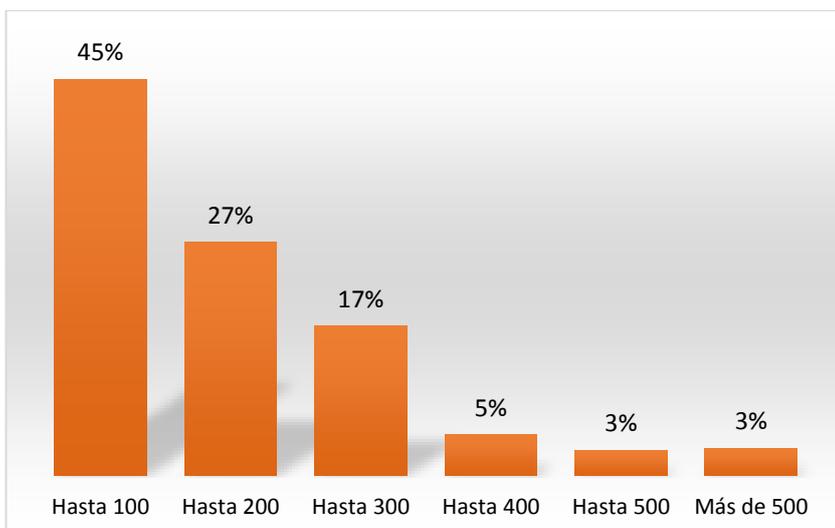


Figura 6. Gasto promedio de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil, en sus viajes a nivel nacional.

Entre las personas encuestadas, el 45% tiene un gasto de hasta \$100 cada vez que realiza turismo interno, el 27% gasta un máximo de \$200, y el 17% gasta hasta \$300 en sus viajes dentro del país; mientras que el 11% gasta un mínimo de \$400 pudiendo llegar hasta \$1500. Información necesaria para conocer la capacidad de gasto de las personas que posiblemente van a visitar este museo y con esto crear un producto atractivo para ellos.

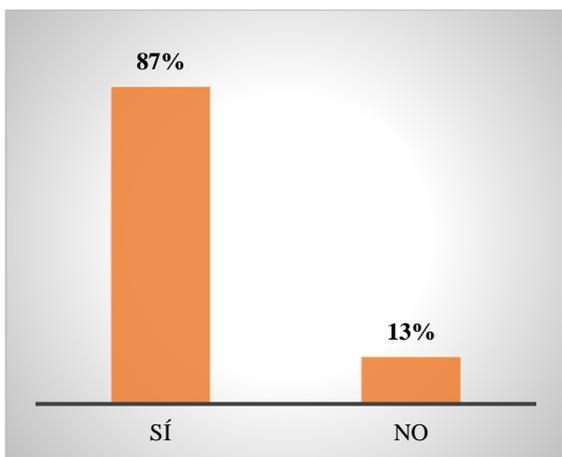


Figura 7. Porcentaje de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil, que han visitado un museo anteriormente.

Según los datos obtenidos mediante la encuesta, el 87% del público sí ha visitado un museo anteriormente, mientras que el 13% respondió que no ha visitado museos. Esta pregunta es de gran relevancia ya que se desea conocer cuáles son las características que más han llamado la atención al momento de visitar un museo entre las personas que han conocido alguno anteriormente.

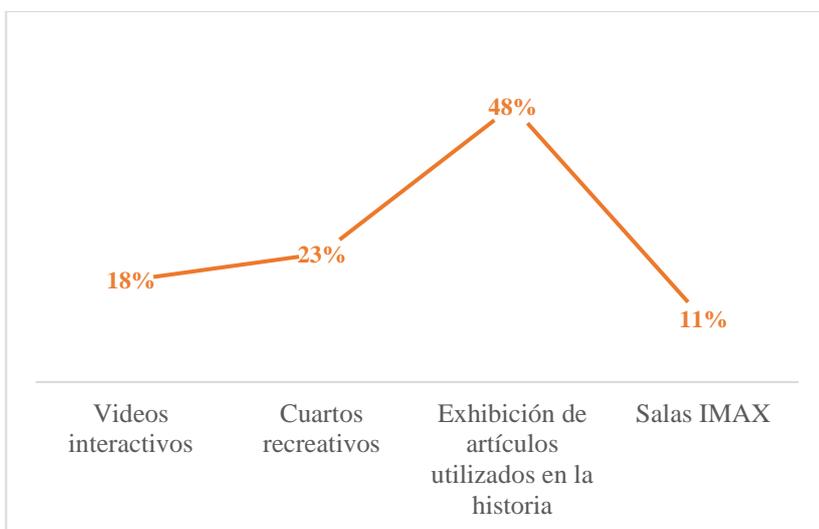
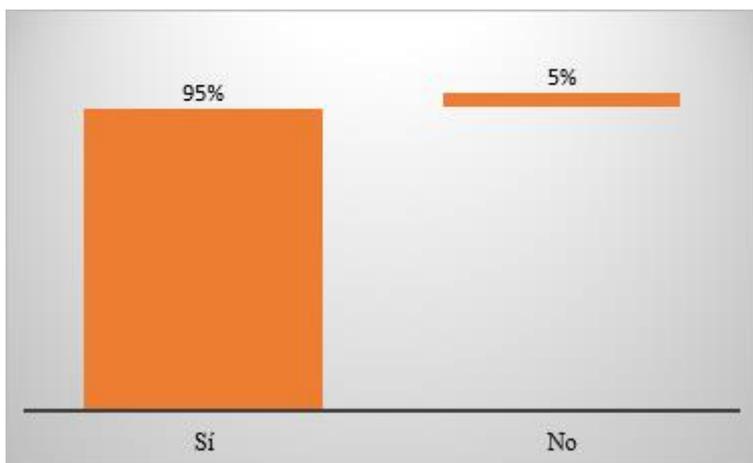


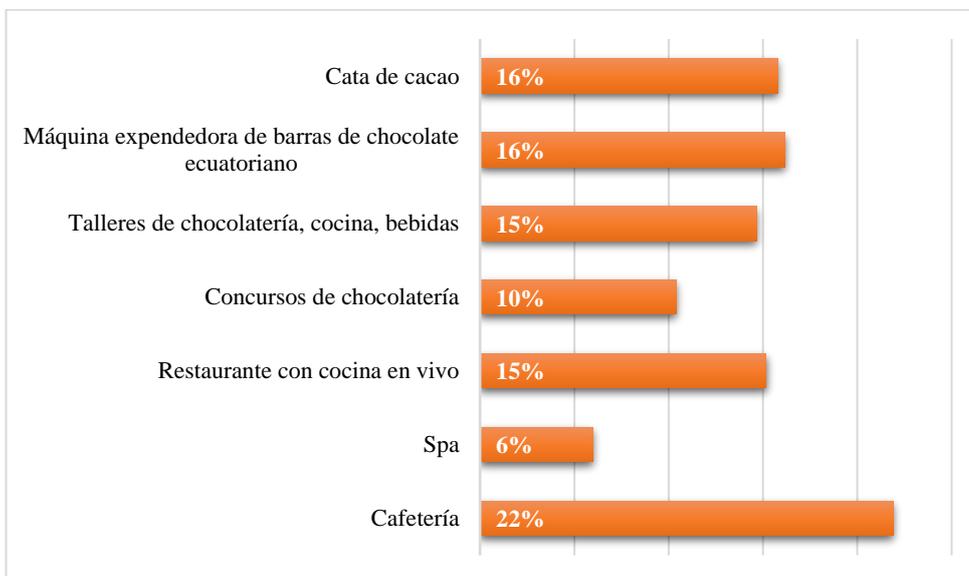
Figura 8. Aspectos relevantes de los potenciales asistentes al museo del cacao en Vinces, que residen en Guayaquil, en museos visitados anteriormente.

Los encuestados que han visitado un museo, mencionan que lo que más les atrae de éstos es la exhibición de artículos utilizados en la historia en un 48%. Seguidamente, los cuartos recreativos son un aspecto que llama su atención en un 23%; y, los videos interactivos ocupan el 18%. Lo cual es relevante para saber qué tipo de propuesta se va a diseñar, con base en las preferencias de los posibles visitantes.



*Figura 9.* Probabilidad de asistencia al museo del cacao en Vinces por parte de los potenciales asistentes residentes en Guayaquil.

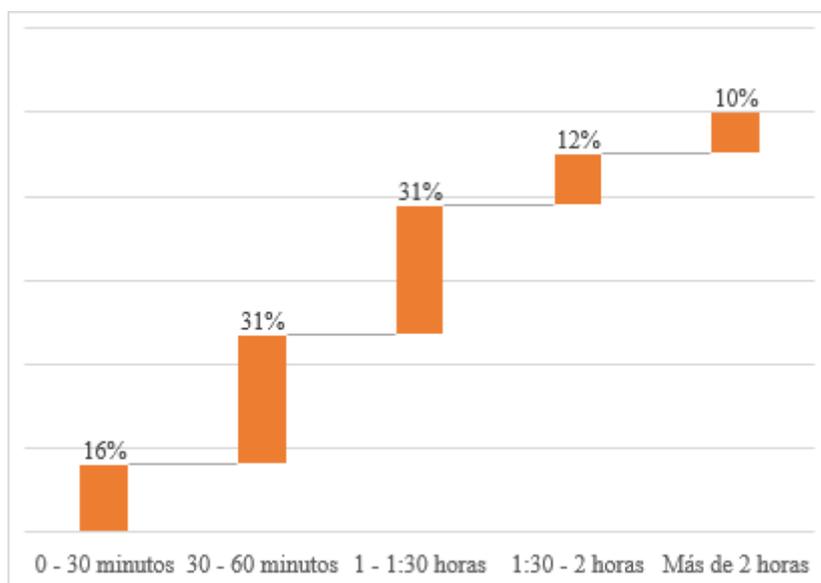
En su gran mayoría, los encuestados dieron una respuesta positiva acerca de visitar un museo del cacao en la ciudad de Vinces representados por el 95% del total; sin embargo, el 5% de ellos respondió que no asistiría. Lo cual resulta práctico para esta investigación debido a que se tiene un buen nivel de aceptación entre los encuestados.



*Figura 10.* Servicios a base de cacao que los potenciales asistentes al museo del cacao que residen en Guayaquil prefieren encontrar dentro del mismo.

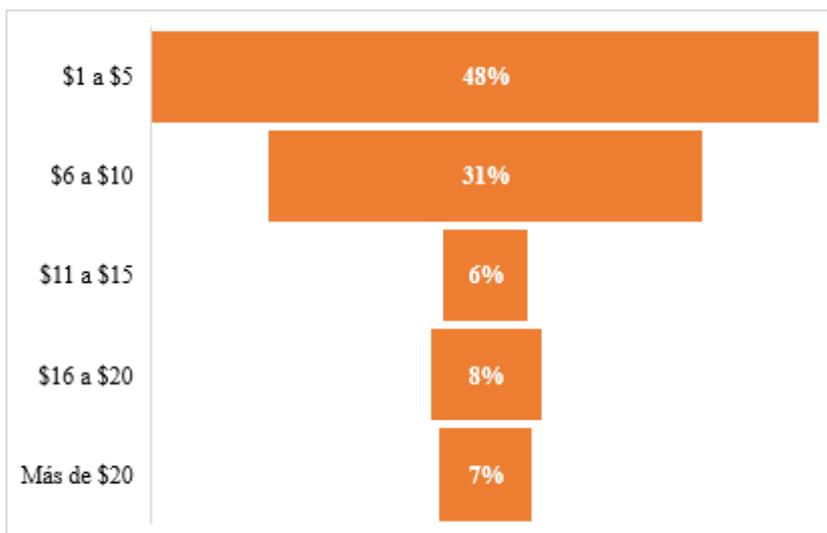
En cuanto a los servicios que los posibles asistentes al museo prefieren encontrar en este, en primer lugar, está la cafetería con el 22% de aceptación, seguidamente la cata de cacao y una máquina expendedora de barras de chocolate ecuatoriano, ambas con el 16%; finalmente, talleres de chocolatería, cocina, bebidas y restaurante con cocina en vivo con el 15% cada una. Con esta información, se sabrá

cuales características no deberán faltar en la propuesta del museo, siguiendo los gustos de los guayaquileños y haciendo más probable que les guste el lugar y de esta manera puedan recomendarlo a sus amigos o familiares.



*Figura 11.* Posible tiempo de viaje para visitar el museo del cacao en Vinces por parte de los potenciales asistentes al mismo que residen en la ciudad de Guayaquil.

La encuesta demostró que el 62% de los residentes de Guayaquil están dispuestos a realizar un viaje de entre 30 minutos hasta una hora y 30 minutos para conocer el museo del cacao en la ciudad de Vinces. Por el contrario, el 16% está dispuesto a viajar solamente hasta 30 minutos; mientras que el 22% estaría dispuesto a viajar entre una hora y 30 minutos hasta más de dos horas. Resultados que son favorables para la creación de este museo ya que este se encontraría ubicado aproximadamente a 93 km de la ciudad de Guayaquil, en carro se tardaría una hora y 30 minutos, tiempo que está dentro del nivel de preferencia de los encuestados.



*Figura 12.* Posible valor de la entrada al museo del cacao en Vinces.

El 48% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un valor de entre \$1 a \$5 por el valor de la entrada al museo, el mismo que incluya demostración del proceso del cacao hasta convertirse en chocolate y una degustación del producto final. Por otro lado, el 31% de ellos prefiere pagar un valor entre \$6 a \$10; mientras que el 21% de las personas prefiere pagar un valor mínimo de \$11 y hasta más de \$20 por el ingreso al lugar con las características anteriormente señaladas. Esto será necesario para determinar el valor de la entrada al mismo y que características incluirá este valor, en base a la capacidad de pago de los posibles asistentes.

### **Capítulo III: Análisis de la oferta y la demanda**

El análisis comparativo entre oferta y demanda determinará la oportunidad de agregar valor al museo del cacao que se propondrá en el capítulo siguiente. Después de conocer el mercado a quién estará dirigido, lo que este público espera encontrar en este tipo de museo y que es lo que ofrecen museos similares dentro y fuera del país. De tal modo, se encontrará el elemento diferenciador frente a la competencia.

#### **Análisis de la oferta**

La oferta turística según Rodríguez (2003), se la conoce como “El conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo” (p. 7). Es así como, para realizar el análisis de la oferta se tomarán en cuenta los museos enfocados en difundir la historia del cacao, sus beneficios, los productos derivados de este, entre otras actividades. Se realizarán dos tipos de análisis de la oferta. El primer análisis estará basado en los museos del cacao que estén ubicados fuera del Ecuador, para conocer lo que se ofrece en el extranjero en este tipo de museos.

La segunda evaluación estará enfocada en los museos ecuatorianos. Debido a que la oferta de museos del cacao dentro del país es limitada, se han escogido otras exposiciones que por sus características se han considerado significativos para este estudio. Tal es el caso del Yaku Museo del Agua ubicado en Quito, el mismo que ha sido escogido por su alto nivel de interactividad y variedad de actividades organizadas por el mismo. Otro museo escogido que no trata del cacao es el Museo de la Cerveza ubicado en Guayaquil, al ser una galería dedicada al proceso de producción cervecera y cómo influyó en el país la llegada de ese producto.

Para realizar el análisis de la oferta, se utilizarán varios atributos que se esperan tener dentro del museo que en este trabajo se propondrá. Así, se podrá comparar con un gráfico y analizar en conjunto la valoración de cada variable para conocer cómo las aplican cada uno de los museos y rescatar las mejores de ellas con la intención de replicarlas. De esta manera, se tendrá un sistema de valoración igualitario para cada atributo. Se han escogido diez variables, las cuales van a ser explicadas a continuación.

#### **Uso de la tecnología**

Este atributo se encargará de medir el manejo de la tecnología dentro de cada museo. Se tomarán en cuenta cuatro aspectos importantes dentro de cada lugar. Los

elementos por medir serán: proyección de videos por medio de pantallas, la existencia de internet inalámbrico para el uso de los visitantes mientras se encuentren dentro de las instalaciones, el uso de dispositivos táctiles que permitan la interactividad de los participantes ya sea compartiendo información del lugar, o para ofrecer juegos; y finalmente, audio guías que ayuden al visitante a hacer el recorrido a su ritmo y con el idioma que ellos prefieran.

Al momento de medir esta variable se tomará en cuenta la cantidad de elementos que existan dentro de cada museo. Cada atributo tendrá un valor de 2.5. Es decir, entre más componentes, el atributo recibirá mejor puntaje. Mientras que, las galerías que no cuenten con ninguna de las variables a medir recibirán una puntuación de cero. En el siguiente recuadro se detalla la puntuación.

Tabla 1

*Valoración del Uso de la Tecnología en los Museos que serán Analizados en la Creación del Lienzo Estratégico*

<b>Variable</b>	<b>Puntuación</b>
Ausencia de variables	0
Proyección de videos	2.5
Internet inalámbrico	2.5
Uso de pantallas táctiles	2.5
Audioguías	2.5

### **Exposición de elementos usados en la historia**

Los elementos usados en la historia que se evaluarán en este componente serán los originales o réplicas de maquinarias usadas por fábricas antiguas como molinos, utensilios tales como vasijas de barro, instrumentos para las diferentes etapas que sufre el cacao para convertirse en chocolate como rastrillos, molinillos, entre otras. Se medirá por la presencia o ausencia de estos elementos, sin importar la cantidad. En función de esto, se calificará con diez al museo que cuente con alguno de estos componentes y, con cero al museo que no contenga ninguno de ellos.

### **Demostración de procesos**

Esta variable se medirá con la presencia de una persona haciendo la demostración de un proceso de preparación de una materia prima para convertirse en un producto final. En este caso, se calificará con cero a la inexistencia de este factor

y, se puntuará con diez cuando exista una persona haciendo la demostración. Esta puede ser de procesos, elaboración o etapas que sufra el producto.

### **Eventos programados**

Los eventos programados se componen de talleres, ferias, charlas, entre otras actividades; que se desarrollen dentro del museo. Se medirán de acuerdo con la frecuencia anual con que se lleven a cabo. En el siguiente recuadro se mostrará la valorización con que se puntuará cada variable, siendo cero la ausencia de este tipo de actividades y, diez equivale a un mínimo de una actividad por mes.

Tabla 2

*Valoración de los Eventos Programados en los Museos que serán Analizados en la Creación del Lienzo Estratégico*

<b>Frecuencia</b>	<b>Puntuación</b>
0 veces	0
1 a 3 veces al año	2.5
4 a 6 veces al año	5
7 a 9 veces al año	7.5
Más de 10 veces al año	10

### **Servicios complementarios**

En este componente figuran servicios que se ofrecen dentro de los museos como una cafetería donde se expendan bebidas tanto frías como calientes y variedad de dulces. También se tomará en cuenta la existencia de tienda de souvenirs del lugar. Se calificará con cero cuando no exista ninguna de las dos variables, se puntuará con cinco cuando exista una de ellas y, se puntuará con diez cuando existan las dos opciones.

### **Actividad en redes sociales**

Para medir la actividad en redes sociales se tomará en cuenta la frecuencia con la que los museos hacen publicaciones en redes. Se trabajará específicamente el caso de Facebook. Serán considerados dentro del rango a medir de una a diez publicaciones semanales, lo que significa que deberán tener mínimo una publicación diaria. A continuación, se detalla el cuadro a tomar en cuenta para calificar esta variable.

Tabla 3

*Valoración de la Actividad en Redes Sociales de los Museos que serán Analizados en la Creación del Lienzo Estratégico*

<b>Frecuencia</b>	<b>Puntuación</b>
Ausencia en redes sociales	0
1 a 3 post por semana	2.5
4 a 6 post por semana	5
7 a 9 post por semana	7.5
Más de 10 post por semana	10

### **Experiencias sensoriales**

Esta variable se analizará a partir de las percepciones sensoriales que una persona puede tener dentro del museo. En este caso se tomarán en cuenta los cinco sentidos del ser humano, los mismos que son olfato, vista, oído, gusto y tacto. En consecuencia, se calificará con cero a la ausencia de estas variables, y con dos puntos a la presencia de cada sentido.

Tabla 4

*Valoración de las Experiencias Sensoriales que Experimentan los Visitantes de Museos*

<b>Sentido</b>	<b>Puntuación</b>
Ausencia de sentidos	0
Olfato	2
Vista	2
Oído	2
Gusto	2
Tacto	2

### **Accesibilidad para personas con discapacidad**

Dentro de esta variable se tomarán en cuenta aspectos muy específicos para ser valorados debido a que las normas que existen dentro del país para regular la accesibilidad de personas con discapacidad a lugares públicos son abundantes. Razón por la cual se ha decidido enfocarse en tres aspectos: movilidad reducida,

discapacidad visual y discapacidad auditiva. De esta manera, se considera necesario que un museo debe tener adecuaciones para las personas con todo tipo de discapacidad; y así, permitir el conocimiento de manera global.

Así, se ha decidido puntuar por la presencia de por lo menos una característica que abarque cada uno de los tres tipos de discapacidad escogidos y que estos brinden acceso a los sitios o a la información. Por ejemplo, para que el museo sea accesible para personas con discapacidad visual, se tomará en cuenta que para el entendimiento de la información cuenten con sistema braille, o con audioguías en el caso de no existir una persona que narre el recorrido, entre otras opciones. Si el museo cuenta con, por lo menos, un aspecto para las personas con este tipo de discapacidad accederá al puntaje que se impondrá a cada variable.

Por otra parte, las variables a considerar dentro de las características de accesibilidad auditiva pueden ser: guías que conozcan el lenguaje de señas, videos que no solamente tengan audio, sino que también cuenten con subtítulos, entre otras opciones. Finalmente, las características de movilidad reducida podrían ser las rampas, barras de apoyo, ascensores, etc. Así, se trata de contemplar varias opciones para el acceso a los lugares que serán calificados.

La forma de puntuar será teniendo en consideración la existencia de las características para cada tipo de discapacidad. Es decir, si no existe ningún aspecto que englobe la discapacidad visual, auditiva o movilidad reducida, se puntuará con cero; si existe un aspecto de movilidad reducida se puntuará cuatro puntos, de existir alguna característica para accesibilidad auditiva son tres puntos más y, finalmente si existe algún aspecto para la discapacidad visual se calificará con tres puntos. En el siguiente cuadro se detalla lo recién mencionado.

Tabla 5

*Valoración de la Accesibilidad para Personas con Discapacidad*

<b>Frecuencia</b>	<b>Puntuación</b>
0 características de accesibilidad	0
Accesibilidad para movilidad reducida	4
Accesibilidad discapacidad visual	3
Accesibilidad discapacidad auditiva	3

### **Actividades para niños**

Dentro de este atributo se tomarán en cuenta dos aspectos, los eventos programados dirigidos a niños y adolescentes y, las actividades permanentes dentro del museo que estén enfocadas principalmente en el aprendizaje de este grupo de personas. De esta manera, se calificará con cinco cuando exista algún elemento fijo dentro del museo que les facilite la enseñanza. En cuanto a las actividades adicionales, se valorará con 2.5 si ofrece de uno a dos eventos extras en un periodo de 12 meses, y con cinco puntos cuando sean más de tres en el mismo periodo.

### **Dominio de idiomas**

En este apartado se tomará en cuenta la existencia de un idioma adicional al oficial del país, en la interpretación de la información escrita y hablado por los guías. Se calificará con cero puntos a los museos que brinden información únicamente en su idioma; tendrán cuatro puntos quienes brinden su información escrita o audiovisual en una lengua complementaria y, cuatro puntos más los centros que cuenten con guías bilingües. Los museos que obtengan la máxima calificación de diez puntos serán quienes ofrezcan sus exposiciones y sus guías brinden la información en más de un idioma extra.

### **Análisis de museos internacionales**

Los museos que se han escogido para esta evaluación se encuentran ubicados en varios países alrededor del mundo y están relacionados de alguna manera al cacao o al chocolate, pero cada uno de ellos tiene características que los hacen únicos. Es por este motivo que se han elegido, para tomar las mejores características de estos, evaluar el manejo de estos lugares y replicar sus mejores atributos. De esta manera, se llegará a tener una propuesta completa, accesible para todos y moderna sin perder la armonía de la naturaleza del lugar.

En la figura 13 donde se hizo la recolección de datos se puede notar que, de las diez variables, tres de ellas tienen la calificación más alta; las mismas que son: experiencias sensoriales, demostración de procesos y exposición de elementos utilizados en la historia. Del mismo modo, los eventos programados y servicios complementarios fueron las variables que tuvieron en segundo lugar los mejores puntajes. Seguido de esto, se encuentran el uso de tecnología y actividades para niños que, están calificados de la misma manera, dos museos tienen diez, dos museos

tienen la mitad de la calificación y, un museo tiene cero; lo que demuestra que, aunque son variables que están presentes, se deben mejorar.

Por otro lado, las variables que recibieron menor puntuación fueron: actividad en redes sociales, accesibilidad para personas con discapacidad y dominio de idiomas. Aunque estas características no son la principal actividad de los museos, cada vez adquieren más importancia, sobre todo al momento de decidir visitar un nuevo lugar. Es por esto que se han tomado en cuenta al momento de la elección de atributos, para conocer cómo se manejan estos aspectos a nivel internacional.

Desde otro punto de vista si se analiza cada museo, el que mejor cumple con la calificación de sus atributos es el Imhoff Stollwerck bajando su puntuación solamente en el uso de las redes sociales. Después, se encuentra el Choco Story y seguido de este el Hershey Story. Los dos últimos museos son el Drupa y el Mucho, ambos son los únicos museos escogidos en este análisis que se encuentran ubicados en Latinoamérica; lo que lleva a la observación de que aún se tiene que hacer un arduo trabajo en cuanto a servicios y creación de productos para incentivar el turismo.

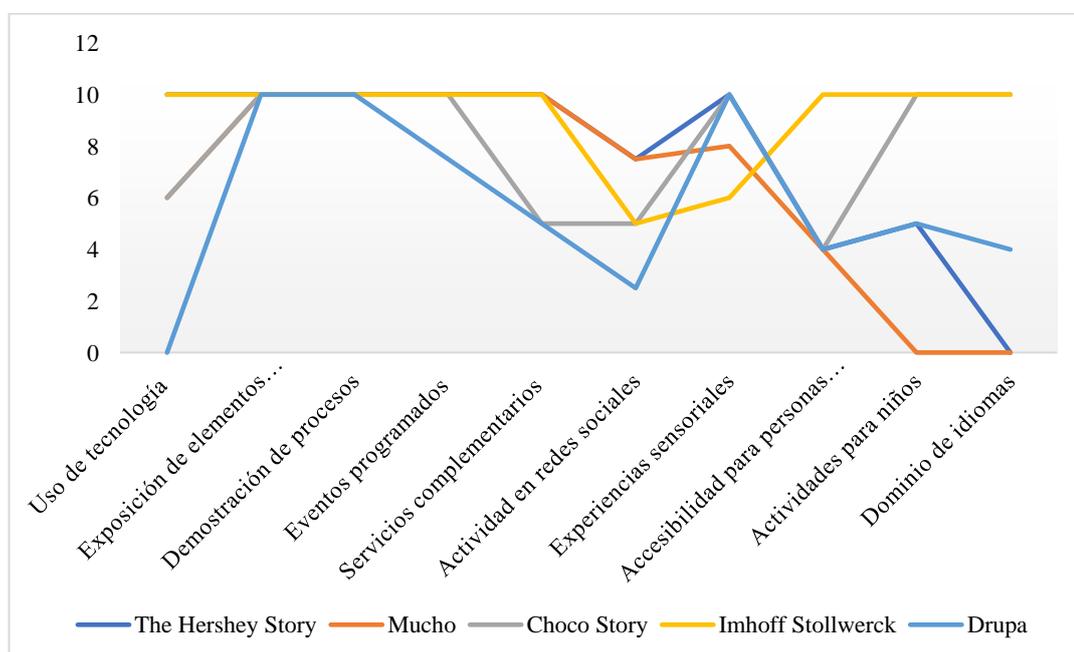


Figura 13. Análisis de museos de cacao que se encuentren ubicados fuera del país.

### Análisis de museos nacionales

Los museos nacionales, al contrario de los museos internacionales, recibieron menor puntuación en todas las variables a excepción de exposición de elementos

históricos que fue la única característica que recibió diez en todos los museos. Seguido de esto, tres variables son las que continúan en la valoración, las mismas son: demostración de procesos, servicios complementarios y experiencias sensoriales. Al contrario de los museos internacionales que en estos atributos recibieron mayor valoración.

Las variables que continúan en el orden son: eventos programados, actividad en redes sociales y dominio de idiomas. Estos datos demuestran que se debe profundizar en estos temas en los museos para que lleguen a más personas a través de redes sociales creando eventos cada cierto tiempo y con el personal capacitado para poder recibir a extranjeros que quieran conocer parte de la cultura e historia del país, dependiendo del tipo de exposición que ofrezcan. Es así que se busca tener un producto más atractivo para los turistas.

Finalmente, las dos variables que recibieron la mínima valoración fueron la accesibilidad para personas con discapacidad y actividades para niños. Esto demuestra que los museos del país no se enfocan en que su información llegue a todos los tipos de personas, sino simplemente crear un museo al que puedan acceder personas adultas y sin ningún tipo de discapacidad. Esto no es factible, ya que los museos deberían ofrecer actividades enfocadas en los niños para que ellos desde pequeños se críen de manera que les interese asistir a este tipo de establecimientos con el fin de ampliar su conocimiento. Del mismo modo, la accesibilidad para personas con discapacidad debería ser una prioridad ya que el conocimiento debe ser global sin distinción de ningún tipo.

Analizando cada museo, ninguno de ellos recibió la mayor puntuación en todas las variables, pero el que recibió los mejores puntos en comparación con los demás fue el Yaku Museo del Agua en Quito. Este que no es un museo del cacao, pero se lo escogió porque se lo consideró como un ejemplo de museo que abarca con varias actividades y experiencias diferentes en los visitantes. Después de este museo se encuentra la exposición que ofrece República del Cacao en su cafetería principal en Quito, la cual es considerada como un museo, ya que ofrece información acerca del proceso del cacao y un poco de su historia en el país.

En tercer lugar, se encuentra la Plaza del Cacao ubicado en la Ciudad Mitad del Mundo en Quito, la que recibió una calificación intermedia, puesto que en algunas variables recibió la máxima puntuación, en otras recibió cero y hasta la mitad de los puntos. Los dos museos que recibieron la menor calificación fueron el

Museo del Cacao que está ubicado en el Parque Histórico de Guayaquil y, el Museo de la Cerveza situado también en Guayaquil. Ambos recibieron una puntuación de cero en casi todas las variables, las mismas que analizando más a fondo, se obtuvieron por el hecho de que estos lugares ofrecen una exposición netamente contemplativa. Es decir, no existe una mayor interacción con los visitantes, lo cual es algo que se pretende cambiar en la propuesta que se detallará en el siguiente capítulo.

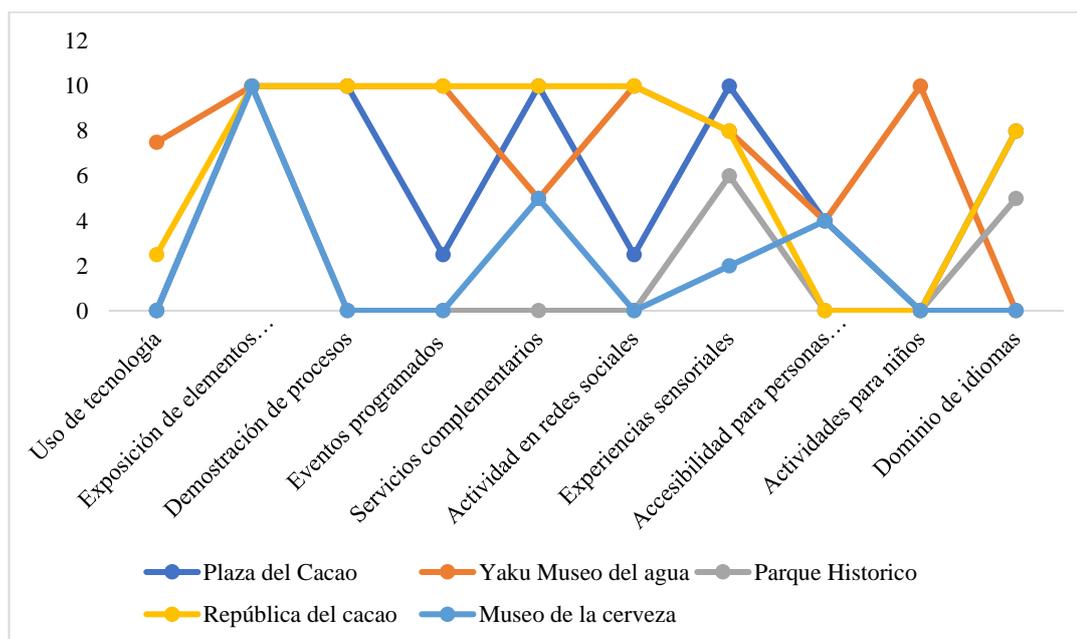


Figura 14. Análisis de museos en Ecuador.

### Análisis de la demanda

Rodríguez (2003) definió a la demanda turística como: “conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones” (p. 2). En otras palabras, la demanda turística son las personas que cumplen el rol de turistas y que, motivados por algún producto o servicio se desplazan hacia algún lugar. En este caso, la demanda serían las personas que visitan museos a nivel nacional.

En la encuesta se determinó que el 87% de las personas han asistido a un museo alguna vez (figura 7) y que, el 95% de ellos estaría dispuesto a visitar un museo dedicado al cacao ecuatoriano en la ciudad de Vinces (figura 9). De esta manera se confirma la factibilidad de la creación de este. Por lo que se realizará un

análisis para determinar el perfil del cliente que se espera recibir y de esta manera crear un producto enfocado en ese mercado.

Para analizar la demanda se utilizará la metodología del lienzo de la Propuesta de Valor, el cual está compuesto por el perfil del cliente que, según Osterwalder et al., (2015) “Describe de manera más estructurada y detallada un segmento de clientes específico de tu modelo de negocio. Lo divide en trabajos, frustraciones y alegrías” (p. 9). Mientras que, los mismos autores definen al mapa de valor como la manera de crear valor para ese perfil de clientes, a través de los productos y servicios, aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías (Osterwalder et al., 2015). Asimismo, se crea un encaje entre la información que brindan los dos lienzos que genera una propuesta de valor específica. En este apartado se analizará únicamente el perfil del cliente para conocer las necesidades del mercado que se encuestó, quienes figuran como posibles visitantes al museo.

Dentro del perfil del cliente se encuentran los trabajos. Estos describen varias etapas de los clientes en su día a día como las labores que quieren completar, los problemas que pretenden resolver y las necesidades que quieren complacer. Los trabajos se dividen en tres tipos. Los funcionales son aquellos en los que se intenta realizar o terminar una tarea específica; por otro lado, los trabajos sociales se dan cuando las personas se enfocan en ganar status y; finalmente, los personales son aquellos en los que los clientes intentan sentirse bien emocionalmente (Osterwalder et al., 2015).

Del mismo modo, las frustraciones de los clientes según Osterwalder et al., (2015) “describen lo que molesta a tus clientes antes, durante y después de intentar resolver un trabajo” (p.14). Las frustraciones se dividen en tres tipos. El primero son las características, problemas y resultados no deseados; el segundo son los obstáculos que son las razones por las que los clientes no pueden avanzar o culminar un trabajo; por último, los riesgos son las posibilidades de que algo no termine como se planificó (Osterwalder et al., 2015).

Por otra parte se analizan las alegrías, las que según Osterwalder et al., (2015), “describen los resultados y beneficios que quieren tus clientes. Algunas son necesarias, esperadas, deseadas, y otras serían una sorpresa. Entre ellas se incluyen la utilidad funcional, las alegrías sociales, las emociones positivas y los ahorros en costos” (p.16). Es decir, se analizarán las razones positivas por las que los clientes

deciden visitar un museo. De acuerdo a la información obtenida, se procederá a crear una propuesta de valor en función de los resultados.

Para este trabajo de investigación se ha tomado en cuenta la información que se pudo obtener de las encuestas (apéndice G) realizadas a los asistentes potenciales al museo del cacao. A partir de estos resultados se podrá tener una idea más clara acerca de los gustos y necesidades de los visitantes. A continuación, se detallará esa información dentro del lienzo de perfil del cliente.

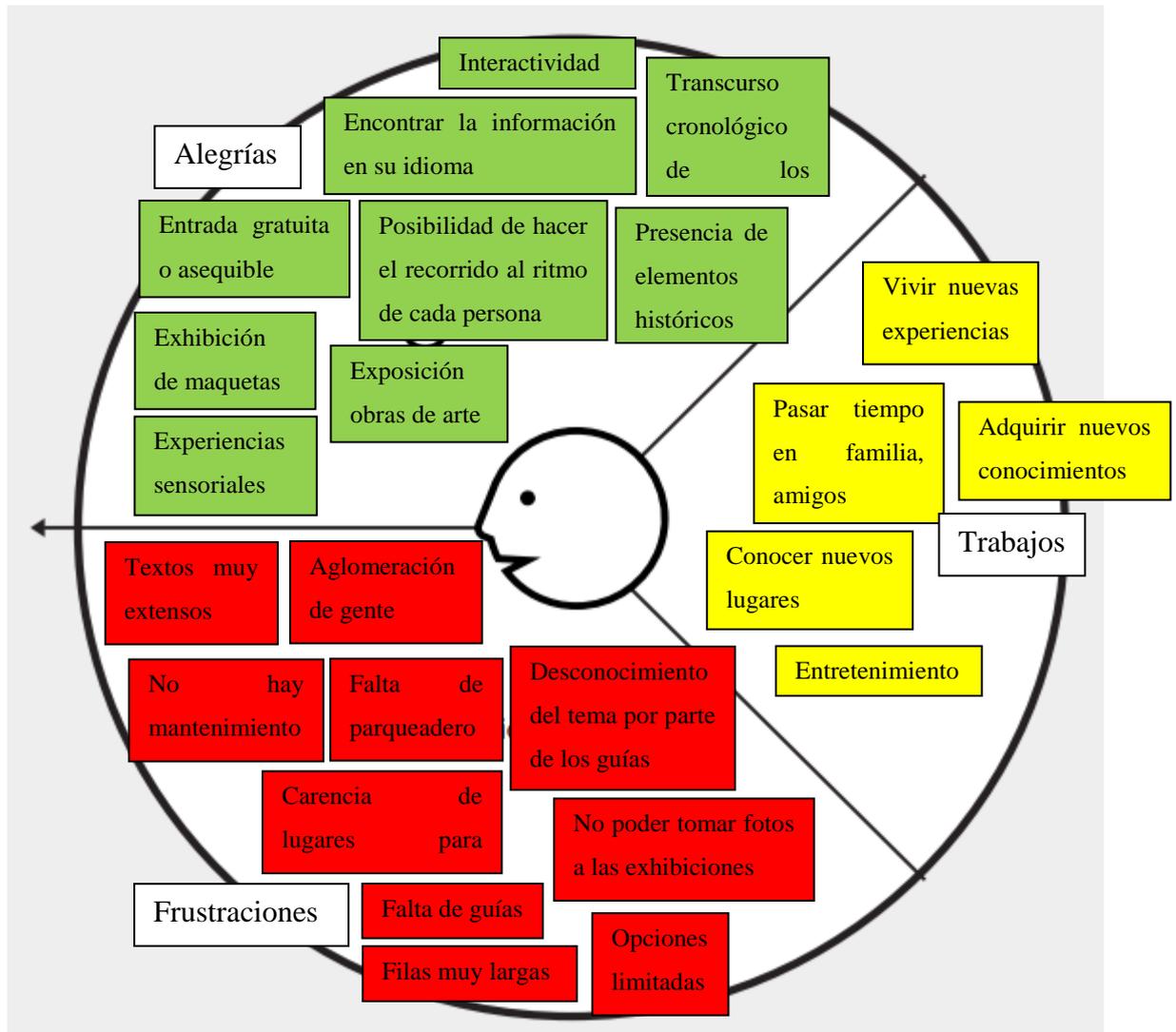


Figura 15. Lienzo del perfil del cliente de los posibles asistentes al museo del cacao en Vinces. Adaptado de: Diseñando la propuesta de valor, por Osterwalder et al., 2015.

Tomando en cuenta las necesidades del cliente, se puede definir que una de las alegrías de estos al visitar un museo se refleja en la entrada al mismo, pues esta debería ser gratuita o al menos tener un valor asequible para que esto no sea un impedimento al momento de querer realizar una visita. En el museo de igual forma

debe encontrarse la información necesaria en más de un idioma para no impedir su acceso al conocimiento, junto a la posibilidad de hacer el recorrido al ritmo que cada persona así lo decida. Para completar la vivencia, esta puede ser dada implementando experiencias sensoriales, exhibición de maquetas, presencia de elementos históricos que sean expuestos de manera cronológica e interactividad. De esta forma, el visitante se sentirá partícipe de todas las actividades y todo lo que se presente en el museo.

Dentro de las frustraciones que se presentan actualmente al visitar los museos, está la falta de mantenimiento que tienen estos establecimientos, facilidad como parqueaderos no son complementadas. Además, las filas muy largas y aglomeración de personas no son de agrado de los visitantes. Los textos muy extensos, la falta de guías y desconocimiento de parte de estos acerca del tema son molestias que se presentan a menudo. Así, como las opciones limitadas de las actividades que se pueden realizar dentro de un museo y uno de los mayores inconvenientes es la prohibición de tomar fotos cuando los visitantes desean llevarse un recuerdo de lo que ha vivido.

Los trabajos que se cumplen en el lienzo del perfil del cliente al momento de ir a un museo son visitar nuevos lugares y vivir nuevas experiencias, las que pueden ser compartidas junto a su familia o amistades y que a la vez le permitirá al visitante adquirir nuevos conocimientos, no hacerlos de una manera tradicional, más bien que sea entretenido para los visitantes. Todas estas actividades contribuyen al entretenimiento de los visitantes y si son cumplidas de manera adecuada el visitante tendrá una buena percepción del lugar, lo mismo que hará que regrese o que invite a más personas a hacerlo.

### **Análisis comparativo entre la oferta y la demanda**

En la encuesta las personas mencionaron que lo que más les interesa encontrar en un museo son varios artículos que representen la historia del tema que se esté abordando dentro del museo (figura 8). Del mismo modo, en el análisis de la oferta se pudo notar que tanto los museos nacionales como internacionales tienen objetos históricos tales como vasijas, maquinaria, etc. Es decir, esta variable es una de las más esperadas por el turista y se cumple en todos los museos.

Los museos nacionales no cuentan con actividades enfocadas en niños, únicamente el Yaku obtuvo una puntuación de diez en la valoración de esta

característica. Los demás museos obtuvieron cero puntos. Este puntaje es preocupante debido a que según las encuestas que se realizaron dentro de esta investigación, las personas viajan en un 52% con su familia (figura 5), lo cual indica que esto sería una gran oportunidad para crear valor en la propuesta del Museo del Cacao.

A más de esto, los servicios complementarios que se analizaron en la oferta de museos comprendían la existencia de una tienda de souvenirs y una cafetería. Por otro lado, en la encuesta, al momento de preguntar acerca de los productos y servicios que les gustaría encontrar dentro de un museo del cacao, la mayoría de los encuestados coincide que les agradaría la posibilidad de hallar una cafetería en el lugar (figura 10). Esta información revela que, cuatro de cinco museos que se estudiaron, poseen una cafetería dentro de sus instalaciones (figura 14), lo cual concuerda con las preferencias de la demanda.

## Capítulo IV: Propuesta de Conceptualización del museo del cacao

Para realizar la propuesta se pasará por dos procesos. El primero será la creación de un mapa de valor que englobe los creadores de alegrías, aliviadores de frustraciones y productos y servicios que se ofrecerán dentro del establecimiento. Con esto, se conocerán las ocho áreas en las que se tiene que enfocar la propuesta. Posteriormente se realizará el detalle de las zonas que tendrá el museo y cómo estará adecuado según la información que se analizó entre la oferta y la demanda.

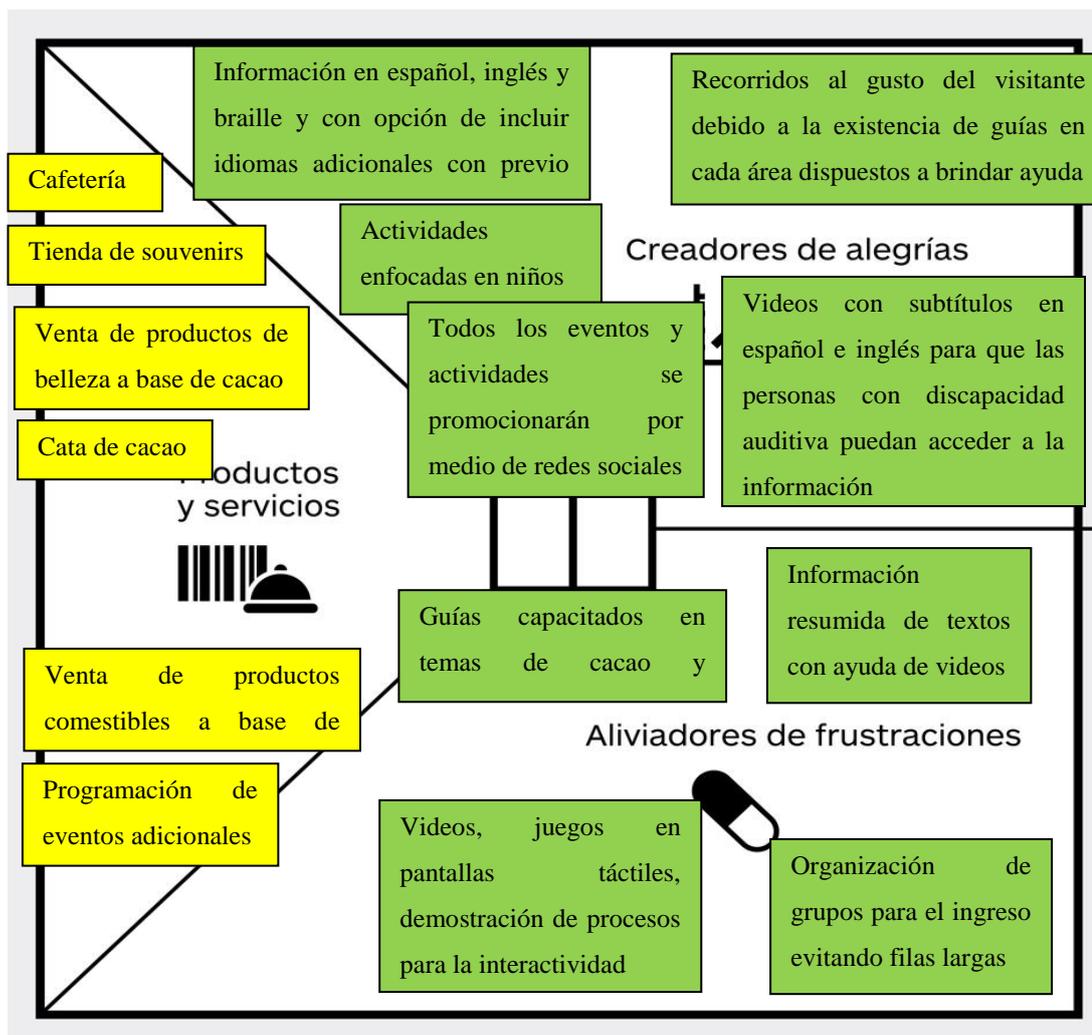


Figura 16. Mapa de valor de los posibles asistentes al museo del cacao en Vinces. Adaptado de: Diseñando la propuesta de valor, por Osterwalder et al., 2015.

A continuación, se procederá a detallar los tres aspectos principales con los que se ha pensado dividir la propuesta, los que son: infraestructura, recursos humanos y productos y servicios. Esto ayudará a comprender la misma de una manera organizada que facilite la comprensión del lector. Esta información estará apoyada en un plano lineal de los espacios que comprenderá dicho museo (figura 16).

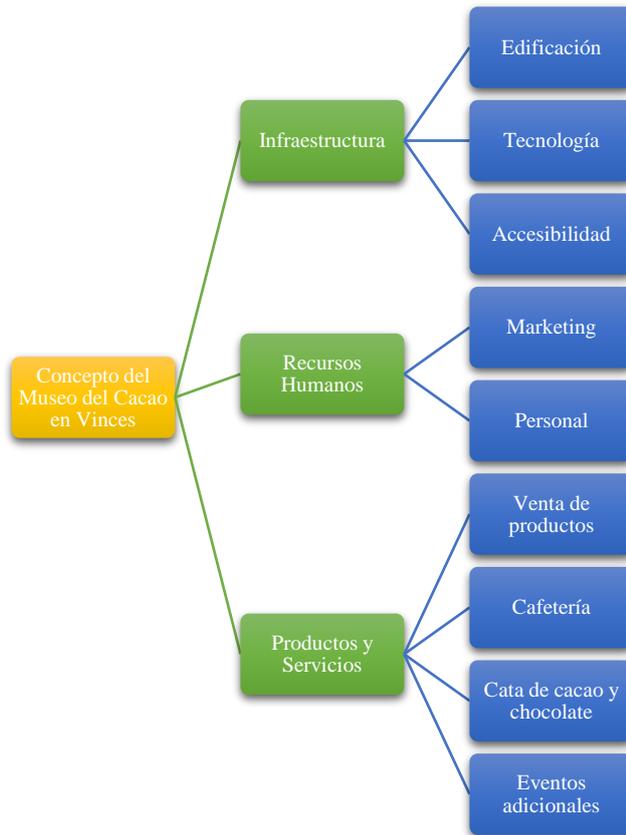


Figura 17. Propuesta de concepto para el Museo del Cacao en Vinces.

### **Infraestructura**

En cuanto al primer aspecto que es la infraestructura, se elaboró un plano que cuenta con ocho áreas. Las mismas que están distribuidas de manera en que los visitantes puedan realizar un recorrido organizado por todas las instalaciones y puedan disfrutar de una experiencia completa. En esta parte también se expondrá el tema de la tecnología enfatizando de qué manera el museo pueda ofrecer una ventaja frente a la competencia. Otro punto que se tomará en cuenta es la accesibilidad para personas con discapacidad.

### **Edificación**

En el segmento de edificación se abordará las áreas que tendrá el museo especificando que tipo de información se impartirá en cada una. Para esto se ha elaborado un plano del lugar que facilite su interpretación. El lugar donde se ubicará este establecimiento deberá tener una medida total de 1103 m<sup>2</sup>. En la entrada se hará la entrega de los trípticos y habrá un espacio para el registro de los visitantes al museo, lo que facilitará la contabilidad de estos para su posterior planificación.

De esta manera, se conocerá los meses de mayor afluencia de asistentes para organizar eventos programados que se especificarán en los productos y servicios a

ofrecer. El plano cuenta con ocho salas, las que tienen diferentes finalidades. Las cuatro primeras zonas se denominarán “gazebo” y tienen una forma hexagonal de 24m<sup>2</sup> cada una. Después de esto, existen tres departamentos de forma rectangular; el interior de cada sala se dividirá en “áreas” para clarificar el espacio en que se expondrá cada segmento de información.

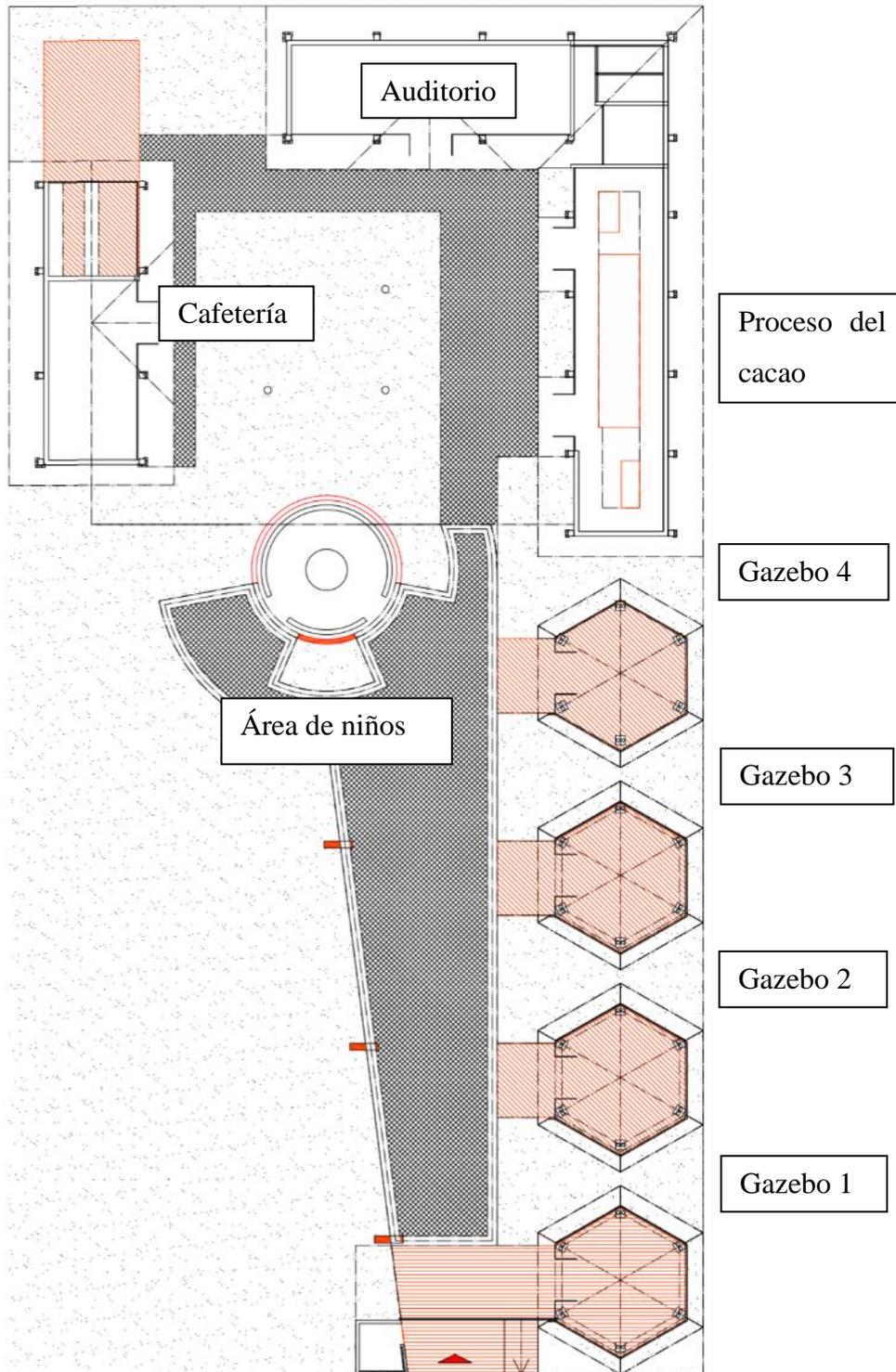
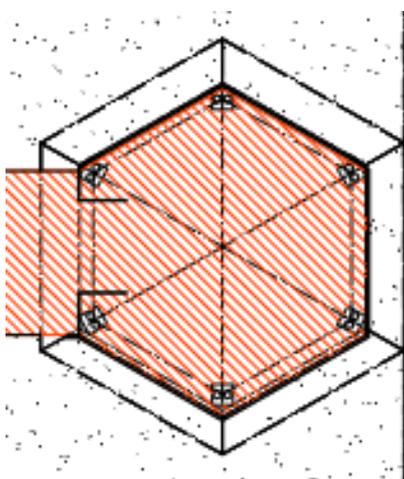


Figura 18. Propuesta de plano para el Museo del Cacao en Vices.

## **Gazebo 1**

En este espacio se hará la exhibición del origen del fruto del cacao que abarcará varios temas. El primero será la genética agrícola, que relatará algunos descubrimientos que han hecho algunas personas a lo largo de los años, a través de un panel interactivo y táctil, el que expondrá estos estudios sobre el origen del cacao en el mundo, y sus hallazgos en torno al mismo. Esta información se mostrará en forma de páginas que se pasan de un libro, mostrando imágenes y con audio en español y en inglés, para facilitar el entendimiento de todos.

Seguido de esto, se localizará un mapa del Ecuador en alto relieve, el cual mostrará el lugar donde se encontraron los restos de una cultura con evidencias del cacao fino de aroma, información que evidencia el origen de este producto. Continuo a esta exposición en el área tres, se ubicará una vitrina con vestigios de la cultura Mayo-Chinchipec-Marañon, y una breve explicación de estos elementos en un panel informativo en español inglés y braille. La parte final de este gazebo será un panel cronológico el primer auge de la bonanza colonial, misma que empezará con la llegada de los españoles y su descubrimiento del cacao y terminará cuando la exportación de este producto empezó a crecer de manera rentable.



*Figura 19.* Diseño de gazebos.

## **Gazebo 2**

Al ingreso se enseñarán los beneficios que la exportación de este fruto le generó al país, sobre todo a la entonces llamada Provincia de Guayaquil, y cómo creció esta. Para exponer esta información, existirá una planta de cacao que estará pintada en la pared, y sus frutos simularán estar en alto relieve, de manera que al

levantarlos se conocerán datos sobre esta época; cada mazorca estará numerada para seguir el orden de la historia.

En la siguiente área se contará la historia de los “Gran Cacao”, las familias que formaron parte de este grupo de exitosos agricultores. Más adelante, se exhibirá una gigantografía de una hacienda de la época, y frente a esta existirán dos maniqués, los cuales usarán vestimenta de la época. Después de esto, existirán varias mazorcas de cacao de la variedad fino de aroma, que estarán colgadas del techo con hilo transparente, y en la pared detrás de esto se contará la anécdota de porqué se le conoce como cacao arriba al fruto que proviene del área de Vinces y sus alrededores. Al finalizar, se verá exhibida una gran fotografía de una plantación de cacao CCN-51. Delante de esta habrá una pantalla táctil con un pedestal, que pedirá al visitante interactuar con ella. Una vez que el turista se acerca a la pantalla, aparecerá el rostro de Homero Castro Zurita, creador de este tipo de cacao. El mismo que relatará como fue el proceso de su investigación hasta conseguir la famosa variedad, junto con imágenes que se relacionen a esta información.

### **Gazebo 3**

La primera zona será la de las variedades del cacao, que se mostrarán en un cilindro giratorio, el que ampliará la información sobre cada uno de los grupos genéticos de cacao existentes en el país. Además, habrá cinco zonas divididas en: reproducción, fertilización, control de plagas, riego y drenaje y poda de la planta de cacao. En cada una de estas existirán gigantografías con imágenes que expresen el tema que se va a tratar con una pantalla que pasará videos explicativos de estos procesos. Cada video tendrá una duración máxima de un minuto y se repetirán durante toda la jornada con subtítulos en español e inglés.

Estos videos se pasarán sin audio para evitar que se mezclen los sonidos de todas las pantallas de la sala. En el caso de que un visitante tenga discapacidad visual, se le facilitará audífonos para que acceda a toda la información que se brinda en el museo. En el centro de este gazebo habrá una vitrina transparente y completamente cerrada, dentro de la cual existirá una planta de cacao artificial y en el piso algunas mazorcas abiertas, mostrando el interior del fruto. Dentro del escaparate se exhibirán leyendas informativas con detalles sobre la taxonomía, morfología y el ecosistema ideal para el cultivo de la planta.

#### **Gazebo 4**

Al ingresar, los visitantes podrán observar un panel luminoso que tendrá dos mapamundis con información relevante. El primero tendrá información sobre los países productores de cacao a nivel mundial, y el segundo contendrá los países consumidores del mismo. Por otro lado, se expondrá la historia del chocolate a través de una cronología ilustrada en la pared, que contará en cuatro hitos importantes y cada uno mostrará dentro de un nicho en la pared un producto o maquinaria que haya contribuido a esa aportación, con un foco por dentro para visualizar mejor el mismo.

Después de esto, existirá un proyector que reflejará mediante un video la historia del chocolate en el Ecuador, especialmente en Vinces, debajo de esta pantalla habrá maquinarias antiguas que eran utilizadas en las fábricas de chocolate en el país. Estas estarán colocadas en un pequeño escenario para evitar que las personas toquen las exhibiciones. A continuación, se exhibirán algunos productos que se derivan del cacao a más del chocolate, los mismos estarán exhibidos en una especie de cajones de madera que, en la parte superior contarán con un vidrio para que sean vistos desde arriba. En la pared detrás de estos, se encontrará una breve descripción de cada producto mediante paneles informativos.

#### **Auditorio**

Este espacio será destinado para ofrecer cursos, charlas, talleres, recibir grupos de estudiantes, etc. Por esta razón, se contará con una pequeña cocina adecuada con un área de lavado, refrigerador, horno, mesa de trabajo, menaje de cocina entre otras cosas. Existirá una cámara colocada en un pedestal que filme lo que esté haciendo el cocinero y de esta manera se pueda mostrar en una pantalla grande o a través de un proyector para que todas las personas puedan observar la demostración. Se colocarán sillas para la comodidad de los asistentes.

#### **Proceso del cacao**

En esta sala se hará una representación de los procesos del cacao, las cuales están divididas en cinco etapas y cada una de ellas estará separada por una lona con gigantografías correspondiente a la fase que se esté exhibiendo. Delante de cada una habrá un panel con la información en español, inglés y braille. Este pedestal tendrá la opción de presionar un botón, el que emitirá una voz en dichos idiomas que relatará cómo se debe hacer aquel proceso correctamente.

Los procesos que se presentarán serán: cosecha, fermentación, secado, tostado y molido, es decir existirán cinco compartimentos en esta sala. Dentro de

cada uno de ellos, se expondrán los materiales que se utilizan en cada etapa para hacer una representación de todo el proceso. Cada área contará con la presencia de sacos de yute llenos con semillas de cacao que represente el estado de esta en cada fase, y de esta manera crear una experiencia sensorial que estimule los sentidos del visitante.

### **Cafetería**

La primera zona de la cafetería será el área de cobranza; esta contará con una caja registradora, vitrinas térmicas para exhibir los productos que necesiten refrigeración, maquinaria para preparar bebidas calientes, hornos, entre otras opciones que se necesiten. También se almacenarán los productos de belleza y *souvenirs* que estarán a la venta. Los productos que se podrán encontrar se los detallará más adelante en el segmento de Productos y Servicios.

En la segunda zona se exhibirán algunas esculturas de chocolate de monumentos o sucesos importantes de la historia que se ha contado dentro de las salas del museo. También se exhibirán los productos de belleza y *souvenirs* en las vitrinas que estarán distribuidas por toda el área de servicio, las que estarán adheridas a la pared, y en las cuales habrá escritos sobre los beneficios que ofrece el producto o alguna reseña histórica. Dentro de esta misma zona se ubicarán mesas y sillas para la comodidad y descanso de los visitantes.

### **Área recreativa de niños**

Este lugar será una sala oscura que simulará un cine ya que dentro se proyectarán videos o películas que tengan alguna relación con el chocolate. Dentro habrá sillones tipo *puff* para la comodidad de los asistentes. De igual manera, se colocarán dispensadores de bolitas de chocolate para mejorar su experiencia. El uso de este espacio será dedicado a los niños, aunque esto no implica que estará prohibido para los adultos que quieran supervisar a los menores. Las proyecciones se darán cuando se hayan planificado eventos y se prevea que va a asistir una gran cantidad de personas.

### **Tecnología**

Para la tecnología se propone que existan pantallas con videos cortos explicando ciertos procesos del cacao para convertirse en un producto final, historia, como se hacía en la antigüedad, etapas para el cultivo del cacao; lo que tendrán subtítulos en español e inglés para facilitar el entendimiento con los extranjeros y personas con discapacidad auditiva. También se propone que existan pantallas

táctiles que contengan juegos como trivias sobre la información que se ha expuesto en el recorrido.

Del mismo modo, se propone que haya una red de internet inalámbrico que permita al visitante poder conectarse de forma gratuita y que pueda hacer uso personal del mismo. Tendrá la opción de acceder a la web del museo para revisar eventos. El wifi también servirá para que los turistas puedan utilizar los dispositivos que se encontrarán al alcance de ellos en el área interactiva, de manera que brinde entretenimiento e interacción.

Adicional a estos aspectos se ha pensado también hacer el uso de las redes sociales se enfocarán Facebook e Instagram donde se publicarán eventos, actividades, fotos de obras que comprende el museo, talleres a realizarse, entre otras. Además, se detallarán estas con exactitud cuándo se explique de marketing.

### **Accesibilidad**

De acuerdo con el análisis realizado de los museos tanto nacionales como internacionales, se detectó la ausencia de facilidades para el segmento de mercado con discapacidades, los que no se han preocupado por adaptar sus instalaciones a dicho mercado. Para las personas con discapacidad motriz, existirán rampas en todos los accesos a las áreas del museo. Del mismo modo, los baños estarán localizados en la primera planta, y estarán adecuados de tal manera que este segmento los pueda usar.

En cuanto a las personas que tengan discapacidad visual, se ha considerado la existencia de textos en braille en todas las leyendas explicativos que contengan información relevante acerca de las obras a ser expuestas, y respecto a las fotografías o elementos que sean de primordial conocimiento como maquinarias o artículos históricos. Así mismo, las personas con discapacidad auditiva tendrán la oportunidad de observar videos en las pantallas, los cuales contendrán subtítulos en dos idiomas: el español, e inglés. Esto se hará con la finalidad de que todas las personas puedan acceder a la información que se brinde en el establecimiento.

### **Recursos humanos**

#### **Marketing**

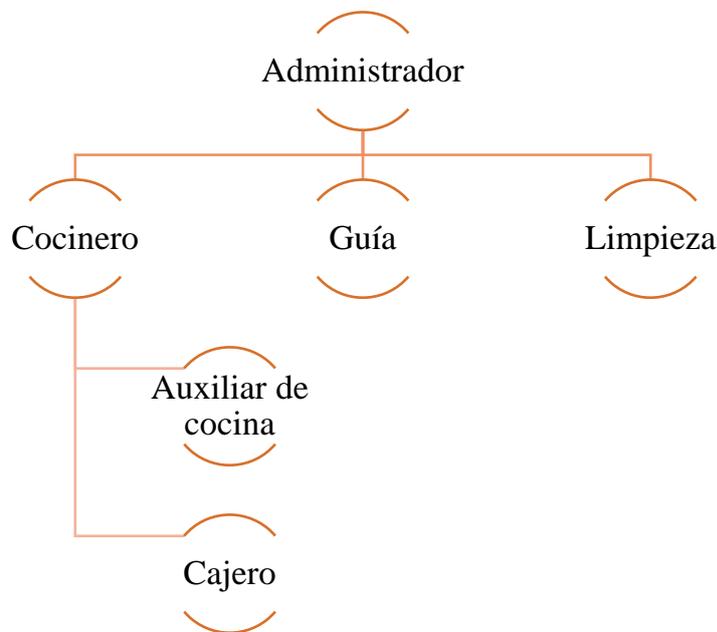
El marketing se lo trabajará principalmente en redes sociales como Instagram y Facebook donde se compartirán todas las actividades que ofrecerá el museo durante todo el año. Se crearán videos, donde se mostrarán los atractivos que tiene

Vinces y sus alrededores, los cuales serán compartidos y proyectados en las redes sociales y canales de televisión que tengan audiencia a nivel nacional y en las ciudades cercanas a Vinces como Babahoyo, Samborondón, Guayaquil, Quevedo. En estas publicaciones se mostrarán de igual manera los horarios de atención y cómo llegar al museo del cacao para evitar que las personas tengan inconvenientes al llegar.

El marketing en redes sociales se lo empleará con un mínimo de dos posts al día para crear una interacción con los posibles visitantes y que estos puedan conocer los servicios que ofrecen el museo y las actividades que realizará constantemente. Se realizarán también concursos para que las personas ganen entradas a los eventos que se realizarán. Los eventos serán publicitados con mínimo tres meses de anticipación. Otro producto que se compartirá será una guía interactiva del museo que muestre sus áreas, simulando cómo sería el recorrido.

### **Personal**

En este apartado se creará un organigrama del personal que se requerirá para administrar correctamente el lugar. Posteriormente, se especificarán las competencias que deberá tener cada persona para que puedan ser consideradas al momento de contratar a los trabajadores. A continuación, se especificará el orden jerárquico de las personas que laborarán dentro del museo.



*Figura 20.* Organigrama del Personal del Museo

<b>Perfil del Administrador del Museo</b>	
<b>Educación Mínima:</b>	Título profesional en carreras administrativas o afines
<b>Edad:</b>	28 años en adelante
<b>Sexo:</b>	Indistinto
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 4 años en cargos administrativos en Museos
<b>Idiomas:</b>	Completo dominio del inglés de forma hablada y escrita. Se tomará en cuenta el conocimiento de un idioma adicional
<b>Funciones:</b>	<b>Competencias:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlar la operación del museo.</li> <li>- Gestionar los recursos económicos correctamente.</li> <li>- Planear y programar eventos dentro del museo anualmente.</li> <li>- Contratación y manejo de rol de pagos al personal.</li> <li>- Pago a proveedores.</li> <li>- Dirigir el personal a su cargo y asignar tareas al mismo.</li> <li>- Crear y ejecutar un plan de marketing.</li> <li>- Formalizar convenios con escuelas y colegios para promover la visita al museo.</li> <li>- Crear un clima laboral adecuado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientación al logro.</li> <li>- Liderazgo.</li> <li>- Proactividad.</li> <li>- Excelentes relaciones interpersonales.</li> <li>- Manejo de crisis.</li> <li>- Facilidad para comunicarse.</li> <li>- Manejo de personal.</li> <li>- Conocimiento de necesidades del personal.</li> </ul>

*Figura 21.* Perfil para el Administrador del Museo

<b>Perfil del Cocinero</b>	
<b>Educación Mínima:</b>	Título profesional en gastronomía
<b>Edad:</b>	24 años en adelante
<b>Sexo:</b>	Indistinto
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 2 años en manejo de productos asociados al Cacao
<b>Idiomas:</b>	Inglés intermedio
<b>Funciones:</b>	<b>Competencias:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de productos a base de cacao.</li> <li>- Recepción e inspección de productos.</li> <li>- Elaboración de menú que esté basado en la temática del museo.</li> <li>- Creación de recetas estándar de los productos que se ofrecerán dentro de la cafetería.</li> <li>- Gestión de compras e inventarios.</li> <li>- Pago a proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de recursos</li> <li>- Toma de decisiones</li> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Innovación y creatividad</li> <li>- Orden y determinación</li> </ul>

*Figura 22.* Perfil para el Cocinero

<b>Perfil del Auxiliar de Cocina</b>	
<b>Educación Mínima:</b>	Título de bachillerato
<b>Edad:</b>	19 años en adelante
<b>Sexo:</b>	Indistinto
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 1 años en cocina
<b>Idiomas:</b>	Inglés básico
<b>Funciones:</b>	<b>Competencias:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lavar e higienizar menaje de cocina y equipos.</li> <li>- Conocer la preparación de los alimentos.</li> <li>- Recibir instrucciones del cocinero.</li> <li>- Despachar alimentos a tiempo.</li> <li>- Elaborar mise en place todos los días.</li> <li>- Cuidar de la higiene y llevar una correcta manipulación de alimentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptabilidad.</li> <li>- Trabajo en equipo.</li> <li>- Meticuloso con su higiene personal.</li> <li>- Disposición de aprendizaje.</li> <li>- Orientación al servicio.</li> </ul>

*Figura 23.* Perfil para el Auxiliar de Cocina

<b>Perfil del Cajero</b>	
<b>Educación Mínima:</b>	Título de bachillerato
<b>Edad:</b>	24 a 40 años
<b>Sexo:</b>	Indistinto
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 1 año en atención al cliente
<b>Idiomas:</b>	Inglés intermedio
<b>Funciones:</b>	<b>Competencias:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender a los clientes con amabilidad y recomendar promociones o platos estrella.</li> <li>- Manejo de caja registradora.</li> <li>- Recibir pagos en efectivo y con tarjetas.</li> <li>- Apertura y cierre de caja.</li> <li>- Control de stock.</li> <li>- Proporcionar información a los clientes.</li> <li>- Limpieza de mesas una vez que el comensal se retira.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buenas relaciones interpersonales.</li> <li>- Vocación de servicio al cliente.</li> <li>- Capacidad para la resolución de conflictos.</li> <li>- Habilidades para la comunicación.</li> </ul>

*Figura 24.* Perfil para el Cajero

<b>Perfil para el Guía</b>	
<b>Educación Mínima:</b>	Acreditación como Guía Turístico
<b>Edad:</b>	24 años en adelante
<b>Sexo:</b>	Indistinto
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 2 años en guianza
<b>Idiomas:</b>	Completo dominio del inglés de forma hablada y escrita. Se tomará en cuenta el conocimiento de un idioma adicional.
<b>Funciones:</b>	<b>Competencias:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción de los turistas al ingreso al museo y entrega de trípticos.</li> <li>- Controlar las visitas diarias mediante un registro.</li> <li>- Orientar y dirigir al turista durante el recorrido.</li> <li>- Brindar información clara y veraz a los grupos de visitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena predisposición al público.</li> <li>- Voluntad de aprender.</li> <li>- Interés por la temática del museo.</li> <li>- Excelentes habilidades interpersonales.</li> <li>- Habilidades de comunicación.</li> </ul>

*Figura 25.* Perfil para el Guía

<b>Perfil del Personal de Limpieza</b>	
<b>Educación Mínima:</b>	Título de bachillerato
<b>Edad:</b>	18 años en adelante
<b>Sexo:</b>	Indistinto
<b>Experiencia:</b>	No requerida
<b>Idiomas:</b>	No aplica
<b>Funciones:</b>	<b>Competencias:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener limpias todas las áreas del museo.</li> <li>- Realizar limpieza de los baños tres veces al día.</li> <li>- Limpiar las vitrinas dos veces al día.</li> <li>- Vaciar los tarros de basura y verter las bolsas en el sitio de recolección.</li> <li>- Limpieza de pisos en la cafetería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capaz de seguir instrucciones.</li> <li>- Trabajo en equipo.</li> <li>- Bien organizado.</li> <li>- Capaz de agacharse y levantar cosas.</li> <li>- Conocimiento sobre productos y técnicas de limpieza.</li> </ul>

Figura 26. Perfil para el Personal de Limpieza

### **Productos y Servicios**

Los productos que estarán a la venta serán los que se encuentren en la cafetería; estos se dividirán en: productos comestibles, productos de belleza y *souvenirs*. A continuación, se detallará cada uno de estos.

Productos comestibles:

- Nibs de cacao
- Manjar de cacao
- Mermelada de cacao
- Tabletas de cacao amargo, con leche y blanco
- Manos de cacao
- Polvo de cacao
- Cacao tostado
- Manteca de cacao
- Bombones

- Esculturas de cacao
- Licor de cacao
- Mistela de cacao
- Chocolate instantáneo
- Postres
- Paletas de chocolate con figuras
- Jugo de pulpa de cacao
- Fondue de chocolate

Productos de belleza:

- Mascarillas para el rostro y el cuerpo
- Bálsamo labial
- Cremas corporales
- Jabones
- Exfoliantes

*Souvenirs:*

- Cuadernos para colorear
- Bolsos
- Cartucheras
- Camisetas
- Llaveros
- Imán para refrigeradora
- Artesanías que realice la comunidad
- Lápices de madera
- Joyeros
- Gorras
- Tazas
- Mandiles
- Termos
- Peluches en forma de mazorca de cacao

Los servicios que ofrecerá el museo serán eventos como talleres, charlas, conferencias, ferias. En el caso de los talleres, estos serán dictados por un chocolatero, el cual manejará las técnicas básicas para la elaboración de bombones. Las charlas serán de temas varios acerca del uso del cacao, los beneficios para el cuerpo, entre otros. Las ferias que se llevarán a cabo en este espacio agruparán a

emprendedores que quieran dar a conocer sus productos al público. También, eventos dedicados a los niños como por ejemplo para el primero de junio que se ofrezcan talleres de galletas, preparación de paletas de chocolate, e incluir juegos para ellos como inflables o caritas pintadas.

Otro servicio que ofrecerá el establecimiento es la cata de cacao, el cual se ofrecerá todos los primeros viernes de cada mes. Este servicio se lo ha incluido debido a que en las encuestas que se realizaron en esta investigación, se determinó que la demanda pedía este servicio en un 16% (figura 10), ubicándose en segundo lugar de los productos que a los encuestados más les gustaría encontrar en este museo. Dentro de la cafetería, se encontrará una máquina expendedora de barras de chocolate ecuatoriano, ya que este fue otro servicio de los más demandados por los clientes (figura 10).

## **Conclusiones**

Mediante el presente estudio se pudo observar las motivaciones que tienen los futuros asistentes a un museo dedicado al cacao ecuatoriano en la ciudad de Vinces. La realización de una encuesta a los visitantes potenciales permitió identificar aspectos relevantes como (a) la probabilidad de asistencia al museo del cacao, (b) aspectos que han llamado la atención de los encuestados en museos visitados anteriormente, (c) los servicios a base de cacao que a los turistas les gustaría encontrar dentro de este lugar, (d) el posible tiempo de viaje para visitar este museo y, finalmente pero no menos importante, (e) el valor que las personas estarían dispuestas a pagar para la entrada a este lugar.

Así mismo se analizó la oferta de museos que existen en el país y fuera de él. Para esto se escogieron diez variables a medir, y cada una de ellas fue especificada para conseguir una evaluación completa e igualitaria para cada museo. Con esta técnica, se conocieron las carencias que tiene cada museo y de esta manera, se conoció la propuesta de valor en la que el Museo del Cacao en Vinces estará basada. Recolectando las características en las que los demás museos necesitan mayor atención y así, creando una propuesta única, basada en las preferencias que se determinaron en las encuestas.

Del mismo modo se hizo el análisis de la demanda utilizando la metodología del lienzo de la propuesta de valor para conocer de forma estructurada para que segmento estará dirigido el Museo del cacao y como se puede crear valor para ese perfil de clientes. Este método aportó con la información necesaria para conocer los gustos y preferencias de los posibles asistentes a dicho lugar.

Finalmente, la propuesta se diseñó en base a los resultados obtenidos en las encuestas, y en el análisis de la oferta y la demanda. En función de esto se establecieron las diferentes áreas con las que contará el museo. Sus características y actividades que lo convertirán en un producto accesible para todos, con elementos interactivos, y servicios que complementen la visita al establecimiento para lograr una experiencia diferente frente a la competencia.

## **Recomendaciones**

Se considera necesario hacer recomendaciones para complementar los resultados obtenidos en este estudio. Es así que se sugiere mejorar la oferta turística del cantón Vinces, así como su planta para que los posibles visitantes puedan extender su visita a la ciudad. Otra recomendación es la realización de eventos de mayor magnitud que estén relacionados con el cacao, como instalar de forma permanente el Salón del Chocolate que promueva las alianzas de cacaoteros dentro del país y mas que todo promocionar el cacao ecuatoriano.

De la misma forma, la realización de un estudio que genere un plan de negocios para este museo es imprescindible. Debido a que así se determinará la inversión inicial que se necesitará para la puesta en marcha de este establecimiento, incluyendo los equipos y tecnología que se proponen en el capítulo cuatro.

## Referencias Bibliográficas

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195–204.
- Alonso, J. (2017, diciembre 20). Este es el Museo del Chocolate que tienes que visitar. Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://www.travelreport.mx/destinos/nacionales/museo-del-chocolate-cdmx/>
- Artaraz, M. (2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Revista Ecosistemas*, 11(2). <https://doi.org/10.7818/re.2014.11-2.00>
- Asamblea Constituyente del Ecuador. Ley de Turismo (2014). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Asamblea Constituyente del Ecuador. Ley Orgánica de Cultura (2016).
- Behar, D. (2008). Metodología de la Investigación. *Shalom*.
- Benavides, J. (1995). Siete enunciados sobre la teoría general el Patrimonio Cultural, (12), 32-37.
- Cacao Arriba, la Pepa de Oro. (2014, julio 18). Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/cacao-arriba-la-pepa-de-oro/>
- Cacao Nacional. (2015). Recuperado 22 de junio de 2018, de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>
- Choco Story México - Ecomuseo del Cacao, Ruta Puuc Yucatán. (s. f.). Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://en-yucatan.com.mx/ruta-puuc/ecomuseo-del-cacao/>
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. (2012). *COOTAD. Quito, Ecuador*.
- Constitución de la República del Ecuador (2008).
- Embajador de Francia: “Cacao ecuatoriano tiene un gran potencial de crecimiento a escala mundial”. (2017, mayo 19). Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/embajador-de-francia-cacao-ecuatoriano-tiene-un-gran-potencial-de-crecimiento-a-escala-mundial/>
- Entender el turismo: Glosario Básico. (s. f.). Recuperado 21 de junio de 2018, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Vinces. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Vinces (2012).

- Guayaquil en cifras. (2017, octubre 6). Recuperado 27 de junio de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- Guerrero, G. (2015). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. Recuperado 21 de junio de 2018, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuatoriano-historia-empezo-siglo.html>
- Henri Riviere, G. (1958). Seminario regional de la Unesco sobre la función educativa de los museos. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001338/133845so.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., Méndez Valencia, S., & Mendoza Torres, C. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Education.
- Historia del Museo. (s. f.). Recuperado 21 de junio de 2018, de [http://www.yakumuseoagua.gob.ec/?page\\_id=11851](http://www.yakumuseoagua.gob.ec/?page_id=11851)
- MAGAP impulsa proyecto de reactivación del Cacao Fino y de Aroma. (2012). Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-proyecto-de-reactivacion-del-cacao-fino-y-de-aroma/>
- Mamani, W. (2016, marzo 26). DEFINICIÓN RUTA TURISTICA. Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Museo del Cacao y del Chocolate será inaugurado en Guayaquil. Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://www.comercioexterior.gob.ec/museo-del-cacao-y-del-chocolate-sera-inaugurado-en-guayaquil/>
- Namakforoosh, M. N. (2015). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Limusa.
- Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la investigación diseño y ejecución*. Bogotá (Colombia: Ediciones de la U.
- Orozco Alvarado, J., & Núñez Martínez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, XIV(27). Recuperado de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=66627452008>

- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Papadacos, T., & Meneses, M. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*.
- Paredes, L., & Espinosa, F. (2015). *Ecuador Tierra del Cacao* (Vol. 146). Trama Ediciones.
- Paz, J. J., & Cepeda, M. (2011). La Época cacaotera en Ecuador, 3, 1-10.
- Rodríguez, M. (2003). DEFINICION DE LA DEMANDA TURISTICA., 11.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Proyecciones y Estudios Demográficos. Recuperado 5 de julio de 2018, de <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Sostenible. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 (2017). Recuperado de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Suárez Ibujés, M. O. (2011). Cálculo del tamaño de la muestra. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/765>
- The Hershey Story | Family Attraction & Interactive Museum in Hershey, PA. (s. f.). Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://hersheystory.org/>
- Torre, A., Molteni, J., & Pereyra, E. (2009). *Patrimonio cultural inmaterial: conceptualización, estudio de casos, legislación y virtualidad* (1a ed.). La Plata.
- Turismo Cultural. (2015, mayo 11). Recuperado 12 de julio de 2018, de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Vallejo, J. (2018, enero 16). El Banco Central da a conocer los cinco mayores productos de exportación del Ecuador. Recuperado 12 de julio de 2018, de <http://www.elciudadano.gob.ec/el-banco-central-da-a-conocer-los-cinco-mayores-productos-de-exportacion-del-ecuador/>
- Welcome to the chocolate Museum Cologne! - The Chocolate Museum - Cologne, Germany. (s. f.). Recuperado 21 de junio de 2018, de <https://www.schokoladenmuseum.de/en/home>

## **Apéndices**

### **Apéndice A. Entrevista a chocolatera independiente**

#### **CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:**

**Fecha:**

**Ciudad:**

**Nombre del encuestado:**

**Cargo que ocupa:**

**Institución a la que representa:**

1. ¿Tiene usted alguna exigencia en cuanto al porcentaje de cacao que debe tener el chocolate con el que trabaja?
2. Seguramente usted ha visitado algunos museos de chocolate a nivel mundial, ¿Qué elementos considera que deberían existir en un museo de cacao?
3. Desde su perspectiva, ¿Qué características hace que el cacao fino de aroma sea distinguido?
4. ¿Cuáles son sus marcas favoritas de chocolate ecuatoriano?
5. Aparte de elaborar chocolate con el cacao, ¿Qué otros usos le dan al mismo?

### **Apéndice B. Entrevista a concejal rural del cantón Vinces**

#### **CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:**

**Fecha:**

**Ciudad:**

**Nombre del encuestado:**

**Cargo que ocupa:**

**Institución a la que representa:**

1. ¿Considera que existe la suficiente oferta turística dentro del cantón para

- atraer visitantes?
2. ¿Existe algún tipo de incentivo para motivar la industria del turismo en la ciudad?
  3. ¿Estas actividades las ofrece el municipio?
  4. ¿Existe alguna actividad que ofrezca el municipio para impulsar la historia del cacao en el cantón?
  5. ¿Tienen algún registro de las haciendas cacaoteras que ofrezcan actividades como agroturismo, visitas a las plantaciones u oferta gastronómica?
  6. ¿Consideraría el municipio la idea de apoyar la iniciativa de implementar un museo del cacao que resalte su historia?
  7. ¿Cómo considera que sería el impacto turístico de un museo del cacao en el cantón?
  8. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar dentro del museo?

**Apéndice C. Entrevista a analista de turismo y cultura del municipio de Vinces**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y**  
**HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:**

**Fecha:**

**Ciudad:**

**Nombre del encuestado:**

**Cargo que ocupa:**

**Institución a la que representa:**

1. ¿El municipio cuenta con algún registro de la cantidad de turistas que ingresan al cantón y su lugar de procedencia?
2. ¿Consideraría el municipio la idea de apoyar la iniciativa de implementar un museo el cacao que resalte su historia?
3. ¿Cómo considera que sería el impacto turístico de un museo del cacao en el cantón?
4. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar dentro del museo?

**Apéndice D. Entrevista a propietario de la Hacienda “El Señor de los Caballos”**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y**  
**HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:**

**Fecha:**

**Ciudad:**

**Nombre del encuestado:**

**Cargo que ocupa:**

**Institución a la que representa:**

1. ¿Cómo concibe el turismo en Vinces?
2. ¿De dónde provienen los turistas que llegan al Señor de los Caballos?
3. ¿Cuál es la estadía promedio de los huéspedes?
4. ¿Cuál es el gasto promedio de los huéspedes?
5. ¿Cuántos turistas llegan por año a hospedarse o disfrutar de las instalaciones?
6. ¿Cuáles son las actividades complementarias que se ofrece a más del alojamiento?
7. ¿Cada cuánto tiempo se realiza el tour del cacao?
8. ¿Considera que un museo dedicado a la historia, producción, comercialización y diversidad de productos a base de cacao aportaría al turismo en la ciudad? ¿Por qué?
9. ¿Qué considera que se debería destacar dentro del museo aparte del origen y la historia?

**Apéndice E. Entrevista a presidente de APOVINCES**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y**  
**HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:**

**Fecha:**

**Ciudad:**

**Nombre del encuestado:**

**Cargo que ocupa:**

**Institución a la que representa:**

1. ¿Cuál es el rol de Vinces en la historia del cacao?
2. ¿Usted cree que se debería conocer la historia del cacao en el país?
3. ¿Qué elementos o información usted cree que se debería rescatar del cacao?
4. ¿Qué importancia tiene el cacao fino de aroma para el Ecuador?
5. ¿Como incide el CCN51 en la historia cacaotera del Ecuador?
6. ¿Considera que un museo dedicado a la historia, producción, comercialización y diversidad de productos a base de cacao aportaría al turismo en la ciudad?

#### **Apéndice F. Entrevista a operadoras turísticas que venden productos relacionados al cacao**

##### **CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:**

**Fecha:**

**Ciudad:**

**Nombre del encuestado:**

**Cargo que ocupa:**

**Institución a la que representa:**

1. Hablando de museos en general, ¿qué tipo de turistas están llegando a estos lugares?
2. ¿Existe un rango de edades de turistas que visiten museos?
3. ¿Qué actividades relacionadas al cacao ofrecen entre sus productos turísticos?
4. ¿Cuál es su nivel de aceptación entre los turistas?

5. ¿Qué retroalimentación les haría a estos establecimientos de acuerdo con su experiencia?
6. Entre una hacienda cacaotera, y un museo del cacao ¿Cuáles considera que son las ventajas y desventajas de cada uno?
7. De acuerdo con su experiencia trabajando con turistas, ¿Qué necesitan que se considere en un museo para que sea atractivo para ellos?
8. ¿Cómo concibe la idea de un museo del cacao en la ciudad de Vinces?
9. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar en un Museo del Cacao?
10. ¿Qué actividades en la ciudad se deberían complementar al Museo para que usted pueda considerar realizar un tour al mismo?

**Apéndice G. Modelo de encuesta realizada a posibles asistentes al museo**

**Edad:**

**Ciudad donde reside:**

**1. ¿Cuál es su nivel de estudios?**

- |                          |                     |                          |              |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | Educación Básica    | <input type="checkbox"/> | Bachillerato |
| <input type="checkbox"/> | Estudios Superiores | <input type="checkbox"/> | Posgrado     |

**2. En promedio, ¿cuántos viajes por turismo realiza cada año dentro del país?**

**3. ¿Qué lugares de recreación frecuenta cuando viaja dentro del país?**

- |                          |                      |                          |            |                          |          |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|------------|--------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | Centros deportivos   | <input type="checkbox"/> | Balnearios | <input type="checkbox"/> | Iglesias |
| <input type="checkbox"/> | Centros Comerciales  | <input type="checkbox"/> | Museos     | <input type="checkbox"/> | Parques  |
| <input type="checkbox"/> | Restaurantes o bares | <input type="checkbox"/> | Teatros    | <input type="checkbox"/> |          |
|                          | Playas               |                          |            |                          |          |

Eventos programados (ferias, conciertos, etc)  Otros

**4. ¿Con quién suele realizar estas actividades?**

Solo  Amigos  
 Pareja  Familia  
 Otros

**5. ¿Cuánto gasta en promedio en cada una de estas actividades?**

**6. ¿Ha visitado algún museo anteriormente?**

Si  No

**7. Si su respuesta anterior fue positiva, ¿qué ha sido lo que más ha llamado su atención cuando ha visitado museos?**

Videos interactivos  
 Cuartos recreativos  
 Exhibición de artículos utilizados en la historia  
 Salas IMAX  
 Otras

**8. Si tuviera la oportunidad, ¿asistiría a un Museo dedicado al cacao ecuatoriano?**

Si  No

**9. Seleccione los servicios o productos complementarios a base de cacao que le gustaría encontrar dentro de un Museo dedicado al mismo. Seleccione los que considere necesarios.**

Cafetería  
 Spa  
 Restaurante con cocina en vivo  
 Concurso mejor chocolate  
 Talleres de chocolatería, cocina, bebidas  
 Máquina expendedora de barras de chocolate ecuatoriano

Cata de cacao

**10. ¿Qué tiempo estaría dispuesto a viajar desde su lugar de residencia para visitar un Museo del Cacao?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 0-30 minutos        | <input type="checkbox"/> 30 – 60 minutos |
| <input type="checkbox"/> 1 hora – 1:30 horas | <input type="checkbox"/> 1:30-2 horas    |
| <input type="checkbox"/> Mas de 2 horas      |  |

**11. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por la entrada al Museo del Cacao que incluya demostración del proceso para convertirse en chocolate y prueba del producto final?**

**Apéndice H. Transcripción de entrevista realizada a chocolatera independiente  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y  
HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** sábado, 2 de junio de 2018

**Ciudad:** Quito

**Nombre del encuestado:** Idaly Farfán

**Cargo que ocupa:** Chocolatera independiente

**Institución a la que representa:**

**1. ¿Tiene usted alguna exigencia en cuanto al porcentaje de cacao que debe tener el chocolate con el que trabaja?**

Si, para mí el porcentaje debe ser mínimo de un 70% en semiamargos.

**2. Seguramente usted ha visitado algunos museos de chocolate a nivel mundial, ¿Qué elementos considera que deberían existir en un museo de cacao?**

Todo museo debe contar una historia cronológica; es decir, en tiempo. Tener piezas originales o réplicas; por ejemplo, vasijas, ropa, etc.

**3. Desde su perspectiva, ¿Qué características hace que el cacao fino de aroma sea distinguido?**

El proceso de fermentación es lo más importante para conservar las notas organolépticas del cacao al chocolate y un buen proceso de fábrica con tueste y porcentaje de fórmulas.

**4. ¿Cuáles son sus marcas favoritas de chocolate ecuatoriano?**

Marcas hay muchas y cada una tiene su historia y por apoyo desde siempre a la cadena de valor prefiero reservarme y cuando puedo trabajo con todas, pero las marcas que tienen un buen proceso me encantan, y si es con cacao de Manabí y Esmeraldas mucho mejor.

**5. Aparte de elaborar chocolate con el cacao, ¿Qué otros usos le dan al mismo?**

Siempre aprovecho la materia prima. Elaboro bebidas, golosinas, bombonería y esculturas y aparte de eso uso la baba para mermeladas y miel.

**Apéndice I. Transcripción de entrevista realizada a concejal rural de Vinces**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y**  
**HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** jueves, 7 de junio de 2018

**Ciudad:** Vinces

**Nombre del encuestado:** Antonio Sotomayor

**Cargo que ocupa:** Concejal rural del cantón Vinces

**Institución a la que representa:** Municipio de Vinces

**1. ¿Considera que existe la suficiente oferta turística dentro del cantón para atraer visitantes?**

La oferta completamente no, si hay una oferta turística pero que esté completamente desarrollada no. Creo que el cacao sería una de las cosas principales para esto. Nos falta implementar un buen museo del cacao

**2. ¿Existe algún tipo de incentivo para motivar la industria del turismo en la ciudad?**

Las festividades locales. Aquí Vinces tiene fechas festivas, bastantes como casi todo el pueblo del Ecuador. Hablando de los eventos más grandes que atraen turismo tenemos la regata Guayaquil-Vinces. La regata Guayaquil-Vinces es un evento náutico que se desarrolla todos los años desde hace 61 años, es una competencia fuera de borda en el mes de marzo. Esa festividad, que es el tercer domingo de marzo, atrae al cantón entre 30 y 60 mil turistas ese día, esta ciudad no tiene abasto para esa cantidad de turistas. El turista viene y disfruta durante el día, eso lo hace más o menos entre el 80% o 90% de los turistas; ese día los hoteles se quedan copados, el día anterior hay fiestas en muchos lugares, hay eventos públicos, artistas. Esa es probablemente la fecha que atrae la mayor cantidad de turistas en el año. Luego, las festividades locales también, que es el 14 de junio, la fecha de cantonización, esa es otra fecha que vienen bastantes turistas. Hay otra festividad que se hace en el mes de noviembre que se llama la noche veneciana. La noche veneciana es un evento en el río también, la mayoría de las cosas son en el río ya que es la vida del pueblo realmente, ese evento es un desfile en góndolas, en canoas en el río y genera también bastante expectativa en el asistente. Algo que atrae turistas todo el año y que esperamos que se mejore, es el humedal “Abrás de Mantequilla” que es un sitio de importancia mundial; cuando el río está bajo como ahorita hasta diciembre o enero el humedal tiene alrededor de 22.000 hectáreas de agua, cuando el río crece se forma una cadena de lagunas que se enlazan unas con otras, uno puede llegar por el río e introducirse. Allí hay bosques primarios, especies que ya se han perdido porque están extintas en otros lugares como el mono aullador, la nutria de agua dulce que aquí la conocemos como lobo de agua y es una especie que ya se la ve muy poco aquí en Ecuador. Los monos cada vez se fueron alejando más por la introducción de cultivos de banano, de árboles que no son los endémicos de acá; entonces ahí hay un sector importante que atrae turistas durante todo el año y esos turistas generalmente vienen a estudiar, vienen a conocer un poco la parte ecológica del lugar. Ahora ese humedal tiene un centro de interpretación que recientemente fue inaugurado porque cuando llega alguien al sitio y se encuentra con el espacio, con las pozas, no le llama la atención si es que no conoce de que se trata; entonces el centro de interpretación ayuda a que el turista que viene acompañado de alguien y no entiende de que se trata pueda entender la idea de que es humedal Abrás de Mantequilla; ese humedal es el sitio número 1022 de importancia en el mundo. Yo diría que esas son las fechas que más atraemos turistas acá a Vinces. De ahí hay otras festividades menores donde

también atraemos turistas como carnaval y feriados, pero ya es algo nacional, no es algo exclusivo de aquí. El 10 de agosto que son las fechas patronales también, en menor número.

**3. ¿Estas actividades las ofrece el municipio?**

La regata Guayaquil-Vinces la organiza un club deportivo de aquí que se llama el club juvenil hablando de la competencia náutica o parte deportiva, en la festividad participan muchísimas instituciones porque se hizo tan grande. Al comienzo cuando había estas competencias, hace unos 30 o 40 años atrás, corrían de 15 competidores y ahora corren 50 que incluso ya es internacional, hace 5 años están viniendo competidores norteamericanos y han quedado en segundo o tercer lugar, este año fue récord, participaron 3 competidores. Vino el campeón de Estados Unidos que se le averió el motor y no pudo llegar a la meta. Se estima que el año siguiente van a venir 5 competidores. El evento lo realiza el club juvenil y el GAD Municipal pone un escenario con artistas el domingo, hay otras instituciones que también lo hacen. Ese día se cierran varias calles y el tránsito es solo peatonal. La mayoría de los actos festivos son realizados por el municipio, y las que no, son auspiciadas por el municipio.

**4. ¿Existe alguna actividad que ofrezca el municipio para impulsar la historia del cacao en el cantón?**

Acerca de la historia del cacao, el municipio este año no está incluido, pero hace algunos años hubo actividades como charlas, exposiciones, historia del cacao, donde vinieron expositores de algunas partes de América.

**5. ¿Tienen algún registro de las haciendas cacaoteras que ofrezcan actividades como agroturismo, visitas a las plantaciones u oferta gastronómica?**

Bueno, la más conocida y la que está haciéndolo permanentemente es el Señor de los Caballos. Haciendas no hay otras, pero si hay una institución que se llama “La Pepa de Oro”, esta es una institución conformada por productores de cacao que tienen incluso una planta para elaborar chocolate, ellos tienen ahí algunos productos, tienen manos de chocolate, mistelas hechas de cacao.

**6. ¿Consideraría el municipio la idea de apoyar la iniciativa de implementar un museo del cacao que resalte su historia?**

Si, al 100%.

**7. ¿Cómo considera que sería el impacto turístico de un museo del cacao en**

### **el cantón?**

Vamos a tener más afluencia de visitantes, pero más que todo vamos a posicionar realmente el nombre de Vinces con el cacao aquí en el Ecuador porque lo hemos perdido, y yo creo que con un museo del chocolate ya no vamos a tener solamente turismo rural, va a venir gente de otra parte porque eso pasa con pocos europeos que llegan a querer conocer la tierra del cacao y no llegan porque no tenemos que ofrecer. Entonces, yo creo que sería importantísimo en ese sentido.

### **8. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar dentro del museo?**

La historia del cacao, la importancia de la producción que ha tenido esta zona del Ecuador en el cacao; por ejemplo, el cacao sustentó el ferrocarril de Eloy Alfaro, o sea, los ingresos que tuvo el Ecuador antes del petróleo fueron ingresos por cacao. La historia del cacao es riquísima y eso debería de destacarse, la parte de la variedad única que tenemos que, únicamente se la puede conseguir acá.

## **Apéndice J. Transcripción de entrevista realizada a analista de turismo y cultura de Vinces**

### **CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** jueves, 7 de junio de 2018

**Ciudad:** Vinces

**Nombre del encuestado:** Blanca Medina

**Cargo que ocupa:** Analista de Turismo y Cultura

**Institución a la que representa:** GAD Municipal de Vinces

### **1. ¿El municipio cuenta con algún registro de la cantidad de turistas que ingresan al cantón y su lugar de procedencia?**

No, el Ministerio de Turismo intentó el año pasado realizar un registro único que nos permita un poco controlar el nivel, porque nosotros tenemos calendarizados 11 eventos en el año, lo que nos permite un poco controlar la afluencia de turistas. Si usted me dice ¿cuánta gente vino a la veneciana? Yo le dio 20.000; ¿cuánta gente vino a la regata que es en marzo? Yo le digo 50.000. Pero es un aproximado tentativo

entre hotel, restaurante, y el número de personas que se conglomeran. Pero no hay un registro que usted llega y se registra, eso no hay, es más, como nosotros manejamos espacios públicos, ¿cómo yo controlo? Por ejemplo, ahora me piden a mí en el turismo inclusivo accesible para discapacitados ¿cuánta gente con discapacidad viene a Vines? Yo no lo se ¿y yo cómo controlo eso en mis eventos públicos? Es un tema bien simpático que nos encantaría conocerlo porque hay que manejar un registro. Temporada playera que hacemos de agosto hasta septiembre, todos los domingos vienen más o menos 1200 personas por semana a la playa. Así, no hay un control fijo establecido, pero si más o menos tenemos una idea de cuantas personas recibimos al año en cada evento.

**2. ¿Consideraría el municipio la idea de apoyar la iniciativa de implementar un museo el cacao que resalte su historia?**

Si, si usted habla con el alcalde él es un enamorado del cacao. Es más, cuando él se posicionó como alcalde ese fue su primer proyecto, lastimosamente en aquella época, el lugar donde queríamos hacerlo que era la casona municipal aún no estaba en manos del municipio. Ahora sí, la competencia ya le pertenece a la alcaldía y con esa competencia ya puede hacer cualquier tipo de trabajos, esa es una que afectó muchísimo y que se demoró un montón. Lo otro fue que el Ministerio de Patrimonio, al ser ese un bien patrimonial, nos prohibía hacer cualquier tipo de trabajo dentro del establecimiento. Recién hace unos seis meses nos dijeron: “si pueden martillar, lo que no pueden es demoler el edificio, si pueden pintar” pero eso no fue lo que nos dijeron al principio. A la alcaldía si le interesa mucho porque yo creo que es una necesidad a gritos que la pide Vines, porque es parte de nuestra historia; es un atractivo más ya que Vines tiene muy poco atractivos naturales como las Abras de Mantequilla y las playas, en estructuras la torre, y las festividades en la parte histórica. Necesitamos un lugar emblemático donde la gente venga por conocer el museo. Yo creo que es justo y necesario un museo del cacao porque es parte de nuestra historia, Vines en 100% cacaotero por el París chiquito, por la historia de la pepa de oro, por tantas cosas que podemos mencionar, pero si fuera interesantísimo que comencemos a hacer ese tipo de proyectos, si es con alianza estratégica, genial; si es con obra del municipio, genial. Alguien debe crear este espacio.

**3. ¿Cómo considera que sería el impacto turístico de un museo del cacao en el cantón?**

Obviamente vamos a tener mucha más afluencia de visitantes.

#### **4. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar dentro del museo?**

Yo creo que debería tener dos partes. La parte histórica del siglo pasado y la parte como estamos ahora, que pasa ahora con el cacao, que estamos aprovechando nosotros los vinceños. Entonces, podríamos mezclar una parte de la historia como tal, y una parte actual; por ejemplo, ahora aprovechar los elementos del cacao para hacer productos a base de esto, a base de cacao. O sea, podemos poner dos historias, una propia, nuestra, y ahí se puede aprovechar con fotos de haciendas cacaoteras. Nosotros tenemos algunas, el Ministerio de Patrimonio nos donó algunas fotos, tenemos cerca de 100 fotos de haciendas cacaoteras, es una memoria histórica de la producción del cacao como tal y las tenemos ahí que podemos exhibirlas. Deberíamos aprovechar también ese espacio de fotografía, de cómo se sembraba el cacao antes, aquí hay mucha gente que le gustaría donar implementos, herramientas, trajes. Y la otra parte, lo que significó Vinces para el Ecuador con su producción de cacao; esa parte adueñarnos un poco porque hay lugares como Manabí y Guayas que se quieren adueñar de esa parte de la historia en la que Vinces fue importante. Identificar esa parte de identidad que se ha perdido y defender esa parte que es nuestra.

#### **Apéndice K. Transcripción de entrevista realizada a propietario de hacienda “El Señor de los Caballos”**

##### **CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** jueves, 7 de junio de 2018

**Ciudad:** Vinces

**Nombre del encuestado:** Vicente Sotomayor

**Cargo que ocupa:** Propietario de la Hacienda “El Señor de los Caballos”

**Institución a la que representa:** Hacienda “El Señor de los Caballos”

#### **1. ¿Cómo concibe el turismo en Vinces?**

Como lo concibo en el Ecuador, está mal diseñado. El turismo rural o de hacienda

tiene que tener la clasificación y un tratamiento especial; al fin del día, ruralidad. Data es una parroquia rural del cantón Playas, pero es mar. Salinas entiendo que es parte de la ruralidad, pero con mar, entonces más bien debería de ser por destino. ¿Vinces por qué es conocido? Por su cacao, porque es el cacao posiblemente más famoso del mundo, el famoso cacao arriba que no es nada más que un cacao que venía el río al puerto de Guayaquil y por lo tanto decían que venía del río arriba. Esa frase se constituyó en una frase universal, y esa frase universal es por la que el cacao es conocido en el mundo. Imagínense solamente ese hito en turismo, pero no se lo explota. ¿Qué es lo que explotamos realmente o que se compara el turismo rural o turismo de hacienda? Yo prefiero llamarlo ecoturismo. Se compara con el mar, se compara con el turismo rural de la sierra. ¿Cuál es la diferencia? Que en el turismo rural de la sierra usted no tiene sino unos paisajes maravillosos, tiene un clima primaveral, en consecuencia tiene unas ventajas comparativas; entonces, lo que primero habría que hacer es definir los tipos de turismo que tenemos, luego, darle a cada uno el lugar que le corresponde, y finalmente, en este tipo de turismo debe explotarse otro tipo de cosas, la cultura, la educación, la sostenibilidad de la naturaleza; eso es interesantísimo, todo el mundo habla del medio ambiente, del cuidado del medioambiente, pero lo enseñan en las cuatro paredes de un colegio, o de una universidad, pero ¿dónde es que realmente se produce la sostenibilidad?, en el campo, en el agro, porque de eso es que comen todas las ciudades. Entonces mientras no se le de esa connotación vamos a tener problemas, no solamente en Vinces, en todo el turismo del Ecuador que tiene que ver con la ruralidad o con el ecosistema del campo. Hay otra definición también, turismo agroecológico porque hay que definirlo, y no está definido o parece que no lo tienen claro. ¿De dónde provienen los ministros de turismo regularmente? El actual, proviene de una gran transnacional que se llama Decameron, pero ellos que tipo de turismo hacen, otro tipo de turismo, hacen turismo de playa, hacen turismo de ciudad, que son otro tipo de turismo. Entonces, en algún momento yo le oía personalmente al Presidente de la República, no comprendo por qué en el Ecuador no se hace turismo rural o turismo de hacienda, lo dijo en Machala, y yo le escribí una carta donde le pregunté por qué no hay turismo rural, porque no hay turismo de hacienda que un poco les he dicho en esta intervención.

## **2. ¿De dónde provienen los turistas que llegan al Señor de los Caballos?**

Al señor de los caballos provienen de turismo nacional, y algunos aventureros

Europeos. Europeos básicamente, franceses, ingleses, pero es muy poco porque se quedan solamente una noche en parte de un recorrido del Ecuador que se llama freedom bike.

**3. ¿Cuál es la estadía promedio de los huéspedes?**

Dos días y una noche.

**4. ¿Cuál es el gasto promedio de los huéspedes?**

Si, 50 dólares. El hospedaje con desayuno incluido.

**5. ¿Cuántos turistas llegan por año a hospedarse o disfrutar de las instalaciones?**

Esa estadística no la tengo a la mano, pero tenemos un 10% de ocupación.

**6. ¿Cuáles son las actividades complementarias que se ofrece a más del alojamiento?**

Nosotros hacemos el show del chocolate donde les enseñamos a hacer chocolate, tienen varias opciones, tienen aviturismo, les enseñamos a hacer chocolate, les enseñamos como antes se pilaba el arroz, les damos la posibilidad de aprender haciendo en cacao, teca, banano. Tienen varias opciones, tenemos avistamiento de aves, tenemos 140 especies de aves ahí ya definidas, pero prácticamente no hay turismo de aves, no tenemos.

**7. ¿Cada cuánto tiempo se realiza el tour del cacao?**

Nunca.

**8. ¿Considera que un museo dedicado a la historia, producción, comercialización y diversidad de productos a base de cacao aportaría al turismo en la ciudad? ¿Por qué?**

Sin ninguna duda, por lo que le dije al comienzo. El cacao de arriba fino de aroma es proveniente de esta zona y consecuentemente, lo raro, lo contradictorio, lo difícil de entender, es que el Ecuador que es el primer productor de cacao fino de aroma no tenga un museo decente, y el lugar más apropiado no es Guayaquil, no es Quito, Quito creo que tiene un museo que lo hace Ferrero que es una fábrica de chocolate. La propia concepción del ministerio de turismo, cuando hacen la promoción, se hace la promoción de la tierra de chocolate, ahí hay un error conceptual, la tierra no es del chocolate, la tierra es del cacao y el cacao se convierte en chocolate. Con esos errores graves como va a haber un museo. Guayaquil lleva diez años queriéndolo hacer y todavía no lo ha podido hacer. Nosotros tenemos un museo, que ya está en los papeles, que lo tiene Miguel Galarza del Ministerio de Turismo, y nadie le para bola.

**9. ¿Qué considera que se debería destacar dentro del museo aparte del origen y la historia?**

Pero es que, a partir de eso, del conocimiento es donde se establecen las ventajas comparativas de ese conocimiento, entonces que es lo que se pretende sacar; primero, turistas; segundo, al ver que eso se sucede aquí van a haber muchos más emprendedores de chocolate.

**Apéndice L. Transcripción a entrevista realizada a presidente de APOVINCES  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y  
HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** jueves, 7 de junio de 2018

**Ciudad:** Vinces

**Nombre del encuestado:** Julio Cerezo Valenzuela

**Cargo que ocupa:** Presidente de APOVINCES

**Institución a la que representa:** APOVINCES

**1. ¿Cuál es el rol de Vinces en la historia del cacao?**

Muy significativo, porque ya casi dos siglos este sector cultiva, vende y también se exporta cacao nacional de aroma de Ecuador; o sea, que esta es una zona primero productiva y también, antes habían los grandes productores que al mismo tiempo eran productores y exportadores, después vinieron los exportadores particulares que solamente compran y venden y los demás producen, eso se mantuvo por muchos años y por tanto la trayectoria abarca casi dos siglos de producir y vender cacao nacional de aroma considerado el mejor del mundo, ahora en manos de pequeños productores, ya no hay grandes productores, son muy pocos, sobre todo de 100 hectáreas ya no hay antes eran de miles de hectáreas que tenían, eran de familias clásicas de Vinces y ahora están en mano de pequeños productores y nosotros lo que hicimos fue adjuntarlos para que este cacao no se pierda porque había la tendencia de talarlos, de tumbarlos porque producen poco entonces nosotros nos hemos juntado en esta organización para tratar de que tengan un mejor precio y de esa manera evitar que se pierda este bien. Ahora ya hace 11 años que estamos haciendo eso y aquí en

este local es centro de acopio y oficina, aquí mismo se hace la calidad. Todos los productores vienen aquí y trae el cacao y lo venden, la asociación se lo compra y les pagan el mejor precio que en cualquier otro lado y esa es la labor de la asociación. Comprarlos para venderlos en conjunto no individualmente, sino tener un mejor precio y una mejor calidad del producto.

## **2. ¿Usted cree que se debería conocer la historia del cacao en el país?**

Claro que sí, porque este es un bien de la nación, es reconocido en el mundo no tanto por otros productos que como en cacao, yo les estoy hablando de dos siglos de esta actividad, y no solamente porque se vende hace dos siglos sino porque es de una calidad inigualable por el aroma, sabor que alcanza el cacao.

## **3. ¿Qué elementos o información usted cree que se debería rescatar del cacao?**

Obtener información de las etapas del cacao, ha habido prácticamente dos booms del cacao. El primer boom del cacao que llegó hasta la segunda guerra mundial, en donde ya aparecieron enfermedades muy destructoras del cacao, como la monilla y la escoba de buja y de ahí vino la baja tremenda de los años 50 o 40 para adelante en que se viene a sembrar otra vez el cacao y después la década del 70 y 80 viene otra vez la baja del cacao porque aparece el boom del banano. Las tierras dedicadas al cacao son las mejores para las bananeras, entonces se tumbó más de la mitad de lo que había de la década del 70 para atrás y convirtieron en más de 200.000 hectáreas de banano. Entonces estudiar las etapas de producción del cacao nacional, las altas y bajas del cacao a través del tiempo que más o menos son 3 etapas.

## **4. ¿Qué importancia tiene el cacao fino de aroma para el Ecuador?**

Bueno aquí estamos exportando este cacao que es uno de los rubros que produce más ingresos después del banano y después del camarón, aunque ahora las exportaciones ya son menos del cacao nacional porque apareció otra variedad, otro clon el CCN-51 que no teniendo el aroma ni los sabores del cacao nacional, pero en cambio la productividad es mayor, puede producir 4 veces lo que produce una hectárea de cacao nacional, por eso es importante que se haga un estudio de por qué han cambiado estas modalidades de producción y venta del cacao porque ahora el cacao nacional se exporta menos de 100.000 toneladas, antes era más; ahora es la tercera parte de lo que exporta el Ecuador y de lo que vende de cacao, la tercera parte nomás es cacao nacional cada vez hay menos plantación eso tiene que ser estudiado.

## **5. ¿Como incide el CCN51 en la historia cacaotera del Ecuador?**

Ha cambiado las condiciones. El CCN-51 desde que apareció creo fue en la década del 80, cambió la modalidad de cultivar cacao muchas cacaoteras de cacao nacional fueron derribadas para sembrar el CCN-51, esa es la verdad y ahora estamos en una proporción de cada tonelada de cacao nacional se producen 3 toneladas de cacao CCN-51. Ha influido enormemente en la economía y en las áreas de siembra.

**6. ¿Considera que un museo dedicado a la historia, producción, comercialización y diversidad de productos a base de cacao aportaría al turismo en la ciudad?**

Puede ser que ayude, aunque no es todo porque siempre habrá personas interesadas en conocer el desarrollo histórico del cacao, tener objetos arqueológicos que hay por todo lado, las fotografías, libros, folletos que se han editado a través del tiempo, fotografías de las casas antiguas con una arquitectura muy especial con influencia europea, especialmente francesa. Creo que si fuera importante porque así podría ayudar a que haya una mayor afluencia turística.

**Apéndice M. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y  
HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** Jueves, 14 de junio de 2018

**Ciudad:** Guayaquil

**Nombre del encuestado:** Christian Castro

**Cargo que ocupa:** Propietario de agencia y operadora turística Castro Tour

**Institución a la que representa:** Castro Tour

**1. Hablando de museos en general, ¿qué tipo de turistas están llegando a estos lugares?**

Creo que en general los turistas no visitan mucho los museos por desconocimiento, debería haber una plataforma o isla de información turística en el aeropuerto que informe sobre los lugares turísticos a conocer en Guayaquil.

**2. ¿Existe un rango de edades de turistas que visiten museos?**

Normalmente lo visitan las personas mayores ya que son los que más se interesan sobre la historia y cultura de la ciudad o país que visitan, me atrevería a decir que rondan entre los 40 y 70 años los que en su mayoría visitan los museos.

**3. ¿Qué actividades relacionadas al cacao ofrecen entre sus productos turísticos?**

Tenemos tours de full day a conocer diferentes haciendas cacaoteras por el sector de Naranjal y Vinges.

**4. ¿Cuál es su nivel de aceptación entre los turistas?**

Muy alto, regresan emocionados luego de conocer el proceso de la elaboración del chocolate, la planta, la cosecha y todo lo que conlleva la siembra de este producto.

**5. ¿Qué retroalimentación les haría a estos establecimientos de acuerdo con su experiencia?**

Bueno quizás mejorar un poco las instalaciones, hacerlas más interactivas para que los turistas se sientan más cómodos.

**6. Entre una hacienda cacaotera, y un museo del cacao ¿Cuáles considera que son las ventajas y desventajas de cada uno?**

Bueno creo que en la hacienda se vive la experiencia al 100% ya que al estar en el mismo lugar donde se procesa el producto resulta mucho más atractivo que verlo en un museo.

**7. De acuerdo con su experiencia trabajando con turistas, ¿Qué necesitan que se considere en un museo para que sea atractivo para ellos?**

Creo que debería ser un museo in situ para darle una experiencia 100% vivencial al turista.

**8. ¿Cómo concibe la idea de un museo del cacao en la ciudad de Vinges?**

Me parece atractivo seguramente será un punto obligado a visitar y conocer la historia de la llamada “pepa de oro”.

**9. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar en un Museo del Cacao?**

Se debe destacar la historia, la importancia del producto en la economía del Ecuador, la responsabilidad social medio ambiental. Además, diferentes usos del cacao y sus derivados a parte del chocolate.

**10. ¿Qué actividades en la ciudad se deberían complementar al Museo para que usted pueda considerar realizar un tour al mismo?**

Quizás un city tour es obligado para que el turista tenga una perspectiva de la ciudad y el desarrollo que genera este producto en la economía local.

**Apéndice N. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y  
HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** Lunes, 18 de junio de 2018

**Ciudad:**

Guayaquil

**Nombre del encuestado:** Cindy Grijalva

**Cargo que ocupa:** Gerente general de agencia de viajes 360 Travel

**Institución a la que representa:** 360 Travel

**1. Hablando de museos en general, ¿qué tipo de turistas están llegando a estos lugares?**

Grupos de incentivos: empresariales, jubilados quienes quieren caminar, conocer iglesias, museos, etc.

**2. ¿Existe un rango de edades de turistas que visiten museos?**

No te puedo dar un rango de edad porque ya es criterio de cada ser humano, pero normalmente es para un target de gente adulta.

**3. ¿Qué actividades relacionadas al cacao ofrecen entre sus productos turísticos?**

Dentro del país, nosotros hemos traídos a turistas y hemos hecho la ruta del cacao. Eso es lo que nosotros ofrecemos.

**4. ¿Cuál es su nivel de aceptación entre los turistas?**

Es buena, todo va de acuerdo con la necesidad del cliente, ya sea por conocer, por distracción, necesidad, por trabajo, etc.

**5. ¿Qué retroalimentación les haría a estos establecimientos de acuerdo con su experiencia?**

Sugerir que hagan un espacio con actividades interactivas donde puedan involucrar a los visitantes en actividades que se realicen dentro del Museo.

**6. Entre una hacienda cacaotera, y un museo del cacao ¿Cuáles considera que son las ventajas y desventajas de cada uno?**

Son dos tipos de representar a un producto que en este caso es el cacao. Por ejemplo, yo que he vivido la experiencia de los dos; en la hacienda es para un cliente que tu quisieras de pronto mas directo en el tema de agricultura o como lo están sembrando, es algo más rustico más informal donde ves desde la planta, los arboles el cacao, te lo abren, te lo enseñan y donde te pueden dar hasta a degustar, y la misma gente que ha sembrado y sabe del tema te hablan un poquito de esto. En el tema de los museos, ya están en su mayoría procesados, es algo más limpio, en lugar más cerrado, con aire acondicionado, puede ser con música ambiental y es otro tipo de cliente que simplemente está interesado en el cacao como es y como está, y verlo como producto final que ya vendría a ser el chocolate, y no necesariamente le interese como fue elaborado. Entonces son dos tipos muy diferentes

**7. De acuerdo con su experiencia trabajando con turistas, ¿Qué necesitan que se considere en un museo para que sea atractivo para ellos?**

Que existan actividades que llamen la atención a las personas que lo visitan.

**8. ¿Cómo concibe la idea de un museo del cacao en la ciudad de Vinces?**

No te podría decir algo de Vinces, porque yo jamás he vendido Vinces, ahora sí he escuchado primera vez que hubo mayor acogida este año que fueron las regatas de Vinces, pero no lo veo como una demanda mayor de turismo, no sé hasta qué punto pueda haber un museo de cacao en Vinces.

**Apéndice O. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y  
HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para

aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** Martes, 19 de junio de 2018

**Ciudad:**

Guayaquil

**Nombre del encuestado:** Ana Saltos

**Cargo que ocupa:** Gerente general de operadora turística Ecuador Expeditions

**Institución a la que representa:** Ecuador Expeditions

**1. Hablando de museos en general, ¿qué tipo de turistas están llegando a estos lugares?**

Yo tengo pasajeros extranjeros, a los cuales les gusta ir a la hacienda a caminar en las plantaciones, que el campesino le muestre el proceso. A ellos les gusta que sea vivencial, donde le cuente la historia y su complemento sea el museo. Eso es lo que yo hago, se van encantadísimos y satisfechos después de vivir la experiencia.

**2. ¿Existe un rango de edades de turistas que visiten museos?**

Van jóvenes desde los 27 años en adelante, sin embargo, hay otro mercado: los niños. En ciertos colegios ya se les está enseñando a los niños todo el empoderamiento del país, y entre este empoderamiento está el cacao, hay quienes nunca han escuchado del cacao, nunca han pisado el campo, entonces estamos trabajando en llevar a estos colegios a una hacienda así sea la mas pobrecita, entonces tenemos que abrir ese otro mercado de interés, que es el menor, chicos de 8 a 16 años que se dejan mandar todavía.

**3. ¿Qué actividades relacionadas al cacao ofrecen entre sus productos turísticos?**

La ruta del cacao, pero hacemos combinados por ejemplo hacemos la ruta del cacao y la combino con Manglares Churute. Ahora tengo una por Babahoyo y ofrezco actividades como visitas al río, a la casa de Juan León Mera y hacemos otras visitas y de ahí visitamos las haciendas de cacao. Tengo visitas aquí cerca en Milagro, Naranjal, y a Los Ríos me gustaría ir.

**4. ¿Cuál es su nivel de aceptación entre los turistas?**

Muy alto, mis turistas regresan fascinados de vivir la experiencia del cacao

**5. Entre una hacienda cacaotera, y un museo del cacao ¿Cuáles considera que son las ventajas y desventajas de cada uno?**

En la hacienda viven ellos la experiencia de conocer los procesos de sembrío del cacao y en el Museo aprenden a través de historias, fotografías, imágenes

**6. De acuerdo con su experiencia trabajando con turistas, ¿Qué necesitan que se considere en un museo para que sea atractivo para ellos?**

Básicamente mostrar la historia por medio de fotografías, algo que llame la atención para que la gente vaya, tal como lo hacen en otros museos del mundo. Que haya personas que sepan explicar. En Perú han hecho la recreación de los lugares, por ejemplo, modelos de personajes como campesinos, con movimientos que parecen personas reales y eso es atractivo para ellos. También que haya máquinas que te traduzcan a otros idiomas por lo menos al inglés, y algo interesante serian esas pantallas con modelos que caracterizan a un personaje en especial y que invitan al visitante a conocer un poco mas de ese personaje del que se disfrazan. Este ultimo lo vi en un museo en Europa.

**7. ¿Cómo concibe la idea de un museo del cacao en la ciudad de Vines?**

Me parece una buena idea, porque es la tierra del cacao, y muy interesante crear un Museo del Cacao allá, que sea lo más vivencial posible, que llame la atención, no solo un museo con fotos. Y al final de dar toda la vuelta ya venga la degustación del chocolate.

**8. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar en un Museo del Cacao?**

Un museo debe estar bien puesto, considero que sería interesante que se exhiban fotografías, que haya quizás un concurso del mejor chocolate, cursos de gastronomía, talleres, seminarios algo que llame la atención para que la gente vaya.

**9. ¿Qué actividades en la ciudad se deberían complementar al Museo para que usted pueda considerar realizar un tour al mismo?**

Paseos en el río, en el museo y en la hacienda, porque la hacienda no va a estar pegada a la ciudad.

**Apéndice P. Transcripción de entrevistas realizadas a operadores turísticos**

## **CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

Esta entrevista se realizará con el fin de obtener información relevante para la investigación del tema: “Propuesta de conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística de la Ruta del Cacao en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos”.

**Realizado por:** Vanessa Sigcho y Nataly Loayza

**Fecha:** Miércoles, 20 de junio de 2018

**Ciudad:**

Guayaquil

**Nombre del encuestado:** Ilse Tougenhout

**Cargo que ocupa:** Gerente general de operadora turística Travel Tips

**Institución a la que representa:** Travel Tips

- 1. Hablando de museos en general, ¿qué tipo de turistas están llegando a estos lugares?**

Turistas estudiantiles y también familias.

- 2. ¿Existe un rango de edades de turistas que visiten museos?**

Los estudiantes que van de 12 a 16 años y asisten a los museos ya porque es obligación y adultos de 40 años en adelante.

- 3. ¿Qué actividades relacionadas al cacao ofrecen entre sus productos turísticos?**

Visita a haciendas y plantaciones, así como a fábricas para que vean como se llega al producto final, o sea al chocolate, hacen degustaciones, etc.

- 4. ¿Cuál es su nivel de aceptación entre los turistas?**

Satisfactoria.

- 5. Entre una hacienda cacaotera, y un museo del cacao ¿Cuáles considera que son las ventajas y desventajas de cada uno?**

Cada uno ofrece una experiencia diferente, así que no son comparables, son complementarios.

- 6. ¿Cómo concibe la idea de un museo del cacao en la ciudad de Vinces?**

Buena, pero no sabría si sería muy visitado por turistas extranjeros o de otras localidades. Sería más un atractivo para los locales.

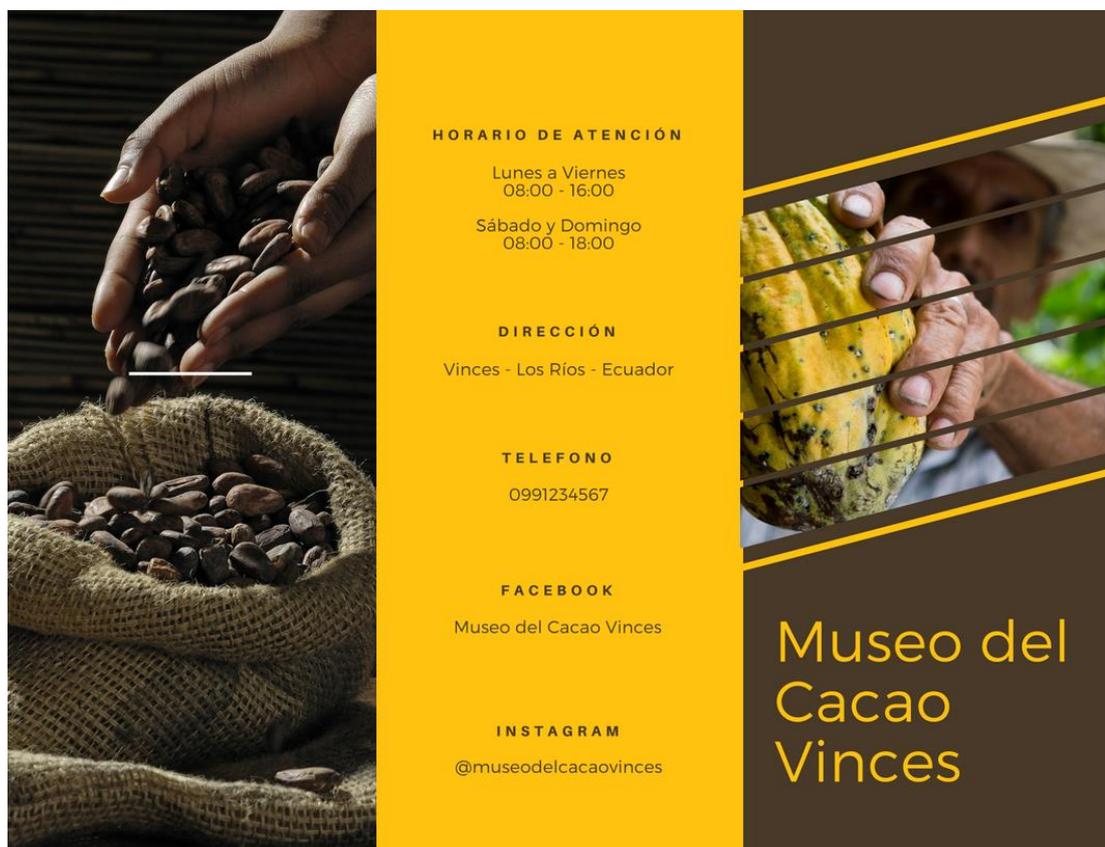
**7. ¿Qué elementos considera que se deberían destacar en un Museo del Cacao?**

La historia, los procesos del cacao, calidad, etc.

**8. ¿Qué actividades en la ciudad se deberían complementar al Museo para que usted pueda considerar realizar un tour al mismo?**

Creo que es algo lejos para llevar a mis turistas allá.

**Apéndice Q. Propuesta de tríptico para entrega al ingreso del museo**



## ECUADOR ES:

El cuarto exportador mundial de cacao en grano

---

El líder con más del 50% de todo el cacao fino disponible en el mundo

---

Hogar de los vestigios de cacao más antiguos

## CACAO

Desde hace siglos, fuente de ingreso para grandes y pequeños productores



Eventos Programados  
Cata de cacao  
Demostración de procesos

Area recreativa para niños  
Accesible para todos  
Información interactiva



Cafetería  
Productos de belleza  
Souvenirs



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Nosotras, **Loayza Maldonado, Nataly Gisvel**, con C.C: # 0705172179 y **Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía**, con C.C: # 0922527536 autor/a/es del trabajo de titulación: **Propuesta de Conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 11 de septiembre del 2018**

---

**Loayza Maldonado, Nataly Gisvel**

**C.C: 0705172179**

---

**Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía**

**C.C: 0922527536**



**REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta de Conceptualización del Museo del Cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Loayza Maldonado, Nataly Gisvel Sigcho Camargo, Vanessa Estefanía		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Salazar Raymond, María Belén		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	11 de septiembre de 2018	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	99
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Conceptualización del Museo de Cacao en Vinces: Investigación de mercado, y estudio de la oferta y demanda de museos.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<b>Palabras clave:</b> Museo, cacao, Vinces, turismo, arquitectura, lienzo estratégico		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	Este trabajo de investigación propone la conceptualización de un museo de cacao para aportar a la oferta turística del Cantón Vinces, debido a la carencia de desconocimientos tanto nacional como internacional de la relevancia del cacao para Ecuador, su historia, las fases de producción, productos derivados de este y su aporte a la salud del ser humano. Herramientas de investigación tales como, observación, encuestas y entrevistas se aplicaron a una muestra de 385 habitantes de la ciudad de Guayaquil que practican turismo interno, productores de cacao, autoridades y expertos. El 65 % de los encuestados corresponden a las edades entre 20 a 29 años de edad; así también, la intención de visita a museos en feriados es de 8% y 52% prefiere realizar esta actividad con la familia y amistades. Se pudo determinar que la intención de visita está determinada por atractivos tales como, exhibición de artículos en la historia/producción del cacao (48%), cata de cacao (16%) y talleres de chocolatería (16%); además, los encuestados revelaron que estarían dispuestos a pagar hasta un máximo de cinco dólares americanos (\$5) para ingresar al museo. Se puede concluir que el lienzo estratégico es el indicado para generar valor agregado a la propuesta y un diseño arquitectónico que involucre tres aspectos importantes como: a) infraestructura, b) recursos humanos y c) productos y servicios para satisfacer las necesidades de la demanda.		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-9-80253892 +593-9-79558736	<b>E-mail:</b> nataly_gisvel@hotmail.com vane.sigcho.camargo@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Salazar Raymond, María Belén		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> maría.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			