



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

“Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

Autores:

Johanna Elizabeth Guiracocha Quinde

CI: 0105944250

Correo electrónico: joha.g.elizabeth@gmail.com

Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco

CI: 0106459977

Correo electrónico: gabriela.moscoso.14@gmail.com

Directora:

Mg. Cristina Andrea Barzallo Neira

CI: 0103487955

Cuenca, Ecuador

14-marzo-2021



RESUMEN

El objetivo del presente estudio es analizar los vínculos existentes entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, a partir del caso Ruta G. La investigación que se ha desarrollado posee un enfoque cualitativo de alcance exploratorio. En primer lugar, se utilizó un mapeo de actores basado en metodologías participativas para identificar a los actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad. Posteriormente, se llevó a cabo entrevistas semiestructuradas mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia a actores públicos como: el Ministerio de Turismo y la Prefectura del Azuay y privados como: la Ruta G, Asociación de Productores Agropecuarios Yanuncay, restaurantes y otras asociaciones agroproductivas para explorar los vínculos públicos y privados entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca, y por último nuevamente se realizaron entrevistas semiestructuradas para analizar la iniciativa Ruta G en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca. Cabe recalcar que las entrevistas se interpretaron a través de un análisis hermenéutico conformando redes semánticas en el software Atlas Ti. versión 8.

Como resultados se obtuvo que la Ruta G fue un prototipo que vinculó la oferta gastronómica y agroecológica para la consecución de iniciativas de turismo sostenible, sin embargo, por el corto tiempo que operó sus rutas, no pudo demostrar el verdadero impacto que podía generar. Por lo tanto, si la Ruta G reactiva sus operaciones deberá ejecutar algunas acciones que busquen la sostenibilidad para que así sirva como un modelo para implementar o crear proyectos similares.

Palabras clave

Agroecología, turismo sostenible, Ruta G, ruta gastronómica



Abstract

The objective of this study is to analyze the links between gastronomy and agroecology for the achievement of sustainable tourism initiatives in the city of Cuenca, based on the *Ruta G* case. The research that has been developed has a qualitative approach of exploratory scope.

First, a mapping of actors based on participatory methodologies was used to identify agroecological actors that are related to the gastronomic-tourist offer of the city. Subsequently, semi-structured interviews were carried out through non-probabilistic sampling by convenience to public actors such as: the Ministry of Tourism and the Prefecture of Azuay, and private actors such as: *Ruta G*, the Association of Agricultural Producers Yanuncay, restaurants and other local agroproductive associations to explore the public and private links between agroecological production and the gastronomic offer of the city of Cuenca.

In order to analyze the *Ruta G* initiative within the framework of the integration between gastronomy and agroecology, through the sustainability of tourism in the city of Cuenca, semi-structured interviews were conducted with the founders of *Ruta G*. These interviews were interpreted using a hermeneutic analysis through the formation of semantic networks, in Atlas.ti 8 software.

As a result, it was obtained that *Ruta G* was a prototype that linked the gastronomic and agroecological offer for the achievement of sustainable tourism initiatives, however, due to the short time it operated, it could not demonstrate the true impact it could generate. Therefore, if *Ruta G* reactivates its operations, it must execute actions that seek tourism sustainability so that it serves as a model to implement or create similar projects.

Keywords: Agroecology, sustainable tourism, *Ruta G*, gastronomic route

Trabajo de titulación: "Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G"

Autores: Johanna Elizabeth Güiracocha Quinde, Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco

Directora: Mg. Cristina Andrea Barzallo Neira

Certificado de Precisión FCH-TR-Lictur-191

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 03 de diciembre de 2021

Elaborado por: GEAV

cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora

Johanna Elizabeth Guiracocha Quinde - Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco



ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	1
ÍNDICE DE CONTENIDO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	11
DEDICATORIA	12
AGRADECIMIENTOS.....	13
DEDICATORIA	14
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO I.....	17
Actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad de Cuenca.....	17
Marco teórico.....	17
1.1.1. Agroindustria	19
1.1.2. Agroecología	20
1.1.3. Gastronomía.....	21
1.1.4. Turismo gastronómico.....	23
1.1.5. Movimientos gastronómicos sostenibles	24
1.1.6. Rutas gastronómicas.....	26
1.1.7. Turismo sostenible	29
Metodología.....	31
1.3. Mapeo de actores	35
1.3.1. Análisis del mapeo de actores	35
1.3.2. Parroquias rurales de Cuenca vinculadas y no vinculadas con temas agroecológicos.....	37
CAPÍTULO II.....	39
Vínculos públicos y privados entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.....	39
2.1. Iniciativas del sector público y privado	39
2.1.1 Competencias del sector público y privado	40



2.1.2. Ventajas y desventajas de vincularse a proyectos públicos y privados	41
2.1.3. Participación del sector público, privado y mixto en proyectos gastronómicos, agroecológicos.....	44
2.2. Percepción de los actores turísticos sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo.....	47
2.2.1. Percepción de los actores turísticos sobre la agroecología	47
2.2.2. Percepción de los actores turísticos sobre la gastronomía.....	49
2.2.3. El impacto de usar productos agroecológicos en los restaurantes de la ciudad de Cuenca.....	51
2.3. Asociatividad y co-creación del turismo como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca	53
2.3.1. Asociatividad y co-creación entre gastronomía y agroecología como una alternativa turística sostenible	53
2.3.2. Modelo turístico sostenible entre la oferta gastronómica y la oferta agroecológica.	57
2.3.3. Comparación del número de turistas que han visitado a productores agroecológicos antes de la pandemia frente al número de turistas que visitan las asociaciones agroecológicas actualmente.	60
CAPÍTULO III	62
Iniciativa Ruta G en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca.....	62
3.1. Antecedentes de la Ruta G.....	63
3.1.1. Creación de la Ruta G.....	63
3.1.2. Rutas tematizadas.....	64
3.1.3. Estudios previos	71
3.2. Percepciones de la Ruta G por parte de los actores relacionados al turismo, gastronomía y agroecología	73
3.3. Oportunidades de la agroecología y gastronomía vinculadas al turismo sostenible ..	76
3.3.1 Ventajas y desventajas de participar en la Ruta G.....	76
3.3.2. Implementación de proyectos similares a la Ruta G.	79
3.3.3. Oportunidades de turismo sostenible mediante la gastronomía y la agroecología, caso Ruta G.....	81
3.4. Reactivación, modificación e implementación en la Ruta G.....	82
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	87



BIBLIOGRAFÍA.....	88
ANEXOS.....	97
Anexo 1 Diseño de Tesis.....	97
Anexo 2 Entrevista Actores públicos y privados.....	120
Anexo 3 Entrevista a restaurantes.....	122
Anexo 4 Entrevista para productores agroecológicos.....	125
Anexo 5 Evidencias Fotográficas de las entrevistas.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	32
Tabla 2.....	34
Tabla 3.....	38
Tabla 4.....	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	33
Figura 2.....	35
Figura 3.....	40
Figura 4.....	43
Figura 5.....	46
Figura 6.....	48
Figura 7.....	50
Figura 8.....	52
Figura 9.....	56
Figura 10.....	59
Figura 11.....	61
Figura 12.....	65
Figura 13.....	66
Figura 14.....	67
Figura 15.....	69



Figura 16.....	72
Figura 17	75
Figura 18.....	78
Figura 19	80
Figura 20	82
Figura 21	84



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el repositorio institucional

Johanna Elizabeth Guiracocha Quinde en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Santa Ana de los ríos de Cuenca, 14 de marzo de 2022.

Johanna Elizabeth Guiracocha Quinde

C.I: 0105944250



Cláusula de propiedad intelectual

Johanna Elizabeth Güiracocha Quinde, autora del trabajo de titulación “Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Santa Ana de los ríos de Cuenca, 14 de marzo de 2022.

Johanna Elizabeth Guiracocha Quinde

C.I: 0105944250



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el repositorio institucional

Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Santa Ana de los ríos de Cuenca, 14 de marzo de 2022.

Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco

C.I: 0106459977



Cláusula de propiedad intelectual

Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco, autora del trabajo de titulación “Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Santa Ana de los ríos de Cuenca, 14 de marzo de 2022.

Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco

C.I: 0106459977



AGRADECIMIENTOS

Estoy muy agradecida con Dios por haberme permitido cumplir una de mis metas, por haber puesto en mi camino a seres maravillosos e incondicionales que han sido parte de este logro.

A toda mi familia por ser el pilar de mi existencia, especialmente, a mis padres, a mi hermana, a mi cuñado, a mi amor y a mis bebés por su amor y apoyo incondicional.

A todas las amigas y amigos que han sido parte de esta etapa de mi vida, en especial, a mis queridas amigas Gabriela Moscoso y Lina Gálvez.

A la magister Cristina Barzallo, directora de esta investigación por ser una excelente persona y mentora quién siempre estuvo presta a ayudarme con sus acertados comentarios que aportaron positivamente a esta investigación.

Al magister Freddy Espinoza por permitirme ser parte del proyecto *Foresting a platform for research-based education to support sustainable development through Tourism in the Cajas Massif Biosphere Area (CMBA)*, desarrollado por la Universidad de Cuenca (Ecuador) y KU Leuven con el apoyo del programa VLIRUOS (Bélgica).

Al Ministerio de Turismo, a la Prefectura del Azuay, al GAD de Octavio Cordero, a la asociación de Productores Agropecuarios del Yanuncay, al Grupo Agroecológico Saucay y a los restaurantes: Dos Suces, El Mercado, La Chichería por facilitar información que contribuyó significativamente a esta investigación.

Johanna Elizabeth



DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado a toda mi familia quienes son personas excepcionales que me han apoyado de una u otra manera en cada etapa de mi vida. Especialmente:

A mis padres Manuel y María que con su paciencia, esfuerzo y sacrificio han sido la clave para alcanzar esta meta, gracias por estar a mi lado a pesar de todo, por ser la brújula que guía mi vida.

A mi hermana Jéssica por sus consejos que me ayudan a superarme cada día y por ser un gran ejemplo a seguir, definitivamente, eres la mejor hermana que pudo darme la vida.

A mi cuñado Frank por brindarme su alegría y sabiduría, sé que siempre puedo contar con usted, muchas gracias.

A mi Amore Oliber por ser incondicional, por comprenderme, por ayudarme y por ser mi soporte, eres mi persona favorita.

A mis bebés Joshua y Dominic por ser seres de luz que llenan mi corazón de alegría y que me impulsan a ser mejor cada día, ustedes son los amores de mi vida.

A ustedes: mami Manuela, abuelitos Manuel y Mada, Uzhita, Soni, Vichi, Víctor, Gladys, René, Xime, Mike, Gus, Peque y a mis tías y tíos, especialmente a usted tío Freddy quien me cuida y protege desde el cielo.

A todos ustedes gracias por su amor y apoyo incondicional, por ser el motor de mi vida, los amo con todo mi corazón.

A mis amigas y amigos que han sido parte de esta etapa de mi vida por regalarme momentos inolvidables, en especial, a mis queridas amigas; Gabita y Linita quienes son seres extraordinarios tanto a nivel personal como académico, les agradezco por regalarme millones de aventuras y experiencias que han hecho que las considere como parte de mi familia, las quiero mucho.

Johanna Elizabeth



AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente a Dios y a la Virgen del Cisne por darme la oportunidad de terminar mis estudios universitarios, del cual me siento feliz y orgullosa porque sin ellos no estaría donde estoy ahora y a mi familia por brindarme su ayuda incondicional durante toda mi vida universitaria y el apoyo que me han brindado en todo momento.

Agradezco al proyecto *Foresting a platform for research-based education to support sustainable development through Tourism in the Cajas Massif Biosphere Area (CMBA)*, desarrollado por la Universidad de Cuenca (Ecuador) y KU Leuven con el apoyo del programa VLIRUOS (Bélgica), por darme la oportunidad de ser partícipe del proyecto a través de uno de sus pilotos y por permitir realizar el trabajo de titulación gracias a uno de sus pilotos de estudio denominado Ruta G.

Agradezco a la directora de tesis Mg. Cristina Andrea Barzallo Neira por brindarnos todo su apoyo incondicional, por el tiempo y los conocimientos compartidos para la culminación de este trabajo de titulación.

Agradezco a todas las entidades como: El Ministerio de Turismo, La Prefectura del Azuay, el Gad de Octavio Cordero, los restaurantes Dos Suces, El Mercado, La Chicheria, la asociación de Productores Agropecuarios del Yanuncay y el Grupo agroecológico Saucay que colaboraron con el acceso a la información para el desarrollo de esta investigación.

Agradezco a mi compañera de Tesis Johanna Güiracocha por entregar todo su conocimiento y esfuerzo para desarrollar esta investigación, de igual manera a Lina Gálvez por el apoyo incondicional que me ha brindado para culminar esta tesis. Ellas fueron parte de mi familia universitaria, con ellas viví buenos y malos momentos que nunca olvidaré. Finalmente quiero agradecer a todos los amigos que conocí durante mi vida universitaria, aprendí mucho de ellos con quienes compartí varias experiencias inolvidables.

Gabriela Alexandra



DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de investigación a Dios todo Poderoso y a la Virgencita del Cisne por haberme dado la vida.

A mis padres Jaime y Mariana por ser el pilar fundamental en mi vida, por su amor, trabajo, sacrificio, esfuerzo y perseverancia, gracias a ustedes he logrado estar aquí. Muchas gracias por todo lo que han hecho por mí, los amo con todo mi corazón.

A mi hermana Jenny por el apoyo incondicional que me ha brindado durante toda mi vida y por ayudarme en los momentos que más la necesitaba y ser la madre de mi hijo cuando yo no podía estar con él, gracias ñaña por todo.

A mis sobrinas Tiffany y Danna por el amor y el apoyo que me han brindado, muchas gracias por todo, son las mejores sobrinas que puedo tener, les quiero mucho. A mi hijo Isaac Alejandro por ser mi fuente de motivación, sin ti hijo mío la vida no tendría sentido, gracias por haber llegado a mi vida y haberme acompañado durante mi carrera universitaria.

A mi familia: abuelita María, a mis tíos, primos paternos y maternos, especialmente a Geovanny, Pilar, Magaly, Hernán y Paola porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y como no dedicar también a mi abuelita Chano que desde el cielo me está apoyando.

A Guido que ha estado conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida, muchas gracias por todo.

Y a todos mis amigos sin excepción alguno porque de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Gabriela Alexandra



INTRODUCCIÓN

La gastronomía está estrechamente ligada al turismo, ya que a más de satisfacer una necesidad fisiológica—alimentación—del turista, también cubre sus necesidades de aprendizaje acerca de las particularidades culturales de un destino turístico. Sin embargo, las fuentes primarias—agroecología—de donde se obtienen los productos primarios para la elaboración de los platos gastronómicos en determinados casos se desvinculan del sector turístico. Por esto, es necesario lograr una sinergia entre estos tres aspectos: turismo, gastronomía y agroecología con la finalidad de diversificar la oferta y encaminarse a un desarrollo turístico sostenible que promueva un progreso económico, social y ambiental equitativo para las zonas rurales y urbanas.

En Cuenca existió una iniciativa gastronómica privada denominada Ruta G que pretendió brindar experiencias gastronómicas con identidad mediante rutas tematizadas que se desarrollaban en el casco urbano de la ciudad, sin embargo, existió una sola ruta “Del campo a la Mesa”, que se realizó en una zona rural de Cuenca, San Joaquín, que intentó vincular el turismo, la gastronomía y la agroecología.

Con este antecedente esta investigación tiene por **objetivo general** Analizar los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, a partir del caso Ruta G.

Para conseguir el objetivo general se plantearon **objetivos específicos** que son:

1. **OE1.** Identificar a los actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad de Cuenca.
2. **OE2.** Explorar los vínculos públicos y privados existentes entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.



3. **OE3.** Analizar la iniciativa *Ruta G* en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología, mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca.

La metodología de esta investigación tendrá un enfoque cualitativo de alcance exploratorio. En primera instancia, se recopilará información mediante la revisión bibliográfica sobre turismo gastronómico, sostenibilidad, agricultura ecológica, agricultura industrial, entre otros para desarrollar el marco teórico. Posteriormente, para desarrollar el primer objetivo se realizará un mapeo de actores en el cual se analizará la relación que existe entre la Ruta G y todos los involucrados con respecto a la ruta gastronómica. El mapeo de actores estará basado en el Manual de Metodologías Participativas planteadas por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (CIMAS). Luego, con respecto al segundo objetivo se realizará entrevistas semiestructuradas a actores públicos y privados, mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. En lo referente al tercer objetivo se utilizarán entrevistas semiestructuradas a los actores vinculados a la iniciativa Ruta G. Finalmente, se analizará la información mediante la hermenéutica, usando el software Atlas Ti. versión 8 con el objetivo de analizar el discurso y elaborar redes semánticas a partir de las entrevistas.

La presente investigación está estructurada en 3 capítulos: en el primer capítulo se determinó a los actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad de Cuenca. Con respecto al segundo capítulo se definieron los vínculos públicos y privados entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca. En el tercer capítulo se indagó sobre la iniciativa Ruta G en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca. Finalmente, se realizaron conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados adquiridos durante la investigación.



CAPÍTULO I

Actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad de Cuenca.

En este capítulo se aborda el marco teórico que permite al lector introducirse en el tema de investigación, luego se plantea una metodología con la que se trabaja el mapeo de actores, finalmente, se efectúa el mapeo de actores con el propósito de identificar a los actores agroecológicos públicos y privados que tienen relación con la Ruta G.

Marco teórico

En la actualidad el turismo es una de las mejores vías para la obtención del bienestar económico y social (Sancho, 2019), ya que es una actividad transversal y compleja que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad (Organización Mundial de Turismo [OMT], 2017).

Además, cada vez el turismo se va especializando y va encontrando nuevos deseos que tienen los turistas. Es por esa razón, que han aparecido una serie de nuevos productos turísticos que dejan de lado el turismo masificado de sol y playa y pretenden satisfacer nuevos nichos de mercado. El turismo gastronómico es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor importancia y dinamismo durante los últimos años (Oliveira, 2011).

El turismo gastronómico comprende una serie de actividades que no se basan únicamente en visitar restaurantes, sino que también involucran aspectos como la preparación de los platillos y su conservación, así como la visita a los diferentes mercados, a las casas de los lugareños y a la participación en las fiestas tradicionales. Gracias al turismo gastronómico, los turistas conocen los ingredientes, las recetas, la historia y los ritos del lugar que están visitando (Falcón, 2014).

Las rutas gastronómicas están convirtiéndose en uno de los productos más desarrollados en esta tipología de turismo ya que constituyen una amplia oferta



temática que comparten la marca, la zona de influencia y a la vez contienen sitios turísticos con productores abiertos al turista, restaurantes, mercados, locales de venta, eventos gastronómicos y otras actividades que tienen relación con la temática de una ruta gastronómica y con una calidad diferenciada (Falcón, 2014).

Por lo general, la oferta gastronómica se ha vinculado a platillos homogéneos y estandarizados, adaptados a la demanda del turismo masivo. Sin embargo, esto ha cambiado debido a los nuevos patrones de consumo, los cuales se centran en la peculiaridad y el carácter autóctono de los alimentos. En relación con esto, el patrimonio agroalimentario empieza a ser importante dentro de las motivaciones de los turistas, quienes desean conocer parte de la cultura de los destinos visitados (De Jesús-Contreras, Thomé-Ortiz, Espinoza-Ortega y Vizcarra-Bordi, 2017).

Entonces, al considerar a las prácticas agrícolas como patrimonio de los pueblos, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) desarrolló un concepto conocido como Sistemas Ingeniosos de Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM), el cual busca identificar sistemas agrícolas excepcionales que contribuyan a un mejor manejo de los agroecosistemas¹ (Paez, 2017). Precisamente, uno de esos sistemas es la agroecología que es una disciplina que provee principios ecológicos básicos acerca de cómo estudiar, diseñar y manejar agroecosistemas que sean productivos, que conserven los recursos naturales y que, además, sean culturalmente sensibles y socioeconómicamente viables. (Altieri, 2001). La agroecología es una alternativa a la agroindustria que está enfocada solamente al desarrollo del capitalismo, el cual, en muchas ocasiones modifica negativamente el espacio, el territorio y la vida de las personas del sector agrícola (Quevedo, 2013).

Finalmente, se debe tomar en cuenta que el turismo tiene una estrecha relación con el medio ambiente y la cultura del destino, ya que los utiliza como su principal recurso. Por consiguiente, en los últimos años la industria tiende a preservarlos

¹ Agroecosistemas: El agroecosistema o ecosistema agrícola puede caracterizarse como un ecosistema sometido por el hombre a continuas modificaciones de sus componentes bióticos y abióticos para la producción de alimentos y fibras



(Santiago, 2018). Es así que surge el turismo sostenible que gestiona todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales, estéticas y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (Tapia, 2013).

1.1.1. Agroindustria

La agroindustria involucra el manejo, preservación y transformación industrial de las materias primas provenientes de la agricultura, la ganadería, silvicultura y pesca, procesos que generalmente no tienen vínculos directos con los productores (Corella, 1993).

La agroindustria influye en la productividad futura de la agricultura, ya que busca un rendimiento inmediato lo que origina que los recursos agrícolas como el suelo, el agua, la diversidad genética y los procesos ecológicos están siendo degradados, afectando a la salud humana y al medioambiente (Bahamonde, 2017). También, la agroindustria utiliza componentes tecnológicos que desplazan a la mano de obra campesina mediante la introducción de maquinaria como motor de producción y de transformación (Quevedo, 2013). Lo anterior, evidencia las repercusiones sociales causadas por la agroindustria, ya que este modelo de producción a más de desplazar a los agricultores y a sus prácticas tradicionales generan una repartición inequitativa de los beneficios económicos, en donde los empresarios agroindustriales acaparan las tierras de cultivo más productivas (Navarrete, 2017).

Otros efectos negativos causados por la agroindustria son la pérdida de autonomía que anteriormente tenía el campesino para tomar decisiones en lo referente al ritmo y al proceso de cultivo que debían ser empleados, pero, a partir de la industrialización agrícola se establecen a las semillas genéticamente modificadas, a los fertilizantes, insecticidas y herbicidas químicos como un patrón inalterable. Asimismo, contribuye a que el agricultor independiente desaparezca porque significa el deterioro moral, cultural y económico de las zonas rurales que dependían de su agricultura. Moral, debido a la fragmentación del núcleo familiar de los millones de



familias campesinas, que se ven obligadas a migrar a las ciudades o a otros países. Cultural, ya que la tierra no solamente era su medio de subsistencia, sino también la base de su identidad, de su cultura y su fuente de bienestar material, mental y espiritual. Finalmente, económico debido a que la a grandes extensiones de monocultivos controlados por la agroindustria no requieren de la cantidad de mano de obra existente (Bahamonde, 2017).

1.1.2. Agroecología

Durante los últimos años se ha visto la necesidad de reorientar la agricultura hacia un modelo ecológico sostenible, tal es el caso de la agroecología que une los saberes tradicionales de los agricultores, campesinos e indígenas con el conocimiento científico moderno; fortaleciendo las redes sociales y económicas locales. Además, la agroecología desarrolla técnicas de manejo agrario que se basan en la recuperación de la fertilidad de los suelos, el policultivo, las variedades y razas agrarias locales (López y Llorente, 2010).

La agroecología tiene un enfoque más amplio, que permite entender la problemática agrícola en términos holísticos, planteando que la problemática contemporánea de la producción agrícola ha evolucionado de una propuesta técnica a una propuesta más integral que considera el desarrollo económico, social, político, cultural y ambiental (Altieri, 2009).

La idea de la agroecología es desarrollar agroecosistemas con una dependencia mínima de agroquímicos y maquinarias, enfatizando en sistemas agrícolas complejos en los cuales las interacciones ecológicas y los sinergismos entre sus componentes biológicos proveen los mecanismos para que los sistemas subsidien la fertilidad de su propio suelo, la productividad y la protección de los cultivos (Altieri, 2001).

Es así que la agroecología plantea principios, conceptos y estrategias que deben formar la base de todo sistema de producción alimentaria que pretenda legítimamente ser un sucesor más sostenible de la agricultura industrial (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2014).



La agroecología incluye a la agricultura ecológica pero la agroecología va más allá, integrando aspectos sociales como formas de comercialización justas para consumidores y productores y aspectos ecológicos como el manejo de la biodiversidad (López y Llorente, 2010). Esto involucra una nueva conciencia social y política, además de nuevas herramientas para facilitar su aplicación, de allí surge el énfasis en la difusión y consolidación de los fundamentos de la agroecología y la recuperación de las prácticas tradicionales (Martínez, 2004).

Desde siglos pasados, las prácticas tradicionales de la agricultura se han mantenido gracias a las prácticas agroecológicas, tal es el caso de los antiguos imperios que poblaron América latina como: los incas, aztecas y mayas, los cuales utilizaban los cultivos tradicionales como las chakras, cercas vivas con árboles frutales nativos del lugar, entre otros (Chalán, 2019).

Así como la agroecología considera una serie de elementos enfocados a la sostenibilidad que van desde lo social, ecológico, económico, entre otros; así mismo, la gastronomía sostenible va mucho más allá de la gastronomía convencional, considerando aspectos sociales, culturales, históricos, conocimientos tradicionales, ambientales y económicos que agrupados representan la gastronomía propia de un lugar (Ramírez, 2016).

1.1.3. Gastronomía

Hoy en día, la gastronomía es uno de los segmentos con mayor crecimiento económico a nivel mundial, ya que es una actividad transversal, es decir que tiene una facilidad para establecer correlaciones con otras tipologías de turismo— culturales, congresos, naturaleza, sol y playa, etc.— (Cerezo-Medina, 2020).

La gastronomía es uno de los sectores más apreciados por los turistas, es por esto que se ha convertido en uno de los principales motivos para realizar un viaje. (Organización Mundial del Turismo [OMT] y Basque Culinary Center [BCC], 2019). De hecho, los turistas de este siglo XXI buscan nuevas experiencias sensoriales a través de la gastronomía. Estos turistas gastronómicos están buscando comidas



autéctonas y exóticas del lugar que visitan, con el objetivo de crear nuevas experiencias que unan la necesidad del viaje con las experiencias inolvidables entre el turista, la cultura local, el entorno y la comida (Fernández Sánchez, Rodríguez Cotilla, Pozo Rodríguez y Espinosa Manfugás, 2016). Además, ya existen grupos de viajeros que por motivación principal de su viaje desean acudir a un determinado restaurante o sencillamente desean conocer la mejor cocina de una zona geográfica (López-Guzmán y Jesús, 2011).

Esta es la razón por la cual los destinos turísticos deben considerar la importancia de la gastronomía como contribución a la experiencia inolvidable que el turista quiere encontrar como parte de la expresión cultural—identidad de una nación—del destino que visita (López-Guzmán y Jesús, 2011). También, se debe considerar la importancia de la gastronomía como medio para diversificar el turismo y para incentivar el desarrollo local (Cerezo-Medina, 2020).

Todo esto indica que la gastronomía local o regional de un destino turístico posee un gran potencial para mejorar la sostenibilidad del turismo, con la finalidad de contribuir a la autenticidad del destino, fortalecer la economía local y proporcionar una infraestructura amigable con el medio ambiente, incluyendo las formas y los medios de manipular los recursos alimentarios tanto locales como importados (du Rand, Heath y Alberts, 2003).

La gastronomía sostenible es sinónimo de identidad, cultura, cuidado del ambiente y beneficios económicos para las comunidades. Es a través de la gastronomía que los pueblos manifiestan su cultura (Navarro, 2014). La gastronomía sostenible surge en Europa desde 1986 como aquella que cuida los recursos esenciales y los ecosistemas para el bienestar de la sociedad en el futuro, generando valor compartido a partir de buenas prácticas en la cadena de suministro², transferido entre los diferentes eslabones que interactúan en la misma (Buitrago y Chitiva, 2017).

² Cadena de suministro: está formada por todos aquellos procesos involucrados de manera directa o indirecta en la acción de satisfacer las necesidades de suministro.



Actualmente, las decisiones tomadas por los consumidores también son vistas como formas de protesta en contra de un estilo de vida y tendencia de consumo capitalista bajo la tendencia de *fast food* y *fast life* (Soper, 2007). De manera que se cuestiona el predominio de los monocultivos, los productos químicos y la producción mundial a gran escala de alimentos estandarizados, ya que potencialmente arruinan el sabor, la salud, el medio ambiente, el sustento de comunidades agrícolas y en general crean desencanto en la experiencia de cocinar y comer (Ritzer, 2011).

1.1.4. Turismo gastronómico

El turismo gastronómico surge como un elemento diferenciador y actualmente está experimentando un crecimiento notable en muchos destinos turísticos, enriqueciendo las experiencias de los turistas y aportando valor. Además, el turismo gastronómico se está convirtiendo en un elemento clave en la competitividad de los distintos destinos turísticos (Cerezo-Medina, 2020).

Según la Organización Mundial de Turismo y Basque Culinary Center (2019) define al turismo gastronómico como:

Un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina (...). (p.8)

Actualmente, el turismo gastronómico ha sobrepasado el marco de la mesa agregando a la oferta todos los sectores de la cadena alimentaria—productores y empresas transformadoras—, las empresas turísticas—restaurantes, alojamientos, etc.—y los sectores de distribución, comercialización e inclusive la educación (OMT y BCC, 2019). También, los viajeros se han vuelto más experimentados y exigentes, debido a que buscan nuevas experiencias. Es así que para satisfacer esta demanda surge el turismo gastronómico, el cual engloba: las tradiciones, las prácticas culturales, la autenticidad y el mantenimiento de las actividades agrícolas locales de



una manera sostenible, convirtiéndose en un factor diferenciador para muchos destinos turísticos. Además, este tipo de experiencia motiva a que el turista esté dispuesto a pagar más dinero en productos de alta calidad (Teege, 2019). Sin embargo, la gastronomía no se refiere únicamente a un conjunto de alimentos o platos tradicionales, sino que es una definición mucho más extensa que abarca costumbres alimentarias, tradiciones, procesos y modos de vida que giran alrededor de la misma (Di Clemente, Hernández y López, 2014). No obstante, para que el atractivo gastronómico realmente tenga una incidencia significativa en el ámbito turístico y que aporte a la comunidad anfitriona se debe poner en valor el trabajo que realizan los agricultores, el esfuerzo, las técnicas empleadas e inclusive sus experiencias (Fusté-Forné, 2016).

Por esta razón, Montecinos menciona que el turismo gastronómico sostenible es multifacético, ya que no solamente se trata de comida y bebida, sino que también se enfoca en los procesos de preparación, contextos culturales y naturales, la inmersión en el ambiente auténtico y la interacción y el aprendizaje entre todos (2016).

El objetivo del turismo gastronómico sostenible es integrar a la ciudad y el campo en una red turística, para crear ofertas gastronómicas diversas y sostenibles (Teege, 2019).

1.1.5. Movimientos gastronómicos sostenibles

Para equilibrar la balanza entre producción y consumo de forma justa para todos, surgen nuevos movimientos que coadyuvan a estas nuevas tendencias, entre ellas: *Slow Food*, los productos de proximidad y Km 0 o cadenas de suministro cortas.

Slow Food y su búsqueda de lo bueno, limpio y justo en cuanto a comida. Lo que comenzó en Italia como una organización precursora agrícola para resistir la apertura de un McDonald's en Roma (Buiatti, 2011), actualmente se ha convertido en un movimiento gastronómico global que atrae a un grupo más amplio de ambientalistas y personas preocupadas por el comercio justo y la justicia social (van Bommel y Spicer, 2015). Es por ello que la filosofía de *Slow Food* se basa en:



Lograr un cambio a largo plazo en las áreas de la biodiversidad, preservando los alimentos amenazados y fortaleciendo las economías locales mediante la asistencia a los pequeños productores y la construcción de cadenas de suministro cortas; la educación del gusto, creando una mejor comprensión y apreciación de la importante conexión entre la salud, la cultura alimentaria local y la agricultura; y finalmente, las comunidades alimentarias, conectando a los productores con los consumidores, creando conciencia que muestre la agricultura sostenible y la producción artesanal de alimentos (Buiatti, 2011).

Mientras que, los circuitos de proximidad son aquéllos donde la producción se destina al consumo local o regional. Además, estos circuitos podrían influir en las economías territoriales, a la vez que brindan protagonismo a los actores locales en la construcción social del proceso del desarrollo (Azevedo da Silva, 2009).

Por otra parte, las cadenas de suministro cortas o km 0 enfatizan el papel de los agricultores en la identificación de las características de los alimentos y eliminan a los intermediarios en sus canales de distribución. Además, existen más oportunidades para que los agricultores creen ventajas adicionales para el producto—autenticidad del producto, la finca donde se produjo y su territorio adyacente—, al tener contacto directo con los consumidores y aumento de los contactos sociales (Stanimirova y Zarev, 2017).

En síntesis estos movimientos gastronómicos mencionados anteriormente intentan encontrar una sostenibilidad entre productores, agricultores, cocineros, restaurantes y consumidores de un territorio para que se tome en consideración el comercio justo de productos agrícolas, cultivados por métodos o técnicas ambientalmente sostenibles que consideran variables, tales como las condiciones climáticas, tipos de productos o variedades y condiciones sociales de los productores, beneficiando no sólo a la industria gastronómica, sino a comensales, actores de la cadena de suministro y al medio ambiente (Buitrago y Chitiva, 2017).



1.1.6. Rutas gastronómicas

Las rutas gastronómicas tienen su origen en Europa y se han ejecutado en todo el mundo, con distinto grado de desarrollo e intensidad (Rey, 2016). Una ruta gastronómica es una modalidad de turismo que permite el descubrimiento organizado de un territorio en torno a un eje relacionado con el patrimonio alimentario³, gastronómico local y regional (Arriola, 2006). También, una ruta gastronómica se puede definir como el conjunto de pueblos o regiones que comparten usos y costumbres gastronómicas, considerando la inclusión de aspectos culturales y simbólicos (Benavides de Rivero, 2002). Asimismo, las rutas gastronómicas son consideradas como productos turísticos que reúnen varios atractivos en un territorio, que fomentan la colaboración entre actores públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas, con la finalidad de recalcar el carácter particular del territorio mediante una estructura que ayuda económicamente a todos los involucrados (Briedenhann y Wickens, 2004).

Los objetivos que persiguen las rutas gastronómicas son: la dinamización de un territorio rural a través de la puesta en valor del producto agrario y de la cocina tradicional como parte del patrimonio cultural de un territorio (Jeambey, 2016).

En Europa meridional, las rutas gastronómicas establecen una interesante herramienta para posicionar los productos gastronómicos y asociarlos a un apelativo de calidad geográfica —denominación de origen— (De la Torre, Morales-Fernández y Pérez, 2012). En algunos países como Francia, las rutas gastronómicas han tenido gran éxito desde los años ochenta. En 1997 se registraron 270 rutas, sin embargo, muchas de ellas carecen de estructura y su administración varía mucho. Actualmente, se han contabilizado 60 rutas de productos alimenticios varios, 60 especializadas en quesos y 130 en vinos y otras bebidas (Barrera, 2006).

³ Patrimonio Alimentario: se considera a todo alimento preparado que contiene importancia simbólica, cultural e identitaria para un país, ciudad o comunidad.



En España (Cataluña) desde el 2003 la gastronomía catalana participa de la organización de *Slow Food* y algunos restaurantes incorporan en sus platos a la carta el logotipo de Km 0, identificando que dichos platos están elaborados con productos locales, comarcales o territoriales de calidad (Club Turismo Gastronómico, 2013). Además, hay que mencionar que Cataluña diseñó 14 rutas para que se diera a conocer la riqueza del patrimonio gastronómico. Estas rutas están basadas en productos agroalimentarios⁴ y en su cocina tradicional (Jeambey, 2016).

En Latinoamérica, los países que mayor desarrollo han tenido con las rutas gastronómicas son:

Argentina, las rutas gastronómicas se encuentran en distintas etapas de desarrollo y cuentan con múltiples formas de enfrentar la calidad, mientras tanto en México, la ruta del vino es la más representativa en Baja California Norte ya que los servicios y atractivos que se ofrecen en la ruta van desde las más pequeñas vitivinícolas familiares hasta los productores a gran escala (Sosa y Araiza, 2012).

Por otra parte, en Ecuador existe una gran variedad de rutas gastronómicas que demuestran la importancia de la gastronomía ecuatoriana y de los alimentos que se producen en el país. La mayoría de las provincias del Ecuador tienen potencial para generar rutas gastronómicas que promuevan el desarrollo turístico y gastronómico del país (Baquero, 2016).

Tal es el caso de la provincia del Azuay, específicamente en Cuenca, que desde noviembre del 2019 impulsó la primera ruta gastronómica denominada Ruta G, iniciativa que tiene como objetivo aportar al desarrollo de la gastronomía local y la dinamización del turismo en el país. La Ruta G, mediante su desarrollo, permite rescatar la identidad tanto gastronómica como cultural de la localidad y a la vez apoyar iniciativas sostenibles para convertir a sus usuarios en verdaderos difusores culturales y gastronómicos. Este proyecto es una iniciativa privada del Instituto San Isidro, la

⁴ Productos agroalimentarios: apreciados por el consumidor como más sanos, nutritivos y de más cualidades organolépticas.



revista InHaus Magazine y la red de emprendedores Aweik. Su objetivo es aportar al desarrollo de la gastronomía y a la dinamización del turismo en Cuenca, mediante la creación de experiencias gastronómicas vivenciales en espacios patrimoniales de Cuenca. La Ruta G realiza un recorrido por mes e involucra en los recorridos a establecimientos gastronómicos como los restaurantes: El Pedregal Azteca, Dos Suces, La Caleta, Masión Alcázar, Akelarre, El Mercado, El Jardín, entre otros; la cafetería Café del Museo y la vinoteca Winery. Además, la Ruta G complementa su recorrido culinario con la visita a diferentes lugares patrimoniales e históricos de la ciudad de Cuenca, así como a emprendimientos agroecológicos, como la asociación de Productores Agropecuarios del Yanuncay (APAY).

APAY es una asociación constituida jurídicamente hace 11 años, adscrita al Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), en la cual trabajan 19 familias rurales de la parroquia de San Joaquín dedicadas a fomentar la agricultura agroecológica a través de la venta de verduras, hortalizas y pollos, esta asociación se caracteriza por vender productos de calidad que rompen la cadena de valor con los intermediarios (Albarracín, comunicación personal, 30 de noviembre de 2021).

La asociación expende los productos agroecológicos de lunes a domingos en diferentes puntos de ventas ubicados dentro de la ciudad de Cuenca como: El restaurante Dos Suces, Puertas del Sol, el Tejar y en las carpas de la Prefectura del Azuay, Además expenden sus productos a restaurantes como el Restaurante Dos Suces y a clientes en general (Montaleza, comunicación personal, 8 de septiembre de 2021).

Es así, que con esta iniciativa privada Ruta G se pretende dinamizar el turismo en Cuenca, a través de fusionar la cultura gastronómica, agroecológica y el patrimonio de la ciudad. Su público objetivo son los adultos mayores de nivel económico medio-alto, cuencanos, guayaquileños y *expats*, con un costo aproximado de \$50 por cada persona (Plataforma de Turismo para la Educación Basada en Investigación, Innovación y Transferencia [PREIT-tour], 2020).



1.1.7. Turismo sostenible

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (...)” (OMT, 2017).

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes del mundo y al igual que en los otros sectores económicos la incorporación de parámetros sostenibles es indispensable (Cañizares, 2013). Dichos parámetros deben ser orientados a la conservación ambiental, social y económica de los destinos (Serrano y Cazares, 2019).

En los años sesenta se evidenció la necesidad de impulsar acciones para revertir los daños causados al medio ambiente, siendo este el inicio de una cadena de reuniones y largos debates sobre desarrollo y ambiente. Una década después— 1972—, en Estocolmo se reúne la Conferencia sobre el Medio Ambiente y Desarrollo en donde se revisó el concepto de desarrollo en sus múltiples dimensiones, pero centrándose en el análisis del bienestar económico que se dio en los años anteriores (Cardoso, 2006). Posteriormente, en 1987 el informe de Brundtland, es publicado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, en el cual se define al desarrollo sostenible como: el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras (Cañizares, 2013). Luego, en 1992 en la Cumbre de la Tierra celebrada en Río de Janeiro se desarrolló la Agenda 21 para la industria de viajes y turismo, la misma que contribuye a reforzar el concepto de turismo bajo los parámetros de sostenibilidad (Cardoso, 2006).

Otro hito importante se dio en 1995 cuando se adoptó la Carta de Turismo Sostenible en la primera Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, realizada en la isla de Lanzarote, España. En esta conferencia nace el término y la concepción de Turismo Sostenible en donde se establecieron pautas para que la industria turística



integre la sostenibilidad en los destinos y las operaciones turísticas (World Summit on Sustainable Tourism, 2015).

“El turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2017).

Finalmente, para que una ruta gastronómica contribuya a generar un desarrollo turístico sostenible, se deben promover acciones que eliminen las prácticas agrícolas industriales en donde la mayor parte de los ingresos de la actividad agrícola la perciben los intermediarios y por ende las grandes cadenas de distribución de alimentos. Aquello evidencia que el arduo trabajo del agricultor es poco valorado y que la remuneración no es proporcional al esfuerzo empleado. Lo que precede, puede transgredir las dimensiones del desarrollo sostenible como aspiración de un destino turístico, por lo que es imprescindible buscar alternativas viables. Es así, que la agricultura ecológica puede ser el punto de inflexión en el modelo agrícola imperante. Asimismo, la agricultura ecológica está vinculada a movimientos como *Slow Food*, productos de proximidad, cadenas de suministro cortas o km 0, los cuales podrían contribuir a un proceso de desintermediación en la cadena de suministro de alimentos, dándole así al productor un mayor poder de negociación.

Por otra parte, la sostenibilidad en la actualidad aspira a ser ambientalmente responsable, económicamente viable y socialmente equitativa (Reyes, 2002). Por tal motivo muchas industrias buscan nuevas alternativas que les permitan alcanzar la sostenibilidad. Un ejemplo de ello, es el turismo que durante los últimos años ha optado por cambiar su categoría de masificado a especializado, considerándose nuevas motivaciones de la demanda turística. En este sentido, la gastronomía es una de esas nuevas motivaciones, ya que a través de ella el turista crea experiencias enriquecedoras en su viaje, propiciando su conexión con el territorio convirtiendo al turismo gastronómico en un sector dinámico y de gran importancia en la industria turística, al igual que las rutas gastronómicas.



Por tal motivo, el turismo gastronómico debe incluir criterios de sostenibilidad en su estrategia de desarrollo gastronómico como respuesta a los cambios socioculturales, ambientales y económicos por los que atraviesa el mundo actualmente. Una estrategia sería vincular a los actores de la cadena gastronómica—actores agroecológicos, restaurantes, emprendimientos, instituciones públicas y privadas—con la finalidad de distribuir equitativamente las obligaciones y beneficios (García, 2018).

Metodología

El mapeo de actores o sociograma es un instrumento que permite establecer a los actores y grupos sociales presentes en el territorio y delinear las conexiones existentes entre los actores (CIMAS), 2019). También, permite evaluar la posición que los actores toman con respecto a determinado tema, así como el nivel de apoyo u oposición (Mayers, 2005).

Para esta investigación, el realizar un mapeo de actores es fundamental para entender la relación que existe entre los actores de la Ruta G con los diferentes actores sociales que intervienen en el territorio de estudio. Para ello, se partió de la recolección de datos fundamentales que fueron obtenidos del resumen de los pilotos del proyecto *Fostering a platform for research-based education to support sustainable development through Tourism in the Cajas Massif Biosphere Area (CMBA)* en el año 2019, el cual proporcionó una primera idea de quienes son los actores que tienen relación con la oferta turística-gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Además, en una salida técnica en uno de los territorios de estudio San Joaquín se determinó a uno de los actores claves de la Ruta G, APAY.

También, en una reunión realizada a través de la plataforma Zoom el día 19 de abril de 2021 a las 17h00, se dialogó con Vanessa Peña, una de las fundadoras de la Ruta G y Felipe Cardoso encargado del diseño y la guianza de la Ruta G acerca de los actores claves que participaron en la Ruta G, dando como resultado los




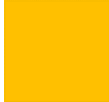

antecedentes y los actores que se vincularon desde un inicio a la Ruta G, ya sea de manera directa o indirecta.

Una vez recopilados estos datos de base, mediante la metodología sugerida por CIMAS en su Manual de Metodologías Participativas, se siguieron los pasos para determinar el mapeo de actores.

El primer paso consistió en realizar un esquema básico, en el cual se plasma mediante figuras geométricas la jerarquía de los actores involucrados: el triángulo hace alusión a las imágenes de poder—entes con gran poder de influencia—, el rectángulo representa el tejido asociativo—actores sociales organizados y locales—y finalmente el círculo simboliza la base social—actores sociales no organizados—. Todo esto se detalla en la (figura 1).

Tabla 1

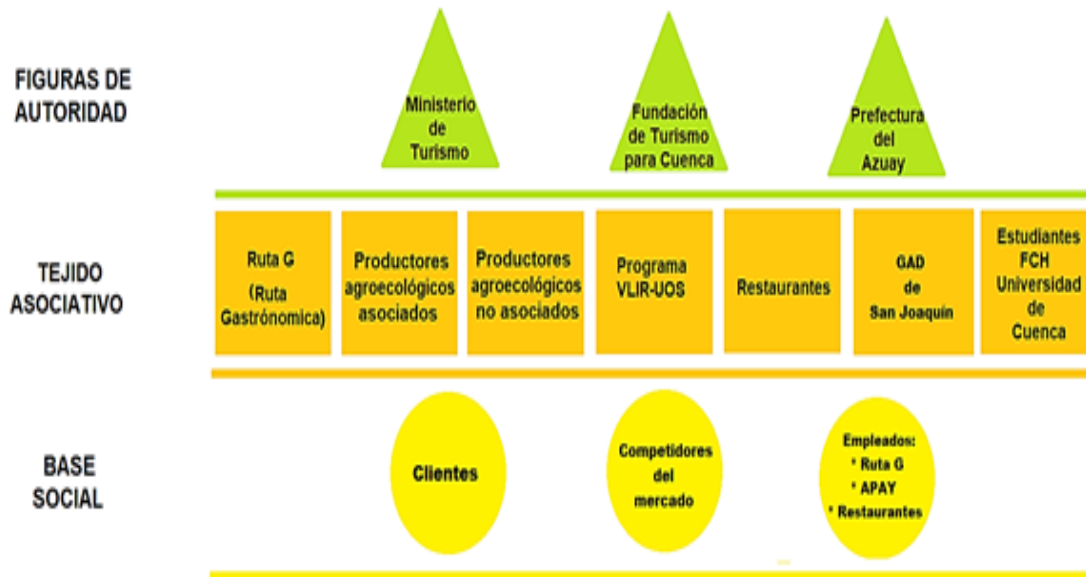
Simbología de la jerarquía de los actores involucrados

Nombre	Símbolo
Imágenes de poder	
Tejido asociativo	
Base social	

Nota. Elaboración propia

Figura 1

Esquema básico para establecer un mapeo de actores (sociograma)



Nota. Elaboración propia

Una vez organizada la jerarquía de los actores que participaron de la Ruta G ya sea de manera directa e indirecta, la metodología empleada sugiere como segundo paso una leyenda que considera 3 variables que son: relación, tipo de relación entre actores del territorio y la simbología, que se detallan en la tabla 2.



Tabla 2

Leyenda utilizada para el mapeo de actores

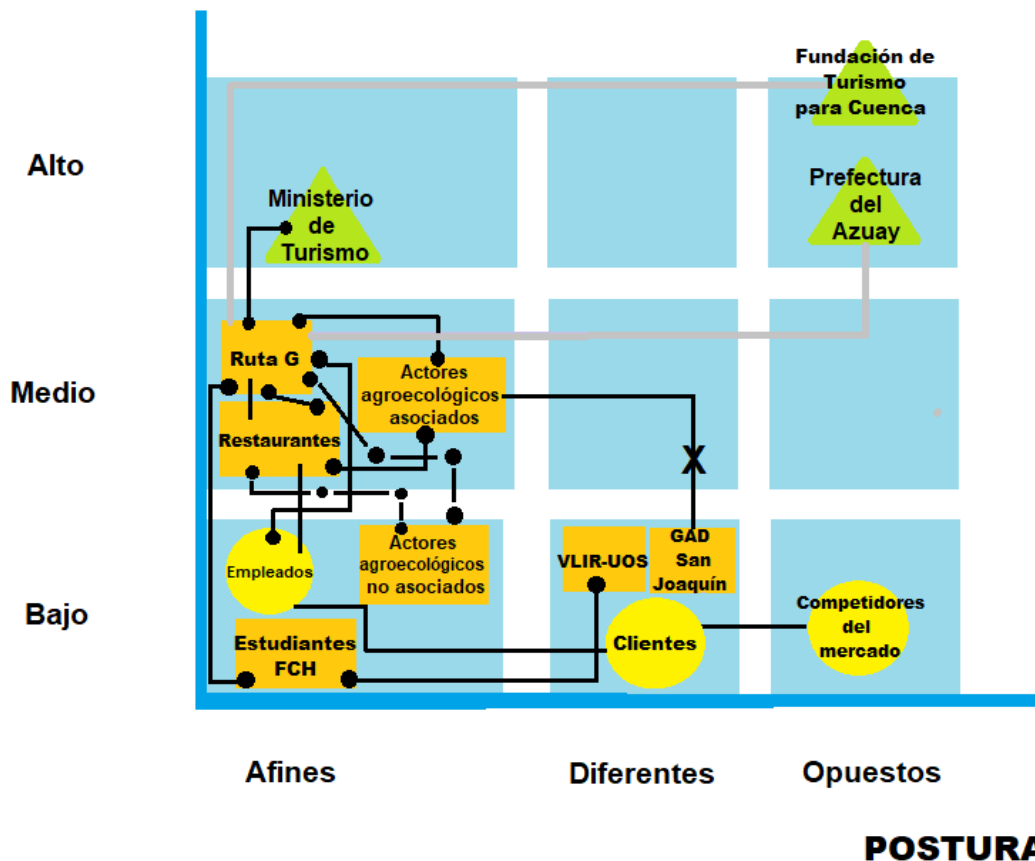
Relación	Tipo de relación	Simbología
Relaciones fuertes	De dependencia	
	De colaboración	
	De aislamiento	
Relaciones débiles	De desinterés	
	Puntuales	
Relaciones de conflictos	Conflicto	

Nota. El mapeo de este proyecto no se considera la relación de conflicto debido a que en la zona no se da esta situación.

El tercer paso establecido por el Manual de Metodologías Participativas es generar el mapeo de actores tomando en consideración la simbología empleada en los dos pasos anteriores. Esto con la finalidad de definir gráficamente (figura 2) qué actores de los identificados tienen mayor afinidad al proceso y también qué actores externos e internos tienen influencia en el caso de estudio. Además, se determinan las posiciones tanto a favor como en contra para desarrollar u oponerse a la iniciativa de la Ruta G.

Figura 2

Mapa de relaciones de actores claves

PODER DE DECISIÓN

Nota: Es claro notar que la Fundación de Turismo para Cuenca, así como la Prefectura del Azuay mantienen una relación de oposición, cuando su objetivo empresarial es apoyar directamente en iniciativas de proyectos que se vinculen con sus competencias. Elaboración propia.

1.3. Mapeo de actores**1.3.1. Análisis del mapeo de actores**

Con base a la (figura 2) mapeo de actores, se puede inferir que el Ministerio de Turismo, la Prefectura del Azuay y la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca tienen un poder de decisión alto en lo referente a proyectos turísticos, asimismo, en lo que respecta a las posturas que tiene cada institución pública, el Ministerio de Turismo tiene una postura afín, mientras que la Prefectura del Azuay y la Fundación



Municipal de Turismo para Cuenca tienen una postura opuesta. Entonces, que estas tres instituciones tengan un poder de decisión alto significa que pueden influir de manera positiva o negativa en un proyecto; es decir, pueden impulsar el proyecto a través de sus competencias, por ejemplo con promoción turística, sin embargo, la Prefectura del Azuay y la Fundación de Turismo para Cuenca aunque tiene competencias similares a las del Ministerio, no existió ningún acercamiento que impulse a este proyecto gastronómico, es por eso que la Ruta G no alcanzó la difusión esperada en Cuenca. En cuanto a la relación que existe entre cada una de las instituciones antes nombradas con respecto a la Ruta G, se puede mencionar que el Ministerio es la única entidad que mantiene una relación de colaboración ya que generó marketing a través de sus plataformas virtuales, mientras que la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca y la Prefectura del Azuay tienen una relación de desinterés ya que no hubo ningún tipo de asociación con la Ruta G.

Con un poder de decisión medio y una postura afín están los restaurantes que mantienen una relación de dependencia y colaboración con la Ruta G, ya que son la esencia del proyecto, mientras que los actores agroecológicos asociados—APAY, AgroAzuay—tienen una relación de dependencia con la Ruta G ya que son los que abastecen a algunos de los restaurantes—Dos Suces, El Mercado, La Chichería—que participaron en la Ruta G con productos agroecológicos que son usados para la elaboración de sus platillos. Además, APAY ofrece una alternativa de turismo vivencial para los clientes de la Ruta G.

Por último, con un poder de decisión bajo están los actores agroecológicos no asociados—grupo agroecológico Saucay, productores ecológicos de la parroquia Octavio Cordero—, estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad (FCH) y empleados con una postura afín; además el Proyecto VLIR, GAD San de Joaquín y los clientes con una postura diferente; también están los competidores del mercado con una postura opuesta.

Con respecto al tipo de relación que mantienen los actores agroecológicos no asociados con la Ruta G y los restaurantes es de aislamiento por falta de conocimiento de la existencia de dichos actores agroecológicos. Asimismo, los estudiantes de la FCH tienen una relación de colaboración con el proyecto VLIR-UOS y la Ruta G



debido a que desde la academia se busca generar información que contribuya y respalde a proyectos turísticos que potencialmente pueden ser sostenibles, mientras que los empleados solo tienen una relación de colaboración con la Ruta G. En cuanto al GAD de San Joaquín mantiene una relación de conflicto con uno de los actores agroecológicos asociados, APAY, ya que existen problemas de índole administrativo por el espacio físico en donde se expenden los productos agroecológicos de APAY. Finalmente, la Ruta G, los restaurantes, los empleados, los clientes y los competidores del mercado tiene una relación de dependencia entre sí porque cada uno de ellos es un eslabón que forma parte de la cadena que posibilita que la Ruta G pueda efectuar sus operaciones de manera correcta con miras a que la Ruta G pueda consolidarse en el mercado turístico en un mediano plazo.

Una vez identificadas cuáles fueron las posturas, el poder de decisión y las relaciones de los actores que participan en el tema de estudio, es imperante conocer cuáles fueron los vínculos y roles entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca, caso Ruta G.

1.3.2. Parroquias rurales de Cuenca vinculadas y no vinculadas con temas agroecológicos

Cuenca cuenta con 21 parroquias rurales de las cuales se pudo identificar que solamente 3 parroquias están vinculadas en proyectos enfocados a temas agroecológicos, estas son: Octavio Cordero Palacios, San Joaquín y Chiquintad—mencionadas en el mapeo de actores—, mientras que las demás parroquias se desconocen si están vinculadas o no a proyectos agroecológicos sostenibles ya que se intentó contactarlas, pero por temas burocráticos fue imposible obtener información para el tema de estudio.

Cabe destacar que la mayoría de parroquias se dedican a la agricultura tradicional, la cual no está basada en prácticas agrícolas ecológicas es por eso que se debería impulsar iniciativas que vinculen a todas las parroquias para generar iniciativas turísticas sostenibles que vinculen a la agroecología y la gastronomía.

**Tabla 3***Base de datos de Gobiernos Parroquiales del Azuay periodo 2019-2022*

CANTÓN	GOBIERNO PARROQUIAL	NOMBRE DEL PRESIDENTE
Cuenca	Baños	Eco. Luis Guamán
	Cumbe	Abg. Fausto Maxi
	Chaucha	Sr. Luis Vega
	Checa	Prof. Jorge Torres
	Chiquintad	Abg. Manuel Quito
	El Valle	Sr. Fabián Carrión
	Llacao	Sr. Wilson Culcay
	Molleturo	Sr. Carlos Morales
	Nulti	Arq. Damián Padilla
	Octavio Cordero Palacios	Sr. Ángel Puma
	Paccha	Ing. Carlos García
	Quingeo	Lcdo. Darwin Chillogalli
	Ricaurte	Ab. Deyvis Ávila
	San Joaquín	Sr. Pedro Padilla
	Santa Ana	Sr. Marco Matute
	Sayausí	Lcdo. Martín Lucero
	Sidcay	Lcdo. Walter Ordoñez
	Sinincay	Sr. José Atancuri
Tarqui	Sr. Galo Zhaqui Pérez	
Turi	Ing. Paúl Pañi Sasaguay	
Victoria del Portete	Dr. Rómulo Guzmán	

Nota. Esta base de datos fue tomada de la Prefectura del Azuay.



CAPÍTULO II

Vínculos públicos y privados entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

En este capítulo se determinan los vínculos⁵ públicos y privados entre la producción agroecológica—productores agroecológicos asociados y no asociados a la Ruta G—y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca con el fin de que los proyectos ejecutados por los actores públicos y privados tengan un mayor impacto económico, social y ambiental en la ciudad; aspectos que constituyen el triángulo básico de la sostenibilidad⁶. Para esto se realizan entrevistas semiestructuradas a actores públicos y privados de las cuales se obtuvieron nueve redes semánticas, en donde se ejemplifica el análisis hermenéutico de este capítulo. Cada red semántica abarca códigos y grupos de códigos clasificados por temas con la finalidad de facilitar la comprensión del lector. Además, cada grupo de códigos está definido por colores y el color naranja representa al número de mayor frecuencia que tuvieron los actores durante las entrevistas.

2.1. Iniciativas del sector público y privado

Las iniciativas son propuestas que impulsan a una entidad o persona a llevar a cabo una acción específica con la finalidad de promover beneficios colectivos o individuales en diferentes sectores productivos de un país. Tal es el caso del sector turístico que necesita ampliar el número de iniciativas públicas y privadas para fortalecer la oferta turística. Para ello es necesario conocer cuáles son las competencias del sector público y privado, establecer las ventajas y desventajas de participar en un proyecto público-privado y determinar la participación del sector público, privado y mixto en proyectos gastronómicos, agroecológicos.

⁵ Vínculo: relación que existe o debe existir.

⁶ Triángulo básico de la sostenibilidad: económico, social y medio ambiental.



2.1.1 Competencias del sector público y privado

Las competencias son acciones que son ejecutadas por el sector público o privado en áreas que les conciernen. En este caso es importante conocer las competencias que tienen las instituciones públicas y privadas del sector turístico que fueron parte de la Ruta G con la finalidad de determinar su campo de acción al momento de ejecutar un proyecto.

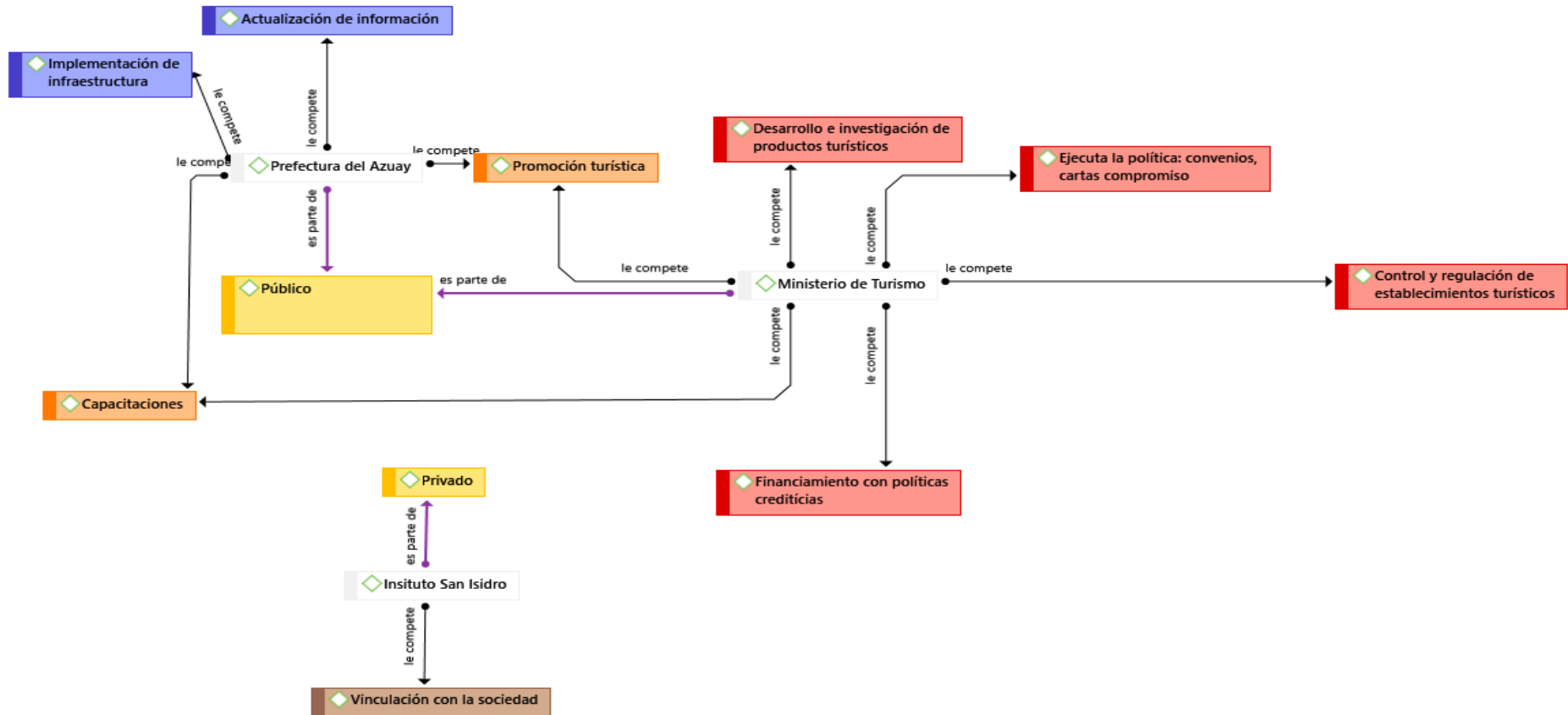
Entonces, se determinaron las competencias de 3 instituciones: dos públicas, el Ministerio de Turismo y la Prefectura del Azuay—que no participó en la operatividad de la Ruta G—y una privada, el Instituto Superior San Isidro.

De acuerdo a la red semántica (figura 3) se determinó que las instituciones públicas tienen un campo de competencia más amplio que las privadas, ya que son las encargadas de ejecutar: promoción turística, desarrollo e investigación de productos turísticos, controlar y regular los establecimientos turísticos, ejecutar la política a través de convenios, cartas compromiso y acuerdos, financiar con políticas crediticias, implementación de infraestructura y actualización de información turística, mientras que la privada da mayor prioridad a la vinculación con la sociedad. Lo que significa que el sector público tiene mayor capacidad para generar o apoyar proyectos de índole pública y privada debido a las múltiples competencias que posee.



Figura 3

Competencias del sector público y privado del sector turístico que fueron partícipes de la Ruta G



Nota. En esta red semántica el código que mayor frecuencia tuvo es el de promoción turística que es ejecutado por el sector público.



2.1.2. Ventajas y desventajas de vincularse a proyectos públicos y privados

En muchas de las ocasiones para que los proyectos públicos y privados puedan ser efectuados es necesario crear alianzas estratégicas que contribuyan al correcto desarrollo de los proyectos, sin embargo, existe la posibilidad que dichas alianzas no sean positivas.

En este punto se señalan las ventajas que presentan los proyectos cuando se vincula el sector público y privado, así como sus desventajas, en la forma más concisa posible, ejemplificada en la red semántica (figura 4).

Las ventajas detectadas a partir de las entrevistas realizadas a los actores públicos son: la articulación con diversos actores genera resultados más efectivos y el acceso a varios beneficios: capacitación y promoción. Mientras que el sector privado menciona que al trabajar conjuntamente con el sector público existe: apoyo financiero, apoyo con indumentaria —plantas y gavetas que se facilitan a los actores agroecológicos—y al igual que el sector público manifiesta que la articulación con diversos actores genera resultados más efectivos. Por otro lado, el sector privado alegó que trabajar entre actores privados también es una ventaja ya que genera autonomía porque los proyectos se ejecutan con mayor rapidez.

El sector público definió que: el individualismo político, la limitación de presupuesto, la limitación del personal y la burocracia son desventajas que existen en proyectos de carácter público y privado. Sin embargo, un actor público considera que no hay desventajas. En cambio, el sector privado—actores agroecológicos—menciona como desventajas: la participación de talleres impuestos por el sector público porque demandan mucho tiempo del beneficiario y del mismo modo que el sector público menciona que la burocracia es una limitante.

Como se puede apreciar en la (figura 4) las ventajas y desventajas están relacionadas la una a la otra de una manera complementaria, sin embargo, existe una relación de contradicción entre el código de la burocracia y la autonomía debido a que la burocracia en los procesos del sector público para integrarse a un proyecto son muy lentos ya que requieren de muchos documentos que respalden el proyecto, por lo cual los actores mencionan que muchas veces es más factible trabajar entre actores

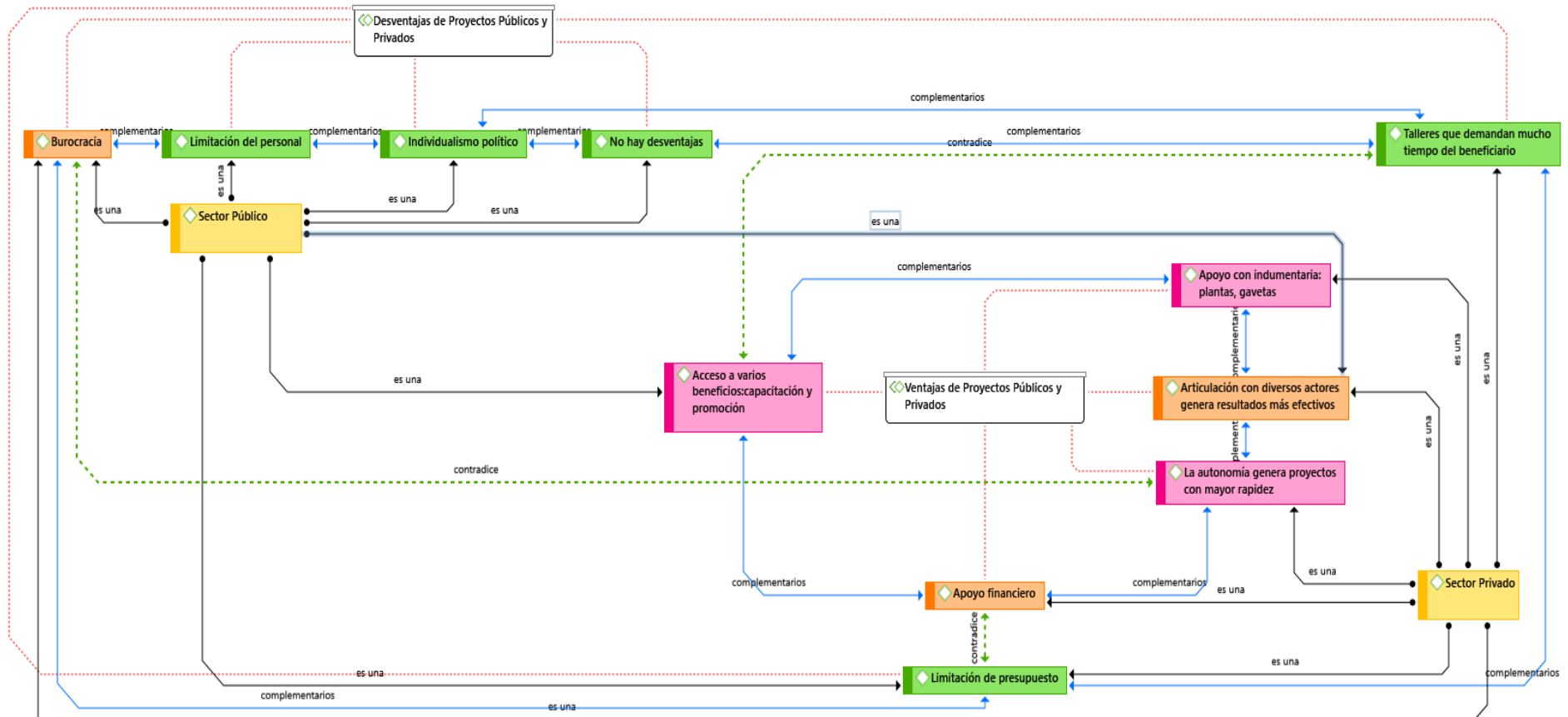


privados porque les brindan autonomía para ejecutar proyectos con mayor facilidad y rapidez. Asimismo, otra de las contradicciones que se detectó en los códigos fue el acceso a varios beneficios tales como las capacitaciones y la promoción con el código de talleres que demandan mucho tiempo del beneficiario, en vista de que el beneficiario considera que las horas de capacitaciones impuestas por el sector público demandan mucho tiempo que repercute en sus actividades productivas, lo cual genera una pérdida económica significativa. Por último, el código del apoyo financiero se contradice con el código de limitación del presupuesto, por lo que el sector público apoya a ciertos proyectos, pero hasta un cierto monto de dinero, es por esto que muchas de las veces el sector privado se restringe a participar en proyectos con el sector público.



Figura 4

Ventajas y desventajas de vincularse a proyectos públicos y privados



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia tuvieron son: articulación con diversos actores genera resultados más efectivos y el apoyo financiero y la burocracia.



2.1.3. Participación del sector público, privado y mixto en proyectos gastronómicos, agroecológicos

En la (figura 5) se puede denotar que la red semántica consta de seis grandes grupos de códigos que son: participación gastronómica pública, privada y mixta asimismo una participación agroecológica pública, privada y mixta. En la participación de un proyecto gastronómico privado está El Instituto Superior San Isidro asociado con el grupo Juan Eljuri para brindar capacitaciones a un grupo de meseros y saloneros. En lo referente a la participación pública, el GAD Octavio Cordero apoya a un grupo de jóvenes en capacitaciones gastronómicas dictadas en la parroquia. Con respecto a la participación mixta está el Ministerio de Turismo apoyando a una aplicación denominada Pídenos y a la Ruta G que son de carácter privado. Asimismo, el Ministerio creó un proyecto denominado Sabores y Saberes del Ecuador.

En cambio, en la participación de un proyecto agroecológico privado está el restaurante Dos Suces el cual tiene un convenio con APAY para comprarle sus productos agroecológicos, además, le apoya en la venta de sus productos que son expuestos en el patio del restaurante mediante un mercado itinerante que se da cada día martes. En lo que respecta a los proyectos agroecológicos públicos encontramos a la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca conjuntamente con la Prefectura del Azuay que asesoran y capacitan al proyecto de producción agroecológica para la parroquia Octavio Cordero Palacios, otro proyecto agroecológico público es AgroAzuay que es parte de la Prefectura del Azuay. En cuanto a la participación agroecológica mixta está el Ministerio de Turismo que crea la Guía vuelve al campo que beneficia a proyectos privados, igualmente el GAD de San Joaquín apoya al proyecto APAY en la construcción de lavadores que facilitan la limpieza de sus productos agroecológicos, mientras que la ONG ARCA colaboró en la construcción de invernaderos para el proyecto privado Saucay, también está el restaurante “La Chichería” el cual es parte del proyecto Pukushka. Finalmente, el MAGAP—Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca—apoya con capacitaciones



agroecológicas para el proyecto Saucay y conjuntamente con el Instituto Nacional de Patrimonio apoya al proyecto de investigación ISILAB del Instituto Superior San Isidro.



Figura 5

Participación en proyectos gastronómicos, agroecológicos del sector público, privado y mixto



Nota. En esta red el código que mayor frecuencia tuvo fue el de capacitaciones gastronómicas para meseros y saloneros ejecutada por el sector privado.



2.2. Percepción de los actores turísticos sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo

Para este subtema se desarrolla la percepción que tienen los actores turísticos sobre la agroecología y la gastronomía, además de conocer cuál es el impacto de usar productos agroecológicos en los restaurantes de la ciudad de Cuenca.

2.2.1. Percepción de los actores turísticos sobre la agroecología

De acuerdo a los resultados del análisis obtenido a través de las entrevistas llevadas a cabo a los actores turísticos, se pudo inferir que la agroecología responde a un nuevo tipo de demanda turística ya que en los últimos años los turistas optan cada vez más por experiencias ligadas a lo ecológico, a lo rural y a lo vivencial. Es por esto que en la red semántica (figura 6) se puede distinguir que es indispensable la creación de nuevos productos a partir de alimentos agroecológicos para garantizar productos sanos y a la vez conservar el medio ambiente. Todo lo anteriormente mencionado genera una economía circular que contribuye al beneficio tanto de la cadena turística como para la cadena productiva de la agroecología. Además, a raíz de la pandemia del COVID-19 el turismo sostenible se mira como una oportunidad para implementar una estructura sostenible en el sector turístico, ya que el turismo sostenible ha vivido un apogeo en los últimos años. Por ello la industria turística ya respondió a esta demanda y lo seguirá haciendo (Schlagwein, 2021).

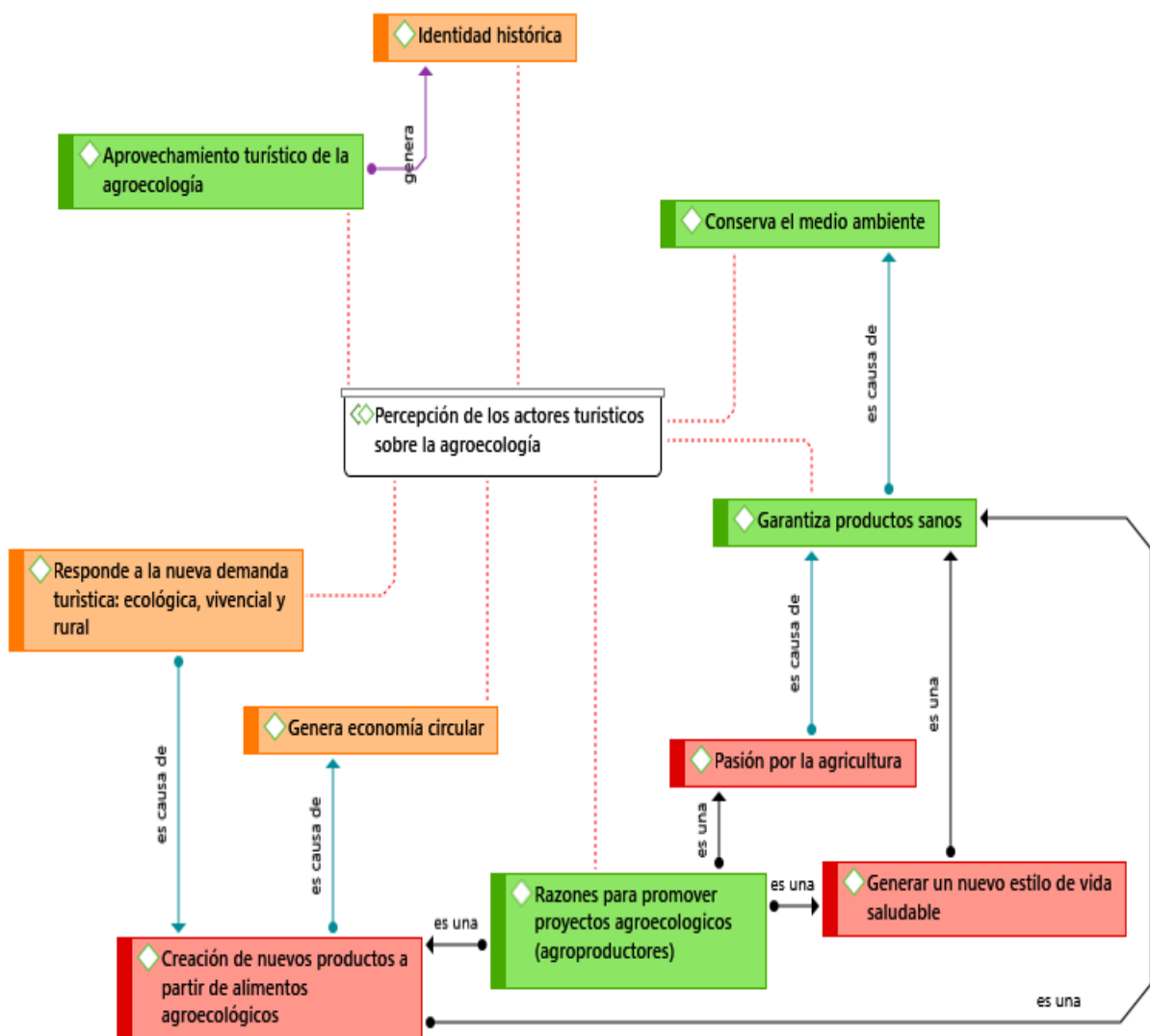
También es importante el aprovechamiento turístico a través de la agroecología porque se genera identidad histórica ya que:

“Con la agroecología se puede acceder al conocimiento ancestral de nuestros campesinos, ellos cultivan basándose (...) en la cosmovisión andina del respeto a la naturaleza, al respeto al medio ambiente, a la Pachamama, a la madre tierra. (...) son riquísimos y aportan mucho al turismo porque el turista accede a este tipo de información de forma directa y vivencial” (Cardoso, comunicación personal, 17 de septiembre de 2021).

Por otro lado, los productores agroecológicos mencionaron que existen tres principales razones para promover proyectos agroecológicos, primero tener pasión por la agricultura es decir que deben estar inmersos en el tema de estudio, segundo intentar generar un nuevo estilo de vida saludable mediante productos agroecológicos y tercero crear nuevos productos a partir de alimentos agroecológicos.

Figura 6

Percepción de los actores turísticos sobre la agroecología



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia tuvieron son: identidad histórica, genera una economía circular y responde a la nueva demanda turística: ecológica, vivencial y rural.



2.2.2. Percepción de los actores turísticos sobre la gastronomía

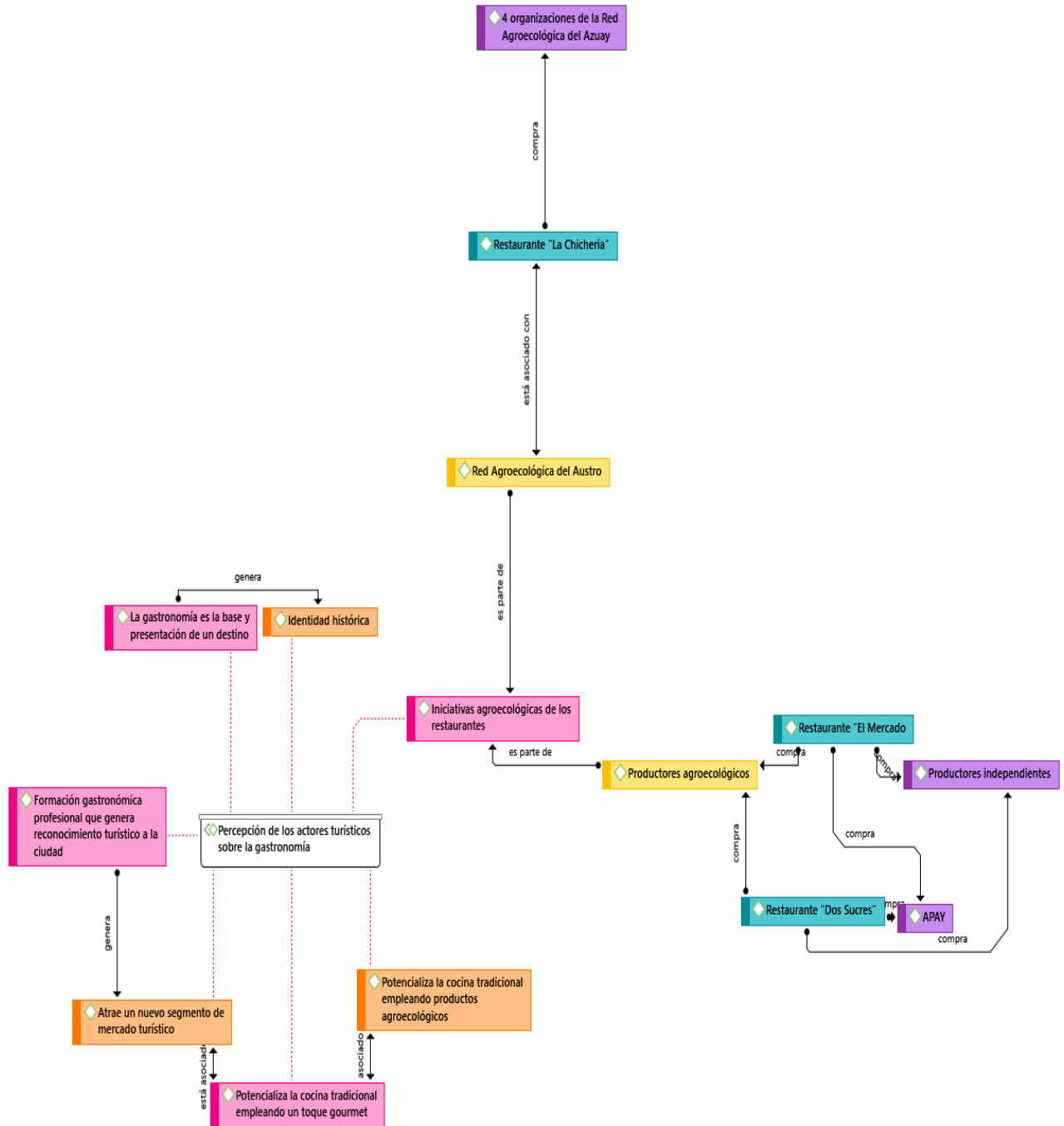
En la red semántica (figura 7) se denota que la gastronomía es la base y presentación de un destino ya que genera una identidad histórica. Además, es importante tener una formación gastronómica profesional que genere reconocimiento turístico a la ciudad con el objetivo de atraer un nuevo segmento de mercado turístico lo cual potencializa a la cocina tradicional para que incluyan en sus platillos productos agroecológicos y que también tengan un toque gourmet.

En cuanto a las iniciativas agroecológicas por parte de los restaurantes: los restaurantes El Mercado y Dos Sucesos compran sus productos agroecológicos a productores independientes y APAY, mientras que el restaurante La Chichería está asociado con la Red Agroecológica del Austro para que ellos les abastezcan de productos agroecológicos.



Figura 7

Percepción de los actores turísticos sobre la gastronomía



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia tuvieron son: identidad histórica, atrae un nuevo segmento de mercado turístico y potencializa la cocina tradicional empleando productos agroecológicos.



2.2.3. El impacto de usar productos agroecológicos en los restaurantes de la ciudad de Cuenca.

En la (figura 8) se denota el impacto de usar productos agroecológicos en los restaurantes de Cuenca según los actores públicos mencionan que se podría generar un posicionamiento agroecológico en el destino, una mayor demanda turística, incentiva que se creen campañas de concienciación para consumir productos agroecológicos, impacta positivamente a la salud del consumidor, incrementa los ingresos de los productores y dinamiza la economía local. Mientras que los actores privados manifiestan que habrá encarecimiento en los platillos. En cuanto a los productores manifiestan que incentiva la producción agroecológica, además, coinciden con los actores privados en que existirá un encarecimiento en sus platillos y también concuerdan con los actores públicos en que se dará un impacto positivo en la salud del consumidor. Los restaurantes consideran que el usar productos agroecológicos en los restaurantes evita la monopolización del sector agrario y a la vez concuerda con el actor público en que dinamiza la economía local. Por último, lo que más destaca en esta red semántica es la relación de contradicción entre el posicionamiento agroecológico para el destino—mencionado por actores públicos—con el encarecimiento de los platillos—mencionado por actores privados—porque se comentó que:

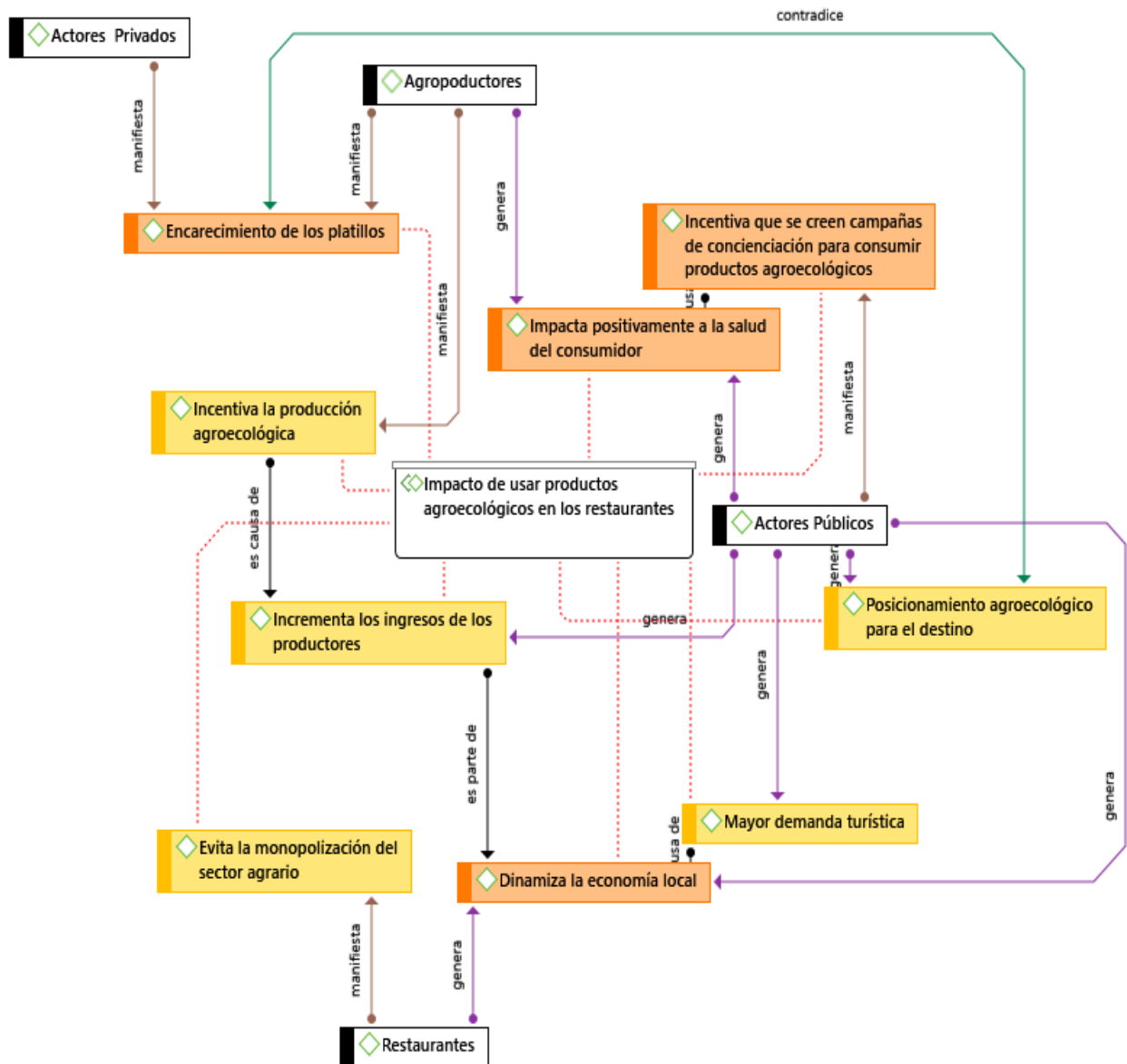
(...) los costos de producción entre un producto agroecológico y un producto orgánico son un poco más alto, entonces, yo como dueña de un restaurante si se me está saliendo el presupuesto de las manos y el plato se me está alzando (...) el precio y la gente no va a querer adquirir, tengo menos clientela (...) sobre todo en ese sentido creo que es un dilema muy grande, poniéndome yo como productora y yo como dueña de un restaurante (Viñansaca, comunicación personal, 30 de septiembre de 2021).

También, Mora mencionó que “el producto agroecológico tiene un costo superior al producto que se deriva de la agricultura tradicional y como usted sabe no todo el mundo está dispuesto a pagar esa diferencia” (comunicación personal, 12 de agosto de 2021).

Por lo que al usar productos agroecológicos generará un impacto positivo para la ciudad, sin embargo, hay que desarrollar estrategias aptas para no encarecer los platos de los establecimientos gastronómicos.

Figura 8

Impacto de usar productos agroecológicos en los restaurantes de Cuenca



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia tuvieron son: Dinamiza la economía local, impacta positivamente a la salud del consumidor e incentiva que se creen campañas de concienciación para consumir productos agroecológicos y encarecimiento de los platos.



2.3. Asociatividad y co-creación del turismo como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca

El desarrollo sostenible en la actividad turística busca satisfacer las necesidades de los residentes y los turistas localizados en el destino, conservando los recursos y el medio natural con la finalidad de que las generaciones futuras puedan disfrutarlos. Por ello, el turismo debe plantear un desarrollo que practique la sostenibilidad y promueva el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales a través de su potencial cultural, patrimonial y natural, así como mejorar la conservación de los recursos naturales, culturales y patrimoniales; ha sido crucial (Orgaz 2013).

Entonces, una forma de promover el desarrollo sostenible es a través de la asociatividad y la co-creación ya que buscan objetivos en común, es por esa razón que en este subtema se va a analizar las opiniones de los actores vinculados a la Ruta G con respecto a la asociatividad y la co-creación entre gastronomía y agroecología, también, los actores mencionaron algunas ideas que podrían ser implementadas para desarrollar un modelo de turismo sostenible mediante la oferta gastronómica y la oferta agroecológica de Cuenca

Por último, surgió la necesidad de conocer el número de turistas que habían visitado a los productores agroecológicos antes de la pandemia y el número de turistas que visitan actualmente las asociaciones agroecológicas para determinar a breves rasgos el impacto que tuvo la COVID-19 en las actividades de los productores agroecológicos.

2.3.1. Asociatividad y co-creación entre gastronomía y agroecología como una alternativa turística sostenible

En la actualidad es imprescindible crear lazos entre diferentes disciplinas como la asociatividad o la co-creación, siendo asociatividad la unión de individuos, comunidades, empresas, que buscan alternativas nuevas de desarrollo mediante investigaciones, proyectos académicos, empresariales (Bravo, 2018), mientras que la



co-creación es un proceso que se sustenta en enfoques de investigación participativa para analizar y buscar soluciones, así como avanzar hacia procesos de transformación en la conducta de los actores para facilitar a generar nuevas miradas y conjuntas sobre los problemas existentes (Zurbriggen y González, 2020).

Por lo tanto (figura 9) según el criterio de los actores públicos es factible generar vinculaciones entre la oferta gastronómica y agroecológica a través de la asociatividad y la co-creación ya que los actores consideran que esto permite el rescate del patrimonio alimentario, genera nuevas modalidades de turismo: rural, vivencial, agroecológico y gastronómico, permite replicar modelos existentes de alternativas sostenibles y exige el respeto a la soberanía alimentaria y al medio ambiente. Asimismo, los actores privados expresan que también es factible la asociatividad y la co-creación entre la gastronomía y la agroecología porque genera redes colaborativas eliminando el individualismo y al igual que los actores públicos concuerdan que genera nuevas modalidades de turismo: rural, vivencial, agroecológico y gastronómico y al respeto a la soberanía alimentaria y al medio ambiente. También, los productores dicen que es factible porque se genera una oferta innovadora, atractiva y saludable, contribuye a que los pequeños productores sean capaces de hacer frente a los intermediarios, impulsa la importancia de la agroecología para la gastronomía y el turismo a través del marketing y consideran que cada restaurante debe tener su propia huerta. Además, los propietarios de los restaurantes divisan que una asociatividad o co-creación es factible si se modifican las políticas públicas para que faciliten certificaciones en el sector rural y a la vez coinciden con los productores en que se debe generar una oferta innovadora, atractiva y saludable.

Por otra parte, se puede verificar en la red semántica (figura 9) que los actores públicos consideran que el asociarse o co-crearse no es factible cuando falta fortalecimiento organizativo entre las entidades, mientras que los productores y los propietarios de los restaurantes también opinan que los productos agroecológicos al ser más costosos no permiten una sostenibilidad económica para los restaurantes.



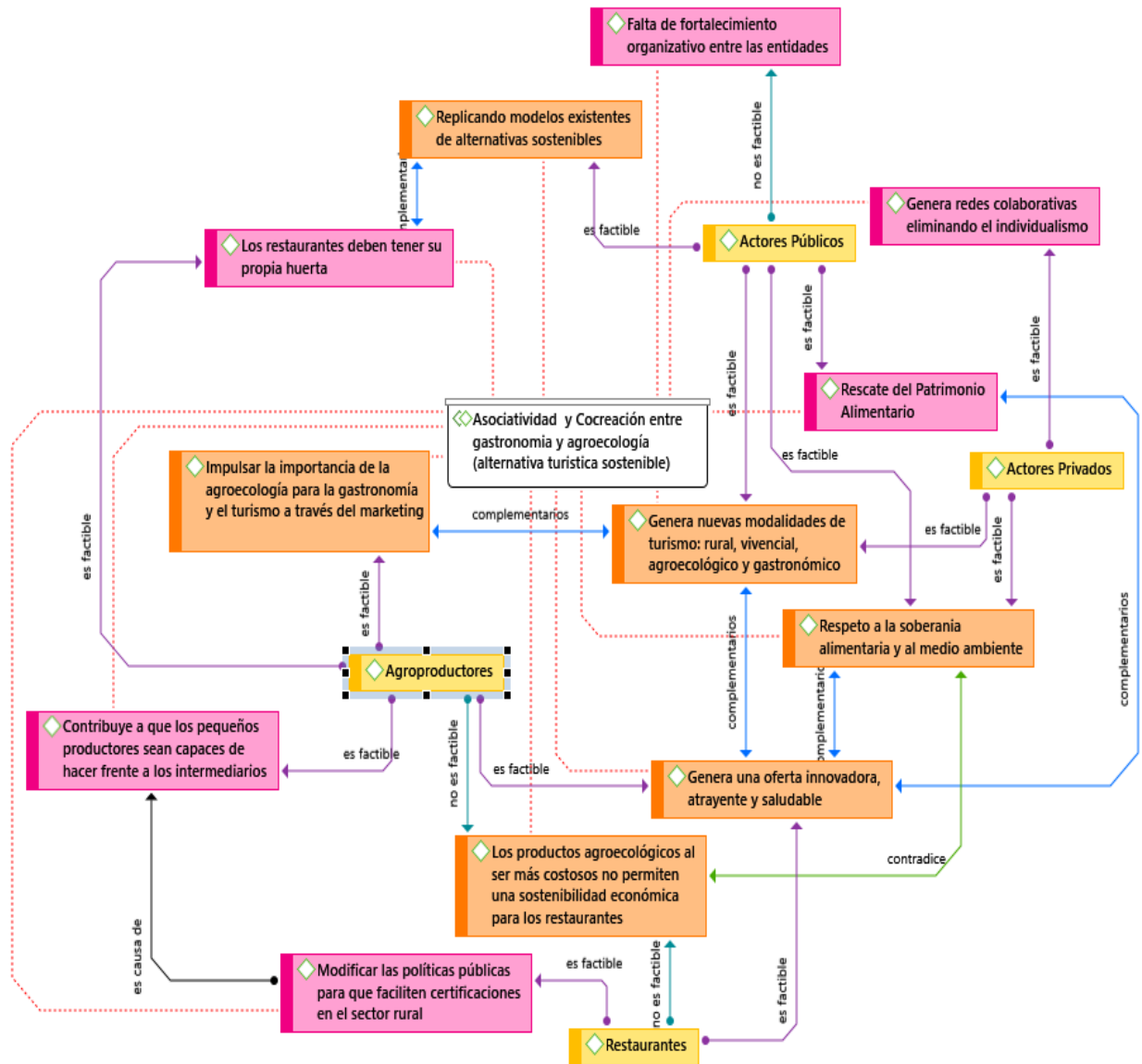
En la red existen algunos códigos que se relacionan como complementarios debido a que cada uno de ellos debería ser considerado como una parte importante para generar una alternativa turística sostenible, por consiguiente es fundamental modificar las políticas públicas para que se den certificaciones en el sector rural con la finalidad de que los pequeños productores sean capaces de hacer frente a los intermediarios, ya que hoy en día los productores ecológicos están en desventaja con la agricultura industrial. Por último, en la red existe una contradicción entre el respeto a la soberanía alimentaria⁷ y al medio ambiente contra los productos agroecológicos que al ser más costosos no permiten una sostenibilidad económica⁸ para los restaurantes.

⁷ Soberanía Alimentaria: Derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, laborales, pesqueras, alimentarias y de tierra de forma que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas.

⁸ Sostenibilidad económica: Se refiere a la capacidad que tiene una organización de administrar sus recursos y generar rentabilidad de manera responsable y en el largo plazo.

Figura 9

Asociatividad y co-creación entre gastronomía y agroecología como una alternativa turística sostenible



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia son: Replicando modelos existentes de alternativas sostenibles, impulsar la importancia de la agroecología para las gastronomía y el turismo a través del marketing, genera nuevas modalidades de turismo: rural, vivencial, agroecológico y gastronómico, respeto a la soberanía alimentaria y el medio ambiente, genera una oferta innovadora, atrayente y saludable y los productos agroecológicos al ser más costosos no permiten una sostenibilidad económica para los restaurantes.



A partir de esto se concluye que la asociatividad y la co-creación son las mejores alternativas para vincular a la oferta gastronómica y agroecológica de la ciudad de Cuenca ya que ambas buscan implementar estrategias con fines en común con el objetivo de ser competitivas en el mercado turístico y de esta manera Cuenca estaría desarrollando un turismo sostenible satisfaciendo las necesidades económicas, sociales, culturales y los procesos ecológicos del destino.

Ruta G fue un claro ejemplo de lo antes mencionado debido a que se asoció a la gastronomía y a la agroecología en una de sus rutas tematizadas denominada Del Campo a la Mesa, en la cual los protagonistas de esta ruta fueron los productores de APAY con sus huertos y productos agroecológicos.

2.3.2. Modelo turístico sostenible entre la oferta gastronómica y la oferta agroecológica.

Los modelos turísticos buscan el desarrollo y aprovechamiento de los subsectores que componen al turismo ya sea cultural, religioso, gastronómico, entre otros. Estos subsectores se muestran como una alternativa de crecimiento en cada destino con la finalidad de potencializar un tipo de turismo más sostenible y otorgarle identidad a cada uno de éstos, pero para ello, es necesario desarrollar no sólo el más adecuado, sino también, el que más favorezca a la gente que radica en cada destino (Cacho, 2017) por tal motivo se pretende desarrollar un modelo sostenible entre la gastronomía y la agroecología.

Los actores turísticos tienen opiniones similares y adicionales con respecto a la creación de un modelo turístico sostenible en la ciudad de Cuenca con referente a la oferta gastronómica y la oferta agroecológica (figura 10). En lo referente a los criterios similares están: implementar procesos que beneficien a todos los actores— expresado por los actores públicos, productores y propietarios de los restaurantes—, capacitación gastronómica y agroecológica—expresado por los propietarios de los restaurantes y productores—, intervención imprescindible del sector público y privado—expresado por los productores y los actores públicos—y desarrollar una



planificación basada en una investigación que considere varias aristas—expresadas por actores públicos y privados—. En relación con las opiniones adicionales están: la concientización de la importancia agroecológica emitida por los actores públicos e impulsar la importancia de la agroecología para la gastronomía y el turismo a través del marketing expuesta por los productores agroecológicos.

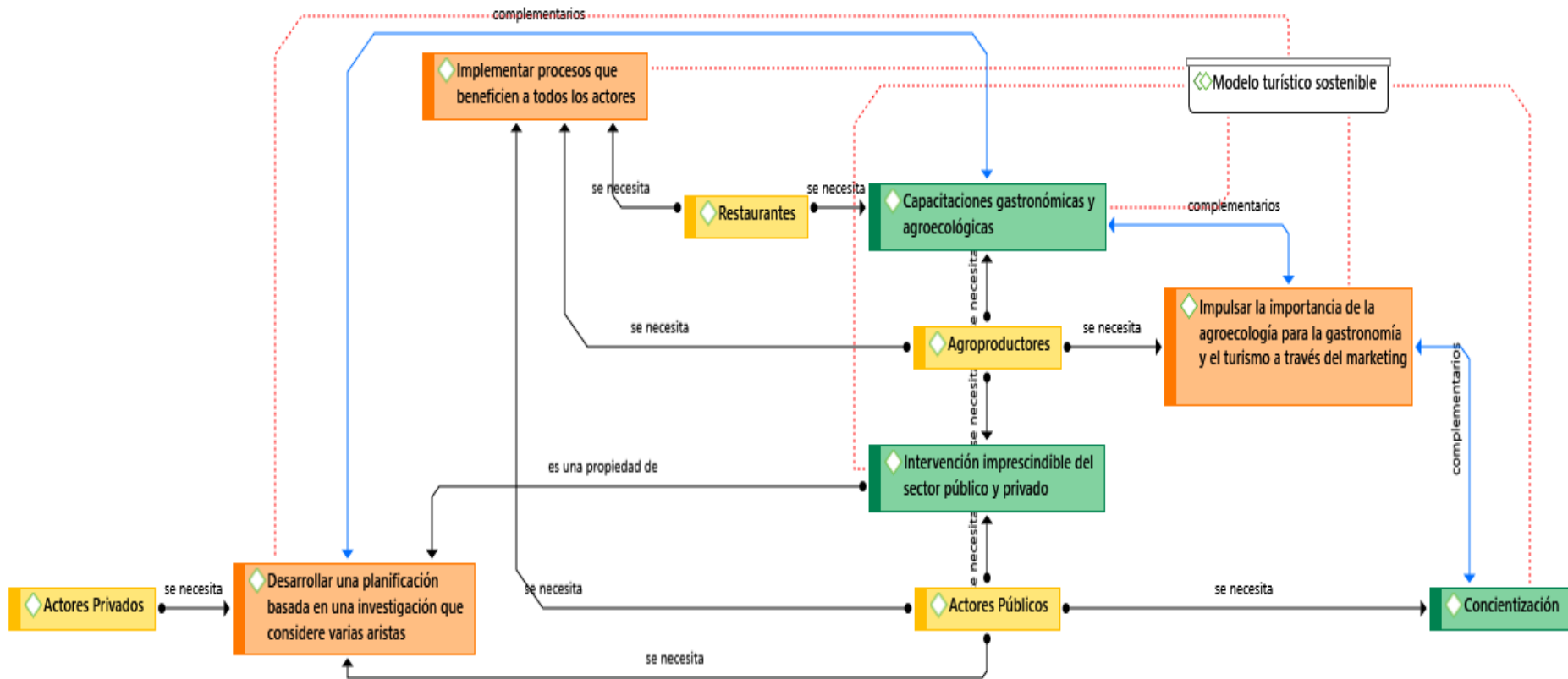
También, en la (figura 10) se denota en la red semántica códigos complementarios, los cuales son necesarios para generar un modelo óptimo de turismo sostenible entre la oferta gastronómica y la oferta agroecológica. Asimismo, es indispensable desarrollar una planificación turística basada en una investigación previa que considere varias aristas, dado que la planificación turística constituye un requerimiento fundamental en el desarrollo del turismo, puesto que garantiza la correcta integración de la actividad turística en la economía.

Finalmente, las opiniones mencionadas por los actores que se vincularon a la Ruta G en lo referente a la creación de un modelo sostenible entre la gastronomía y la agroecología son fundamentales para desarrollar o implementar estrategias adaptadas al entorno en el que se desarrolla el turismo en Cuenca.



Figura 10

Modelo turístico sostenible entre la oferta gastronómica y la oferta agroecológica



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia tuvieron son: Implementar procesos que beneficien a todos los actores, desarrollar una planificación basada en una investigación que considere varias aristas e impulsa la importancia de la agroecología para la gastronomía y el turismo a través del marketing



2.3.3. Comparación del número de turistas que han visitado a productores agroecológicos antes de la pandemia frente al número de turistas que visitan las asociaciones agroecológicas actualmente.

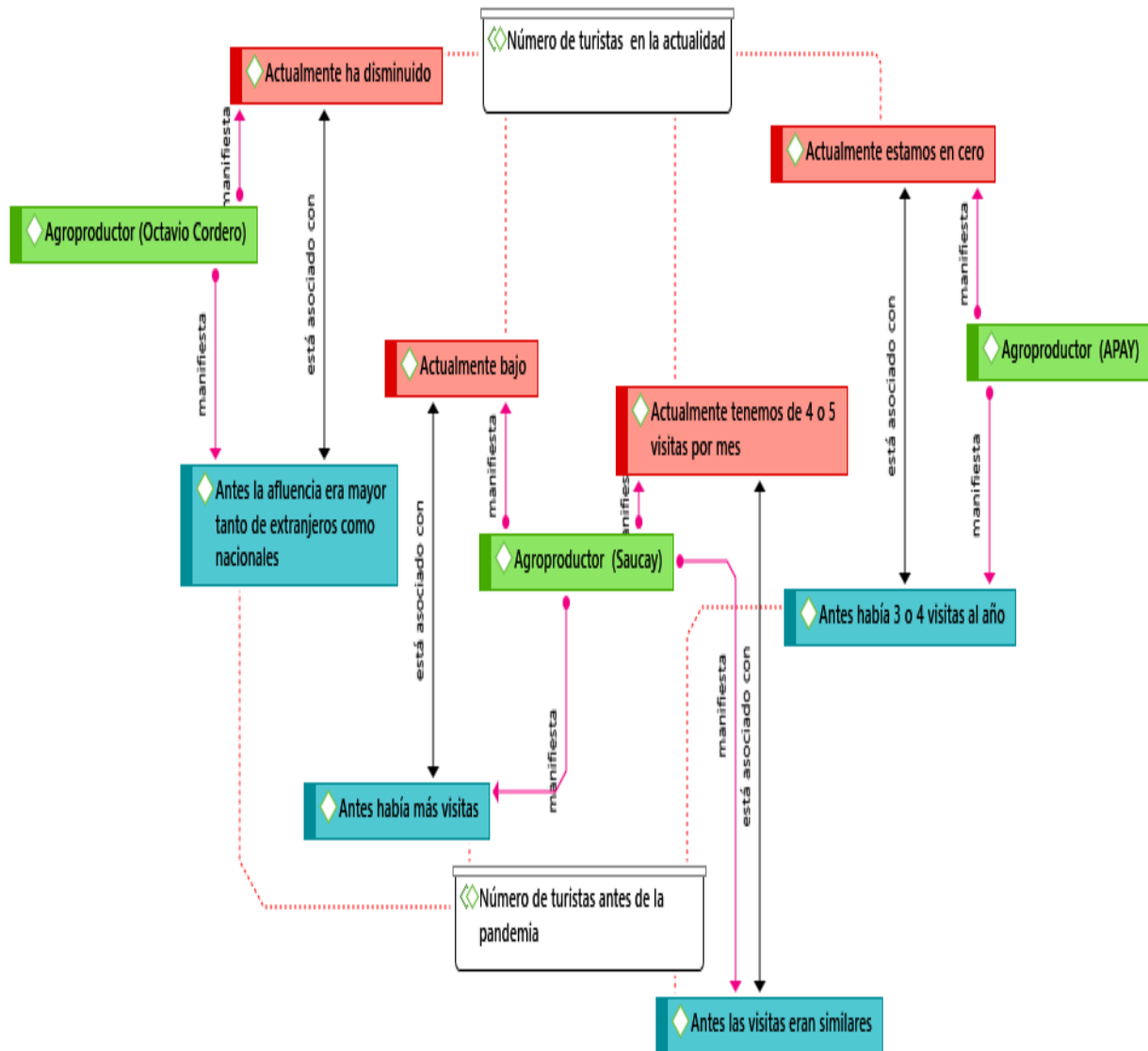
Según la red semántica (figura 11) se puede evidenciar 3 productores agroecológicos: Productor agroecológico Saucay, Productor agroecológico Octavio Cordero y APAY; siendo APAY el único productor en participar en la Ruta G. Mientras que los productores de Saucay y Octavio Cordero, aunque no participaron en la Ruta G deben ser considerados ya que tienen potencial agroecológico que les permitiría ser partícipes de la Ruta G u otras alternativas similares.

Los productores de APAY mencionaron que antes de la pandemia había entre 3 a 4 visitas al año, actualmente no existen visitas, asimismo, los productores de Saucay manifiestan que antes había más visitas y actualmente han disminuido. Por último, los productores de Octavio Cordero exponen que antes de la pandemia la afluencia era mayor tanto de extranjeros como nacionales y que actualmente han disminuido.

De lo antes expuesto se infiere que la pandemia influyó en el número de turistas que visitaban a los productores ya que hoy en día se evidencia una disminución, sin embargo, en otras actividades productivas como la venta de productos agroecológicos fue económicamente rentable, ya que, debido al confinamiento por la pandemia, los productores distribuían sus productos a domicilio. Esto permitió que los productos agroecológicos tengan mayor reconocimiento en Cuenca lo que podría motivar a que las personas deseen conocer el proceso de siembra, cosecha y cultivo del producto con el que elaboran su comida, a raíz de esto se estaría fomentando el turismo sostenible que beneficia directamente al agricultor agroecológico.

Figura 11

Comparación del número de turistas que habían visitado a productores agroecológicos antes de la pandemia frente al número de turistas que visitan dichas asociaciones actualmente



Nota. Es evidente que la pandemia afectó el número de visitas a los huertos agroecológicos de los productores por lo que disminuyeron sus ingresos económicos⁹. Elaboración propia.

⁹ Ingreso económico: Ganancia monetaria que percibe una entidad o un individuo.



CAPÍTULO III

Iniciativa Ruta G en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca.

Una de las prácticas que han generado altas expectativas en los últimos años, es la sostenibilidad aplicada en las diferentes actividades turísticas. En la gastronomía su consideración es fundamental, pues a través de las rutas gastronómicas se vincula la agroecología en el sector turístico como una alternativa de diversificación de actividades ecológicas centradas en el proceso de cultivo y en la venta de productos agroecológicos, ello permite diversificar la oferta turística del destino y mantener los productos en el tiempo.

En este capítulo se determinó mediante entrevistas semiestructuradas, el cómo la Ruta G es una iniciativa que intenta integrar a la gastronomía y a la agroecología mediante la sostenibilidad del turismo. Las entrevistas fueron realizadas a los actores: fundadores de la Ruta G, a propietarios de restaurantes agroecológicos que participaron en la ruta tematizada denominada “Del campo a la Mesa” APAY, un actor agroecológico. Cabe recalcar que estas entrevistas se hicieron únicamente a este grupo de actores debido a que los lineamientos de esta investigación se basan en temas agroecológicos y turísticos.

El resultado es un análisis hermenéutico a través de redes semánticas, en dónde cada red semántica está distribuida por grupos de códigos y códigos particulares. Además, cada grupo de códigos está definido por colores aleatorios en dónde cada color representa la opinión de un grupo, mientras que los de color tomate hacen referencia al número de enunciados con mayor frecuencia que manifestaron los actores durante las entrevistas.



3.1. Antecedentes de la Ruta G

Ruta G tenía como objetivo aportar al desarrollo de la gastronomía y a la dinamización del turismo en Cuenca, rescatando la identidad tanto gastronómica como cultural, y a la vez apoyar a iniciativas sostenibles y hacer de sus usuarios verdaderos difusores culturales al conocer una Cuenca profunda, llena de sabores, tradiciones y experiencias (Ruta G, 2019).

Ruta G no consiguió cumplir con su objetivo ya que a tan solo tres meses desde su lanzamiento se vio obligada a paralizar sus operaciones debido a la COVID-19 e inclusive hoy en día la Ruta G sigue sin retomar sus operaciones.

3.1.1. Creación de la Ruta G

La creación de la Ruta G (figura 12) fue una iniciativa privada cuyos fundadores fueron: Francisco Encalada Ochoa que pertenece al Instituto Superior Tecnológico San Isidro, el cual es una institución de educación superior líderes en la formación gastronómica; María Cecilia Moscoso que pertenece a la revista InHaus, revista de arquitectura y diseño interior de Graiman y Vanessa Peña Moscoso, que pertenece a la empresa Aweik, líderes en emprendimiento de impacto y eventos con propósito. Posteriormente, los fundadores tuvieron una reunión en la cual detectaron que tenían proyectos en común, entonces, a partir de ello surgieron varias motivaciones que impulsaron la creación de la Ruta G, tales como: amor a la gastronomía, patrimonio cultural de Cuenca, crear más alianzas estratégicas, generar un aporte a la ciudad, disfrutar del espacio turístico y gastronómico, generar un turismo vivencial, potencializar la cultura gastronómica de la ciudad de Cuenca y establecer tours gastronómicos similares a los de Europa. Esta última motivación inspiró al fundador de la Ruta G Francisco Encalada a crearla, a partir de la idea de que los tours europeos se recorren a pie lo que permite crear una experiencia gastronómica y cultural del destino turístico (Peña, comunicación personal, 22 de noviembre de 2021). Estas motivaciones impulsaron la creación de la Ruta G con la finalidad de que los turistas conozcan Cuenca de una forma distinta; es decir, vinculando a la gastronomía



con diferentes espacios patrimoniales, culturales y agroecológicos que tiene la ciudad de Cuenca.

3.1.2. Rutas tematizadas

Las rutas gastronómicas tematizadas con las que operaba Ruta G fueron: la Ruta Patrimonial, Secretos del Vado, Poder Mujeres y por último Del Campo a la Mesa en la cual participaron productores agroecológicos y restaurantes agroecológicos. Si bien es cierto, cada una de las rutas tematizadas son fundamentales para el desarrollo de la Ruta G, pero, al estar este estudio enfocado en analizar los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en Cuenca, es esencial enfatizar en la ruta Del Campo a la Mesa (figura 12).

3.1.3.1. Ruta Patrimonial

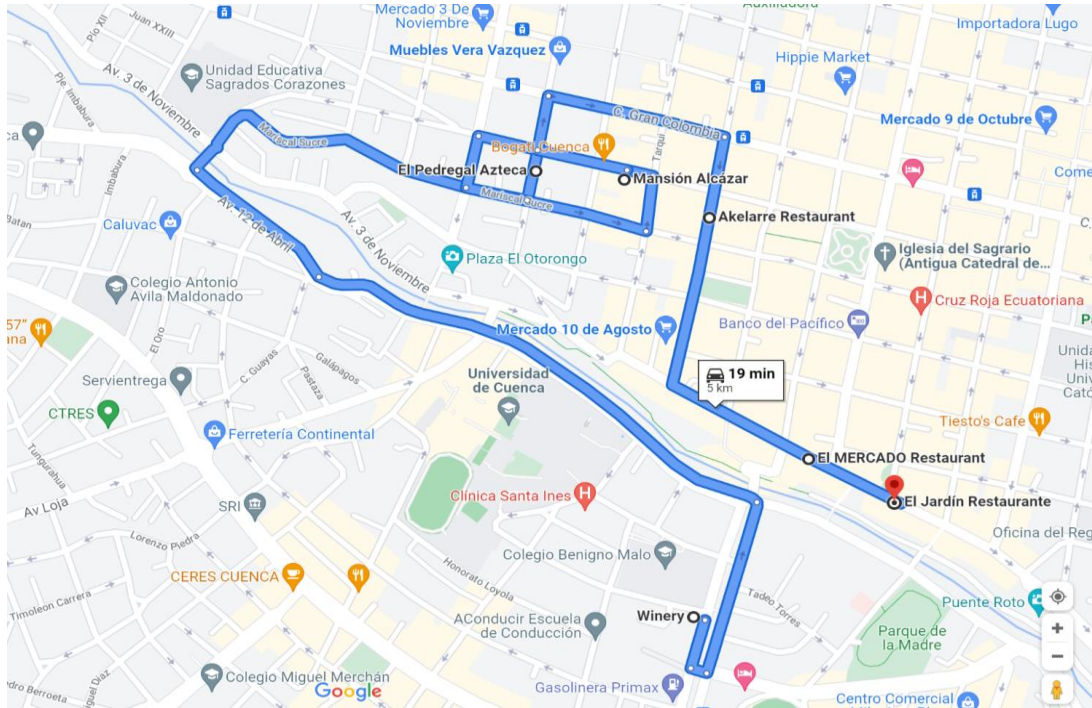
La ruta Patrimonial fue la primera ruta que lanzó la Ruta G (figura 12), la cual trataba de rescatar la identidad cultural y gastronómica de la ciudad de Cuenca, esta ruta empezó sus operaciones a inicios de noviembre de 2019.

Los invitados para este primer piloto fueron: personas del medio y cuencanos influyentes. En cuanto a los aliados—restaurantes—fueron: Mansión Alcázar, El Mercado, Winery, El Jardín, El Pedregal Azteca, El Akelarre y La Caleta. Este primer recorrido duró aproximadamente tres horas, en donde no solamente hubo una degustación gastronómica sino también existió una guianza y un acompañamiento musical “había batucadas que iban animando mientras la gente recorría los espacios” (Torres, 2021). Sin embargo, algunos tramos que estaban fuera del centro histórico eran realizados a través de un transporte turístico. La Ruta G establece un rango de entre doce personas como mínimo y veinte personas como máximo para poder llevar a cabo sus operaciones. Es importante mencionar que la primera ruta—Ruta Patrimonial—género varios espacios y luego hubo algunas modificaciones ya que algunas personas que hicieron la primera ruta querían hacer otras rutas, entonces, existieron variaciones (Torres, 2021).



Figura 12

Recorrido de la ruta Patrimonial



Nota. No se incluyó al restaurante la Caleta dentro de la ruta realizada en google maps porque el establecimiento se encuentra cerrado definitivamente por lo tanto no detecta la aplicación. Este recorrido empieza desde Winery y termina en el restaurante El Jardín.

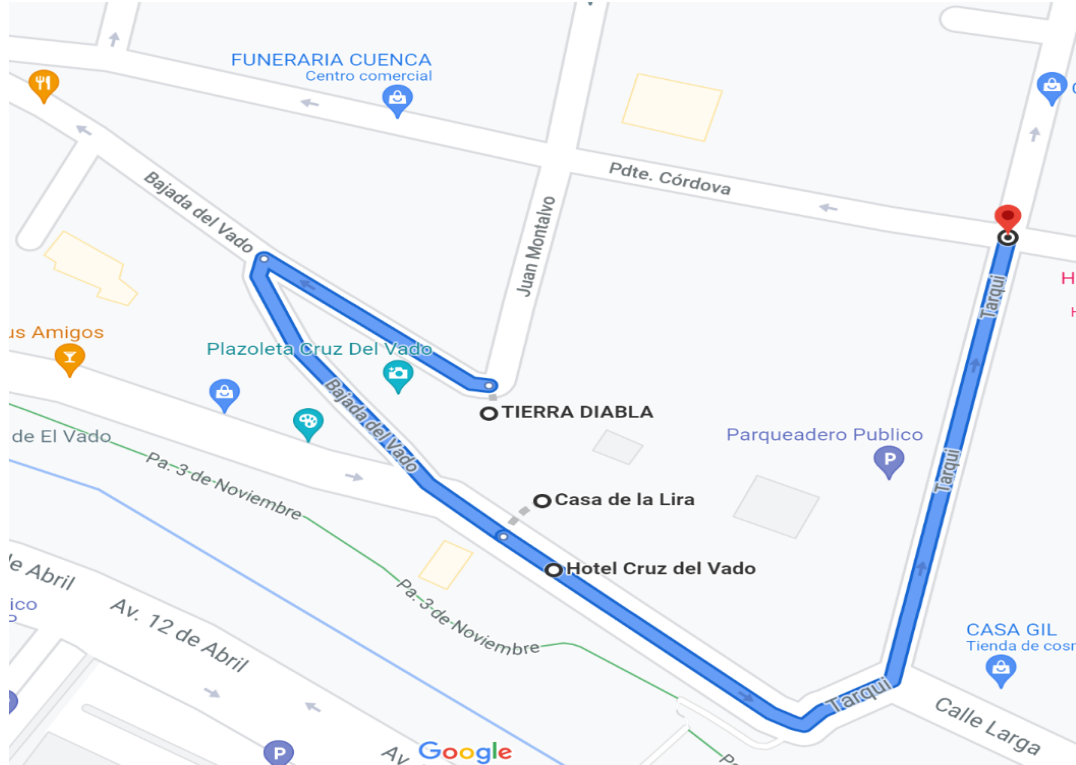
3.1.3.2. Secretos del Vado

La Ruta Secretos del Vado inició sus operaciones el día 25 de enero de 2020, esta ruta pretendía demostrar el potencial turístico que tiene el tradicional barrio del Vado. Esta ruta duró aproximadamente dos horas y media en la cual participaron: la cafetería Tierra Diabla, el restaurante Pedregal Azteca quien hizo una degustación en la Casa de la Lira, también se visitó el Hotel Cruz del Vado, donde hubo una degustación por parte del chef del restaurante en el *Rooftop* y la casa de Marco Pesantez, la cual se caracteriza por tener un estilo rococó decorado completamente por su propietario (Ruta G, s.f.).



Figura 13

Recorrido de la ruta Secretos del Vado



Nota. El recorrido empieza desde la Cafetería Tierra Diabla y termina en la Casa Marco Pesántez.

3.1.3.3. Mujeres, poder y cocina

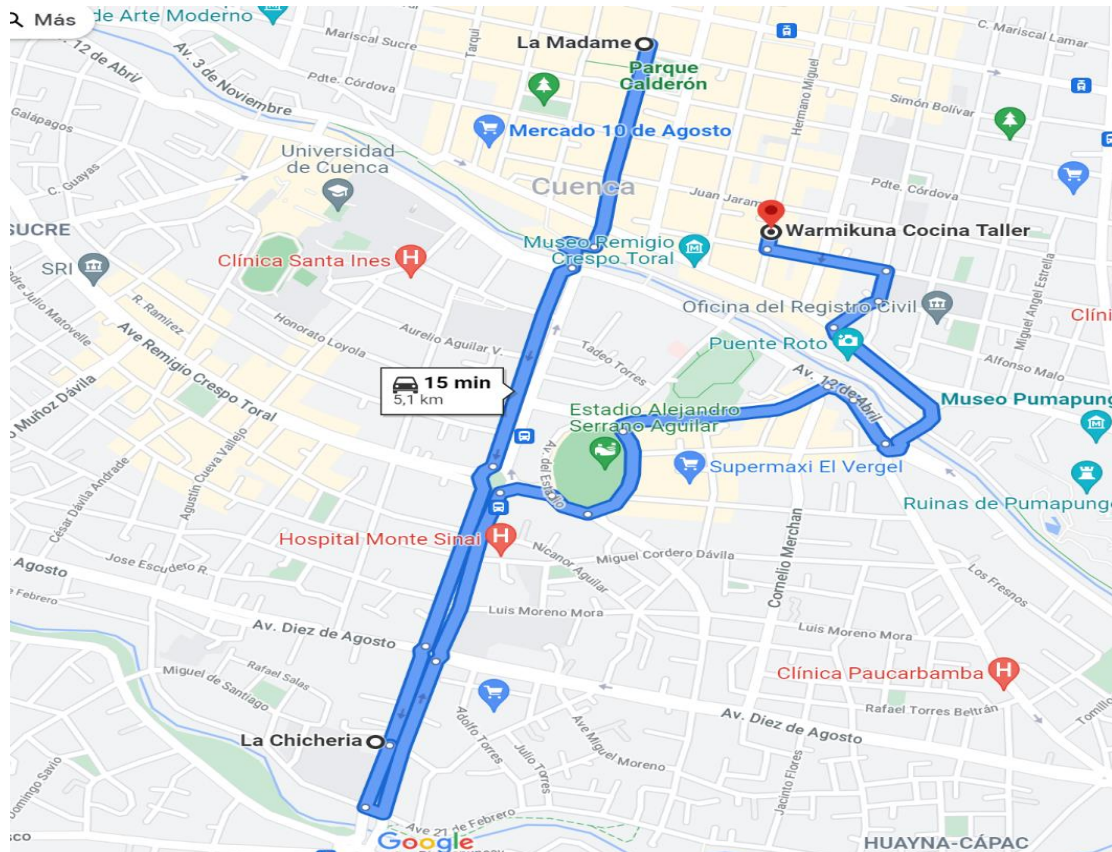
Esta ruta fue lanzada el 7 de marzo de 2020 con el objetivo de enaltecer el rol que tiene la mujer, es por eso que Ruta G decidió crear una ruta tematizada por el día internacional de la mujer, en donde las chefs cuencanas pudieron demostrar sus mejores propuestas gastronómicas. Está ruta duró aproximadamente tres horas y media, en la cual participaron: La Madame donde hubo una degustación de *brunch* y un conversatorio con la Chef Rocío Valencia, luego se visitó La Chichería, al igual hubo conversatorio con la Chef Tatiana Rodríguez y a la par se presentó un emprendimiento de artículos inspirados en la chola cuencana, denominado Las Mercedes Folklore, luego se visitó Warmikuna para tips de cocina, charla de nutrición



para mujeres a cargo de la nutricionista María del Carmen Velázquez y degustaciones gastronómicas (Ruta G, s.f.).

Figura 14

Recorrido de la ruta Mujer, Poder y Cocina.



Nota. Obtenido a través de google maps.

3.1.3.4. Del Campo a la Mesa

La ruta Del Campo a la Mesa comenzó a operar el 15 de febrero de 2020, está ruta buscó crear una tendencia agroecológica y un turismo vivencial en la cual se pueda visualizar que son parte de ellas: las labores diarias de los campesinos, la producción orgánica de manera didáctica y sus raíces; es decir, de dónde vienen y cómo se procesan los productos (Figura 12).



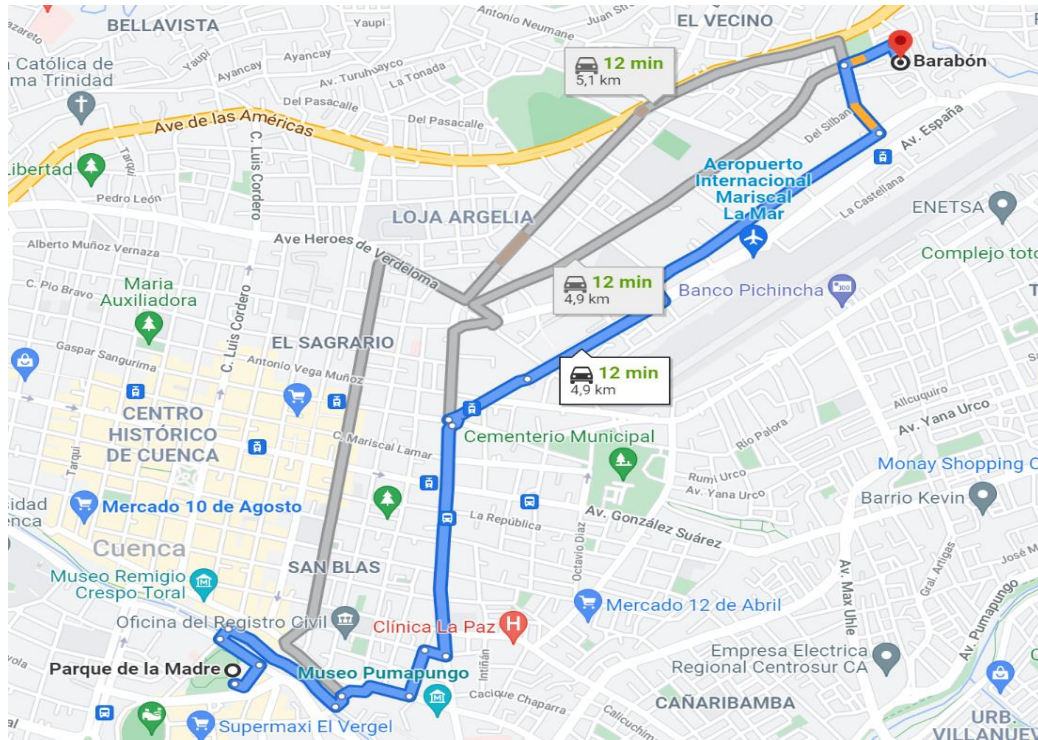
Además, esta ruta fue creada con la idea de empezar a unir a los agricultores con la gente, (...), es por esto que fuimos a Barabón, (...) para que los agricultores nos enseñen cómo habían plantado ciertos alimentos y fue con nosotros el chef de dos Sucre, Daniel Contreras. Entonces, fue toda una experiencia de cultivar, de cosechar ciertos alimentos y con esos mismos alimentos (...) se hizo en la casa de una señora de allí mismo, que vendía cuyes, nos prestó su cocina y armamos allí como un taller de cocina con Daniel Contreras utilizando los alimentos de esa zona. Entonces, fue súper cool e incluso hicieron cuy, la idea era llevar a la gente a las raíces, generar conciencia sobre lo que tenemos, sobre los agricultores y como todo está encadenado, esa era la meta antes de que pase la pandemia (Peña, comunicación personal, 22 de noviembre de 2021).

Esta ruta duró seis horas y media, en la cual participaron: el restaurante Dos Sucre y la asociación APAY que está ubicada en San Joaquín en la comunidad de Barabón, donde se realizaron visitas a huertas medicinales, huertas orgánicas y granjas agroecológicas. En cuanto al restaurante, el chef Daniel Contreras se encargaba de dictar clases de cocina a los turistas, quienes tenían que preparar sus alimentos con los productos que ellos mismos habían cosechado en los huertos agroecológicos lo que generó un tipo de turismo vivencial (Ruta G, s.f.).



Figura 15

Recorrido de la ruta Del Campo a la Mesa



Nota. El recorrido inició desde el Parque de la Madre y finalizó en San Joaquín Barabón. Obtenido a través de google maps.

A continuación, se desarrolla una (tabla 3) que resume los datos más destacados de las rutas tematizadas que forman parte de la Ruta G.

**Tabla 4***Cuadro comparativo de las Rutas Tematizadas*

Nombres de las rutas Tematizadas	Fecha de lanzamiento	Duración	Tipo de recorrido	Lugares que se visitan
Ruta Patrimonial	Inicios de noviembre de 2019	3 horas	pie - transporte turístico	Winery Vinoteca, el Pedregal Azteca restaurante especializado en comida mexicana, La Caleta, El Jardín, El Mercado, Akelarre y la Mansión Alcázar
Secretos del Vado	25 de enero de 2020	2 horas con 30 minutos	pie - transporte turístico	Cafetería Tierra Diabla, el restaurante Pedregal, hotel Cruz del Vado y la casa de Marco Pesantez,
Mujeres, poder y cocina	7 de marzo de 2020	3 horas con 30 minutos	pie - transporte turístico	La Madame, La Chichería, emprendimiento de artículos, Warmikuna y degustaciones gastronómicas.
Del Campo a la Mesa	15 de febrero de 2020	6 horas con 30 minutos	pie - transporte turístico	El restaurante Dos Suces y la asociación APAY.

Nota. Elaboración propia



3.1.3. Estudios previos

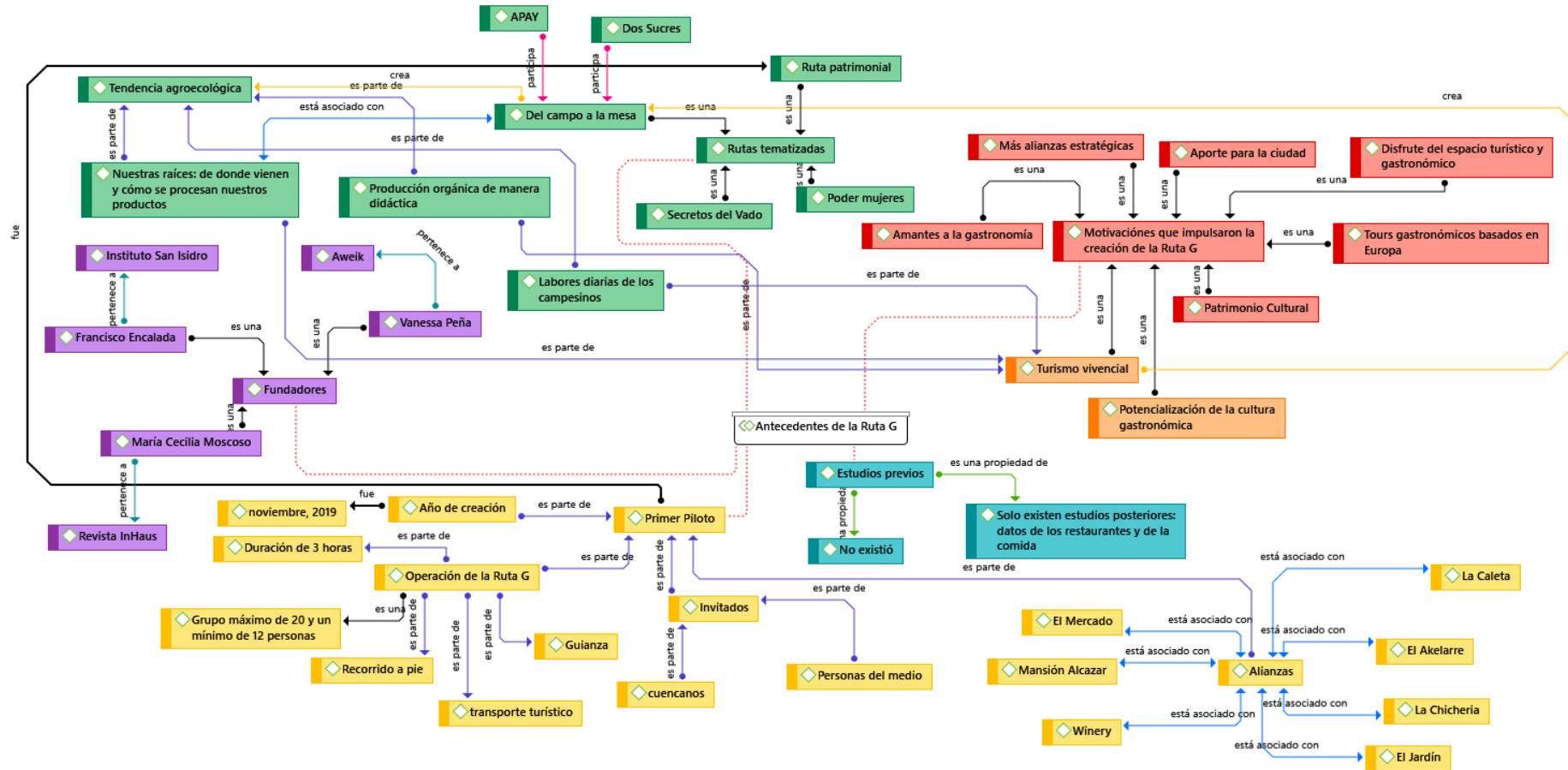
Por último, en la red semántica (figura 12) se analizó que la Ruta G no tiene información de estudios previos a su lanzamiento en fuentes confiables ya que no reposa en la biblioteca del Instituto Superior Tecnológico San Isidro, también se solicitó tanto a un representante del instituto como a un ex colaborador de la Ruta G facilitar la información de los estudios previos en los cuales se basaron para la creación de la Ruta G, pero nunca se obtuvo una respuesta favorable. Más bien lo que se facilitó fue una información básica acerca de los itinerarios de las rutas tematizadas.

Además, la representante del restaurante La Chicheria ratificó la idea de que no existe una investigación previa de la Ruta G.



Figura 16

Creación de la Ruta G



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia tuvieron son: turismo vivencial y la potencialización de la cultura gastronómica.



3.2. Percepciones de la Ruta G por parte de los actores relacionados al turismo, gastronomía y agroecología

Estas percepciones fueron establecidas mediante entrevistas realizadas a los actores gastronómicos, agroecológicos y turísticos con el objetivo de conocer sus impresiones con respecto a la Ruta G, asimismo, fue necesario analizar las expectativas que tuvieron antes de ser parte de esta iniciativa, con la finalidad de comparar las posturas que tenían los actores gastronómicos, agroecológicos y turísticos que formaron parte de la Ruta G.

Según la red semántica (figura 13) las expectativas que tuvieron los restaurantes fueron que la Ruta G podría generar promoción para sus establecimientos, además consideraron que la gente tendría una reacción positiva ante esta iniciativa gastronómica innovadora, de igual manera opinaron que la ruta originaría un turismo vivencial, opinión compartida con APAY. Mientras que los actores de la Ruta G—fundadores—mencionaron que la ruta sería muy atractiva y diferente, que permitirá conocer los potenciales turísticos para ligarlos a la gastronomía que posee la ciudad y a la vez consideraron que la Ruta G causaría un proyecto integral enfocado en lo gastronómico, en lo cultural y lo tradicional. En lo referente a las percepciones los restaurantes consideraron que la ruta resultó ser muy atractiva y que permitió redescubrir la oferta de la ciudad, sin embargo, tenían mucha preocupación ya que la ruta no contaba con una investigación previa que la respaldara, asimismo APAY comentó que la Ruta G no trascendió porque solo fue ejecutada como un evento momentáneo.

Yo tenía una percepción elevadísima, yo sí pensé que esto iba a tener un rango de sostenibilidad porque como venía del sector privado (...) yo creía que esto iba a ser (...) largo en el tiempo, pero luego nos dimos en cuenta que esto era únicamente un evento (...) privado y pasó (...), fue un evento del momento de cuáles las personas se llevaron una muy buena impresión (...) (Albarracín, 2021).



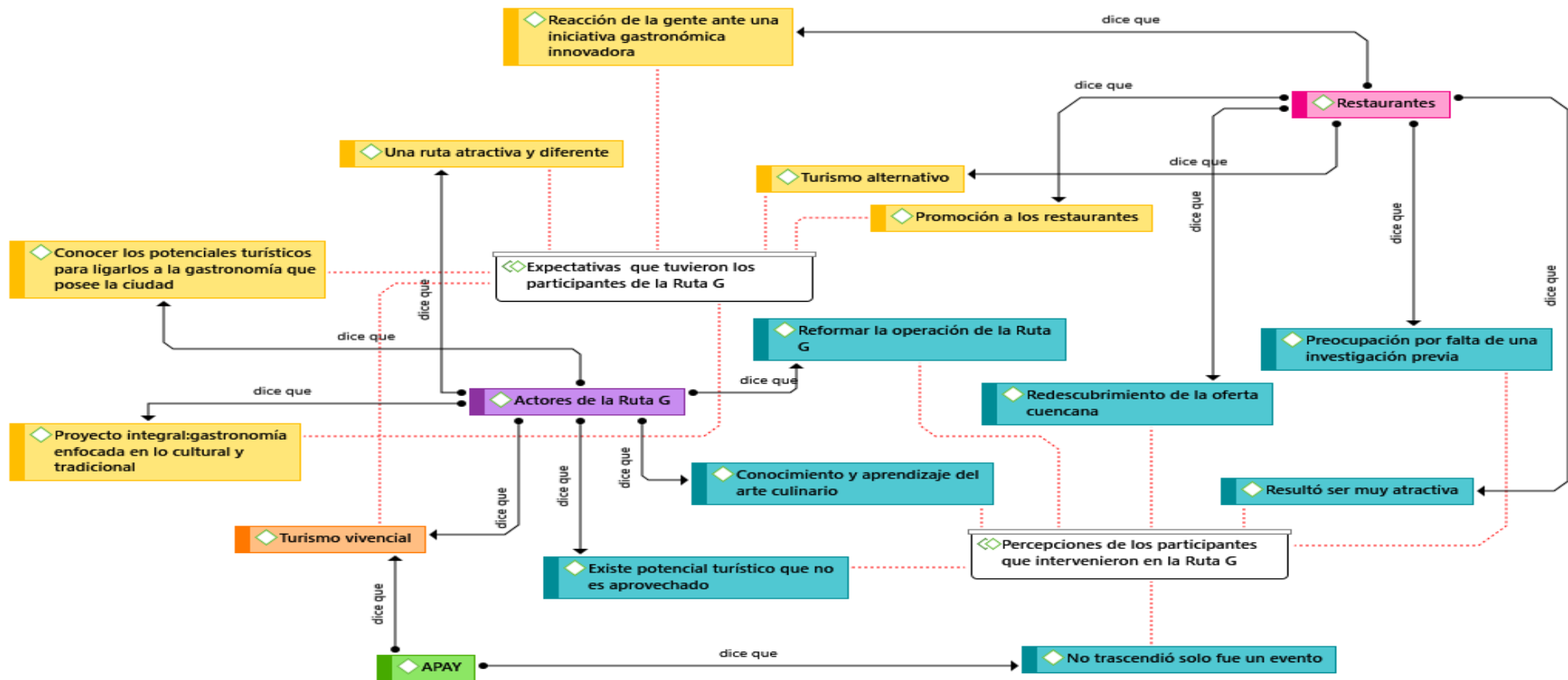
Por otra parte, la percepción que tuvieron los fundadores de la Ruta G es que gracias a la ruta se produjo un gran conocimiento y aprendizaje del arte culinario; igualmente, mencionaron que la ruta ayudó a vislumbrar que Cuenca tiene un potencial turístico que aún no es aprovechado.

Finalmente, generando una comparación entre expectativas y percepciones se evidenció que una gran parte de las expectativas se cumplieron, lo que significa que la Ruta G estaba encaminada a implementar una nueva forma de hacer turismo sostenible a través de la gastronomía, de la cultura y de la agroecología de la ciudad.



Figura 17

Expectativas y percepciones que tuvieron los participantes con respecto a la Ruta G



Nota. En esta red el código que mayor frecuencia tuvo es: turismo vivencial al igual que en la red la red semántica (figura 12).



3.3. Oportunidades de la agroecología y gastronomía vinculadas al turismo sostenible

En la actualidad el turismo se ha convertido en una de las industrias más influyentes del mundo es por eso que se debe buscar nuevas alternativas de hacer turismo donde los aspectos sociales, económicos y ambientales se puedan enlazar para fomentar un turismo sostenible con una mayor proyección que la que tiene actualmente. Por ejemplo en la provincia de Chubut en la Patagonia, Argentina que busca el desarrollo local a través del turismo comunitario, el cual motiva a la revalorización de aspectos identitarios y cotidianos que enriquecen las propuestas turísticas y generan nuevos atractivos antes no explorados, estas motivaciones del turismo comunitario han permitido generar nuevas oportunidades como conocer otras formas de vida, saberes ancestrales, recetas únicas y productos gastronómicos de cada región así como la producción de productos agroecológicos, entre otros. La ventaja del turismo comunitario en Argentina es que impulsa el desarrollo local y regional del territorio, por otra parte, se mencionan que existen impactos negativos que puede provocar prácticas comerciales de alto impacto con poca participación comunitaria (Gallo y Peralta, 2018).

En base a este modelo se puede evidenciar que Argentina generó una oportunidad de turismo sostenible que benefició al sector rural ya que vinculó al sector agrícola y gastronómico dando resultados positivos y negativos. Es por eso que para la iniciativa Ruta G se cuestionó a los entrevistados que consideren las ventajas y desventajas del proyecto Ruta G con el fin de conocer si es factible implementar modelos similares a la Ruta G, para luego determinar si existen oportunidades de turismo sostenible que vinculen a la gastronomía y agroecología.

3.3.1 Ventajas y desventajas de participar en la Ruta G

De acuerdo con la red semántica (figura 14) entre las ventajas dichas por los propietarios de los restaurantes están: lazos entre la oferta y la demanda turística, promoción turística para la ciudad, no obstante, un propietario contradice lo antes



expuesto—promoción turística—ya que consideran que el proyecto fue superficial porque no existen datos suficientes para establecer variables que puedan medir las ventajas y desventajas del proyecto. Asimismo, los fundadores de la Ruta G explicaron que siempre existió socialización para los participantes con respecto a la planificación y ejecución de las diferentes rutas tematizadas y también consideraron que la Ruta G generó mayor promoción para la ciudad—opinión compartida con los propietarios de los restaurantes—. Mientras que los productores de APAY mencionaron que la Ruta G valoró el trabajo del agricultor porque se pudo evidenciar en ella el diario vivir que tienen los agricultores en sus huertas agroecológicas.

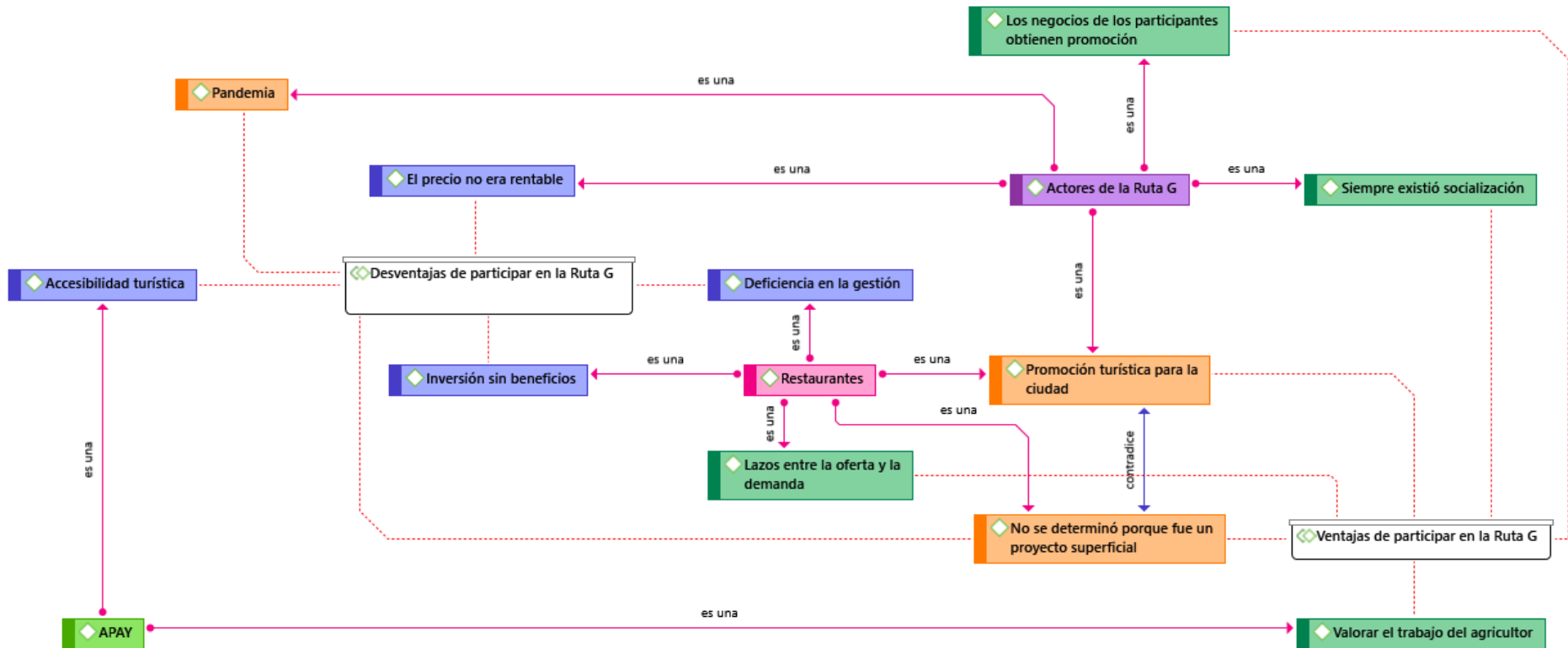
Ruta G generó varios beneficios, sin embargo, existieron algunas desventajas, tales como: la deficiencia en la gestión, una inversión sin beneficios ya que un propietario de uno de los restaurantes mencionó que no tuvieron ningún auspicio de ninguna entidad, el precio no era rentable porque uno de los actores de la Ruta G mencionó que poner precios a las rutas fue un desafío ya que si establecían un precio acorde a la experiencia brindada este resultaba ser costoso, poco accesible y atractivo para los turistas ya que generalmente los turistas buscan experiencias económicamente accesibles, asimismo los actores de la Ruta G consideraron que la pandemia fue la desventaja más grande que pudieron tener porque debido a la COVID-19 se paralizaron todas las operaciones que se venían ejecutando meses atrás en la Ruta G. En cuanto a la opinión de los productores de APAY consideraron que la accesibilidad que existe en los lugares turísticos es deficiente lo que impide que se ejecute un turismo sostenible en las zonas en las cuales se desarrollaban las actividades de la Ruta G.

Los criterios enunciados por los participantes de la Ruta G en lo referente a las ventajas y desventajas es que deben ser tomados en cuenta para saber si es posible implementar proyectos similares a la Ruta G que busquen ser turísticamente sostenibles.



Figura 18

Ventajas y desventajas de participar en la Ruta G



Nota. En esta red los códigos que mayor frecuencia tuvieron son: la pandemia, promoción turística para la ciudad y no se determinó porque fue un proyecto superficial.



3.3.2. Implementación de proyectos similares a la Ruta G.

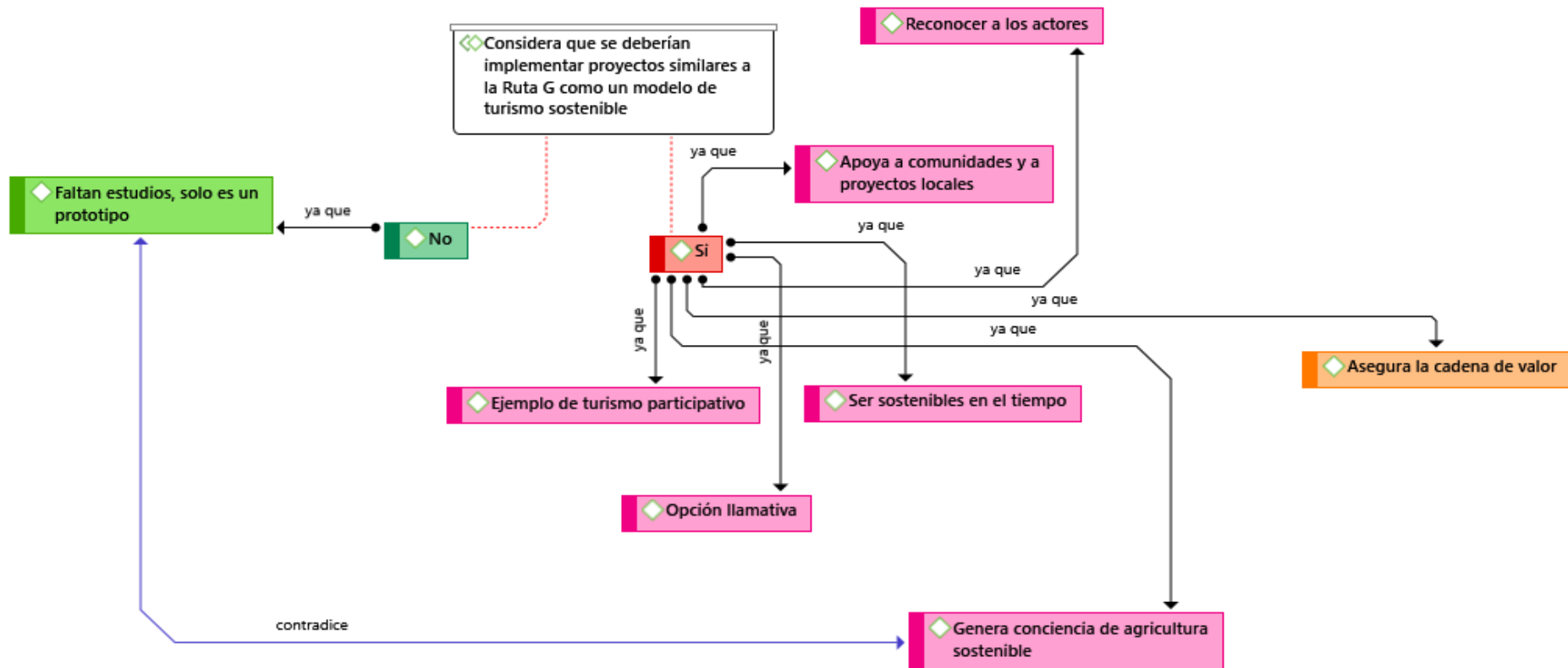
Para crear un modelo de turismo sostenible entre la gastronomía y la agroecología es imperante analizar casos de estudios que pretendan alcanzar dicho patrón, uno de esos casos es Ruta G, por lo que fue necesario indagar a cada actor que participó en la misma. Lo que se concluyó fue (figura 15) que la mayoría de actores opinaron que sí se deberían implementar proyectos similares a la Ruta G porque manifiestan que: es una opción llamativa, apoya a comunidades y a proyectos locales, es un ejemplo de turismo participativo, es sostenible en el tiempo, reconoce a los actores y genera conciencia de agricultura sostenible. Mientras que únicamente un actor menciona que no se deberían implementar proyectos similares a la Ruta G porque solo fue un prototipo por lo que nunca existió estudios previos para que la Ruta G sea un modelo sostenible, cabe destacar que esta postura se contradice con la de generar conciencia de agricultura sostenible “pienso que como modelo no veo ningún modelo en realidad, puede ser, tal vez digamos un primer piloto dónde se necesita un trabajo bastante grande para poder ya determinar un modelo” (Rodríguez, comunicación personal, 12 de septiembre de 2021).

Por lo tanto, en base a esta red semántica se puede inferir que es viable implementar proyectos similares a la ruta G siempre que dicho proyecto se base de una investigación previa para que sea sostenible en el tiempo.



Figura 19

Implementación de proyectos similares a la Ruta G



Nota. En esta red el código que mayor frecuencia tuvo es: asegura la cadena de valor.

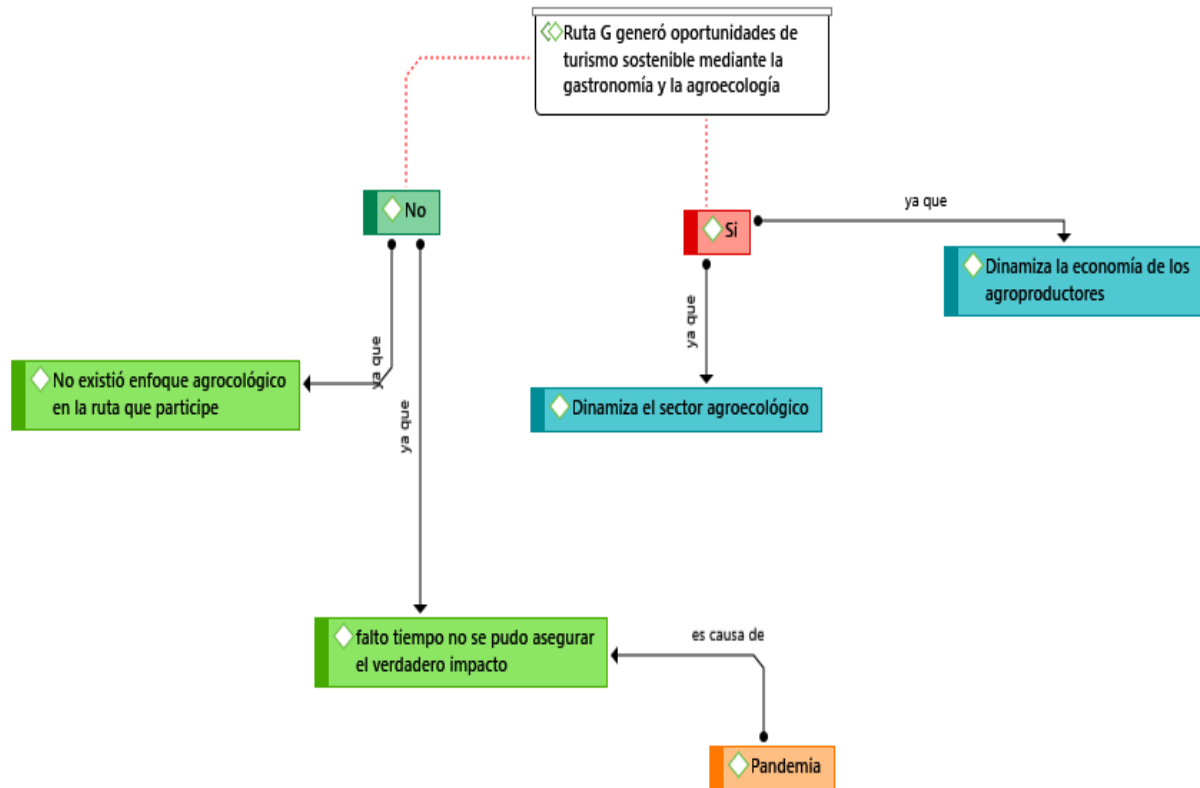


3.3.3. Oportunidades de turismo sostenible mediante la gastronomía y la agroecología, caso Ruta G.

Las oportunidades que tuvieron la agroecología y la gastronomía en el caso de estudio Ruta G, fueron positivas y negativas. En la red semántica (figura 20) se puede evidenciar que los Fundadores de la Ruta G, el restaurante Dos Suces, El ministerio de Turismo y los productores de APAY consideran que la Ruta G fue un proyecto que generó oportunidades de turismo sostenible porque dinamizó el sector agroecológico y la economía de los productores, sin embargo, los restaurantes La Chicheria y El Mercado manifestaron que la Ruta G no generó oportunidades de turismo sostenible en las rutas tematizadas que participaron estos restaurantes. Debido a la pandemia a la Ruta G le faltó tiempo por ende no pudo asegurar el verdadero impacto que pudo haber tenido la Ruta G ya que se perfilaba como una alternativa de un proyecto sostenible para la ciudad de Cuenca.

Figura 20

Oportunidades de turismo sostenible mediante la gastronomía y la agroecología, caso Ruta G



Nota. En esta red el código que mayor frecuencia tuvo es: la pandemia.

3.4. Reactivación, modificación e implementación en la Ruta G

A partir de la pandemia de la COVID-19 y con las restricciones sanitarias impuestas en marzo de 2020 por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, varios sectores productivos paralizaron sus actividades, tal es el caso del turismo que tuvo que cancelar todas sus actividades turísticas que se tenían programadas realizar como por ejemplo La Ruta G, la cual tenía fechas tentativas para operar sus rutas tematizadas. Mientras que el sector agrario únicamente se vio afectado parcialmente porque ellos durante la pandemia entregaban a domicilio sus productos para las



familias cuencanas, sin embargo, los ingresos que tenían gracias al turismo disminuyeron ya que no había visitas turísticas a sus huertos agroecológicos.

Es por eso que en las encuestas realizadas a los actores fue necesario cuestionar que, si la ruta reactivará sus operaciones, ellos estarían dispuestos a participar nuevamente en ella. (figura 17) En primera instancia los productores de APAY expresaron que, si participarían nuevamente en la Ruta G ya que ellos fueron los protagonistas de la ruta Del Campo a la Mesa, en la cual ellos ofrecían sus productos agroecológicos a los turistas, generando una experiencia diferente a la hora de elaborar los platillos con los productos que ellos mismo cosechaban en los huertos agroecológicos. Además, uno de los propietarios del restaurante Dos Suces dijo que sí, mientras que La Chicheria y El Mercado manifestaron que probablemente y por último uno de los fundadores de la Ruta G mencionó que sí participará siempre que la ruta sea sostenible y rentable.

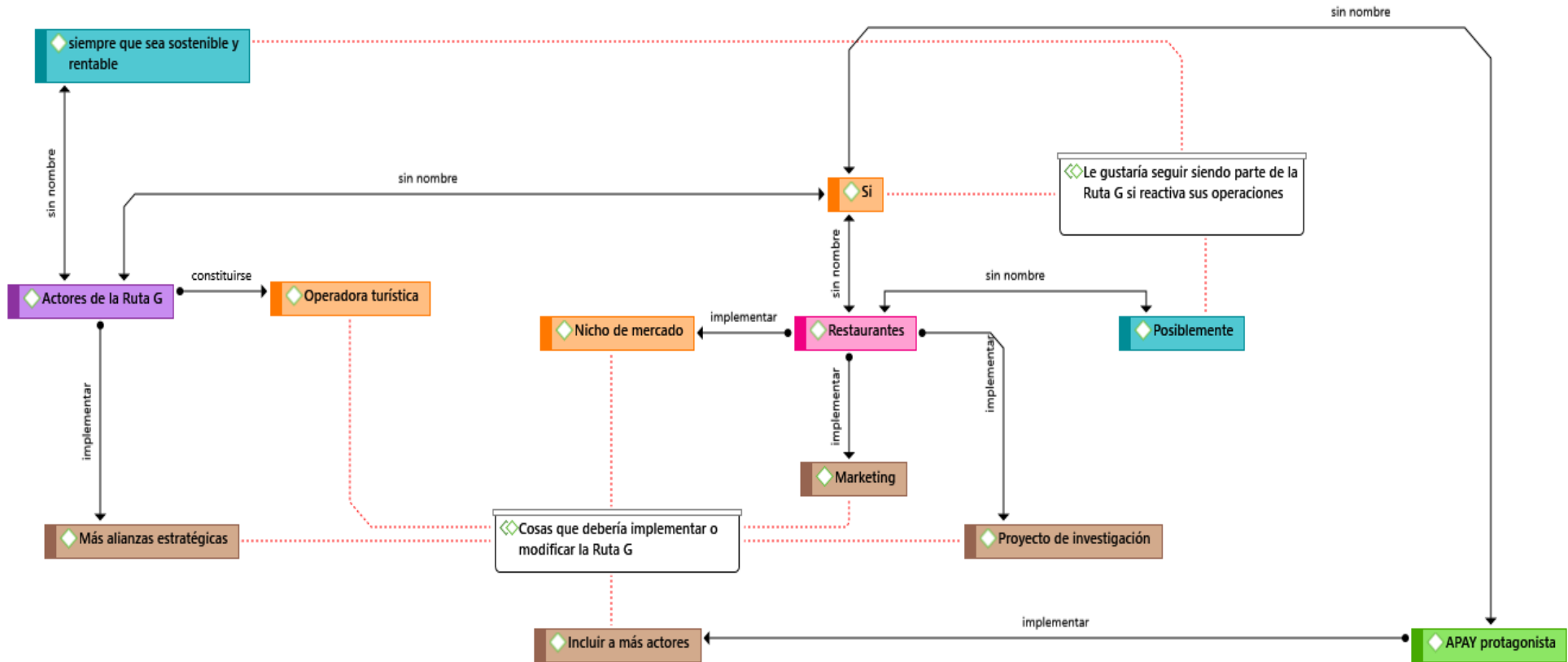
En cuanto a los puntos que se deben implementar o modificar en la Ruta G, los propietarios de los restaurantes expresaron que se debe implementar marketing turístico, centrarse en un nicho de mercado e implementar un proyecto de investigación, asimismo productores de APAY consideran que se debe integrar más actores “(...) otros agro productores que tengan parcelas diferentes a las nuestras, que sé que sí las hay (..) y cualquier gente que quiere unirse (...)” (Albarracín, comunicación personal, 30 de noviembre de 2021). Por otra parte, los actores de la Ruta G consideran que se debe implementar más alianzas estratégicas y anhelan constituirse como una operadora turística gastronómica en la ciudad de Cuenca.

De lo antes mencionado, se debe tomar en cuenta las recomendaciones e implementaciones que dieron los participantes de la Ruta G durante las entrevistas con el objetivo de mejorar la operatividad de la Ruta G en el caso de que ésta reactive sus operaciones y que lo haga de modo sostenible para generar un servicio de calidad que beneficie a todos los actores, generando mayor demanda turística para la ciudad.



Figura 21

Reactivación, modificación o implementación en la Ruta G



Nota: En esta red el código que mayor frecuencia tuvo es: sí, ya que consideran que se debe implementar o modificar aspectos en la Ruta G.



CONCLUSIONES

El presente estudio analizó los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, específicamente el caso de la Ruta G. Es por eso que, a partir de un análisis cualitativo entre los diferentes actores, directos e indirectos que participaron en el caso de estudio se puede concluir que:

En Cuenca, existen algunos actores agroecológicos como: Saucay, Octavio Cordero, APAY, entre otras asociaciones que se dedican a expender productos agroecológicos, sin embargo, los productores de APAY son los únicos que tuvieron vinculación turística con la Ruta G ya que participaron en una de las rutas tematizadas, Del Campo a la Mesa, en la cual los turistas pudieron involucrarse y experimentar de primera mano las prácticas agroecológicas que emplean los productores de APAY, que a más de ser amigables con el medio ambiente también generan un beneficio económico y social para sus miembros ya que eliminan las cadenas de distribución de alimentos permitiendo que los agricultores sean competitivos en el mercado. Entonces, la participación de los productores de APAY en la Ruta G permiten evidenciar que la gastronomía puede ser sostenible a través del uso de productos agroecológicos que atraigan a nuevos nichos de mercados turísticos en Cuenca puesto que los turistas hoy en día están buscando empresas que practiquen la sostenibilidad.

La vinculación entre la oferta gastronómica y agroecológica en la ciudad de Cuenca es escasa, debido a que no han existido proyectos públicos ni privados que logren fusionar adecuadamente la gastronomía y la agroecológica, más bien cada quien busca beneficios propios—actores públicos y privados—. La asociatividad y la co-creación serían una de las mejores opciones para afrontar la desvinculación de la gastronomía y agroecología en el ámbito turístico porque de esta manera se implementaría un nuevo segmento de mercado enfocado al turismo agroecológico que puede ser fomentado a través de rutas gastronómicas.



El caso de estudio Ruta G, podría ser considerado como un prototipo de sostenibilidad turística, en particular la ruta tematizada del Campo a la Mesa ya que se vinculó a la asociación APAY creando una nueva experiencia vivencial para los turistas. Por lo tanto, si se pretenden crear proyectos nuevos o similares a la Ruta G se debe desarrollar una planificación basada en una investigación previa que considere varias aristas encaminadas a ser un modelo de turismo sostenible en el cual, no solamente sea sostenible una ruta tematizada, sino que la sostenibilidad sea aplicable a todas las rutas tematizadas que opera la Ruta G. Una de las estrategias para dicho modelo podría ser incluir a emprendimientos locales con la finalidad de dinamizar la economía, revalorizar la arquitectura y fomentar la cultura de Cuenca haciéndola un destino turístico atrayente que permita construir una marca sólida, reconocible y de calidad.

Por lo tanto, es fundamental mencionar que la Ruta G durante su funcionamiento trató de generar oportunidades de turismo sostenible gracias a la ruta tematizada Del Campo a la Mesa, no obstante, por la COVID-19 no pudo demostrar el verdadero impacto que podría haber generado en la ciudad de Cuenca.

Por otra parte, aunque la COVID-19 trajo consigo amenazas que debilitaron varios subsectores del turismo, sin embargo, cambiar las amenazas por oportunidades es la clave para salir fortalecido de situaciones incontrolables. Ahora es el momento de que el sector turístico tenga la oportunidad de mejorar su propuesta de valor masificada por un turismo que se alinee a la sostenibilidad, incentivando el turismo interno; es decir, atraer al público nacional de cercanía con una oferta fortalecida mediante campañas especiales basadas en estrategias de creatividad emocional que conecten con el público de manera que despierten su curiosidad, cubran sus necesidades o satisfagan sus deseos.



RECOMENDACIONES

A continuación, se enumeran una serie de recomendaciones:

Si la Ruta G considera reactivar sus operaciones es necesario que realice una investigación previa del manejo de rutas gastronómicas sostenibles basado en estudios de otros países con el objetivo de que los participantes gastronómicos se motiven a participar nuevamente para generar experiencias innovadoras en el ámbito gastronómico.

Asimismo, se recomienda que la Ruta G implemente más colaboradores gastronómicos que usen productos agroecológicos locales ya que generará un impacto positivo para la ciudad, sin embargo, hay que desarrollar estrategias aptas para no encarecer los platillos de los establecimientos gastronómicos.

También, se deben promover acciones que eliminen las prácticas agrícolas industriales en donde la mayor parte de los ingresos la perciben los intermediarios y las grandes cadenas de distribución de alimentos, esto refleja que el arduo trabajo del agricultor es poco valorado y mal remunerado. Es así, que la agroecología puede ser el punto de inflexión en el modelo agrícola imperante.

Además, la agricultura ecológica está vinculada a movimientos como *Slow Food* y los productos de proximidad o km 0, los cuales podrían contribuir a un proceso de desintermediación en la cadena de suministro de alimentos, dándole así al productor un mayor poder de negociación.

Finalmente, es importante que la entidad pública se involucre en este tipo de iniciativas (Ruta G) a través de sus competencias como por ejemplo: la Prefectura del Azuay, al trabajar con temas enfocados a la agroecología podrían colaborar definiendo el número de productores agroecológicos que existen en Cuenca, los cuales podrían formar parte de la Ruta G o de otras iniciativas, mientras que la Fundación Municipal de Cuenca y el Ministerio de Turismo podrían aportar con el marketing u otras actividades que estén acorde a sus competencias.



BIBLIOGRAFÍA

- Altieri, M. A. (2002). Agroecología: principios y estrategias para diseñar sistemas agrarios sustentables. *SARANDON, SJ Agroecología: el camino hacia una agricultura sustentable. Buenos Aires–La Plata*, 49-56. <http://agroeco.org/wp-content/uploads/2010/10/cap2-Altieri.pdf>
- Altieri, M. (2009). Vertientes del pensamiento agroecológico: fundamentos y aplicaciones. In M. A. Altieri (Ed.), *Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología (SOCLA)*. <http://media.utp.edu.co/centro-gestion-ambiental/archivos/documentos-relacionados-con-agroecologia-seguridad-y-soberania-alimentaria/vertientes-del-pensamiento-agroecologico-fundamentos-y-aplicaciones.pdf#page=69>
- Arriola, A. (2006). *Las rutas gastronómicas como estrategia de desarrollo turístico local*. https://www.researchgate.net/publication/282133780_Las_rutas_gastronomicas_como_estrategia_de_desarrollo_turistico_local
- Bamahonde Cobo, R. A. (2017). *De la agroindustria a la agroecología: una reflexión para el caso ecuatoriano*. [Disertación previa a la obtención del título de Economista, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14234>
- Baquero Méndez, X. F. (2016). Definición de rutas como complemento del desarrollo turístico-Gastronómico de las principales Provincias del Ecuador. <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/532/1/Trabajo%20previo%20a%20la%20obtencion%20de%20Licenciatura%20en%20Artes%20Culinarias%20-%20Xavier%20Baquero.pdf>
- Barrera, E. (2006). Rutas alimentarias. Una estrategia cultural para el desarrollo rural mexicano. México: Consejo para la cultura y artes de México. https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/rutas_alimentarias_estrategia_cultural_de_desarrollo_rural_2006.pdf



- Bravo, J. (2018). Rutas alimentarias. Una estrategia cultural para el desarrollo rural mexicano. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6363/1/T2709-MAE-Bravo-Asociatividad.pdf>
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(03)00063-3)
- Buiatti, S. (2011). Food and tourism: the role of the “Slow Food” association. In *Food, Agri-Culture and Tourism* (pp. 92-101). Springer, Berlin, Heidelberg. https://www.researchgate.net/profile/KatiaLauraSidali/publication/321614002_Food_AgriCulture_and_Tourism_Linking_Local_Gastronomy_and_Rural_Tourism_Interdisciplinary_Perspectives/links/5eb2d042299bf152d69e38a0/Food-Agri-Culture-and-Tourism-Linking-Local-Gastronomy-and-Rural-Tourism-Interdisciplinary-Perspectives.pdf#page=108
- Buitrago, S., y Chitiva, D. (2017). *La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá, Colombia* (Tesis de maestría). https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/362/1/JJAspa2017La_gastronom%C3%ADa_sostenible_como_factor_de_mejoramiento.pdf
- Cacho, D. (2017). *El turismo: un modelo de desarrollo*. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/turismo-modelo-desarrollo/>
- Cañizares, M. (2013). Sostenibilidad y Turismo: de la documentación internacional a la planificación en España «horizonte 2020». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 61, 67–92. <https://doi.org/10.21138/bage.1536>
- Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, 11, 5-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193420679001>
- Cardoso, F. (2021). Comunicación personal con Gabriela Moscoso y Johanna Güiracocha.



- Cerezo-Medina, A. (2020). Introducción al turismo y la gastronomía. *Introducción al turismo y la gastronomía*. <https://hdl.handle.net/10630/19643>
- Chalán, J. (2019). *Agricultura convencional y agroecología frente al cambio climático*. [Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6634/1/T2860-MDSCC-Chalan-Agricultura.pdf>
- Club Turismo Gastronómico. (2013). Club Turismo Gastronómico propuestas. <http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2013/05/Gastronomia-ESP-def.pdf>
- Corella, A. (1993). Generalidades sobre la agroindustria en Colombia. *Revista de Ciencias Agrícolas*, 12(2), 82-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6191655>
- Da Silva, C. A. (2009). La configuración de los circuitos «de proximidad» en el sistema alimentario: tendencias evolutivas. (54), 11-32. <https://core.ac.uk/download/pdf/13285626.pdf>
- De Jesús-Contreras, D., Thomé-Ortiz, H., Espinoza-Ortega, A. y Vizcarra-Bordi, I. (2017). TURISMO AGROALIMENTARIO. Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 549-567. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180752116003>
- De La Torre, G. M. V., Morales-Fernández, E. J., y Pérez Naranjo, L. M. (2012). Análisis del turismo gastronómico en la provincia de Córdoba. *Tourism & Management Studies*, (8), 78-87. <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743870009.pdf>
- De Rivero, G. B. (2002). Rutas gastronómicas del Perú: Patrimonio y turismo. In *Alimentación y gastronomía: II Coloquio Internacional de Gastronomía, Patrimonio y Turismo* (pp. 167-192). Universidad de San Martín de Porres (USMP). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=778181>



- Di Clemente, E., Hernández, J., & López, T. (2014). Gastronomy as a cultural heritage and tourism development engine. A swot analysis for Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura*, 817-833.
- Falcón, J. P. (2019). Tendencias globales de desarrollo del turismo gastronómico aplicadas al caso de Argentina. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 01(012), 35-67. <https://doi.org/10.17979/redma.2014.01.012.4816>
- Fernández Sánchez, L., Rodríguez Cotilla, Z., Pozo Rodríguez, J., y Espinosa Manfugás, J. (2016). Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 5(2), 118–136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761082>
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24, 4. <https://doi.org/10.22235/d.v0i24.1166>
- Gallo, G y Peralta, J. (2018). Turismo Rural Comunitario. <https://www.teseopress.com/turismoruralcomunitario/chapter/capitulo-2-sostenibilidad-y-derecho-participativo/>
- García, R. (2018). Claves del turismo gastronómico. *Aprende de Turismo*. aprendedeturismo.org/claves-del-turismo-gastronomico/
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(5), 1187-1198. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.079>
- López, D. y Llorente, M. (2010). *La agroecología: hacia un modelo agrario*. https://www.ecologistasenaccion.org/wp-content/uploads/adjuntos-spip/pdf_cuaderno_17_agroecologia.pdf



- López-Guzmán, T., y Jesus, M. M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, 929-922. <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867083.pdf>
- Martínez Castillo, R. (2004). *Fundamentos culturales, sociales y económicos de la agroecología*. Ciencias Sociales. https://revistacienciassociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS103_104/07MARTINEZ.pdf
- Mayers, J. (2005). Stakeholder power analysis. *Researchgate*. https://www.researchgate.net/institution/International_Institute_for_Environment_and_Development
- Montaleza, W. (2021). Comunicación personal con Gabriela Moscoso y Johanna Güiracocha.
- Montecinos Torres, A. (2016). Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos. (1a ed.): Porrúa Print.
- Mora, R. (12 de agosto de 2021). Comunicación personal con Johanna Güiracocha y Gabriela Moscoso.
- Navarrete, D. (2017). *Transformaciones en la economía campesina por la instalación de la agroindustria en la comuna de Cabildo, provincia del Petorca*. <http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/4185/TLGEO%2044.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarro, M. (2014). La gastronomía sostenible. El mundo desde otras miradas. <https://agrotravelturismoresponsable.wordpress.com/2014/10/28/la-gastronomia-sostenible/>
- Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (2009). https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf



Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752. [file:///C:/Users/gabri/Downloads/Dialnet-LaGastronomiaComoAtractivoTuristicoPrimarioDeUnDes-3738744%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/gabri/Downloads/Dialnet-LaGastronomiaComoAtractivoTuristicoPrimarioDeUnDes-3738744%20(2).pdf)

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2014). Agroecología para la Seguridad Alimentaria y Nutrición. <http://www.fao.org/3/i4729s/i4729s.pdf>

Organización Mundial de Turismo (2017). conceptos fundamentales del turismo. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.2.pdf>

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420995>.

Peña, V. (19 de abril de 2021). Comunicación personal con Johanna Güiracocha y Gabriela Moscoso.

Peña, V. (22 de noviembre de 2021). Comunicación personal con Johanna Güiracocha y Gabriela Moscoso.

Planella-Villagra, I. (1983). *Agroindustria y desarrollo económico* (p. 263). IICA. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/9374>

Quevedo, T. (2013). *Agroindustria y concentración de la propiedad de la tierra*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54959.pdf>

Rand, G. E. D., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112. https://doi.org/10.1300/J073v14n03_06



Rey, K. (2016). *Rutas alimentarias: Diversificación de la oferta turística y reactivación de las economías locales. “La ruta de la miel Pampeana”*.
<http://nulan.mdp.edu.ar/2594/1/rey.2016.pdf>

Reyes, B. (2002). Turismo Sostenible. <https://n9.cl/bxs0p>

Rodríguez, T. (2021). Comunicación personal con Gabriela Moscoso y Johanna Güiracocha.

Ruta G. (s.f.). *Publicación* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de noviembre de 2020, de <https://www.facebook.com/rutag.ec/photos/pcb.115274313265244/115271489932193/>

Ruta G. (s.f.). *Publicación* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de <https://www.facebook.com/rutag.ec/photos/pcb.146759340116741/146759003450108/>

Ruta G. (s.f.). *Publicación* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 21 de febrero de 2020, de <https://www.facebook.com/rutag.ec/photos/pcb.152284736230868/152283329564342/>

Ruta G.(s.f.). *Publicación* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 12 de enero de 2020, de <https://www.facebook.com/rutag.ec/photos/pcb.138351660957509/138351444290864/>

Sancho, A. (2019). Introducción al turismo.
[http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20\(1\).pdf?sequence=1](http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20(1).pdf?sequence=1)



- Schlagwein, F. (2021). *El coronavirus, ¿una oportunidad para el turismo sostenible?*. DW Akademie. <https://www.dw.com/es/el-coronavirus-una-oportunidad-para-el-turismo-sostenible/a-56821078>
- Serrano, A. y Cazares, I. (2019). La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia. *Revista Espacios*, 40, 12. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p12.pdf>
- Soper, K. (2007). Re-thinking the `Good Life`. *Journal of Consumer Culture*, 7(2), 205-229. <https://doi.org/10.1177/1469540507077681>
- Sosa Sosa, M. E.*, y Araiza Salido, P. L**. (2013). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 21(42), 151-174. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572013000200007
- Stanimirova, M., & Zarev, Y. (2017). Opportunities for distribution of agricultural products through short supply chains. *Trakia Journal of Science*, 15(Suppl.1), 77-81. <https://doi.org/10.15547/tjs.2017.s.01.014>
- Teege, A. (2019). Modelo de desarrollo del turismo gastronómico sostenible en Kiel (Alemania). <https://core.ac.uk/download/pdf/222807395.pdf>
- Torres, L. (16 de noviembre de 2021). Comunicación personal con Johanna Güiracocha y Gabriela Moscoso.
- Van Bommel, K., & Spicer, A. (2015). Slow Food as a Social Movement. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 94-99. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-097086-8.64060-6>
- Vega, A. (2011). Análisis del potencial agroturístico del cantón Santa Isabel. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1673/1/tur33.pdf>



Viñansaca, J. (30 de septiembre de 2021). Comunicación personal con Johanna Güiracocha y Gabriela Moscoso.

World Summit on Sustainable Tourism (2015). Biosphere Sustainable. <https://www.biospheretourism.com/es/carta-mundialde-turismo-sostenible-20/25>

Zurbriggen, C. y González, M. (2020). Innovación y co-creación: nuevos desafíos para las políticas públicas. *Revista de gestión pública*, 3(2), 329-361. <https://iace.uv.cl/index.php/rgp/article/view/2245/2197>



ANEXOS

Anexo 1 Diseño de Tesis

**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
ESCUELA DE TURISMO**

Título:

**“ANÁLISIS DE LOS VÍNCULOS ENTRE LA GASTRONOMÍA Y LA
AGROECOLOGÍA PARA LA CONSECUCCIÓN DE INICIATIVAS DE TURISMO
SOSTENIBLE EN LA CIUDAD DE CUENCA, CASO RUTA G”**

Vinculación de la oferta



Línea de investigación:

Gestión sostenible e innovación de recursos naturales, ambientales y sociales con propósitos de turismo, ocio y recreación.

Campo específico UNESCO

5306.99 Innovación turística

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

Licenciatura en Turismo

DIRECTOR:

Mg. Cristina Barzallo Neira

AUTORES:

Johanna Elizabeth Güiracocha Quinde

Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco

CUENCA-ECUADOR



1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G.

1. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

Johanna Elizabeth Güiracocha Quinde(johanna.guiracochaq@ucuenca.edu.ec)

Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco (gabriela.moscosop@ucuenca.edu.ec)

2. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo del presente estudio es analizar los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, a partir del caso Ruta G.

La gastronomía está estrechamente ligada al turismo, ya que a más de satisfacer una necesidad fisiológica (alimentación) del turista, también cubre sus necesidades de aprendizaje acerca de las particularidades culturales de un destino turístico. Sin embargo, las fuentes primarias (agroecología) de donde se obtienen los productos primarios para la elaboración de los platos gastronómicos en determinados casos se desvinculan del sector turístico. Por esto, es necesario lograr una sinergia entre estos tres aspectos -turismo, gastronomía y agroecología- con la finalidad de diversificar la oferta y encaminarse a un desarrollo turístico sostenible que promueva un progreso económico, social y ambiental equitativo para las zonas rurales y urbanas.

En Cuenca existe una iniciativa privada denominada Ruta G (ruta gastronómica) que pretende brindar experiencias gastronómicas con identidad mediante tours que vinculan el turismo, la gastronomía y la agroecología.



Esta investigación pretende identificar los actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad de Cuenca. A partir de ello se pretende explorar los vínculos públicos y privados entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca, y por último analizar la iniciativa Ruta G en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca.

Para alcanzar los objetivos planteados en este estudio, es necesario realizar un mapeo de actores de acuerdo a metodologías participativas, También se realizarán entrevistas semiestructuradas a actores públicos (Ministerio de Turismo, Fundación de Turismo para Cuenca, AgroAzuay Prefectura, otros) y privados (Ruta G, Asociación de Productores Agropecuarios Yanuncay, restaurantes, otros) mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Finalmente, se utilizarán entrevistas semiestructuradas a los agentes vinculados a la iniciativa Ruta G.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La ciudad de Cuenca posee un gran potencial gastronómico, sin embargo, es escasa la vinculación entre la oferta gastronómica y la oferta agroecológica de la ciudad lo que dificulta un desarrollo turístico sostenible. Por eso, generar una acción colaborativa entre el sector turístico, gastronómico y agroecológico es imperante para lograr una distribución equitativa de los beneficios sociales, económicos y ambientales.

La Ruta G (ruta gastronómica) ha sido una de las primeras iniciativas gastronómicas de índole privado en Cuenca que ha tratado de brindar experiencias turísticas diferentes mediante el desarrollo de una gastronomía con identidad. Por tal motivo, para crear algunos de sus tours tematizados Ruta G opera con restaurantes que tienen vínculos con asociaciones agroecológicas que permiten al turista conocer la procedencia de los alimentos con los cuales se elaboran los platos gastronómicos. Si bien lo anterior encamina a la Ruta G a un modelo de prácticas turísticas sostenibles, aún existen muchos parámetros que se deben considerar para que la



Ruta G se presente como una alternativa turística sostenible. Parámetros tales como: definir a todos los actores agroecológicos y explorar posibles vínculos públicos-privados que pueden generarse entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica con la finalidad de lograr una repartición justa y equitativa de los beneficios económicos, sociales y ambientales.

Además, para que la ruta gastronómica contribuya a generar un desarrollo turístico sostenible, se deben promover acciones que eliminen las prácticas agrícolas industriales en donde la mayor parte de los ingresos de la actividad agrícola la perciben los intermediarios y por ende las grandes cadenas de distribución de alimentos. Aquello evidencia que el arduo trabajo del agricultor es poco valorado y que la remuneración no es proporcional al esfuerzo empleado. Lo que precede, puede transgredir las dimensiones del desarrollo sostenible como aspiración de un destino turístico, por lo que es imprescindible buscar alternativas viables. Es así, que la agricultura ecológica puede ser el punto de inflexión en el modelo agrícola imperante. Asimismo, la agricultura ecológica está vinculada a movimientos como Slow Food y los productos de proximidad o km 0, los cuales podrían contribuir a un proceso de desintermediación en la cadena de suministro de alimentos, dándole así al productor un mayor poder de negociación.

De igual modo, estas alternativas coadyuvan al desarrollo e integración de lo rural y lo urbano incentivando la creación de microempresas o emprendimientos de agricultura ecológica que satisfagan adecuadamente la demanda de los establecimientos gastronómicos y a la vez mejoren la calidad de vida de los productores agrícolas.

Otro punto que hay que recalcar es que debido a la pandemia -COVID-19- Ruta G paralizó sus actividades, sin embargo, en la actualidad está planteando reactivar sus operaciones.

En el marco del proyecto *Fostering a platform for research-based education to support sustainable development through Tourism in the Cajas Massif Biosphere*



Area, se pretende analizar los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, a partir del caso Ruta G.

4. MARCO TEÓRICO

1. Agricultura industrial

La agroindustria involucra el manejo, preservación y transformación industrial de las materias provenientes de la agricultura, la ganadería, silvicultura y pesca, procesos que generalmente no tienen vínculos directos con los productores (Corella, 1993). Además, influye en la productividad futura de la agricultura, ya que busca una productividad inmediata lo que origina que los recursos agrícolas como el suelo, el agua, la diversidad genética y los procesos ecológicos están siendo degradados, afectando a la salud humana y al medioambiente (Bahamonde, 2017). También, la agroindustria utiliza componentes tecnológicos que desplazan a la mano de obra campesina mediante la introducción de maquinaria como motor de producción y de transformación (Quevedo, 2013). Lo anterior evidencia las repercusiones sociales causadas por la agroindustria, ya que este modelo de producción a más de desplazar a los agricultores y a sus prácticas tradicionales generan una repartición inequitativa de los beneficios económicos, en donde los empresarios agroindustriales acaparan las tierras de cultivo más productivas (Navarrete, 2017).

Otros efectos negativos causados por la agroindustria son la pérdida de autonomía que anteriormente tenía el campesino para tomar decisiones en lo referente al ritmo y al proceso de cultivo que debían ser empleados, pero, a partir de la industrialización agrícola se establecen a las semillas genéticamente modificadas, a los fertilizantes, insecticidas y herbicidas químicos como un patrón inalterable. Asimismo, contribuye a que el agricultor independiente desaparezca porque significa el deterioro moral, cultural y económico de las zonas rurales que dependían de su agricultura. Moral, debido a la fragmentación del núcleo familiar de los millones de familias campesinas, que se vieron obligadas a migrar a las ciudades o a otros países.



Cultural, ya que la tierra no solamente era su medio de subsistencia, sino también la base de su identidad, de su cultura y su fuente de bienestar material, mental y espiritual. Finalmente, económico debido a las grandes extensiones de monocultivos controlados por la agroindustria que no requieren de la cantidad de mano de obra existente (Bahamonde, 2017).

2. Agricultura ecológica

Durante los últimos años se ha visto la necesidad de reorientar la agricultura hacia un modelo ecológico sostenible, tal es el caso de la agroecología que une los saberes tradicionales de los agricultores, campesinos e indígenas con el conocimiento científico moderno; fortaleciendo las redes sociales y económicas locales, los mercados locales y un manejo integrado de agricultura, ganadería y silvicultura. Además, la agroecología desarrolla técnicas de manejo agrario que se basan en la recuperación de la fertilidad de los suelos, el policultivo, las variedades y razas agrarias locales (López y Llorente, 2010).

La agroecología incluye a la agricultura ecológica pero la agroecología va más allá, integrando aspectos sociales como formas de comercialización justas para consumidores y productores y aspectos ecológicos como el manejo de la biodiversidad (López y Llorente, 2010). Esto involucra una nueva conciencia social y política, además de nuevas herramientas para facilitar su aplicación, de allí surge el énfasis en la difusión y consolidación de los fundamentos de la agroecología y la recuperación de las prácticas tradicionales (Martínez, 2004).

Desde siglos pasados, las prácticas tradicionales de la agricultura se han mantenido gracias a las prácticas agroecológicas, tal es el caso de los antiguos imperios que poblaron América latina como: los incas, aztecas y mayas, los cuales utilizaban los cultivos tradicionales como las chakras, cercas vivas con árboles frutales nativos del lugar, entre otros (Chalán, 2019).

3. Turismo gastronómico



Según la Organización Mundial de Turismo y Basque Culinary Center (2019) define al turismo gastronómico como:

un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina (...). (p.8)

Actualmente, el turismo gastronómico ha sobrepasado el marco de la mesa agregando a la oferta todos los sectores de la cadena alimentaria (productores y empresas transformadoras), las empresas turísticas (restaurantes, alojamientos, etc.) y los sectores de distribución, comercialización e inclusive la educación (OMT y BCC, 2019). También, los viajeros se han vuelto más experimentados y exigentes, debido a que buscan nuevas experiencias. Es así que para satisfacer esta demanda surge el turismo gastronómico, el cual engloba: las tradiciones, las prácticas culturales, la autenticidad y el mantenimiento de las actividades agrícolas locales de una manera sostenible, convirtiéndose en un factor diferenciador para muchos destinos turísticos. Además, este tipo de experiencia motiva a que el turista esté dispuesto a pagar mayor cantidad de dinero en productos de alta calidad (Teege, 2019). Sin embargo, la gastronomía no se refiere únicamente a un conjunto de alimentos o platos tradicionales, sino que es una definición mucho más extensa que abarca costumbres alimentarias, tradiciones, procesos y modos de vida que giran alrededor de la misma (Di Clemente, Hernández y López, 2014). No obstante, para que el atractivo gastronómico realmente tenga una incidencia significativa en el ámbito turístico y que aporte a la comunidad anfitriona se debe poner en valor el trabajo que realizan los agricultores, el esfuerzo, las técnicas empleadas e inclusive sus experiencias (Fusté-Forné, 2016).

Por esta razón, Montecinos menciona que el turismo gastronómico sostenible es multifacético, ya que no solamente se trata de comida y bebida, sino que también



se enfoca en los procesos de preparación, contextos culturales y naturales, la inmersión en el ambiente auténtico y la interacción y el aprendizaje entre todos (2016).

El objetivo del turismo gastronómico sostenible es integrar a la ciudad y el campo en una red turística, para crear ofertas gastronómicas diversas y sostenibles, tal es el caso de las rutas gastronómicas (Teege, 2019).

4. La gastronomía y sus movimientos sostenibles

La gastronomía sostenible es sinónimo de identidad, cultura, cuidado del ambiente y beneficios económicos a las comunidades. Es a través de la gastronomía que los pueblos manifiestan su cultura (Navarro, 2014). La gastronomía sostenible surge en Europa hacia 1986 como aquella que cuida los recursos esenciales y los ecosistemas para el bienestar de la sociedad en el futuro, generando valor compartido a partir de buenas prácticas en la cadena de suministro, transferido entre los diferentes eslabones que interactúan en la misma (Buitrago y Chitiva, 2017).

Actualmente, las decisiones tomadas por los consumidores también son vistas como formas de protesta en contra de un estilo de vida y tendencia de consumo capitalista bajo la tendencia de *fast food* y *fast life* (Soper, 2007). De manera que se cuestiona el predominio de los monocultivos, los productos químicos y la producción mundial a gran escala de alimentos estandarizados, ya que potencialmente arruina el sabor, la salud, el medio ambiente, el sustento de comunidades agrícolas y, en general, crea desencanto con la experiencia de cocinar y comer (Ritzer, 2011).

Para equilibrar la balanza entre producción y consumo de forma justa para todos, surgen nuevos movimientos que coadyuvan a estas nuevas tendencias, entre ellas: Slow Food y los productos de proximidad, Km 0 o cadenas de suministro cortas.

Slow Food y su búsqueda de bueno, limpio y justo en cuanto a comida. Lo que comenzó principalmente como un movimiento gastronómico italiano que atraía a los amantes de la comida se ha convertido en un movimiento global que atrae a un grupo



más amplio de ambientalistas y personas preocupadas por el comercio justo y la justicia social (van Bommel y Spicer, 2015).

Las cadenas de suministro cortas enfatizan el papel de los agricultores en la identificación de las características de los alimentos y eliminan a los intermediarios en sus canales de distribución. Además, existen más oportunidades para que los agricultores creen ventajas adicionales para el producto (autenticidad del producto, la finca donde se produjo y su territorio adyacente), al tener contacto directo con los consumidores y aumento de los contactos sociales (Stanimirova y Zarev, 2017).

5. Rutas gastronómicas

Las rutas gastronómicas tienen su origen en Europa y se han ejecutado en todo el mundo, con distinto grado de desarrollo e intensidad (Rey, 2016).

Una ruta gastronómica es una modalidad de turismo que permite el descubrimiento organizado de un territorio en torno a un eje relacionado con el patrimonio alimentario, gastronómico local y regional (Arriola, 2006). También, se puede definir como el conjunto de pueblos o regiones que comparten usos y costumbres gastronómicas, considerando la inclusión de aspectos culturales y simbólicos (Benavides, 2002). Finalmente, las rutas gastronómicas son consideradas como productos turísticos que reúnen varios atractivos en un territorio, que fomentan la colaboración entre actores públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas, con la finalidad de recalcar el carácter particular del territorio mediante una estructura que ayuda económicamente a todos los involucrados (Briedenhann y Wickens, 2004).

Además, los objetivos que persiguen las rutas gastronómicas son: la dinamización de un territorio rural a través de la puesta en valor del producto agrario y de la cocina tradicional como parte del patrimonio cultural de un territorio (Jeambey, 2016).



En la ciudad de Cuenca desde noviembre del 2019 se impulsó una ruta gastronómica denominada Ruta G, iniciativa que tiene como objetivo aportar al desarrollo de la gastronomía local y la dinamización del turismo en el país. La Ruta G, mediante su desarrollo, permite rescatar la identidad tanto gastronómica como cultural de la localidad y a la vez apoyar iniciativas sustentables para convertir a sus usuarios en verdaderos difusores culturales.

Este proyecto es una iniciativa privada del Instituto San Isidro, la revista InHaus Magazine y la red de emprendedores Aweik. Su objetivo es aportar al desarrollo de la gastronomía y a la dinamización del turismo en Cuenca, mediante la creación de experiencias gastronómicas vivenciales en espacios patrimoniales de Cuenca. La Ruta G realiza recorridos los días jueves de cada mes e involucra el recorrido por establecimientos gastronómicos como: los restaurantes Pedregal Azteca, Dos Sucre, La Caleta, Masión Alcázar, Akelarre, El Mercado, El Jardín, entre otros; la cafetería Café del Museo y la vinoteca Winery. Además, la ruta G complementa su recorrido culinario con la visita a diferentes lugares patrimoniales e históricos de la ciudad de Cuenca, así como a emprendimientos como la asociación APAY. Es así, que con esta iniciativa privada creativa se pretende dinamizar el turismo en la ciudad de Cuenca a través de fusionar la cultura gastronómica y el patrimonio de la Atenas del Ecuador. Su público objetivo son los adultos mayores de nivel económico medio-alto, cuencanos, guayaquileños y expats, con un costo aproximado de \$50 por cada persona (Plataforma de Turismo para la Educación Basada en Investigación, Innovación y Transferencia [PREIT-tour], 2020).

5.1. Casos de estudio sobre restaurantes que se han vinculado a la agricultura ecológica local en otros países.

Azurmendi es un restaurante ubicado en Larrabetzu, España que ofrece una gastronomía vasca tradicional y que está vinculado a la sostenibilidad de los productos con los que elabora sus platos. Apuesta por cultivar sus propias verduras y contrata a proveedores cercanos que cultivan productos orgánicos. También, Fargo es un restaurante ubicado en Sevilla que usa la filosofía de Slow Food y elabora cada



uno de sus platillos con productos locales derivados de producciones agrícolas ecológicas. Finalmente, Ca Na Toneta localizada en Mallorca basa la elaboración de sus productos en buscar un equilibrio entre la producción agrícola ofertada y la elaboración de sus platos; es decir, elaboran platillos basados en productos de temporada. Además, priorizan la compra de productos agrícolas ecológicos de proximidad (Ecovamos, 2018).

6. Repercusiones del COVID-19

El COVID-19 ha generado una crisis económica mundial que podría significar la mayor depresión (...). Esta pandemia ha cambiado drásticamente el contexto social y ha tenido un gran impacto en las personas, en los sectores de actividad económica, en los viajes internacionales, la demanda turística, entre otros (Altmark, 2020). Obligando el cierre de aeropuertos, puertos, ciudades y países enteros en aislamiento social (Romero, 2020).

Estas políticas de distanciamiento social han provocado una caída en la demanda de servicios relacionados con los alimentos y han ocasionado la pérdida de empleos, ingresos y medios de vida (Grupo del Alto Nivel de Expertos en Seguridad Alimentaria y Nutrición [GANESAN], 2020). Sin embargo, el único sector que estuvo en actividad fue la cadena de suministro de alimentos, ya que es uno de los sectores más vitales de la sociedad, pero esto les hace estar expuestos a contraer el virus y por lo tanto a contagiar a sus compañeros y familiares (..) (Romero, 2020).

5. OBJETIVOS

5.1. General

Analizar los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, a partir del caso Ruta G.

5.2. Específicos



1. Identificar a los actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad de Cuenca.
2. Explorar los vínculos públicos y privados existentes entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.
3. Analizar la iniciativa *Ruta G* en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología, mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca.

Hipótesis

Ruta G puede llegar a ser una iniciativa turística sostenible gracias a la vinculación gastronómica y agroecológica de la ciudad de Cuenca.

6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La investigación tendrá un enfoque cualitativo de alcance exploratorio. En primera instancia, se recopilará información mediante la revisión bibliográfica sobre turismo gastronómico, sostenibilidad, agricultura ecológica, agricultura industrial, entre otros para la consecución del marco teórico.

Posteriormente, para desarrollar el primer objetivo se realizará un mapeo de actores de acuerdo con metodología participativa, teniendo en consideración a la Red de Productores Agroecológicos de la ciudad de Cuenca.

Luego, con respecto al segundo objetivo se realizará entrevistas semiestructuradas a actores públicos y privados, mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. En lo referente al tercer objetivo se utilizarán entrevistas semiestructuradas a los agentes vinculados a la iniciativa Ruta G.

Finalmente, se analizará la información mediante la hermenéutica, usando el software Atlas Ti. versión 7 con el objetivo de analizar el discurso y elaborar redes semánticas a partir de las entrevistas.



7. BIBLIOGRAFÍA

- Albarracín, G. (2021). Comunicación personal con Gabriela Moscoso.
- Alberdi, J. (201810.4422/ager.2017.09). Alimentación de proximidad. Territorializaciones posibles de una alianza entre los mercados municipales y el territorio agrario periurbano de Madrid. *Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural*, 24(1), 191-224. <https://doi.org/10.4422/ager.2017.09>
- Álvarez del Valle, L. (2017). Alimentación de proximidad. Territorializaciones posibles de una alianza entre los mercados municipales y el territorio agrario periurbano de Madrid. *Territorios en formación*, 12, 3. <https://doi.org/10.20868/tf.2017.12.3645>
- Alberdi, J. (201810.4422/ager.2017.09). Alimentación de proximidad. Territorializaciones posibles de una alianza entre los mercados municipales y el territorio agrario periurbano de Madrid. *Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural*, 24(1), 191-224. <https://doi.org/10.4422/ager.2017.09>
- Altmark**, S. (2020). *Ideas para el turismo uruguayo ante el impacto del COVID-19*. https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/25615/1/Aportes_5_Altmark_Ideas.pdf
- American Psychological Association. (2019). *Publication Manual of the American Psychological Association* (7ma ed.).
- Arriola, A. (2006). *Las rutas gastronómicas como estrategia de desarrollo turístico local*. https://www.researchgate.net/publication/282133780_Las_rutas_gastronomicas_como_estrategia_de_desarrollo_turistico_local
- Bahamonde, R. (2017). *De la agroindustria a la agroecología: una reflexión para el caso ecuatoriano*. [Disertación previa a la obtención del título de Economista, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14234/Disertacion%20de%20la%20agroindustrial%20a%20la%20agroecologia%20Rafael%20Bahamonde.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Blanco-Gregory, R., Martínez-Quintana, M. ^a. V., & Sanagustín-Fons, M. ^a. V. (2020). Microemprendimientos en agricultura ecológica y mercado Slow Food. *Revista Internacional de Organizaciones*, 24, 159-182. <https://doi.org/10.17345/rio24.159-182>
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(03)00063-3)
- Buitrago, S., y Chitiva, D. (2017). *La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá, Colombia* (Tesis de maestría). https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/362/1/JJA-spa-2017-La_gastronom%C3%ADa_sostenible_como_factor_de_mejoramiento.pdf
- Chalán, J. (2019). *Agricultura convencional y agroecología frente al cambio climático*. [Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6634/1/T2860-MDSCC-Chalan-Agricultura.pdf>
- Corella, A. (1993). Generalidades sobre la agroindustria en Colombia. *Revista de Ciencias Agrícolas*, 12(2), 82-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6191655>
- Curay, M., y Tituaña, M. (2015). Agroecología y Turismo en los huertos urbanos del Distrito metropolitano de Quito. caso AGRUPAR. [Maestría, Universidad Politecnica Salesiana] <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9207/1/UPS-QT06979.pdf>
- De Jesús-Contreras, D., Thomé-Ortiz, H., Espinoza-Ortega, A., & Vizcarra-Bordi, I. (2017). Turismo Agroalimentario. Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(3). <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116003.pdf>



- Di Clemente, E., Hernández, J., & López, T. (2014). Gastronomy as a cultural heritage and tourism development engine. A swot analysis for Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura*, 817-833. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5385975>
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 15(2), 333-340. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.021>
- Ecovamos. (2018, 28 febrero). Los 10 mejores restaurantes ecológicos de España valorados por nuestra comunidad de foodies. <https://ecovamos.com/10-mejores-restaurantes-ecologicos/>
- Fogaldo, J., Palos, P., Campo, A. M., y Hernández, J. (2017). Productos Gastronómicos con identidad y desarrollo. Un estudio sobre rutas del queso en España. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 93–109.
- Forleo, M. B., & Benedetto, G. (2020). Creative Cities of Gastronomy: Towards relationship between city and countryside. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22, 100247. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100247>
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24, 4. <https://doi.org/10.22235/d.v0i24.1166>
- Gliessman, S. R. (2002). *Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible*. CATIE. <https://biowit.files.wordpress.com/2010/11/agroecologia-procesos-ecolc3b3gicos-en-agricultura-sostenible-stephen-r-gliessman.pdf>
- Grain. (2014) hungry for land: Small farmers feed the world with less than a quarter of all farmland. *GRAIN*. <https://www.grain.org/article/entries/4929-hungry-for-land-small-farmers-feed-the-world-with-less-than-a-quarter-of-all-farmland>
- Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición. (2020). *Impacto del COVID-19 en la seguridad alimentaria y nutrición*.



http://www.fao.org/fileadmin/templates/cfs/Docs1920/HLPE_2020/New_HLPE_paper_COVID_ES.pdf

Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(5), 1187-1198. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.079>

Hernández Sampieri, R.(Doctor), Fernández Collado, C.(Doctor), y Baptista Lucio, D. M. P. (2020a). *Metodología De La investigación* (5.ª ed.) [Libro electrónico]. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20a%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hernández Sampieri, D. R., Fernández Collado, D. C., y Baptista Lucio, D. M. P. (2020b). *Metodología De La Investigación* (6.ª ed.) [Libro electrónico]. MCGRAW HILL EDUCATION. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

León, X., y Yumbra, M. R. (2010). El agronegocio en Ecuador: el caso de la cadena del maíz y la empresa PRONACA. https://www.researchgate.net/publication/292995150_El_agronegocio_en_Ecuador_el_caso_de_la_cadena_del_maiz_y_la_empresa_PRONACA

López, D. y Llorente, M. (2010). *La agroecología: hacia un modelo agrario*. https://www.ecologistasenaccion.org/wp-content/uploads/adjuntos-spip/pdf_cuaderno_17_agroecologia.pdf

Martínez Castillo, R. (2004). *Fundamentos culturales, sociales y económicos de la agroecología*. Ciencias Sociales. https://revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS103_104/07MARTINEZ.pdf



- Marrone, G. (2011). Brand on the run mirada semiótica sobre Slow Food. <http://www.scielo.org.mx/pdf/tods/n26/n26a4.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Cuenca un destino de comida y servicio encantador – Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/cuenca-un-destino-de-comida-y-servicio-encantador/>
- Montecinos Torres, A. (2016). Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos. (1a ed.): Porrúa Print.
- Murphy, D. K., Croes, D. R., & Chen, D. P.-J. (2012). *Turismo y Agricultura. Un modelo de «Alimentación Lenta» para la promoción de productos agrícolas locales por medio del Turismo en asistencia de los menos afortunados en Latinoamérica*. Diálogos Revista Electrónica de Historia. <https://stars.library.ucf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1133&context=rosenscolar>
- Navarro, M. (2014, 28 octubre). *La gastronomía sostenible*. El mundo desde otras miradas. <https://agrotravelturismoresponsable.wordpress.com/2014/10/28/la-gastronomia-sostenible/>
- Navarrete, D. (2017). *Transformaciones en la economía campesina por la instalación de la agroindustria en la comuna de Cabildo, provincia del Petorca*. <http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/4185/TLGEO%2044.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420995>.
- Plataforma de Turismo para la Educación Basada en Investigación, Innovación y Transferencia. (2020). *Initial information on the Pilot Project generated by the international team of the PREIT-Tour platform in May 2020*. <https://es.preit-tour.org/post/route-g>



- Poleo, S. (2019). Uso actual y potencialidades del producto local canario. Estudio de su consumo de hoteles de cuatro y cinco estrellas en la isla de Tenerife. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/14945/Us0%20actual%20y%20potencialidades%20del%20producto%20local%20canario.%20Estudio%20de%20su%20consumo%20en%20hoteles%20de%20cuatro%20y%20cinco%20estrellas%20en%20la%20isla%20de%20Tenerife.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Proctor, F. J. y Berdegúe, J. A. (2016). Food systems at the rural-urban interface. http://www.rimisp.org/wpcontent/files_mf/1467380890194_Felicity_Proctor_Julio_Berdegue.pdf
- Quevedo, T. (2013). *Agroindustria y concentración de la propiedad de la tierra*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54959.pdf>
- Romero, J. (2020). *El impacto del covid-19 en la cadena alimentaria y el suministro de alimentos*. Jairo Romero & Asociados S.A.S. <http://alaccta.org/wp-content/uploads/2020/04/Apuntes-acerca-del-C-19.pdf.pdf>
- Ranaboldo, C. y Arosio M. (2014). Rural-Urban Linkages: Short food chains and local food systems (In spanish). http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1422300274RULinkages_Shortfoodchains_Final_inSpanish_edited.pdf
- Rey, Karina. (2016). *Rutas alimentarias: Diversificación de la oferta turística y reactivación de las economías locales*. "La ruta de la miel Pampeana". <http://nulan.mdp.edu.ar/2594/1/re.2016.pdf>
- Rodrigo, S. (2020). Industria alimentaria y turismo gastronómico. https://gobiernoabierto.navarra.es/sites/default/files/gastronomia_sara_rodrigo_rn_baja_resolucion.pdf
- Rummel, N. (2019). *Primer destino sostenible a certificarse como producto gastronómico*. TourCert - Travel for Tomorrow. <https://www.tourcert.org/es/san-joaquin/>



- Salazar, O. V. (2016). Incidencia de los programas agrarios gubernamentales en la cadena de valor del cacao fino y de aroma en Ecuador. *Revista NERA Presidente Prudente Año*, 19(32), 153–169. <https://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/4795>
- Slow Food. (2015). La guía de Slow Food. http://www.rimisp.org/wp-content/uploads/2013/03/GuiaSlowfoodesp_3_rimisp_cardumen.pdf
- Soper, K. (2007). Re-thinking the `Good Life`. *Journal of Consumer Culture*, 7(2), 205-229. <https://doi.org/10.1177/1469540507077681>
- Stanimirova, M., & Zarev, Y. (2017). Opportunities for distribution of agricultural products through short supply chains. *Trakia Journal of Science*, 15(Suppl.1), 77-81. <https://doi.org/10.15547/tjs.2017.s.01.014>
- Teege, A. (2019). *Modelo de desarrollo del turismo gastronómico sostenible en Kiel (Alemania)*. <https://core.ac.uk/download/pdf/222807395.pdf>
- Thiel Ellul, D. (2008). Innovación en turismo: polo gastronómico Tomás Jofré – Buenos Aires, Argentina. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 1(1), 103-115. <https://doi.org/10.17979/rotur.2008.1.1.1228>
- Torres León, L., Jaramillo Granda, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesántez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Unidad de titulación.* <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>
- Troncoso, L., Hernández, M., y Milla, F. (2010). *Cadena de valor de los productos no madereros del Bosque Nativo (PNMBN) para las familias campesinas de alto Bío, Chile*. http://www.pfnm.cl/otros/seminarios_publicaciones/cadena-valor.pdf



Tundys, B., & Wiśniewski, T. (2020). Benefit Optimization of Short Food Supply Chains for Organic Products: A Simulation-Based Approach. *Applied Sciences*, 10(8), 2783. <https://doi.org/10.3390/app10082783>

Van Bommel, K., & Spicer, A. (2015). Slow Food as a Social Movement. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 94-99. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-097086-8.64060-6>

Westmont, V. C. (2020). Of Guinea Pigs and Tourists: Sustainable Development, Sustainable Tourism, and “Local Food” in Cusco, Peru. *Tourism Planning & Development*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1753107>

8. TALENTO HUMANO

Tabla 1. *Talento humano*

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	2 horas / semana / 12 meses	1440,00
Estudiantes	10 horas / semana / 12 meses (por cada estudiante)	2400,00
TOTAL		3840,00

9. RECURSOS MATERIALES

Tabla 2. *Recursos materiales*

Cantidad (en unidades)	Rubro	Valor Total \$
10	Impresiones	1,00
250	Fotocopias	5,00
4	Esferos	2,00
2	Tableros	4,00
2	Carpetas	1,00
2	Identificadores para los nombres	2,00
2	Libros	30,00



1	Alcohol antiséptico	4,50
6	Mascarillas	9,00
	Imprevistos	10,00
TOTAL		68,50

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 3.

Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, a partir del caso Ruta G.

Periodo de realización: 12 meses

Actividad	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Recolección y organización de la información	x											
2. Discusión y análisis de la información		x										
3.Trabajo de campo (visitas de reconocimiento)		x										
4.Elaboración de entrevista		x										
5. Aplicación de la entrevista		x	x									
7.Transcripción de información recolectada: entrevistas.				x	x							
8. Análisis hermenéutico del tema de investigación.						x	x					
9.Integración del trabajo de acuerdo a los objetivos								x				
10. Redacción del trabajo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x



CAPÍTULO I: Actores agroecológicos que tienen relación con la oferta gastronómica-turística de la ciudad de Cuenca.

- 1.1. Marco teórico
- 1.2. Metodología
- 1.3. Mapeo de actores

CAPÍTULO II: Vínculos públicos y privados entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

- 2.1. Iniciativas del sector público y privado
- 2.2. Percepción de los actores turísticos sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo
- 2.3. Asociatividad y co-creación del turismo como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca

CAPÍTULO III: Iniciativa Ruta G en el marco de la integración entre gastronomía y agroecología mediante la sostenibilidad del turismo en la ciudad de Cuenca.

- 3.1. Antecedentes de la Ruta G
- 3.2. Percepciones de la Ruta G por parte de los actores relacionados al turismo, gastronomía y agroecología
- 3.3. Oportunidades de la agroecología y gastronomía vinculadas al turismo sostenible

Conclusiones

Recomendaciones

Referencias bibliográficas

13. ANEXOS



Anexo 2 Entrevista Actores públicos y privados

Entrevistador(a): **Fecha:**

Entrevistado (a):

Cargo de actor clave:

Cantón/Comuna/Municipio:

País:

Objetivo General: Conocer los vínculos públicos y privados que existen entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Determinar las iniciativas existentes en el sector público y privado.
- Establecer la percepción de los actores turísticos sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo.
- Definir el potencial que tiene la asociatividad y la co-creación del turismo como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca

Presentación: Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Nuestros nombres son Gabriela Moscoso y Johanna Güiracocha y estamos realizando nuestro trabajo de titulación para la Carrera de Turismo de la Universidad de Cuenca, por tal motivo, estamos realizando entrevistas para conocer más acerca de los vínculos públicos y privados que existen entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar la entrevista y a tomar algunas notas. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? La entrevista durará entre 30 y 60 minutos aproximadamente. ¿Podemos comenzar?

Johanna Elizabeth Guiracocha Quinde - Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco



Hablemos acerca de las iniciativas públicas del sector turístico

1. OE1 ¿Cuáles son las competencias del Ministerio de Turismo al momento de ejecutar un proyecto público-privado?
2. OE1 ¿En la actualidad el Ministerio de Turismo en su zonal 6 trabaja conjuntamente con el sector privado en temas turísticos enfocados en gastronomía y agroecología? En caso de que su respuesta sea afirmativa ¿Podría mencionar cuáles son?
3. OE1 ¿Cuáles considera usted que son las ventajas y desventajas que existen en un proyecto en el que se vincula el sector público y privado?

Ahora vamos a hablar de la percepción que tiene el Ministerio de Turismo sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo

4. OE2 ¿Desde su perspectiva, asociar algunas disciplinas como por ejemplo la agroecología con la gastronomía, puede ser una alternativa viable para el turismo en Cuenca?
5. OE2 ¿Qué tan importante cree usted que es la gastronomía para el turismo en Cuenca?
6. OE2 ¿Qué tan importante cree usted que es la agroecología para el turismo en Cuenca?
7. OE2 ¿Cuál considera usted que sería el impacto, si los restaurantes de Cuenca emplearan mayoritariamente productos agroecológicos locales en sus platillos?

Por último, nos gustaría saber cuál es su punto de vista acerca de asociatividad y cocreación como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

8. OE3 ¿Desde su perspectiva considera usted que la asociatividad y cocreación entre agroecológica y gastronómica pueden ser una alternativa turística sostenible?



9. OE3 ¿Desde su perspectiva, ¿cómo se podría generar un modelo turístico sostenible entre la agroecología y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca?

**¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista?
¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?**

Anexo 3 Entrevista a restaurantes

Entrevistador(a): Gabriela Moscoso y Johanna Güiracocha Fecha: //2021

Entrevistado (a):

Cargo de actor clave:

Cantón/Comuna/Municipio:

País:

Objetivo General: Conocer los vínculos públicos y privados existentes entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Determinar las iniciativas gastronómicas y agroecológicas existentes en el sector público y privado.
- Conocer la percepción de los actores turísticos sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo.
- Definir el potencial que tiene la asociatividad y la co-creación del turismo como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Presentación: Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Nuestros nombres son Gabriela Moscoso y Johanna Güiracocha y estamos realizando nuestro trabajo de titulación para la carrera de Turismo de la Universidad de Cuenca, titulado: **Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca**, por tal motivo, estamos



realizando entrevistas para conocer más acerca de los vínculos públicos y privados que existen entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar la entrevista y a tomar algunas notas. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? ¿Podemos comenzar? La entrevista durará entre 60 y 90 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de **Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales para conocer algunos datos sobre usted.**

Datos generales:

Nombre: (escribir en mayúsculas en la base de datos)

Edad o fecha de nacimiento:

Nivel máximo de estudios: (Universitario, Diversificado, Básicos, Primaria, Sin educación).

Ocupación actual

Hablemos acerca de las iniciativas públicas y privadas del sector turístico

1. OE1 ¿Alguna vez su restaurante ha participado en un proyecto público o privado? ¿De qué se trataron dichos proyectos?
2. OE1 ¿En la actualidad su restaurante está trabajando conjuntamente con el sector público o privado en temas turísticos enfocados en gastronomía y agroecología? En caso de que su respuesta sea afirmativa ¿Podría mencionar cuáles son?
3. OE1 ¿Cuáles considera usted que son las ventajas y desventajas que existen en un proyecto que participa el sector público y privado?

Ahora vamos a hablar de la percepción que tiene usted como propietario de un restaurante sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo



4. OE2 ¿Qué tan importante cree usted que es la gastronomía para el turismo en Cuenca?
5. OE2 ¿Qué tan importante cree usted que es la agroecología para el turismo en Cuenca?
6. OE2 ¿Su restaurante está vinculado a iniciativas agroecológicas? ¿Cuál fue la razón por la cual se vinculó a estas iniciativas? ¿Y esto cómo beneficiaría a su negocio?
7. OE2 ¿De cuántos agroproductores ecológicos obtienen los productos para su restaurante?
8. OE2 ¿Cuál considera usted que sería el impacto, si los restaurantes de Cuenca emplearan mayoritariamente productos agroecológicos locales en sus platillos?

Por último, nos gustaría saber cuál es su punto de vista acerca de asociatividad (unión de individuos, comunidades, empresas, entre otros, que buscan un fin común) y co-creación (asociación de los grupos antes mencionados que buscan un objetivo en común a partir de varias herramientas para generar los objetivos bajo un ecosistema de emprendimiento, innovación para satisfacer las necesidades) como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

9. OE3 ¿Desde su perspectiva, considera usted que asociar o cocrear algunas disciplinas como por ejemplo la agroecología con la gastronomía, puede ser una alternativa viable para el turismo sostenible para Cuenca?
10. OE3 ¿Desde su perspectiva, ¿cómo se podrían generar iniciativas sostenibles entre la agroecología y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca?



Anexo 4 Entrevista para productores agroecológicos

Entrevistador(a):

Fecha:

Entrevistado (a):

Cargo de actor clave:

Cantón/Comuna/Municipio: Cuenca

País: Ecuador

Objetivo General: Conocer los vínculos públicos y privados existentes entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Determinar las iniciativas gastronómicas y agroecológicas existentes en el sector público y privado.
- Conocer la percepción de los actores turísticos sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo.
- Definir el potencial que tiene la asociatividad y la co-creación del turismo como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Presentación: Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Nuestros nombres son Gabriela Moscoso y Johanna Güiracocha y estamos realizando nuestro trabajo de titulación para la carrera de Turismo de la Universidad de Cuenca, titulado: Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, por tal motivo, estamos realizando entrevistas para conocer más acerca de los vínculos públicos y privados que existen entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar la entrevista y a tomar algunas notas. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? ¿Podemos comenzar? La entrevista durará entre 60 y 90 minutos aproximadamente.

Johanna Elizabeth Guiracocha Quinde - Gabriela Alexandra Moscoso Pallazhco



Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales para conocer algunos datos sobre usted.

Datos generales:

Nombre: (escribir en mayúsculas en la base de datos)

Edad o fecha de nacimiento:

Nivel máximo de estudios: (Universitario, Diversificado, Básicos, Primaria, Sin educación).

Ocupación actual

Hablemos acerca de las iniciativas públicas y privadas del sector turístico

1. OE1 ¿..... ha participado en un proyecto público o privado? ¿De qué se trató dicho proyecto?
2. OE1 ¿En la actualidad su asociación está trabajando conjuntamente con el sector público o privado en temas turísticos enfocados en gastronomía y agroecología? En caso de que su respuesta sea afirmativa ¿Podría mencionar cuáles son?
3. OE1 ¿Cuáles considera usted que son las ventajas y desventajas que existen en un proyecto en el cual participa conjuntamente el sector público y privado?

Ahora vamos a hablar de la percepción que tiene usted sobre la relación entre agroecología, gastronomía y turismo

4. OE2 ¿Qué tan importante cree usted que es la gastronomía para el turismo en Cuenca?
5. OE2 ¿Qué tan importante cree usted que es la agroecología para el turismo en Cuenca?
6. OE2 ¿Cuál fue la razón principal para promover proyectos agroecológicos?
7. OE2 ¿Cuál considera usted que sería el impacto, si los restaurantes de Cuenca emplearan mayoritariamente productos agroecológicos locales en sus platillos?



Podría comentarnos ¿cuál es su punto de vista acerca de asociatividad (unión de individuos, comunidades, empresas, entre otros, que buscan un fin común) y cocreación (asociación de los grupos antes mencionados que buscan un objetivo en común a partir de varias herramientas para generar los objetivos bajo un ecosistema de emprendimiento, innovación para satisfacer las necesidades) como medio de desarrollo sostenible mediante los vínculos entre la producción agroecológica y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca.

8. OE3 ¿Desde su perspectiva, considera usted que asociar o cocrear algunas disciplinas como por ejemplo la agroecología con la gastronomía, puede ser una alternativa viable para el turismo sostenible para Cuenca?
9. OE3 ¿Desde su perspectiva, ¿cómo se podrían generar iniciativas sostenibles entre la agroecología y la oferta gastronómica de la ciudad de Cuenca?

Por último, nos gustaría saber

10. Aproximadamente ¿cuántos turistas o visitantes recibían antes de la pandemia y cuántos recibe actualmente?

**¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista?
¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?**



Anexo 5 Evidencias Fotográficas de las entrevistas



Nota. Entrevista realizada por la plataforma zoom a Roberto Mora Administrador del restaurante El Mercado.



Nota. Se visitó uno de los lugares en donde expenden los productos agroecológicos de los productores de APAY.