

# LA GESTIÓN ESTRUCTURAL AGROTURÍSTICA EN LA FINCA SAQUIFRANCIA, PROVINCIA DE PASTAZA, ECUADOR

*Agrotourism structural management at Finca Saquifrance, province of Pastaza, Ecuador*

**Enríquez- Estrella, Miguel\***

<https://orcid.org/0000-0002-8937-9664>

**\*Universidad Estatal Amazónica, Puyo, Ecuador**

**E-mail:** [menriquez@uea.edu.ec](mailto:menriquez@uea.edu.ec)

**Recibido:** 1 de junio de 2022 / **Aprobado:** 22 de julio de 2022 / **Publicado:** 31 de julio de 2022

**DOI:** <https://doi.org/10.24133/sigma.v9i02.2759>

## Resumen

El desarrollo turístico ha evolucionado en el siglo XX generando alternativas para el crecimiento y mejoramiento de la calidad de vida a nivel rural en la amazonía y zonas de impacto, es por esta razón que la Finca Saquifrancia, ha optado por la creación de una ruta turística que constituye una de las vías fundamentales para atraer visitantes a su finca. El nexo entre el turismo, sociedad, economía, cultura y el medio ambiente exige cambios en la gestión de recursos y la planificación; atribuyendo al uso de recursos naturales y aportando estrategias a la sostenibilidad y sustentabilidad de la provincia, no obstante, constituye interés primordial para los estamentos de estado vinculados al desarrollo productivo. como resultado se generó el diseño de la ruta agro turística enfocada a la producción agrícola y la industrialización del producto. Mediante esta estructura la finca agroindustrial fomenta el desarrollo agro turístico de la región con una idea innovadora y de crecimiento.

**Palabras clave:** Gestión, Investigación, Agroindustrial, Productivo, Turístico.

## Abstract

The tourist development has evolved in the twentieth century, generating alternatives for the growth and improvement of the quality of life at a rural level in the Amazon and areas of impact, and it is for this reason that Finca Saquifracia has opted for the creation of a tourist route which constitutes one of the fundamental roads to attract visitors to your property. The nexus between tourism, society, economy, culture and the environment require changes in resource management and planning; attributing to the use of natural resources and contributing strategies to the sustainability and sustainability of the province, however, constitutes a primordial interest for the state estates linked to the productive development. as a result, the design of the agro-tourist route focused on agricultural production and product industrialization was developed. Through this structure, the agro-industrial farm promotes the development of agro-tourism in the region with an innovative and growth idea.

**Keywords:** Management, Research, Agroindustrial, Productive, Tourist.

## Introducción

Los sistemas de gestión se enfocan a normativas internacionales y los estudios que hacen parte de la investigación documentada que tiene como propósito sistematizar e inventariar el área de conocimiento sobre las tendencias específicas (Vargas y Calvo 1987). El ámbito de gestión empresarial a nivel rural ha ido cambiando durante el tiempo en el planeta, evolucionando en el mercado, entorno y sociedad. (Enríquez 2022). Las PYMES juegan un papel fundamental en la sociedad y economía por su aporte a la reactivación productiva. La gestión empresarial tiene un desarrollo de ideas a nivel cultural en el oriente y occidente (Fernández 2005). El Agroturismo según Balseca y Casares (2016), esta modalidad de turismo se presenta como un conjunto de acciones relacionadas con el campo, es decir las actividades que desarrollan los agricultores, en donde se da a conocer al turista el proceso de sus labores diarias a cambio de un valor económico.

Por otro lado, Galicia (2018), manifiesta que el agroturismo es el aprovechamiento de los recursos agropecuarios combinando el ambiente con actividades recreacionales, áreas verdes y atractivos naturales que mediante caminatas y actividades grupales se pueden aprovechar al máximo. La Organización Mundial del Turismo (OMT) formuló una definición citada por Barrera (2006), que es la actividad que se realiza en zonas agrícolas, donde los turistas complementan su visita con el alojamiento, gastronomía y la oportunidad de compartir en familia disfrutando del medio

ambiente. La Innovación e investigación ha permitido a la finca Saquifranca combinar el área agrícola con el área industrial (agroindustria), y mediante este proceso vincularlo con el turismo a nivel rural. Las zonas rurales del país, sus productores y promotores turísticos trabajan individualmente, dejando de lado la idea de trabajo mancomunado, factor imprescindible al momento de aplicar estrategias de atracción de turistas y encadenar sus proyectos hacia la cadena productiva Enríquez y Pérez (2020). La OMT (2000) define que el turismo de naturaleza como “Viaje responsable que conserva el entorno natural y sostiene el bienestar de la población local”.

Se detallan 3 elementos para esta definición, entorno natural, bienestar de la población y viaje responsable que están relacionados con los visitantes, que optan por el turismo de naturaleza que tiene como objetivo la mejora del desarrollo sostenible en este sector. Sin embargo, da respuesta a una línea de mercado especializada, que tiene bajos ingresos y con un potencial turístico elevado (Llanes y Rodríguez 2007)

El agroturismo está estrechamente relacionado con los cultivos agrícolas en función del desarrollo socioeconómico de los agricultores (SGT, 1993). Se lo considera como un tipo de oferta específica de turismo rural. Según (Dernoi, L.A.; 1983; Fleischer et al., 1997; Mason, P. et al.; 2000, Weaver et al.; 1997). El turismo rural es un elemento eficiente fruto de la relación de 2 tendencias la económica y social que confluyen en un ámbito espacial concreto. En algunos países existe

una variación de conceptos relacionados con el turismo rural y el agroturismo, en este contexto son 2 productos distintos que generalizan el privilegio de compartir el medio ambiente, desarrollo y vida rural en relación al contacto con sus pobladores sin dejar de lado las labores culturales agrícolas y el segundo tiene que ver con la oferta de actividades propias como la siembra, cosecha, post cosecha e industrialización de productos.

Sánchez y Lalanqui (2019) En la actualidad el fomento de los destinos turísticos en la región es una alternativa para enfrentar la necesidad de reactivación de la economía en países y territorios, con miras asegurar el crecimiento sostenible, donde se genere la combinación del desarrollo socioeconómico con el cuidado de la pacha mama.

Desde hace años atrás el mercado turístico estuvo marcado por ofertas vinculadas a promoción de playas. Según Baños (1998), *“se ha desatado una nueva tendencia de diversificación de la actividad turística lo cual responde a los cambios en las motivaciones e interés de la demanda”*. En la misma etapa de tiempo *“los mercados tradicionales han introducido mejoras socioeconómicas que han contribuido a estos cambios en el comportamiento y la motivación del turista y un aumento de la complejidad de sus requerimientos”*. (Andreu & Verdú, 2012) Esta tendencia del turismo genera una demanda diversificada de servicios que cobra importancia por los cronogramas y servicios existentes que están enfocados en la gastronomía, costumbres, cultura y artesanías (Álvarez & Fraiz, 2014; Reyes & Barrado, 2005).

El área agrícola depende de sus productos estacionarios sus características y generalidades, el entorno natural paisajístico donde se encuentra el producto, es un factor principal al momento de generar estrategias con el objetivo de sacar rentabilidad. Crosby (2006). Los territorios dedicados al agroturismo mantienen su identidad agrícola que allí se desarrolla; sin embargo, no es necesario para atraer el flujo turístico nacional y extranjero. Es primordial ofertar servicios de esparcimiento, hospedaje y alimentación para enamorar al turista más tiempo. Es por esta razón que los empresarios deben desarrollar planes de marketing y negocios que permitan saber qué es lo que quiere el turista, cuanto le va a costar y el tiempo en que lo va a desarrollar. Barrera (2003). Nuestros consumidores en este tipo de servicio deben considerar diferentes aspectos como la edad, los paquetes (individuales o colectivos) y su costo. (Olamendi, s.f). Con miras al mercadeo este mercado requiere una mayor inversión y esfuerzo, y se hace necesarios aspectos básicos como señalética, una página web, trípticos etc. Para tener un contacto permanece con los operadores.

La finca Saquifranca mediante la ruta pretende renovar la imagen de destino turístico amazónico, mediante sus recursos naturales, productivos e industriales.

## Metodología

Esta investigación se enfocó en un análisis cualitativo con diseño fenomenológico, que trata de demostrar las características de vida, niveles socioeconómicos de los involucrados. Para ello se efectuó una revisión bibliográfica de los factores y elementos relacionados al agroturismo, en base a un método descriptivo que según los autores Hernández Sampieri, et al (2014) tratan de aclarar las características, perfiles, de las personas y comunidades que se someten al análisis. La Investigación descriptiva, con un diseño no experimental transversal, enfocado a que existe variables de estudio según se detalla en la tabla 1.

**Tabla 1**

*Actividades agro turísticas*

Investigación no experimental	Diseños transversales	Estudios descriptivos
Para Hernández <i>et al.</i> , (2014), son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”	Para Hernández <i>et al.</i> , (2014), “Investigaciones que recopilan datos en un momento único”.	Para Hernández <i>et al.</i> , (2014) “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”

*Nota:* Explicación sobre las actividades agro turísticas

Para el estudio se plantean 2 variables y se genera un cuadro de caracterización que se lo detalla en la tabla 2.

**Tabla 2**

*Caracterización de variables*

Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Valor
Estructura Organizacional y operativa de la Finca	Son todos los elementos administrativos, operativos que posee la finca	Promoción	Impacto en redes sociales, medios de difusión.	Alto
		Atención	Cobertura de servicios básicos.	Alto
		Servicio	Satisfacción del cliente	Alto
Negocio agro turístico	Oferta que brinda la finca a sus visitantes	Actividades	Cumplimiento de la Ruta agro turística	Alto
		Mercado	Crecimiento/demanda paquetes turísticos	Alto

*Nota:* Explicación sobre determinación de variables agro turísticas.

## Resultados y discusión

### Historia

La semilla de este proyecto germinó hace más o menos 15 años, cuando Galo Santana y su esposa Victoria Nan decidieron convertir las 6 hectáreas de cañaveral que heredaron de sus padres en tierras de varios cultivos, a la caña le sumaron limón, guayaba, yuca, café, naranja, guineo, papaya, piña y cacao. Con el paso del tiempo, Galo decidió enfocarse en la producción de pasta pura de cacao (conocida en el mercado como licor de cacao), bajo el nombre comercial de Narauám. Luego de tantos años de trabajo, Saquifracia ofrece además néctar y nibs de cacao, subproductos del proceso que convierte al cacao en pasta de cacao, y esta a su vez se convierte en coberturas.

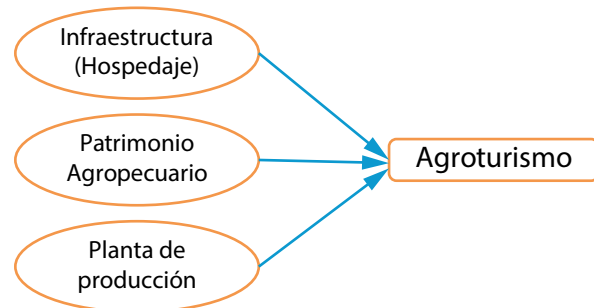
Además, la Finca Saquifracia compra cacao a otros productores generando canales directos de comercio y también la posibilidad de capacitarles en temas inherentes al manejo de cultivo y las BPA (buenas prácticas agrícolas). Son más o menos 80 familias las que prosperan gracias al emprendimiento de la familia Santana Nan. El nombre de la finca viene, curiosamente, de una broma familiar: cuando visitaban a la familia materna de su padre, iban a Saquisilí (provincia de Cotopaxi), pero de pequeños siempre decían que iban a Saquifracia. Aún más curioso resulta constatar el país al que más exportan sus productos: efectivamente es Francia.

## Conceptualización del negocio agro turístico

La relación entre estructura organizacional, operativa de la finca enfocada al negocio agro turístico genera una oportunidad de aprovechar los cultivos (cacao), procesamiento (Planta de producción de la Finca Saquifracia), hospedaje (alojamiento). En base a estos elementos se detalla en la

**Figura 1**

*Estructura propuesta agro turística*



*Nota:* Explicación sobre la estructura agro turística, procesamiento y alojamiento

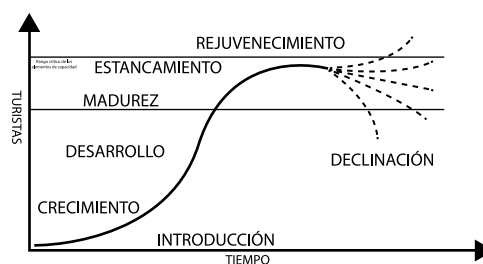
Las organizaciones, asociaciones o redes son pequeñas agrupaciones a nivel rural cuya actividad productiva genera una oportunidad de prestación de servicios. Desde la óptica de la globalización es necesario entender la nueva óptica y comprender su funcionamiento. En la década de los años 80 las organizaciones se consideran excluidas de su ambiente, tanto nacional como internacional. Algunos autores citan que las organizaciones deben evolucionar para adaptarse a un cambio en la sociedad del conocimiento (Villar-López y Camisón-Zornoza 2009). Según Strategor (1995), la estructura administrativa organizacional, son el conjunto de funciones y relaciones que determinan que cada elemen-

to debe cumplir una función específica y que debe existir comunicación entre cada unidad Hall (1996) sugiere que la estructura organizacional es “el arreglo de las partes de la organización y Hodge (2003) menciona que la estructura debe de ser contingente, es decir que debe adaptarse a la situación de la organización en el tiempo y espacio. En relación a la incidencia de la estructura sobre el desempeño, Lawrence y Lorsch (1967) citan que un elevado rendimiento en las empresas depende del ambiente ergonómico, estructura, y su funcionamiento, y Galbraith (1973) identifico que la diferencia es necesaria para la integración de la estructura y elevar los niveles de rendimiento de la empresa.

Un aspecto básico a tener en cuenta dentro de la estructura organizacional es el estado de evolución a partir del momento que se incorpora el producto al mercado turístico. Bulter (1980), citado por González y Rivas, (2008), identifico que los lugares costeros son los que están en constante evolución por su acogida. A partir del análisis se desarrolla un ciclo evolutivo desde la fase inicial hasta la intensiva que tiene como resultado la madurez a la tendencia turística según se detalla en:

**Figura 2**

*Ciclo de evolución de los destinos turísticos*



*Nota:* Aclaración sobre el ciclo de evolución evolutivo desde la fase inicial hasta la intensiva que tiene como resultado la madurez a la tendencia turística.

## Mercado

Está enfocado a conocer el perfil del consumidor potencial (turista) su origen, costumbre y tendencia gastronómica. En base a esta información se presenta una oferta que permita satisfacer la necesidad del visitante. La gran mayoría de los mercados actuales tienen problemas al momento de satisfacer la necesidad del cliente con un solo producto o servicio, esto va a depender de los gustos de las personas y a medida que aumenta el poder adquisitivo también se eleva las necesidades por lo que se hace primordial tener servicios variados. Conscientes de estas tendencias de consumo la organización (Saquifranca) quiere generar un modelo de gestión empresarial basado en estos aspectos.

## Oferta en crecimiento

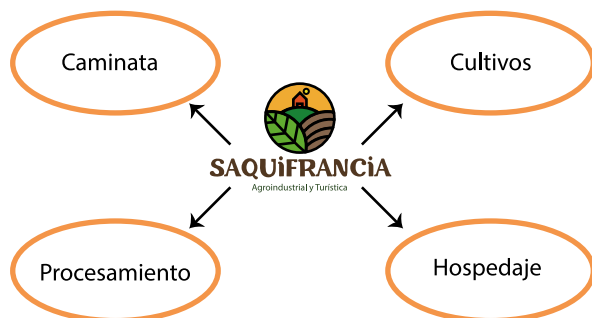
La oferta recreacional de la finca se basa en los recorridos de campo, instalaciones, manejo del cultivo, practicas post cosecha e industrialización de la materia prima(cacao). Esta labor puede ser activa o pasiva, en función de los gustos y deseos de los propios clientes.

### Actividades agro turísticas de la Finca

La generación agrícola, la migración de indígenas a centros urbanos en busca de oportunidades, así como la disminución del extractivismo en la zona local debido al agotamiento recursos, flora y fauna, han sido de importancia al momento de tomarlos como antecedentes para enfocarse en el turismo una oportunidad para cambiar la visión de economías extractivas a economías de servicios ambientales. Tomando en cuenta este antecedente del sector la finca Saquifranca oferta los siguientes servicios según se detalla en:

**Figura 3**

*Actividades agro turísticas de la finca*



*Nota:* La figura representa las actividades agro turísticas que la empresa realiza.

Para el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (2015) “El turismo sostenible es el desarrollo de una actividad recreacional responsable, que integra ejes importantes como el de conservar los recursos naturales y culturales, sostener el bienestar local asegurando una viabilidad económica y sensibilizar a través de educación e interpretación ambiental a los visitantes y gestores de la actividad”. La sostenibilidad se basa en la es-

tructura y mancomunidad de los pueblos que forman parte del ecosistema amazónico según indica Reyes, Manjarrez y Ortega (2014) el Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV) repasa los “modelos de desarrollo y define una propuesta basada en el Sumak Kawsay, la vida plena, se concibe como llegar a un grado de armonía total con la comunidad y con el cosmos” según se detalla en:

**Tabla 3**

*Filosofías Andina y Occidental*

INDICADORES	FILOSOFÍA OCCIDENTAL	COSMOVISIÓN ANDINA
Concepción	Actitudes antropocéntricas que controlan el entorno ecológico y dominan la naturaleza	Sentimiento de carácter cosmocéntrico que somete al ser humano a un orden cósmico expresado en la naturaleza y la sociedad
Objetivos	Suposición de los objetivos se encuentran en el mundo	Asunción de la independencia del mundo, visión holística e hipótesis Gaia.
Principios	Filosofía ética y modelo de sociedad con base a individualismo poseído	Valoración de la reciprocidad y la ayuda mutua y la vida social
Desarrollo	Concepto de desarrollo basado en necesidades insatisfechas (vivienda, trabajo, automóvil, servicios básicos)	Concepto de desarrollo basado en bienes intangibles (salud, alegría, solidaridad, modos de vida, trascendencia)

*Nota.* La tabla muestra la filosofía occidental y la cosmovisión andina. Fuente: Reyes, Manjarrez y Ortega (2014)



La importancia del arte indígena (oral, artesanías, petroglifos, música, pinturas, etc.) se ha evidenciado en diferentes procesos socio-históricos de intercambio, préstamos, imposiciones, migraciones, los cuales ocasionaron una serie de dinámicas “normales dentro de cada cultura”, pero debido a la conquista colonial se degeneraron por las imposiciones políticas, culturales y religiosas que ocasionaron un etnocidio que trajo consigo el desprecio por “el espíritu indígena”; convirtiendo el arte en una “sombra invisible” que perduró más allá del silencio (Malinowski 1993), llegando a determinar metáforas universales (Lévi-Strauss, 1971; Jara, 1991), “*en donde cualquier mito es verdad en el sentido que proporciona una serie de premisas para interpretar el mundo y juzgar la validez de la cultura* (Bohannan, 1996)” (Quintana, 2011:106). Cita que la generación del significado simbólico de los objetos artesanales, danzas, cantos, tatuajes con huito, se debe al entrecruzamiento entre la diversidad cultural y biológica.

En relación a los antecedentes expuestos las actividades expuestas en la figura 2 se detalla en la tabla 3 sus actividades.

**Tabla 3**

*Actividades agro turísticas*

Actividad	Descripción
Caminata	“El 90% de la actividad de los seres vivos del bosque sucede en la copa de los árboles, por esta razón decidimos abrir los senderos, Caminando, corriendo, brincando, ¿rápido o lento? eso no importa, igual reirá y se conectará profundamente con la naturaleza; y al recorrer el lugar poco a poco se irá apropiando del espacio, con grandes dosis de emoción y adrenalina

**Imagen**



Cultivos	cultivo de caña, limón, guayaba, yuca, café, naranja, guineo, papaya, piña y cacao. Su mayor fortaleza es el cacao, con el mismo, han creado varios productos de consumo alimenticio.
----------	---

**Imagen**



Hospedaje	El espacio destinado para el descanso de los visitantes, provee de comodidad y paz en un ambiente tranquilo y acogedor.
-----------	---

### Imagen



**Procesamiento** La finca cuenta con una estructura, maquinaria y equipos para el procesamiento del cacao.

### Imagen



*Nota:* Las fotografías de la tabla 3 son de propiedad de la Finca

*Nota:* (Enríquez, 2022)

## Cadena de valor agro turística de la Finca Saquifrancia

La Finca se enmarca en 4 eslabones: promoción, paquetes turísticos, bienes y servicios brindados, posventa de productos.

**Promoción.** - se genera por plataformas digitales de la organización y las de apoyo gubernamental vinculadas al desarrollo productivo y turístico, que es la base del posicionamiento de la empresa dentro del mercado. Tomando en cuenta estos elementos la promoción se basa en la ruta del Cacao tal como se detalla en el logotipo:

*Imagen 1: Promoción- ruta del cacao*



*Nota:* Saquifrancia

**Paquetes turísticos.** - mediante las plataformas y agencias atraer durante los feriados a turistas nacionales y extranjeros. El uso de estos medios ha incrementado notablemente la comercialización de los productos, por su flexibilidad, rapidez y la capacidad de respuesta a la demanda, el uso de la tecnología es y será una fortaleza al momento de ofertar los paquetes y que incidirán en la calidad de servicio.

**Bienes y servicios brindados (Servucción).** - caminatas por senderos, la posibilidad de observar el procesamiento del cacao. La organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos, presentes en la relación cliente empresa, son elementos básicos para llevar a cabo el proceso productivo cosecha, industrialización.

**Imagen 2:** *Servucción*



*Nota:* Saquifracia

**Posventa de productos.** - transcurrido la visita la empresa oferta diferentes productos derivados del cacao que el visitante puede adquirir. El procesamiento artesanal que se maneja en la planta es un requisito básico, sobre todo si se tiene presente que el producto tendrá éxito en la medida que el turista disfrute la experiencia. El Comportamiento del Consumidor es definido “como una serie de actividades mentales y físicas que llevan a cabo los individuos que resultan en decisiones y acciones para comprar, pagar y usar productos y/o servicios” (Sheth et al, 1999:5).

**Imagen 3:** *Productos posventa*



*Nota:* Saquifracia

**Comercialización de productos.** - Se basan en la estrategia de comercialización de productos tangibles (pasta, nibs etc).

**Precio.** - está enfocado en base a la cadena de valor que se genera del campo a la industria y se basa en los siguientes aspectos: Sensibilidad de la demanda, Volumen, condiciones competitivas.

**Imagen 4:** *Precios*



*Nota:* Saquifracia

La Región amazónica tiene atractivos turísticos y posee las condiciones para implementar el agroturismo como alternativa de emprendimiento para mejorar la calidad de vida de los habitantes de cada comunidad, cantón o provincia. Estos emprendimientos son familiares, con pocos empleados, limitados recursos. El trabajo en campo es específico y requiere constancia y experiencia, basándonos en la vida diaria de este sector, sus costumbres, tradiciones y cultura brindan un atractivo de visita para propios y extraños.

## Conclusión

La gestión administrativa y operacional en campo y en planta en relación a la oportunidad de negocio, fomento la oportunidad de estructurar una ruta agro turística que permitió a los visitantes cumplir sus expectativas, en relación a la promoción, atención, servicio, actividades por ende se incrementa el mercado turístico de la provincia.

El desarrollo turístico a nivel rural depende de una ruta agro turística bien definida y estructurada, que permita al visitante satisfacer sus necesidades y a la empresa cumplir las expectativas. Según (Enríquez & Montenegro 2020) las empresas comunitarias a nivel rural dependen de su organización y asociatividad con la cadena productiva y los elementos que forman, parte de las alternativas de cooperación y venta directa hacia el consumidor.

## Referencias Bibliográficas

- Alcides, C., & Ramírez, P. (2016). *Guía técnica para el establecimiento y manejo del cacao súper árbol*. Quito: GIZ
- Andreu Guerrero, R., & Verdú Albert, L. (2012). Turismo enológico en alicante: La ruta del vino en el municipio de Pinoso. *Cuadernos de Turismo*, 30, pp. 35-61. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/download/160441/140271>
- Balseca, E., & Casares, P. (agosto de 2016). ISSUU. Recuperado el 02 de junio de 2019, de Diseño de una Ruta de Agroturismo para las Parroquias Rurales de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas: [https://issuu.com/pucesd/docs/ruta\\_de\\_agroturismo\\_balseca\\_fernand](https://issuu.com/pucesd/docs/ruta_de_agroturismo_balseca_fernand)
- Barrera, E., 2006, Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola, Montevideo, UY, CINTERFOR-OIT
- Barrera, E. 2003. Manual de turismo para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. Serie de instrumentos técnicos para la microempresa rural. Santiago, CH., FIDA, 99 p
- Bohannan, P. (1996) “Para raros nosotros: Introducción a la antropología cultural”. Akal S.A., Madrid
- Crosby, A. 2006. Los negocios del turismo rural. Boletín Turístico No 331 (en línea). Consultado 10 ene. 2007. Disponible en: <http://www.boletinturistico.com>
- Dernoi, L.A.; (1983); Farm tourism in Europe. *Tourism management*, 4 (3); pp. 155-156.

- Enríquez, M, Montenegro, K. (2020). Análisis de caso del modelo de gestión asociativo a nivel rural en acopio de fréjol, en la comuna Las Rocas cantón Alausí, provincia de Chimborazo. *Revista Economía y Negocios. Economía y Negocios UTE*, V. 11- N. 1, jun. 2020, pp. 34-46 <http://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios>
- Enríquez, M, Pérez, M. (2020). Perspectiva de consumo y marketing mix para una infusión de ortiga con naranja en Pastaza. *Revista Ecasinergia UTM*, V. 11-N. 2, jul. 2020, pp. 34-46 DOI: [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v11i2.2172](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2172)
- Enríquez-Estrella, M. Ángel, & Reyes Jiménez, A. C. (2022). Análisis de caso del modelo de gestión asociativo de la empresa agroindustrial “Don Jorge”. *Estudios De La Gestión: Revista Internacional De administración*, (11), 248-268. <https://doi.org/10.32719/25506641.2022.11>.
- Enríquez, M. A. (2022). *La ruta agro turística del Cacao en la Finca Saquifranca, provincia de Pastaza. March*.
- Fernández, Enrique de Miguel. 2005. Introducción a la gestión empresarial. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Fleischer, A. & Pizam, A.; (1997); Rural tourism in Israel; *Tourism Management*, vol. 18; n°6; pp. 367-372
- Galbraith, J. (1973). *Designing complex organizations*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Galicia, R. (25 de mayo de 2018). Viajeros en Ruta. Recuperado el 02 de junio de 2019, de Agro ecoturismo, ¡Sendero a la Permacultura viva!: <https://www.viajerosenruta.com/permacultura-y-agro-ecoturismo/>
- Hall, R. (1996). *Organizaciones, estructuras, procesos y resultados*. 6ª Ed. México: Prentice Hall.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (6a. ed.). (2014). *Metodología de la Investigación*. México.
- Hodge, B., Anthony, W. Gales, L. (2003). *Teoría organizacional, un enfoque estratégico*. 6ª Ed. Madrid, España: Prentice Hall.
- Lawrence, P. y Lorsch, J. (1967). Differentiation and integration in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 12(1), 1-47.
- Lévi-Strauss, C. (1971) “La miel y las cenizas”. En: Lévi-Strauss, C. *Mythological Tomo II*. Fondo de cultura económica, México, pp. 162-165

- Llanes Pérez y Rodríguez Caballero (2007) Modalidades Turísticas: Tema IV. Turismo de Naturaleza, La Habana, Cuba. Editorial Félix Varela 2009
- Malinowski, B. (1993) “El grupo y el individuo en el análisis funcional”. En: Bohannan, P. & Glazer, M. Antropología: lecturas. Editorial McGraw-Hill, Madrid, pp. 284-303.
- Masson, (1995), Strategor, Barcelona
- Morales, W., Vallejo, C., Sinche, P., Torres, Y., Vera, J., & Anzules, E. (2016). Mejora de las características físico-químicas y sensoriales del cacao CCN51 a través de la adición de una enzima y levadura durante el proceso de fermentación. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 5(2), 169-181.
- Olamendi, G. s.f. Turismo rural, natural y activo (en línea). Consultado 10 ene. 2007. Disponible en <http://www.estoes-marketing.com/Sectores/Turismo%20rural.pdf>
- Quintana, R. (2014) “Etnodesarrollo y medio ambiente: El conocimiento tradicional como estrategia para fomentar el desarrollo sustentable y la identidad cultural de la comunidad indígena Tikuna del alto amazonas, Macedonia”. Tesis de grado para optar por el título de Magister en Desarrollo Sustentable y Gestión Ambiental. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá
- Reyes, M., Manjarrez, N., & Ortega, Á. (2014). LA GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN ECUADOR. *TURyDES Revista Turismo y Desarrollo Local*, VII (17), 1-14. Obtenido de <https://www.uea.edu.ec/cipca/images/ArtLAGESTIoNDEURISMOCOMUNITARIO.pdf>
- Reyes, Á., & Barrado Timón, D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, pp.17-43. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541/17881>
- Sánchez U., y Lalangui, J., (2016). la ruta agro turística y de naturaleza banagua de la provincia El Oro. *Universidad y Sociedad* [online]. 2016, vol.8, n.3, pp.128-134. ISSN 2218-3620.
- Sheth, Jagdish; Mittal, Banwari y Newman, Bruce (1999), *Customer Behavior: Consumer Behavior and Beyond*. USA. Harcourt Brace College Publishers. 799 págs. Sheth, Jagdish; Mittal, Banwari y Newman, Bruce (2003), *Customer Behavior: A Managerial Perspective*. USA. South-Western College Pub. 2da. Edición. 550 págs.
- Strategor (1995). *Estrategia, estructura, decisión, identidad*. Barcelona, España: Biblio empresa.

Vargas, German, y Gloria Calvo. 1987. “Seis modelos alternativos de investigación documental para el desarrollo de la práctica universitaria en educación”. *Revista Educación Superior y Desarrollo* 5 (3): 7-37.

Villar-López, A., Camizon-Zornoza, C. 2009: “Los modelos organizativos de la producción reticular e integrada en la empresa industrial española: rasgos distintivos y desempeño”. Madrid: *Universia Business Review*, primer trimestre.

Weaver, D.B. & Fennell, D.A.; (1997); The vacation farm sector in Saskatchewan: a profile of operations. *Tourism Management*, vol. 18; pp. 357-365.