

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Gastronomía

Las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Gastronomía y Servicio de Alimentos y Bebidas


Autores:

Claudio Fernando Paladines López

Ariel Armando Pineda Gómez

Director:

Cristina Andrea Barzallo Neira

ORCID:  0000-0002-3770-3004

Cuenca, Ecuador

2024-01-16

Resumen

El Centro Histórico de Cuenca cuenta con una variedad de establecimientos gastronómicos, entre ellos, cafeterías con una oferta gastronómica que engloba platillos locales, nacionales e internacionales. Esta oferta es influenciada por, la profesionalización de la gastronomía, la innovación, y el propio interés turístico que tiene la ciudad, al ser Patrimonio Cultural de la Humanidad. La afluencia turística que experimenta la ciudad es muy diversa, abarcando desde turistas locales hasta visitantes internacionales, que buscan experimentar la gastronomía local. Las cafeterías entran en esta interesante oferta, pues muestran desarrollo e innovación en la ciudad, con énfasis en el Centro Histórico, que se ha convertido en el espacio geográfico de mayor interés turístico. Este interés ha generado grandes expectativas sobre el futuro de la gastronomía y turismo local, pues más allá de la oferta está la contribución a la imagen, el aprovechamiento de los productos, la responsabilidad con los productores, que conforman la experiencia del visitante. Hay que recordar que la gastronomía en ocasiones es la motivación para visitar un destino, por ende, tiene una responsabilidad con la imagen que se lleva un visitante, con el desarrollo local, el mantenimiento de las tradiciones, el empleo e incluso la sostenibilidad. El Centro Histórico de Cuenca registra en los últimos dos años, un aumento considerable en la visita de una tipología turística en particular, estos son los turistas gastronómicos. En este estudio se analiza ese fenómeno y se recaba información de los establecimientos en torno a los factores que influyen en la oferta y demanda de las cafeterías localizadas en el Centro Histórico de Cuenca.

Palabras clave: Centro histórico de Cuenca, turismo gastronómico, gastronomía local, cafeterías



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

The Historic Center of Cuenca has a variety of gastronomic establishments, including cafeterias with a gastronomic offer that encompasses local, national and international dishes. This offer is influenced by the professionalization of gastronomy, innovation, and the tourist interest of the city, as it is a Cultural Heritage of Humanity. The tourist visits that the city receives is very wide, ranging from national to international tourists looking to experience the local gastronomy. Cafeterias are part of this interesting offer, as they show development and innovation in the city, with emphasis on the Historic Center, which has become the geographical space of greatest tourist interest. This interest has raised some questions, because beyond the offer there is the contribution to the image, the use of the products, and the responsibility with the producers, which make up the visitor's experience. It must be remembered that gastronomy is sometimes the motivation to visit a destination; therefore, it has a responsibility with the image that a visitor takes, with local development, the maintenance of traditions, employment and even sustainability. In the last two years, the Historic Center of Cuenca has registered a considerable increase in the visit of a particular type of tourist destination, these are gastronomic tourists. This study analyzes this phenomenon and collects information from the establishments on the factors that influence the supply and demand of the cafeterias located in the Historic Center of Cuenca.

Keywords: Cuenca Historic Center, gastronomic tourism, local gastronomy, cafeteria



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

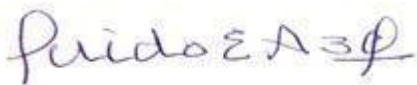
Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Trabajo de Titulación: Las cafeterías del centro histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico

Autores: Claudio Fernando Paladines López - Ariel Armando Pineda Gómez Directora: Mg. Cristina Barzallo - ORCID 0000-0002-3770-3004

Certificado de Precisión FCH-TR- LicGab-386

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, 13 de noviembre de 2023

Índice de contenidos

Resumen	2
Abstract	3
Índice de contenidos	4
Índice de figuras	6
Índice de gráficos	7
Índice de tablas	8
Dedicatoria	9
Agradecimientos	11
Introducción.....	13
CAPÍTULO 1	14
1. Localización geográfica de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.	14
1.1 Las cafeterías: Generalidades	14
1.1.1 Historia del café	14
1.1.2 Llegada del café a Latinoamérica	15
1.1.3 Llegada del café a Ecuador	16
1.1.4 Generalidades de las cafeterías	18
1.1.5 Categoría de las Cafeterías	18
1.1.6 Clasificación de las cafeterías según la ubicación	21
1.1.7 Clasificación de las cafeterías según su oferta	22
1.2 El turismo gastronómico y las cafeterías	23
1.2.1 Cafeterías en Cuenca	25
1.2.2 Marco legal	26
1.3 Actualización del catastro turístico: las cafeterías del centro histórico de cuenca	28
CAPÍTULO 2	38
2. La oferta y demanda turística en las cafeterías del centro histórico de cuenca.	38
2.1 Oferta turística	42
2.2 Demanda turística	44
2.3 Beneficio de la actividad turística	47
2.4 Análisis de las entrevistas: Dinámica de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca	50
2.5 Análisis de las encuestas realizadas en las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.	72
CAPÍTULO 3	90
3. Influencia de las cafeterías del centro histórico de cuenca.	90

3.1 Gastronomía local y el interés turístico	90
3.2 Impacto económico	92
3.3 Impacto sociocultural	96
3.4 Impacto ambiental	99
3.5 Impacto en la imagen del destino	102
Conclusiones.....	107
Recomendaciones	109
Referencias	111
Anexos	122
Anexo 1. Diseño aprobado por el Consejo Directivo.....	122
Anexo 2. Formato de las entrevistas realizadas	138
Anexo 3. Oficio otorgado por la directora de carrera de Gastronomía	140

Índice de figuras

Figura 1 Mapa de cafeterías del Centro Histórico de Cuenca	37
Figura 2 Sistema turístico	39
Figura 3 Funcionamiento del sistema turístico.	40
Figura 4 Impacto económico de una cafetería.....	96
Figura 5 Influencia de las cafeterías en la imagen de un destino	103

Índice de gráficos

Gráfico 1 Tipos de menús que ofrecen los establecimientos	73
Gráfico 2 Tipo de clientes a quienes está destinado el establecimiento	73
Gráfico 3 Porcentajes de clientes extranjeros y nacionales que acuden a los establecimientos	74
Gráfico 4 Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que acuden a las Cafeterías del Centro Histórico de Cuenca	75
Gráfico 5 Edad promedio de turistas nacionales y extranjeros	76
Gráfico 6 Género de los turistas nacionales y extranjeros que acuden a las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca	76
Gráfico 7 Análisis del horario en el que acuden al establecimiento los turistas nacionales y extranjeros	77
Gráfico 8 Días en el que frecuentan los turistas nacionales y extranjeros.....	78
Gráfico 9 Métodos que los establecimientos emplean para captar clientes	79
Gráfico 10 Análisis de los productos que se venden con mayor frecuencia	80
Gráfico 11 Análisis del momento de venta de los productos no elaborados en el local ...	81
Gráfico 12 Porcentaje de los establecimientos que ofrecen gastronomía ecuatoriana en sus menús.....	82
Gráfico 13 Tipos de gastronomía ecuatoriana que ofrecen los establecimientos.....	83
Gráfico 14 Análisis del gusto de los clientes en relación al establecimiento y a su oferta	84
Gráfico 15 Porcentaje de empleados en las diferentes modalidades de trabajo	85
Gráfico 16 Períodos en el que se contrata a personal extra	85
Gráfico 17 Porcentaje de empleados que utilizan uniformes	86
Gráfico 18 Análisis de los empleados que son constantemente capacitados	86
Gráfico 19 Porcentaje de satisfacción de los clientes según el menú, el servicio y la infraestructura	87
Gráfico 20 Porcentaje de satisfacción de los clientes según el menú, el servicio y la infraestructura	88
Gráfico 21 Porcentaje de satisfacción de los clientes según el menú, el servicio y la infraestructura	88
Gráfico 22 Opinión de los entrevistados sobre el turismo gastronómico	89

Índice de tablas

Tabla 1 Requisitos para Categorización de una Cafetería.....	23
Tabla 2 Clasificación de las cafeterías según la ubicación	24
Tabla 3 Clasificación de las cafeterías según su oferta.....	27
Tabla 4 Categorización de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca	33
Tabla 5 Lista de cafeterías que constan registradas en el Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)	35
Tabla 6 Elementos que componen el sistema turístico	55
Tabla 7 Componentes de la oferta turística.....	57
Tabla 8 Clasificación de la demanda turística	59
Tabla 9 Cafeterías registradas en el Catastro turístico de Cuenca, pero que ya no funcionan en el Centro Histórico de Cuenca.....	66
Tabla 10 Sucursales de cafeterías registradas en el Catastro Turístico 2022	69
Tabla 11 Locales que no son cafeterías.....	70
Tabla 12 Cafeterías que no se encuentran registradas en el Catastro Turístico 2022.....	73
Tabla 13 Lista de cafeterías que constan registradas en el Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)	81
Tabla 14 Lista actualizada en este estudio, de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca... ..	99
Tabla 15 Análisis de los gastos que realizan los clientes en los establecimientos	114
Tabla 16 Elementos de la cultura local que se reflejan en las cafeterías.....	132

Dedicatoria

Este trabajo de titulación dedico a mis padres por ser un pilar fundamental en este camino, ya que con sabiduría y esfuerzo me enseñaron a no rendirme. Siempre tenían palabras de aliento que me ayudaron a poder cumplir con esta meta tan deseada y me enseñaron que con dedicación todo es posible.

Con mucho amor les dedico este logro por todo el sacrificio que hicieron para poder llegar a esta etapa de mi vida como profesional.

A mis hermanos Andrea, Ismael y Brithany que a pesar de nuestras diferencias siempre están pendientes de mí y apoyándome en todo lo que sea posible.

Claudio Fernando Paladines López.

Dedicatoria

Este trabajo de titulación se la dedico a mis padres, que con gran esfuerzo dedicaron su vida para guiarme por el camino del bien, quienes llenaron de felicidad cada momento de mi vida, supieron corregirme en el momento adecuado, para poder alcanzar este gran logro.

Con mucho cariño, les dedico estas palabras y este agradecimiento, por darme todas las herramientas posibles para forjar mi futuro.

También le dedico este trabajo de titulación a mis hermanos que fueron una parte fundamental en el crecimiento profesional que estoy llevando a cabo, porque gracias a sus palabras y a sus llamadas de atención supieron indicarme y guiarme de la mejor manera.

Ariel Armando Pineda Gómez

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios por guiarme, darme fortaleza, salud y por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida.

A mis padres por siempre estar presentes en todo momento de mi vida, apoyándome en todo este proceso de mi trayectoria universitaria.

A mis compañeros de clase por su amistad y por haber compartido conmigo momentos inolvidables que siempre recordare.

En especial un grato agradecimiento a mi tutora de tesis, Magister Cristina Barzallo, quién con paciencia supo guiarme de la mejor manera durante todo este trabajo de titulación, que gracias a su ayuda logré culminar este tan anhelado proyecto.

Claudio Fernando Paladines López.

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a Dios por darme la valentía y fuerza necesaria para culminar una etapa más en mi vida.

A mis padres que fueron un gran pilar en mi vida, que con su ayuda me ayudaron a salir adelante.

A mis hermanos y hermanas, que me apoyaron en todas las decisiones que favorecían a mi vida, quienes me apoyaron en los momentos más difíciles de mi vida universitaria, personal y profesional.

A mi compañero de titulación que, junto a su ayuda incondicional, forjamos un camino de bien, un camino de dedicación y profesionalismo.

Un agradecimiento muy especial a nuestra tutora del trabajo de titulación que, gracias a su compromiso, paciencia y dedicación por el proyecto, se aferró a que este trabajo sea realizado de la mejor manera, que gracias a su gran ayuda logramos culminar el último paso de esta etapa universitaria.

Ariel Armando Pineda Gómez

Introducción

El turismo gastronómico ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, convirtiéndose en una actividad de gran relevancia para los destinos que buscan promover su cultura y atraer visitantes a nivel mundial. Este estudio, se centra en las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, en consideración a que son el tipo de establecimiento gastronómico más numeroso y más demandado, al interior de este espacio, y porque se han posicionado, incluso en redes sociales, como espacios emblemáticos que ofrecen una experiencia culinaria única, y cuya contribución al mantenimiento de las tradiciones y la gastronomía en general, tienen una importante contribución en la memoria histórica local, en la imagen turística de la ciudad y en el desarrollo mismo del turismo gastronómico en la ciudad.

El Centro Histórico de Cuenca, situado en la provincia de Azuay, Ecuador, se caracteriza por su arquitectura colonial bien conservada y su rica historia cultural. Este entorno pintoresco y encantador ha sido el escenario perfecto para el surgimiento de una amplia variedad de cafeterías que han sabido combinar la tradición con la innovación culinaria. La influencia de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca en el turismo gastronómico es innegable. Estos lugares no solo ofrecen una amplia selección de bebidas y platos típicos de la región, sino que también promueven el uso de ingredientes locales y técnicas culinarias tradicionales. De esta manera, se convierten en vitrinas vivas de la cultura gastronómica cuencana, permitiendo a los visitantes sumergirse en una experiencia culinaria única y auténtica.

A pesar de ello, algunas cafeterías ofrecen opciones gastronómicas internacionales, lo cual resulta controversial para este estudio. En este tipo de gastronomía, no se reflejan las diversas costumbres, tradiciones ni los sabores auténticos transmitidos de generación en generación en la ciudad, quedando en segundo plano la identidad gastronómica de la ciudad de Cuenca.

Además, las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca se han convertido en espacios de encuentro y socialización tanto para los locales como para los turistas. Esta combinación de gastronomía, cultura y ambiente agradable ha contribuido a posicionar a Cuenca como un destino turístico destacado para los amantes de la buena comida y las experiencias auténticas.

Esta investigación estudia la influencia de las cafeterías en relación a la oferta de actividades del turismo gastronómico, parte de la identificación del Catastro turístico oficial de Cuenca, y

culmina con un análisis crítico de los impactos que generan este tipo de establecimientos, tan demandados, en la cultura gastronómica local y su imagen.

CAPÍTULO 1

1. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS CAFETERÍAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA.

1.1 Las cafeterías: Generalidades

1.1.1 Historia del café

Hablar de café es hablar de historia, tradiciones, poesía, música e incluso política. Basta con hojear libros y revistas de historia para conocer que Eduardo Galeano fue cliente frecuente de la cafetería “Café Brasileño” en Montevideo o que Fidel Castro y el mismo Che Guevara conversaban de la Revolución Cubana bebiendo una taza de café, en “el Café la Habana”, fundado en 1952, en ciudad de México (Calderón, 2018). Esto muestra que una taza de café puede ser el empuje para cualquier iniciativa. Ahora bien, es indispensable resaltar dos definiciones, el café y la cafetería, su historia, su paso por el mundo, y la llegada a Latinoamérica y específicamente a Ecuador (Calderón, 2018).

Según (Echeverri et al., 2005) el café es una bebida de carácter universal consumida en todo el mundo, sin embargo, como grano, es una semilla que procede del árbol o arbusto del cafeto, una rubiácea que crece en climas cálidos y cuyo cultivo se extiende a tiempos relativamente próximos (p. 358). Hablar del origen y descubrimiento del café es un tema muy extenso y a pesar de coincidir en muchas fuentes bibliográficas sobre un mismo origen, es inevitable revisar las leyendas al respecto, una de ellas es que, (Echeverri et al., 2005) a inicios del siglo XV, varios monjes procedentes de Abisinia actual Etiopía observaron que muchas ovejas presentaban una extraña excitación, y falta de sueño durante toda la noche (p. 357); tras varias investigaciones llegaron a la conclusión que estos comportamientos se debían al consumo de un arbusto desconocido hasta ese entonces; es así que tomaron las semillas, las estudiaron y notaron que tras hervirlas y beber esta infusión les era imposible conciliar el sueño, iniciándose de esta manera el consumo de la bebida del café, principalmente para mantenerse en vigilia durante actos religiosos como rezos y ayunos (Echeverri et al., 2005).

Los historiadores también comparten la teoría de que fue Etiopía el lugar en donde nació el café, exactamente en Kaffa, de donde deriva su nombre. Ellos investigaron que durante la Edad Media existía un arbusto cuyas semillas eran aromáticas, por lo que los nativos no dudaron en llevarlas a Arabia, lugar en donde se inició su cultivo, posteriormente distribuyéndose al continente europeo (Echeverri et al., 2005). De igual forma lo confirma

Pedrajas (2014), “El primer registro histórico del café se sitúa en la antigua región de Abisinia, actual estado de Etiopía, en la región de Kaffa, en torno al siglo x. Los primeros documentos atribuían a la planta del cafeto propiedades curativas” (p. 15).

En relación a la difusión del café en el mundo, (Echeverrri et al., 2005) expone que Egipto es el primer país que después de Arabia, conquistó el mundo del café y derribó fronteras llegando a Asia menor y a Estambul en 1554. En esta misma fecha, se desarrollaron las primeras cafeterías públicas para su degustación.

López et al. (2016), afirman que las cafeterías son aquellos establecimientos que sirven bebidas acompañadas o no de comidas, de elaboración rápida, precocida o sencilla, para su consumo en el propio establecimiento o para reparto a domicilio, de manera ininterrumpida durante el horario de apertura (p.3). En la actualidad las cafeterías se han convertido en espacios para socializar, establecer vínculos y muchas veces hablar de negocios. Hoy en día, estos lugares se convirtieron en centros de reuniones sociales y políticas, y han dejado de ser prohibidos inicialmente para luego cobrar impuestos por permitir su funcionamiento (Echeverrri et al., 2005).

1.1.2 Llegada del café a Latinoamérica

Antes de la llegada del café a Latinoamérica, tuvo su paso por el continente europeo, ahí se popularizó y se extendió al resto del mundo, así es como algunos estudios que se citan a continuación, lo señalan. De acuerdo con la conclusión de Forum Café, 2008, fueron los turcos quienes llevaron el café a Europa; ahí se extendió rápidamente en Ámsterdam, París y Edimburgo, sin embargo, fue en Viena en donde se convirtió en una emblemática bebida, pues se lo consideró un sinónimo de elegancia y señorío.

Durante el reinado de Luis XIV en la Corte francesa, la introducción del café no tuvo buena acogida debido a su sabor ácido y amargo, hasta que apareció Francesco Procopio Dei Coltelli para cambiar este panorama, pues gracias a su idea de crear un ambiente agradable para los clientes es que se introdujo con éxito el café en estas tierras, llegando a la popularización de las cafeterías en aquella época (Cazarín, 2006).

Ahora bien, tras su paso por Europa, el café debía llegar a América Latina. Los relatos afirman que hasta este punto de la historia el café ya había alcanzado gran popularidad en varias partes de Europa, lo que llevó a varias personas a tratar de introducir la planta de café en el resto del mundo. Es durante el siglo XVIII, que el café llegó a América Latina debido a la Revolución Haitiana, por el contrario, en suelo brasileño se introdujo el café gracias a la afluencia de migrantes europeos al país, y lo convirtieron en el principal productor mundial en

aquellas épocas; mientras que en Colombia se plantaron las primeras semillas en el año 1732, aparentemente por misioneros españoles y desde aquí se extendió la enseñanza del cultivo con fines comerciales a países como Ecuador, Venezuela, Perú y Bolivia (Forum Café, 2008). Como una forma de disfrutar el café fuera del hogar, las cafeterías se establecieron y se convirtieron en puntos de encuentro para la élite social y cultural (Astorga y Arroya, 2015). Durante la década de 1930, estos establecimientos se transformaron en lugares de reunión para artistas, intelectuales y escritores en las principales ciudades de América Latina. Debido a su papel como centro de la vida social y cultural, muchos de estos cafés siguen siendo populares hasta hoy en día (López, 2017). Al descubrirse la planta de café se dio paso a la incursión de una nueva bebida con aroma exquisito y sabor único, que poco a poco se convirtió en una de las bebidas más populares y más consumidas a nivel mundial, llegando el café a convertirse en el principal producto de las actividades económicas y comerciales de algunos países. Con ello, a su vez, la cultura del café ha evolucionado de manera única en cada país de América Latina, lo que se refleja en la amplia gama de cafeterías presentes en la región. Algunos de estos lugares han adquirido un estatus emblemático en las ciudades, mientras que otros siguen siendo pequeñas empresas de propiedad familiar (Boido y Cammarota, 2018).

En la década de 1990, las franquicias de cafeterías internacionales empezaron a expandirse en América Latina. Estas franquicias se enfocaron en la venta de café de alta calidad y actualmente proporcionan un ambiente moderno y cómodo para sus clientes (Quiroz y Blum, 2019). De igual forma resalta (Torres, 2017) que “Hoy en día, las cafeterías siguen siendo un lugar importante de encuentro para la gente en América Latina. Estos lugares ofrecen no sólo café, sino también una variedad de bebidas y comidas, y se han convertido en un lugar importante de la cultura urbana de la región”.

1.1.3 Llegada del café a Ecuador

Esta fase tiene varias teorías, la mayoría sin relevancia científica. Una de las más difundidas, es que el café fue introducido en Ecuador por los Jesuitas en el siglo XVII, cuando se establecieron en haciendas en varias partes del país (Forum Café, 2008). Como haya sido su origen, la verdad es que desde que el café llegó a tierras ecuatorianas en 1800, se convirtió en un producto destacado en las exportaciones agrícolas del país, especialmente durante la primera mitad del siglo XX, fecha en la que, junto con el cacao y el banano, se han caracterizado por ser importantes fuentes de empleo y de divisas, dinamizando por varias décadas la economía ecuatoriana, ayudando al desarrollo de actividades comerciales e industriales (Forum Café, 2008).

Se dice que Manabí fue la provincia ecuatoriana en donde se cultivó el grano de café por primera vez, extendiéndose posteriormente a otros territorios. Actualmente se conoce que se cultivan 2 tipos de café en Ecuador, por una parte, el café arábigo (65%) y por otro lado, el café robusta (35%), teniendo el primero un mayor porcentaje de cultivo gracias a sus propiedades orgánicas, que lo convierten en un café de mayor calidad (Merchán, 2017).

Según la Organización Internacional del Café (ICO), por sus siglas en inglés, en el año 2015, Ecuador se encontraba dentro del ranking de los 20 países productores de café a nivel mundial; ostentando el puesto 19, muy por debajo de países como Brasil y Colombia, que obtuvieron el primero y el tercer puesto respectivamente (Vending, 2023)

La introducción del café en el país, propició la apertura de las primeras cafeterías, las cuales al principio solo servirían café en diversas presentaciones, pero con el pasar del tiempo fueron evolucionando y transformándose hasta convertirse en lo que hoy conocemos como cafeterías, en donde se ofertan gran variedad de cafés y platos para acompañar la bebida, convirtiéndose en un negocio sumamente rentable.

En la década de 1920, las cafeterías ecuatorianas eran lugares de moda, en donde acudían intelectuales, artistas y personas de negocios, así lo señala el Diario El Comercio en un artículo informativo (El Comercio, 2019). Actualmente, las cafeterías constituyen una parte importante de la cultura ecuatoriana, y es importante destacar cuánto ha escalado este sector gastronómico hasta convertirse en una parte esencial del diario vivir en todas las ciudades del país.

Cuenca, obviamente, no es la excepción, pues las cafeterías surgieron en esta ciudad para satisfacer la alta demanda de esta bebida, ofreciendo además lugares propios para este consumo en donde prime la paz, la música, la poesía y la tranquilidad, para poder apreciar un buen sorbo de café.

Es solo cuestión de caminar por el Centro Histórico de Cuenca, para poder saborear con nuestra imaginación el café, cada vez que percibimos su aroma a metros de distancia, y es que su aroma es intenso y tan penetrante que tienta a más de uno a realizar una pausa en sus actividades diarias para dar gusto al paladar; es así que en cada esquina, cuadra y/o manzana podemos encontrar una cafetería que nos invita a probar una buena taza de café, acompañada de comida tradicional como humitas, quimbolitos, tamales, bolones, pan con nata , etc.

En la actualidad, las cafeterías en Cuenca ofrecen una amplia variedad de opciones de café, desde el café tradicional ecuatoriano hasta el café gourmet importado, además, muchas de

ellas, también ofrecen opciones de comida rápida y bocadillos, lo que las convierte en lugares populares para desayunar, almorzar o beber el tradicional café de la media tarde.

1.1.4 Generalidades de las cafeterías

Como se definió anteriormente, una cafetería es un despacho de café y de otras bebidas, que se suelen acompañar con comidas y aperitivos; se ubican preferentemente en lugares o espacios donde haya tráfico de gente con poco tiempo para comer, como, por ejemplo: en la salida de unidades educativas, trabajos, aeropuertos o estaciones de tren (Martínez, 2018).

En la ciudad de Cuenca, el clima dominante es el frío, con pocos días soleados y cálidos ocasionalmente, sin embargo, es inevitable no tomar una taza de café caliente cuando la brisa cubre de frío la piel de nativos y extraños, advirtiendo que se aproxima la llovizna.

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, cuenta con varias cafeterías, que aportan tradición y cultura que dejan con gran asombro y satisfacción a quienes las visitan.

1.1.5 Categoría de las Cafeterías

Así como se utilizan estrellas como distintivo para diferenciar las categorías de los hoteles o los tenedores para categorizar a los restaurantes, en el caso de las cafeterías se utilizan las tazas. Según el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas vigente desde octubre de 2018, las cafeterías en el Ecuador se categorizan en 2 tazas y 1 taza, siendo la primera de mayor categoría y la segunda de una categoría menor. La normativa de esta categorización dice que mientras más requisitos cumplen las cafeterías, más tazas tendrán y por ende mayor categoría. Los requisitos pueden ser con respecto a las instalaciones, servicios prestados, menú, etc (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018).

Cabe recalcar que para que una cafetería obtenga una categorización, deberá alcanzar un mínimo de 40 puntos. A continuación, se despliegan los requisitos indispensables para la categorización de las cafeterías en el Ecuador.

Tabla 1

Requisitos de Categorización para Cafeterías

Requisitos	Puntuación	Tipo de requisito
1 Cuenta con entrada de consumidores 2 independiente de la del personal de servicio		Infraestructura
2 Cuenta con calefacción y/o acondicionado en área de comedor aire 4		Servicio
3 Cuenta con menú en idioma extranjero	4	Servicio
4 Cuenta con jefe de comedor con 4 conoc un idioma extranjero	4	Servicio

Servicio

5 Cuenta con parqueadero, propio o 4 contratado, y/o servicio de valet parking

Servicio

6 Cuenta con mecanismos informativos 4 que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias

Servicio

7 Cuentan con un instrumento para que los 4 consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado

Servicio

8 Cuenta con baños de hombres y mujeres 4 con cambiadores para bebés en los dos géneros.

Infraestructura

9 Contar con cámaras de seguridad 2 integradas al ECU 911

10 Cuenta con un 10% mínimo de personal 4 que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas.

Infraestructura

- 11 Cuenta con vestuarios y servicios 2 higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.

Servicio

- 12 Cuenta con sistema computarizado de 4 facturación.

BPM

- 13 Cuenta con un proceso de 6 almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.

BPM

- 14 Cuenta con sistemas de purificación de 6 agua en áreas de preparación de alimentos.
-

15 En el área de producción, cuenta al 6 menos con BPM un lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.

			Servicio
16	Cuenta con un barista con título 4 profesional debidamente reconocido por la autoridad competente.		
			BPM
17	Cuenta con certificación BPM o HACCP 6 por una empresa calificada.		
18	Cuenta con un plan de limpieza	6	BPM
			Infraestructura
19	Las áreas de producción del 2 establecimiento deben contar con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.		
			Servicio
20	Cuenta con facilidades de pago 4 electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/crédito y/o dinero electrónico).		
			Servicio
21	Cuenta con un listado de compañías de 4 taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.		
			BPM
22	Cuenta con un plan de registro de 6 temperaturas		
23	Cuenta con vestíbulo o sala de espera.	2	Infraestructura

24 Cuenta con servicio de reserva de mesa. 4

Servicio

Nota: Elaborado a partir de los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), (2018).

1.1.6 Clasificación de las cafeterías según la ubicación

Obviando las cafeterías y bares que son independientes, a continuación, se presenta la clasificación de las cafeterías, según su ubicación dentro de otros establecimientos, es decir cafeterías que se encuentren dentro de unidades educativas, hoteles, etc.

Tabla 2 *Clasificación de las cafeterías según la ubicación*

Tipo de cafeterías	Características
a) Bar-cafetería integrados en hoteles	<ul style="list-style-type: none"> Las normas y reglas están dadas por la dirección del hotel En lo que respecta al cobro del servicio, los clientes podrán cancelar
	<p>cuando abandonen el hotel (OMT, 2019).</p>
b) Bar-cafetería integrados en colectividad caso una cafetería, se encuentra dentro de otro establecimiento cuya actividad principal es muy diferente. Ejemplo: cafeterías dentro de unidades educativas, cuarteles, clínicas, etc (OMT, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> Es cuando un establecimiento, en este caso una cafetería, se encuentra dentro de otro establecimiento cuya actividad principal es muy diferente. Ejemplo: cafeterías dentro de unidades educativas, cuarteles, clínicas, etc (OMT, 2019).
c) Bar-cafetería en salas de juego de los juegos, brindar sus servicios (OMT, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> Este tipo de cafeterías se adapta a la normativa pues aprovechan el tiempo de descanso para brindar sus servicios (OMT, 2019).

Nota: Elaborado a partir de la Organización Mundial del Turismo (OMT), (2019).

1.1.7 Clasificación de las cafeterías según su oferta

Tabla 3 Clasificación de las cafeterías según su oferta

Tipo de cafeterías	Características
a) Café	<ul style="list-style-type: none"> ● Es el lugar favorito cuando los clientes deciden platicar mientras beben una taza de café. En los últimos tiempos ha sido reemplazado por los famosos y novedosos Coffee Shop y Bares (OMT, 2019).
b) Coffee Shop	<ul style="list-style-type: none"> ● Establecimientos que ofrecen varios tipos de café, chocolate, té o infusiones (OMT, 2019).
c) Bar	<ul style="list-style-type: none"> ● Este ha reemplazado al Café en los últimos años. Es un establecimiento en donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas, acompañadas de comida o aperitivos, generalmente de consumo rápido (OMT, 2019).
d) Mesón • Presenta una decoración típica, en donde se ofrece comida y bebidas. Antiguamente se denominaban posada (OMT, 2019).	
e) Taberna • Tiene una amplia oferta de vinos, con una cocina sencilla y simple. Suelen presentar una decoración rústica (OMT, 2019).	

Nota: Elaborado a partir de la Organización Mundial del Turismo (OMT), (2019).

1.2 El turismo gastronómico y las cafeterías

El turismo gastronómico se refiere a los viajes que tiene como objetivo principal la exploración y el disfrute de la comida y la bebida local de una región o destino turístico.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2019) “el turismo gastronómico se define como el conjunto de actividades turísticas relacionadas con la comida, la bebida, la cultura y el patrimonio gastronómico de una región o destino, incluyendo la producción, la distribución, la comercialización y el consumo de alimentos y bebidas de alta calidad”.

De la misma manera (Gascón, 2019) expresa que el turismo gastronómico “es una modalidad de turismo posfordista centrado en la especificidad de la experiencia alimentaria que se expresa en variedades agrícolas locales y en la producción artesanal de alimentos”, lo que significa que cada alimento, comida o plato que se prepara, trae consigo la cultura e identidad de la tierra donde surgió, convirtiéndose muchas veces un plato típico en el reflejo de la idiosincrasia de un pueblo, comunidad o nación. Por su parte, (Barzallo, 2022) señala que “el turismo gastronómico contempla la diferencia entre alimentar al visitante y sumergirlo en la cultura gastronómica de un territorio”

Con lo anterior, es posible afirmar, que cada vez, muchos destinos turísticos, famosos y patrimoniales optan por promocionar este tipo de turismo gastronómico para atraer más clientes, pues, una excelente vista, acompañada de un buen plato que satisfaga los más estrictos paladares y una buena bebida es todo lo que un turista desea para pasar una temporada amena.

En esta misma línea, la Organización Mundial del Turismo

“El turismo gastronómico aporta vitalidad a las comunidades rurales, apoya a los pequeños productores locales de alimentos y refuerza su posición en el mercado, contribuyendo a añadir valor a la experiencia turística y promoviendo al mismo tiempo la conservación y el desarrollo de los productos y conocimientos locales”. (OMT, 2021).

Mientras que, en relación con el impacto de la gastronomía en el turismo, (Gómez-Miguel et al., 2018) señalan que "la gastronomía se ha convertido en un elemento crucial en la elección de destinos turísticos" (p. 147)

Por todo lo anterior, hablar del turismo gastronómico es hablar del patrimonio culinario que para (Fusté-Forné, 2016) el patrimonio cultural es “un elemento de comunicación cultural, y en ello se manifiestan tanto las tradiciones propiamente culturales como las idiosincrasias naturales de un lugar”, pues se resalta su íntima relación, y de la simbiosis necesaria para su existencia individual; ya que cuando se habla de gastronomía no es solo mencionar los platos típicos de una región, sino que engloba un concepto más amplio, incluyendo costumbres, tradiciones, procesos alimentarios, personas e incluso estilos de vida.

España, según la encuesta TripAdvisor, es uno de los principales destinos turísticos gastronómicos a nivel mundial, siendo sus restaurantes los mejores puntuados por los turistas, obteniendo una calificación de 4,09 de 5 puntos.

Sin embargo, la profunda relación existente entre la gastronomía y el sector turístico aún no ha sido del todo aprovechada, para que así puedan dar a conocer todos los recursos naturales, y de la misma manera la gastronomía de los diferentes países, pues varios de ellos son reconocidos gracias a sus lugares turísticos que a su gastronomía.

Por otro lado, (Quan y Wang, 2004) señalan que, la degustación de un alimento propio de un determinado lugar, es otra forma de experiencia cultural, debido a que nos permite experimentar y conocer otros sabores, sensaciones y emociones, muy diferentes a lo que usualmente estamos acostumbrados, generando cierto acercamiento entre propios y extraños y por ende un intercambio cultural (Di Clemente et al., 2014).

Un estudio realizado en Finlandia sobre el turismo gastronómico en las cafeterías, concluye que "las cafeterías tienen un papel importante en la promoción de la gastronomía local y cultural, y pueden contribuir al desarrollo del turismo gastronómico en una región" (Universidad de Turku, 2019).

No hay duda de que las cafeterías puedan convertirse en grandes aliados de la gastronomía local al ofrecer varios platos, acompañados de bebidas y postres tradicionales, teniendo en cuenta que estos establecimientos representan el principal punto de encuentro para reuniones sociales tanto de residentes como de extranjeros. (Carrasco-Gallego et al., 2018) (p.73) (p. 259). No se debe olvidar que muchas veces se ha constatado que una excelente calidad de servicios gastronómicos ofrecidos en una cafetería, influye en la perspectiva que tiene el turista de todo el viaje. (Aibar-Guzmán et al., 2017, p. 128).

Al visitar varios países se puede encontrar innumerables cafeterías que representan la cultura y tradición de las ciudades o pueblos que las acogen y que se han convertido en patrimonio intangible, por ejemplo: si estamos en París no podemos dejar de visitar "Les Deux Moulins" cafetería, en Budapest no puede quedar fuera de tus destinos turísticos "Café New York" y en Praga es una visita obligada "Café Europa" (Universidad de Turku, 2019).

1.2.1 Cafeterías en Cuenca

La ciudad de Cuenca consta en la lista de ciudades patrimoniales, que han optado por potenciar un turismo gastronómico, es decir darse a conocer al mundo por su gastronomía local potenciando sus tradiciones y cultura por medio de la comida, pues en los últimos años, muchos inversionistas han aprovechado la denominación de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad para asentar negocios rentables como: restaurantes, café-bar, entre otros. Basta caminar por el centro histórico de Cuenca para apreciar como muchas casas coloniales, se han convertido en importantes, extravagantes y finos restaurantes o cafeterías, lo que llama la atención de turistas nacionales e internacionales. Se ha visto así mismo, como se aprovecha la vista de miradores, como en Turi, o de piezas arquitectónicas patrimoniales como las cúpulas de la Catedral de la Inmaculada Concepción, para acompañar una buena taza de café.

Actualmente, Cuenca cuenta con un proyecto denominado: "Cuenca: Destino Gastronómico", que a través de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca busca lograr que la ciudad se convierta en una potencia turística gastronómica tanto a nivel nacional como internacional (Cuenca, FMTP., 2023). Este proyecto nace "como una necesidad de reducir la brecha existente entre lo urbano y lo rural, entre la producción de alimentos y la degustación de succulentos platos, de reconocer el patrimonio alimentario y culinario y ponerlo en valor a los visitantes que cada vez buscan destinos que ofrecen experiencias únicas e inolvidables" (Cuenca, FMT P., 2023).

Según varios expertos, Cuenca posee muchos factores para cumplir el objetivo anteriormente mencionado, de los cuales resalta; su condición como Patrimonio Cultural de la Humanidad, su cultura gastronómica, paisaje y comunidad culinaria (Cuenca, FMTP., 2023).

El portal web Tripadvisor, señala algunas cafeterías infaltables en la visita turística en Cuenca, estas son: Café de Ñucallacta, San Sebas Café, Sunrise Café, Coffe Cor- Café de Especialidad, entre otras, pues reconoce que son cafeterías de alta categoría que, al estar ubicadas en el Centro Histórico, logran enamorar a sus clientes con la vista, la arquitectura

colonial, y su servicio único, de primera, con varias opciones de café, y otras bebidas, además de platos típicos (Tripadvisor, 2023).

Algo que es importante destacar es que, las cafeterías cuencanas, no solo promocionan sus exquisitas bebidas, hermosas fachadas o extravagantes cartas, pues existen otras que te invitan a conocer un poco más de la historia de la ciudad, sus tradiciones, costumbres; en otras palabras, te invita a palpar un poco de la cultura morlaca.

Un claro ejemplo de estas cafeterías, son las que se encuentran aledañas al sector de la Cruz del Vado, pues es conocido por todos que aquí se elaboran los más deliciosos panes hechos en horno de leña, que no pueden dejar de acompañarse con un tradicional café con leche; siendo estas cafeterías también concurridas muchas veces por extranjeros que desean experimentar nuevos sabores y experiencias.

1.2.2 Marco legal

El campo del turismo gastronómico es amplio y por ello existen normas vigentes que respaldan su proceder. En el país, la Constitución del Ecuador, vigente desde el año 2008, en su Art. 13 reconoce y garantiza el derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018).

Así mismo el Reglamento General a la Ley de Turismo en su Art. 43 define a la actividad de alimentos y bebidas como actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, en las que además se pueden prestar otros servicios como diversión y entretenimiento. Según el Acuerdo Ministerial 053, en el que se expide el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, año 2018, en el capítulo II de Derechos y Obligaciones, señala.

- Art. 5 destaca los derechos del usuario o consumidor:

- a) Recibir los servicios, acorde a la categoría otorgada.
- b) Ser informado correctamente sobre la oferta de alimentos y precios de acuerdo a lo estipulado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- c) Recibir factura de acuerdo al servicio recibido.
- d) Contar con instalaciones y equipamiento en buen estado, con excelente higiene y en buen funcionamiento.
- e) Comunicar quejas a través de un libro de reclamos.

- Art. 6 Obligaciones del consumidor o usuario:

- a) Cancelar por el servicio recibido.

- b) Denunciar por los canales oficiales las irregularidades identificadas en los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas.
- c) Cumplir con las normas y políticas del establecimiento.
- d) Cuidar y hacer un buen uso de las instalaciones y equipamiento (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018).

Siguiendo con el mismo Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, año 2018, en el Título III, Capítulo I,

- Art. 15 señala que: los establecimientos turísticos de bebidas y alimentos clasificados como: cafeterías, bar y restaurantes, deben informar a través del sistema establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de servicio que brindan: Menú, autoservicio, Buffet, Menú fijo, servicio a domicilio, servicio al auto (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018).

De la misma forma, en el Capítulo II, Art. 18, hace hincapié en que todo establecimiento de alimentos y bebidas deberán ser categorizados según una puntuación obtenida de acuerdo al cumplimiento de ciertos requisitos establecidos por este mismo reglamento.

- a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría.
- b) Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría.
- c) Los bares y discotecas se categorizarán en: (3) tres, (2) dos y (1) una copa siendo (3) tres copas la mayor categoría y (1) una copa la menor categoría
- d) Los establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizarán como categoría única (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018).

Como hemos observado, existe normativa legal vigente que respalda y exige un buen funcionamiento de los establecimientos que expenden alimentos y bebidas, con el único fin de brindar un servicio de calidad, en la que los usuarios o clientes queden satisfechos, y además de generar un ambiente de armonía en donde prime el respeto de ambas partes, usuario y prestadores de servicios.

1.3 Actualización del catastro turístico: las cafeterías del centro histórico de cuenca

La ciudad de Cuenca es conocida nacional e internacionalmente por su rica gastronomía, que es una mezcla de varias influencias; su cocina tradicional se caracteriza por el uso de ingredientes frescos y naturales, como las hierbas y especias locales, y por la elaboración de platos típicos como el cuy asado, las papas con cuero, el locro de papas y el caldo de gallina.

Así también lo confirma (Alvarado et al.,2021) pues señala que "Cuenca es uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador debido a su rica historia y patrimonio cultural" (p. 72).

En lo que respecta al ámbito de las cafeterías, Cuenca ofrece varias opciones para aquellos que desean disfrutar de un buen café, por un lado, están las cafeterías tradicionales y por otro las cafeterías modernas, ambas con la capacidad de satisfacer los gustos y los paladares más exigentes.

Desde que Cuenca fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1999, se ha luchado incansablemente por mantener la armonía de su arquitectura patrimonial y conservar de esta manera tan grandiosa insignia, por lo que en los últimos años varias casas patrimoniales se han convertido en cafeterías o extravagantes restaurante con este fin. (Méndez et al., 2020) " (p. 66).

Según el catastro 2022, realizado por el Ministerio de Turismo en su sitio oficial web, en la provincia del Azuay existen alrededor de 1175 establecimientos registrados dentro de la categoría "Alimentos y Bebidas", de esto, la Ciudad de Cuenca es la que más número de registro posee con 1019 establecimientos, en segundo lugar, le sigue el cantón Gualaceo con 39 y en tercer lugar Santa Isabel con 29 establecimientos.

Ahora bien, detallando esta información tenemos que, en la ciudad de Cuenca, de los 1019 establecimientos registrados como categoría "Alimentos y Bebidas", solo 168 se encuentran dentro de la subactividad "cafeterías", quedando el resto de establecimientos dentro de las subactividades de bares, discotecas, fuentes de soda y restaurantes.

A continuación, presentamos la clasificación de las 168 cafeterías según la categoría.

Tabla 4 Categorización de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca

Categoría	Registro
1 Taza	158
2 Tazas	10

Total 168

Nota: Elaborado a partir de *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*.

Para pertenecer a una cafetería de 2 tazas es necesario los siguientes requerimientos que según (Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, 2008) los da a conocer.

1. Servicios sanitarios independientes de señoras y caballeros dotados de jabón y secamanos.
2. La entrada de clientes no podrá ser utilizada, durante las horas de servicio de comidas, como entrada de mercancías.
3. Servicio telefónico a disposición de los clientes.
4. Comedor independiente dotado con calefacción.
5. Mobiliario, lencería (de tela o papel) y menajes acordes con la categoría del local.
6. El personal de servicio al público se vestirá adecuadamente.
7. Dispondrá de un plato combinado del día.
8. Asimismo, dispondrá a petición del cliente de jarra de agua aun cuando no se utilice el servicio de Plato combinado del día (Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, 2008).

Mientras que para entrar dentro del grupo de cafeterías de 1 Taza es indispensable los siguientes requerimientos que de igual forma (Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, 2008) los da a conocer.

1. Servicios sanitarios independientes de señoras y caballeros dotados de jabón y secamanos.
2. La entrada no podrá ser utilizada, durante las horas de servicio de comidas, como entrada de mercancías.
3. El comedor, que no precisará ser independiente, estará dotado de calefacción.
4. Mobiliario, lencería (de tela o papel) y menajes acordes con la categoría del local.
5. El personal de servicio al público se vestirá adecuadamente.
6. Se dispondrá a petición del cliente de jarra de agua aun cuando no se utilice el servicio de Plato combinado del día (Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, 2008).

Como se observa, las cafeterías de la ciudad de Cuenca, en su mayoría son de categoría 1 Tazas, y pocas cumplen los requisitos para ser de muy alta categoría. De estos establecimientos, 101 cafeterías se encuentran dentro del Centro Histórico de Cuenca. A continuación, se detalla la información proporcionada por el Catastro Turístico de Cuenca, dicha información no se encuentra actualizada hasta la fecha.

Tabla 5 Lista de cafeterías que constan registradas en el Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)

Nombre	Dirección
1. Al Toque	Antonio Borrero 5-01 y Honorato Vásquez
2. Al Toque	Benigno Malo 9-05 y Simón Bolívar
3. Ali's Kitchen	Estévez de Toral 10-80 y Mariscal Lamar
4. Ananda	Hermano Miguel 7-24 y Presidente Córdova
5. Auquel	Simón Bolívar 5-78 y Hermano Miguel

6. Bumba Café Lounge

Paseo 3 De Noviembre, Junto A La Escalinata De
Juana De Oro

7. Barny

Hermano Miguel 10-34 y Gran Colombia

8. Bontti Centro Simón Bolívar 8-28 y Luis Cordero

37



UCUENCA

9. Bubble Tea Simón Bolívar 2-12 y Manuel Vega

12. Café de Mano General Torres 13-75 y Vega Muñoz

13. Café Del Zaguán Bolívar 12-69 y Juan Montalvo

14. Café Morlaco Benigno Malo 5-31 y Calle Larga

15. Café Ñuca Lacta Hermano Miguel 5-62 y Honorato Vásquez

**UCUENCA**

10. Café Austria Hermano Miguel 8-81 y Simón Bolívar

16. Cafetal De Loja Mariscal Sucre 10-50 y General Torres

11. Café D'alice Mariscal Sucre 5-35 y Mariano Cueva

17.

UCUENCA

Cafetería Luz Y Sal Mariano Cueva 4-48 y Calle Larga

18. Cafetería Taproom Simón Bolívar 7-79 y Luis Cordero

19. Casa Yangoe Benigno Malo 5-16 y Calle Larga

20. Central Pan & Café Simón Bolívar 8-28 y Luis Cordero
Simón Bolívar 9-49 y Padre Aguirre

21. Chocolatería Dos
Chorreras

22. Churrería Willy Coffee & Chocolate Mariscal Sucre 10-10 y Padre Aguirre

23. Cinema Café Luis Cordero 7-42 y Presidente Córdova
Mariano Cueva 4-48 y Calle Larga

24. Colombian Coffee
House

25. D'Fercho Vargas Machuca 3-33 y Calle Larga



UCUENCA

26. D'lolos Café Juan Jaramillo 6-11 y Hermano Miguel

27. D'leite Vargas Machuca 6-73 y Presidente Córdoba

28. Deleyt Luis Cordero 5-92 y Juan Jaramillo

29. Dolce Mariscal Sucre 9-110 y Padre Aguirre

30. Don Loren Av. Huayna Cápac 1-100 y Pio Bravo

31. Dr. Café Presidente Borrero 7-60 y Mariscal Sucre

32. Dunkin` Cuenca Simón Bolívar 7-79 Luis Cordero



UCUENCA

33. El Aaron Benigno Malo y Presidente Córdova

34. El Café de Carlos Luis Cordero 10-71 y Gaspar Sangurima

Honorato Vásquez 6-26 y Hermano Miguel

35. El Frances Juilien
Andre

36. El Grano de Café Hermano Miguel 5-62 y Juan Jaramillo

37. El Monasterio Presidente Córdova 6-45 y Presidente Borrero

38. El Mono Principal Juan Jaramillo 1-80

39. El Mono Tres Miguel Ángel Estrella 4-02 Alfonso Jerves

40. El Refugio del mono Juan Jaramillo S/N y Miguel Ángel Estrella

UCUENCA

41. El Rincón del Café Juan Jaramillo 7-85 y Luis Cordero

42. El Rinconcito Antonio Borrero 5-92 y Juan Jaramillo

43. El Sabor Gualaceño Calle Larga 11-45 y Miguel Ullauri

44. European Place Mariscal Sucre 13-12 y Juan Montalvo

Presidente Borrero 8-29 y Mariscal Sucre

49. Gelatería Cafetería
La Fronce

50. Giardini Calle Larga 5-47 y Mariano Cueva

51. Gikó Víctor J Cuesta y Vargas Machuca

45. Frato Café Simón Bolívar 9-74 y Padre Aguirre



UCUENCA

Calle Larga 6-14 y Hermano Miguel

46. Frost

47. Frozn' Sweet Padre Aguirre 11-36 y Mariscal Lamar

48. Ganache Simón Bolívar 6-27 y Hermano Miguel

52. Heizel Honorato Vásquez 7-10 y Presidente Borrero

53. Heladería Monte Simón Bolívar 8-56 y Luis Cordero Bianco

Simón Bolívar 2-80 y Tomás Ordoñez

54. Heladería Monte
Bianco

Benigno Malo 5-34 y Calle Larga

55. Heladería Monte
Bianco

Padre Aguirre 12-70 y Vega Muñoz

56. Heladería Monte
Bianco

57. Jhuly

Mariscal Sucre 10-13 y Padre Aguirre

58. Juan Valdez Café

Simón Bolívar 8-28 y Benigno Malo



UCUENCA

59. La Creme Luis Cordero S/N y Simón Bolívar

60. La Fama Simón Bolívar 12-86 y Juan Montalvo

61. La Monita General Torres 13-19 y Antonio Muñoz

62. La Parada Panesa Benigno Malo 9-73 y Gran Colombia

63. La Penitencia Café & Estev 13-31 y Antonio Vega Muñoz

Toral Bar

64. La Pérgola Padre Aguirre 15-29 y Rafel María Arizaga

Presidente Córdova 6-96 y Presidente Borrero

65. La Veintiunica
Cafetería



UCUENCA

66. Lácteos Saraguro Mariscal Sucre 6-83 y Presidente Borrero

67. Le Bistro Francais Benigno Malo S/N y Simón Bolívar

68. Le P'tit Café Luis Cordero 8-74 y Mariscal Sucre

69. Los Perniles Juan Jaramillo 3-25 y Tomas Ordoñez

70. Lubeck Experience

Paseo 3 De Noviembre A 20 Metros Del Puente Juana
De Oro Sn Escalinata Juana De Oro

71. Melatte Benigno Malo S/N y Mariscal Sucre

72. Melatte Presidente Borrero 7-40 y Presidente Córdova

73. Mi Changarro Vargas Machuca 3-101 y Presidente Córdova

74. Mickey Mouse Mariscal Sucre 5-48



UCUENCA

75. Mira Mariscal Lamar 17-92 y Luis Cordero

76. Moritas Café Y Snack Hermano Miguel 4-36 y Calle Larga

77. Mulla Café Presidente Borrero 5-51 y Honorato Vázquez

78. Muu Yogurt Benigno Malo y Juan Jaramillo

79. Neleb Calle Larga 4-128 y Mariano Cueva

80. Nice Cream Padre Aguirre 10-44 y Gran Colombia

81. Paelys Fast Food Padre Aguirre y Gran Colombia

82. PapyDog Calle Larga 8-78 y Benigno Malo

83. Pizza XL Gran Colombia 5-80 y Hermano Miguel

84. Pizza Y Focaccia Presidente Córdova 7-03 y Presidente Borrero

85. Plazma Cafetería Calle Larga 7-80 y Presidente Borrero



UCUENCA

La Condamine 12-102 y Tarqui

86. Prohibido Centro
Cultural

Honorato Vásquez 7-36 y Luis Cordero

87. Quo Vadis Gourmet
Italia

Simón Bolívar S/N y Benigno Malo

88. San Isidro Bakery
Coffee

89. Sisa Café

Hermano Miguel 5-10 y Honorato Vásquez

90. Sucre Sale Café

Luis Cordero 8-74 y Mariscal Sucre

UCUENCA

91. Surnise Café Cuenca Calle Larga 9-40 y Benigno Malo

92. Taita Cafetería Calle Larga S/N y Tomás Ordoñez

93. Tía Pepita Cafetería Mariscal Sucre 7-50 y Luis Cordero

94. Tonys Burguer Pio Bravo 2-58 y Tomas Ordoñez

95. Tres Marías Bajada del Padrón 4-30 y Calle Larga

96. Tres Marías Sucursal Bajada del Padrón 4-21 y Calle Larga

97. Tropical Jugos Hermano Miguel 8-76 y Simón Bolívar Naturales

UCUENCA

Calle Larga 9-81 y Bajada del Padrón

98. Waffleria Dulce

Mordisco

99. Yaw Café

Simón Bolívar 9-49 y Padre Aguirre

100. Yogurt N.1

Benigno Malo 6-16

101. Yoseline

Presidente Córdova 9-52 y Benigno Malo

Nota: Elaborado a partir de *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2023)*.

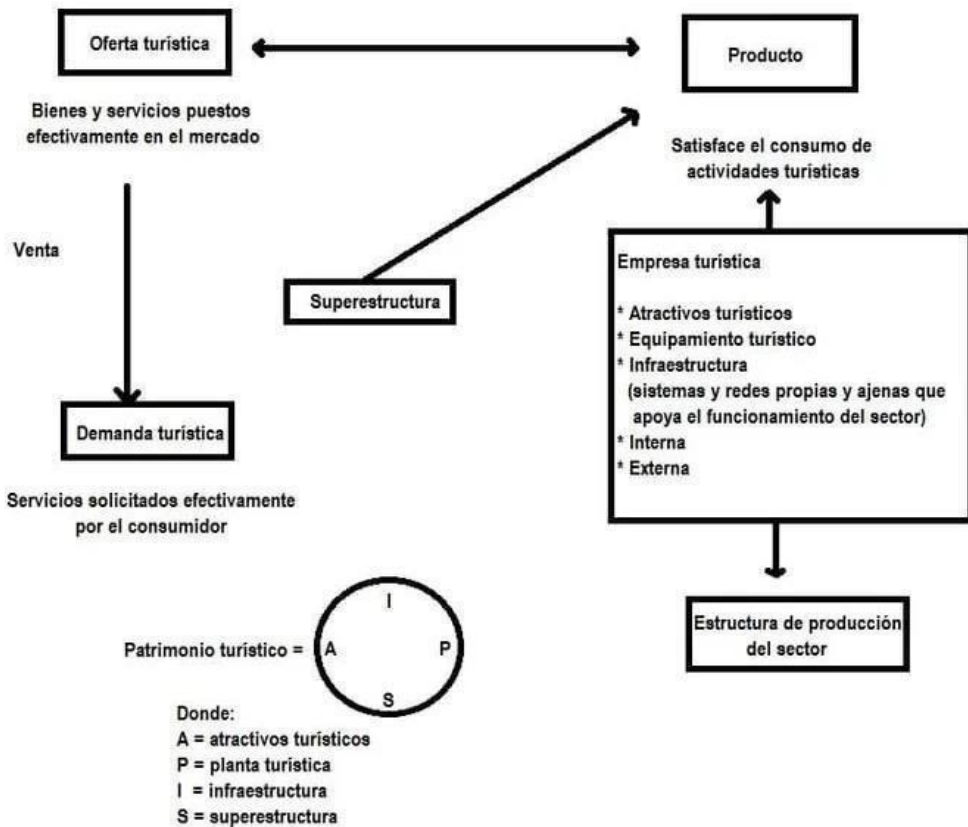
CAPÍTULO 2**2. LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN LAS CAFETERÍAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA.**

Para hablar de oferta y demanda turística, es necesario entender al sistema turístico. Según (Boullón, 2004), se refiere a un “el conjunto de componentes como la estructura, la disponibilidad de servicios, la demanda, las instalaciones, la comunidad local, los atractivos y las instalaciones turísticas, están interconectados para satisfacer las necesidades de ocio y tiempo libre” (pág. 31). Del mismo modo, (Varisco y Benseny, 2013) mencionan que pensar en la totalidad de componentes que conforman la industria turística como un sistema interconectado y su ubicación en destinos específicos, posibilita la descripción de los elementos más importantes relacionados con la oferta y la demanda de turismo; siendo fundamental entender cómo estos componentes interdependen dentro de su entorno.

Es necesario entender que no existe una única versión del sistema turístico, pues al tener varias facetas, los estudios de cada uno dan lugar a diferentes modelos analíticos, sin embargo, hay que considerar que el sistema es uno solo.

El sistema turístico opera en un ciclo continuo, donde los turistas buscan destinos que ofrezcan recursos y actividades que les interesen, y a su vez, los destinos trabajan para atraer y satisfacer a los turistas.

Figura 2 *Sistema turístico*



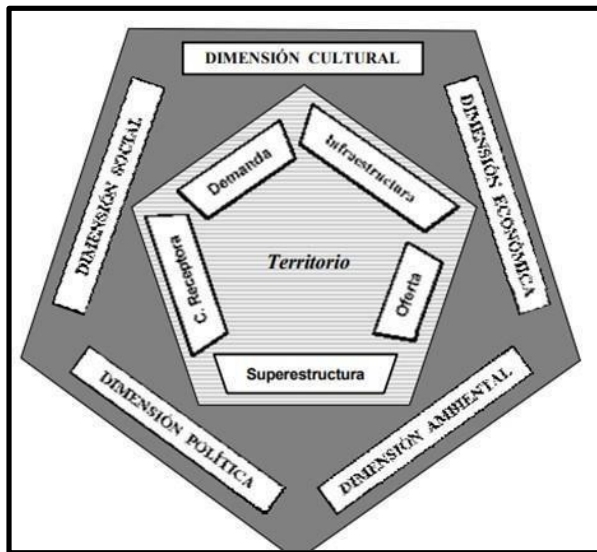
Nota. Elaborado a partir de (Boullón, 2006)

Como menciona (Boullón, 2006) "el sistema se inicia cuando la oferta turística y la demanda turística se encuentran y se realiza un proceso de venta del producto turístico. Este producto turístico, junto con la infraestructura, conforma la estructura de producción del sector."

El funcionamiento del sistema turístico es un proceso complejo que involucra múltiples actores, actividades y factores que trabajan en conjunto para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

Figura 3

Funcionamiento del sistema turístico.



Nota: Elaborado a partir de (Varisco y Benseny, 2013).

Según (Varisco y Benseny, 2013) nos explica que la perspectiva sistémica posibilita la descripción del turismo como una extensa serie de acciones y participantes interconectados. Al mismo tiempo, resalta las consecuencias, ya sean favorables o desfavorables, que puede engendrar en una región específica.

Los turistas son los principales actores de este sistema. Son quienes viajan desde su territorio, visitan nuevos lugares, permanecen en estos durante un tiempo, y posteriormente retornan a su origen. Del mismo modo, en los elementos geográficos que forman parte del sistema turístico se encuentran: el espacio emisor (residencia actual en donde se producen los recursos a ser gastados posteriormente por el turismo), espacio receptor (es el destino, la razón de existencia del turismo) y espacio de tránsito (comprende todos los lugares que se visitaron hasta antes de llegar a su destino), y por último, la industria turística son todas las empresas y organizaciones involucradas en la oferta de productos turísticos (Zaquinaula, 2017).

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), existen cuatro elementos básicos del sistema turístico, para entender los elementos que componen el sistema turístico es importante considerar los aportes de sus diferentes componentes, estos se detallan en la tabla a continuación:

Tabla 6 *Elementos que componen el sistema turístico*

Oferta Turística

Lo conforman los productos, bienes o servicios que se presentan para ser adquiridos por los clientes o turistas.

Demanda Turística Conformada por los consumidores de los servicios turísticos.

Espacio Geográfico Lugar o sitio físico en donde se produce el encuentro de la oferta y la demanda.

Los operadores del Instituciones, organizaciones o empresas que facilitan el encuentro mercado de la oferta y la demanda, un claro ejemplo son las agencias de viajes

Nota: Elaborado a partir de (Sancho, 1994).

Lo antes dicho, posibilita sintetizar que para que un lugar o destino presente una alta demanda turística, son varios los factores que deben unirse para este fin; así lo evidencia un estudio publicado por Serrano et al. (2020) en el cual comparan tres ciudades patrimoniales de América Latina (Cuenca-Ecuador, Cusco-Perú y Puebla – México) se evidenció una gran diferencia en el número de turistas que recibieron durante el año 2016. Cuenca recibió un total de 290.160 turistas entre nacionales y extranjeros, Cusco 305.279 y Puebla 292.115,2.

Entonces, si las tres ciudades son dignas de ostentar su título de Patrimonio Cultural de la Humanidad, se supondría que deberían tener una demanda turística similar, sin embargo, las cifras denotan que no es así, pues existen otras características que logran acaparar la atención de los turistas.

En este mismo estudio, hay varios actores que también participan para que se desarrolle el sistema turístico de una región o lugar, entre ellos, la empresa pública, la empresa privada, y hasta el mismo Estado, pues a través de políticas públicas se puede obtener un sistema turístico sustentable y sostenible.

2.1 Oferta turística

Según (Jiménez, 2006), la oferta turística refiere a "el conjunto de bienes y servicios que los turistas necesitan para satisfacer sus necesidades con un determinado precio". Se dice que los destinos turísticos pueden ser fuertemente promocionados si existiera una íntima relación

entre el territorio y la política turística, sin embargo, la ausencia de esta relación afecta principalmente a la oferta, pues al no haber promoción alguna, los turistas no conocen todos los destinos turísticos y por ende desconocen además los bienes y servicios que estos pueden ofrecer (Pucuji, 2020, p 18).

La oferta turística tiene 8 componentes:

Tabla 7 Componentes de la oferta turística

COMPONENTES	DEFINICIÓN
1. Atractivo Turístico	Lugar que tiene como objetivo a ser visitado. Se dice que todo atractivo turístico debe tener características que hagan que los turistas desean conocer.
2. Patrimonio Turístico	Conjunto de elementos turísticos que cuenta un país y que estimula a ser visitados. Aquí se encuentran los atractivos turísticos, instalaciones, la superestructura.
3. Producto Turístico	Se denomina producto turístico al bien o servicio que se oferta.
4. Recursos Turísticos	Se dividen en básicos (recursos propiamente turísticos que son usados por el turista directamente) y complementarios (no se relacionan solamente con el turista, pero apoyan al funcionamiento de la actividad turística).
5. Planta Turística	Conjunto de instalaciones necesarias para el funcionamiento y prestación de servicios.

6. Equipamiento Turístico
 Conjunto de empresas que prestan servicios básicos o de primera necesidad para el turista, por ejemplo, servicio de utilería, servicio de alimentación, hospedaje, etc.

7. Infraestructura

Turística

Parte de la infraestructura general de un país. Los costos elevados de estas, hacen que las edificaciones se construyan solo en lugares accesibles económicamente.

8. Servicios complementarios

Son las prestaciones que ayudan a que los turistas aumentan su confort. El Estado mayoritariamente ayuda en este aspecto con temas como: transporte, salud, deporte, etc.

Nota: Elaborado a partir de (Rodríguez, 2013).

En conclusión, el aporte de la gastronomía local, es un eje fundamental en el sistema turístico de una ciudad, ya que algunos sectores sociales, como punto de partida, emprenden su negocio gastronómico - cafetero, sin embargo, parten de un punto primordial como son las tradiciones de dicha zona, que las tradiciones serían la carta de presentación de una ciudad o país, en este sentido estos sectores sociales tienen como objetivo aumentar el turismo y con eso darles un buen servicio y una excelente imagen de la ciudad a los visitantes ya sean locales, nacionales o extranjeros.

Del mismo modo, es importante analizar la conexión entre la oferta turística y la oferta de una cafetería, ya que se relacionan para enriquecer la vivencia de los turistas al brindarles un espacio para relajarse, interactuar y deleitarse con productos autóctonos. Este vínculo entre la oferta turística y la oferta de una cafetería ayuda a mejorar la calidad global de la estancia de los visitantes en el lugar.

Como se menciona en el capítulo anterior una cafetería es un despacho de café y de otras bebidas, que se suelen acompañar con comidas y aperitivos (Martínez, 2018).

Teniendo esta definición en cuenta las cafeterías se categorizan por tazas, es decir según el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas vigente desde octubre de 2018, las cafeterías en el Ecuador se categorizan en 2 tazas y 1 taza, siendo la primera de mayor categoría y la segunda de una categoría menor (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018).

Sin embargo, la oferta de una cafetería varía según el tipo de consumidores que se desea atraer; así que existen cafeterías ejecutivas, en donde prima un espacio silencioso, con fachada ejecutiva, en donde se oferte café exprés y aperitivos fáciles de consumir para acompañar una charla de trabajo por ejemplo; otras cafeterías son especializadas en comida de un país en específico, en donde los turistas nacionales e internacionales son los clientes preferidos pues buscan en estas, nuevas experiencias tanto en sabores como en cultura, encontramos también las cafeterías tradicionales, en donde se busca rescatar la cultura y tradición de antaño, y así podemos citar varios tipos de cafeterías que usan características propias para obtener una alta demanda de comensales.

2.2 Demanda turística

La demanda turística se refiere al conjunto de personas o consumidores que tienen el deseo, la intención y la capacidad económica para viajar y participar en actividades turísticas. Es una parte fundamental del sistema turístico, ya que impulsa la industria del turismo al generar la necesidad de productos y servicios turísticos.

Por ende, la demanda turística se la puede clasificar de la siguiente manera.

Tabla 8 Clasificación de la demanda turística

1. Demanda actual

Son las personas o viajeros que actualmente están realizando actividades turísticas, o de viaje, también se llaman consumidores reales. En este caso, la oferta de las cafeterías entraría en esta demanda, por el hecho de que los consumidores no tienen problemas en su viaje, al contrario, tienen tiempo libre, los recursos económicos y el lugar de destino no presenta complicaciones como el terrorismo, epidemia o inseguridad.

2. Demanda
Potencial

Son los denominados consumidores potentes, es decir, estas personas han encontrado un interés, fin o prospecto para realizar este viaje, sin embargo, no se han presentado las condiciones idóneas para hacerlo (tiempo libre, recursos

económicos), pero en cuanto se presenten, es muy probable que lo hagan.

-
3. Demanda Diferida Son aquellas personas que no han podido emprender un viaje debido a varios problemas que presenta la oferta. Por ejemplo: terrorismo en el lugar de destino, epidemias, inseguridad, etc.
-

4. No Demanda Son las personas que no presentan interés de realizar viaje alguno
-

Nota: Elaborado a partir de (Socatelli, 2015).

La demanda turística se relaciona directamente con el gusto o preferencias de las personas al momento de emprender un viaje, es decir el tipo de actividad de ocio, preferencias culinarias, de atractivos turísticos, etc. Se la define como "el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje" (Socatelli, 2015). Así mismo se conoce que la demanda puede verse afectada de manera positiva o negativa por varios factores tales como: precio de los productos turísticos, clima, tecnología, seguridad, o factores ecológicos (Socatelli, 2015).

En los últimos años la demanda turística global ha ido en aumento luego de la pandemia, sin embargo, el mayor desafío que influye en la reactivación plena del turismo a nivel mundial en 2023 es la coyuntura económica, dado que la marcada inflación y el incremento en los valores del petróleo se traducen en una ampliación de los gastos relacionados con el traslado y la estadía. Por consiguiente, resulta previsible que los viajeros busquen cada vez con mayor ahínco opciones que ofrezcan un equilibrado balance entre calidad y precio, optando por destinos de proximidad., Organismo Mundial del Turismo (OMT, 2023).

De igual manera, para el caso de Ecuador, según (Molina et al., 2020), la pandemia de COVID-19 ha sido la principal razón detrás del estancamiento del sector turístico en el país. Las restricciones de viaje y las medidas de distanciamiento social han tenido un impacto significativo, especialmente en áreas altamente dependientes del turismo como las Islas Galápagos. Además, la inestabilidad política y económica en el país ha contribuido al estancamiento del turismo en los últimos años, generando desconfianza en el sector y una disminución en la inversión turística. Esto ha resultado en la pérdida de ingresos y empleos, afectando a comunidades y empresas turísticas, y provocando una disminución en la calidad de vida de las personas, así como una mayor inestabilidad económica y social.

Mencionando al mismo autor, la reducción en el turismo ha tenido un efecto negativo en sectores como la agricultura, la pesca y la artesanía, lo cual ha impactado negativamente en la economía local. Los autores enfatizan la necesidad de implementar medidas y estrategias para revitalizar el sector turístico y minimizar las consecuencias desfavorables.

La pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto significativo en el turismo en Ecuador. Según (Mera y Guerrero, 2021), en 2020 el número de turistas se redujo en un 70%, lo que ha afectado gravemente a la economía del país.

Según datos del Ministerio de Turismo (2019), durante el último año, se ha observado un incremento del 10.5% en el número de turistas internacionales que llegaron a Ecuador, superando los 2.1 millones de visitantes. Los países que más contribuyeron a este flujo turístico fueron Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Argentina. Los destinos más populares en el país fueron las Islas Galápagos, Quito, la Costa del Pacífico y la Ruta del Sol. Además, el turismo interno también ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, especialmente en las áreas de turismo comunitario y ecoturismo, donde se ha observado una mayor demanda.

El turismo ha sido reconocido como un importante motor económico en muchos países. En un estudio de impacto económico del turismo en Ecuador (Albuja et al., 2019) encontraron que el turismo contribuyó significativamente al crecimiento económico del país, generando empleo y atrayendo inversión extranjera directa. De manera similar, un estudio de (Huamán et al., 2018) en Perú encontró que el turismo puede contribuir a la reducción de la pobreza y la desigualdad económica en áreas rurales.

En el caso de la Ciudad de Cuenca, la demanda turística ha adquirido un rol fundamental en el progreso económico de la ciudad, dando lugar a la creación de puestos de trabajo, entradas monetarias y perspectivas de inversión en la zona. El legado cultural y arquitectónico se erige como uno de los principales promotores del turismo, atrayendo a viajeros que sienten curiosidad por la historia y el patrimonio de la localidad. El sector turístico representa aproximadamente un 10% del PIB de la ciudad y ha sido la fuente de empleo para numerosos individuos, al mismo tiempo que ha catalizado el crecimiento de las instalaciones destinadas a los visitantes (Pazmiño et al., 2023).

Luego de analizar la demanda turística se puede decir que la principal razón por la que los turistas llegan a Cuenca es la recreación, entonces es aquí en donde se debe estudiar la manera en que se pueda relacionar la gastronomía cuencana con actividades recreativas.

Así lo afirma Tandazo (2014), Cuenca ciudad elegida como el destino favorito para visitar, sobre todo porque es una ciudad muy tranquila que, pese a ser cosmopolita, guarda un aire conservador que encanta a propios y extraños. La arquitectura, el arte, la gastronomía, el hermoso centro histórico, la historia y la gente hacen de Cuenca un lugar perfecto para recorrer y descubrir.

Si bien es cierto Cuenca cuenta con una gastronomía variada, faltaría mucho para potenciarla, en otras palabras, para que la demanda turística gastronómica mejore, se necesitaría proyectos de inversión tanto en la oferta turística como en sus elementos.

2.3. Beneficio de la actividad turística

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) “el turismo abarca las acciones que las personas llevan a cabo mientras viajan y se alojan en lugares diferentes a su entorno habitual, durante un período de tiempo inferior a un año, con el propósito de disfrutar, hacer negocios u otros propósitos”.

En Ecuador, el sector turístico representa uno de los ingresos económicos más importantes. Se conoce que el turismo representa el 2% del PIB, razón por la que es necesario implementar reformas en las políticas públicas que permitan potenciar este sector (Santamaría-Freire y López-Pérez, 2019). Sin embargo, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), (2023) señaló, que se prevé que, al finalizar este año, la industria llegará a constituir el 4,4% del PIB nacional. Esto se logrará a través de una aportación a la economía que llegará a la suma de cinco mil millones de dólares, lo que equivale a un aumento del 9,2% en comparación con el año anterior. Además, se proyecta que, para el cierre del año 2023, el sector turístico sobrepasará la marca de 410 mil empleos creados en el país. Esto resultaría en un aumento del 5% con respecto al año 2022.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), informa que, durante el primer trimestre de 2023, las llegadas de turistas internacionales lograron recuperarse hasta alcanzar un 80% de los niveles registrados antes del inicio de la pandemia. Durante este período de tres meses, aproximadamente 235 millones de viajeros realizaron desplazamientos internacionales, marcando un paso significativo en la reactivación del sector turístico. En lo que respecta a la región de las Américas, las llegadas de turistas se aproximaron al 85% de los niveles reportados en el año 2019. Esto refleja una notable recuperación en la actividad turística de todo el mundo, dando paso a la reactivación económica global, y en el caso de la Ciudad de Cuenca, es una gran noticia para la economía

de la localidad, ya que como se mencionó anteriormente el turismo representa un 10% del PIB de la ciudad.

Aparte del beneficio lucrativo que representa el turismo, existen otros beneficios no económicos o sociales, por ejemplo: la mejora de la infraestructura de un territorio, aumento en el número de plazas de trabajo, en algunas comunidades gracias a la llegada del turismo se producen cambios en la calidad de vida de sus habitantes como mejoría de las carreteras, soporte y mantenimiento constante de servicios básicos, medios de transporte y vías de comunicación o tecnología (Santamaría-Freire y López-Pérez, 2019). Así lo afirma (Cañada y Gascón, 2006), respecto a que el turismo mejora la calidad de vida, al proveer plazas de trabajo de manera directa o indirecta.

Existe además otro beneficio del turismo que no se debe olvidar, como es el caso del aprendizaje e intercambio cultural, pues al encontrarse 2 culturas diferentes en un territorio se intercambian conocimientos, tradiciones y creencias, fomentando de esta manera el respeto, tolerancia y creando una sociedad cada vez más inclusiva (Santamaría-Freire y López-Pérez, 2019).

Del mismo modo en que se reconocen los beneficios generados por el turismo, es esencial examinar los perjuicios que trae consigo. El turismo puede tener efectos negativos sobre la biodiversidad y otros recursos naturales, así como ocasionar impactos sociales y culturales desfavorables. Uno de los resultados más notables y directos de la influencia del turismo es la degradación de recursos naturales, tanto aquellos que pueden regenerarse como los que no. Los lugares que suelen ser preferidos para esta actividad, como las costas, ríos, lagos y montañas, son ecosistemas delicados con una rica diversidad de especies. La explotación intensiva y no sostenible de estos lugares puede causar pérdidas irreparables (Tinoco, 2003).

Como menciona (Paguay Zhagüi, 2012), la ciudad de Cuenca al situarse como un punto intermedio entre la Costa y la Amazonía, ha servido desde tiempos ancestrales como un espacio de convergencia entre distintas culturas, comerciantes y eventos de carácter religioso. Esta es una de las razones por la cual exhibe una considerable riqueza en términos de su patrimonio gastronómico y, además, alberga una diversidad culinaria que abarca todo el país.

Otra de las razones es que la provincia del Azuay cuenta con suelos fértiles, así lo afirma (Pérez, 2022) al referir que “la provincia del Azuay tiene un 44,9 % de suelo con fertilidad alta para desarrollar actividades agrícolas”, y gracias a ello, Cuenca cuenta con una variedad de

productos que son empleados en su gastronomía local y que junto a los emprendedores hacen de la gastronomía local una experiencia única llena de sabor, tradición y cultura, transmitida de generación en generación.

El turismo gastronómico en Cuenca, tiene una particular forma de apreciarse, en sus diferentes festividades. Es en esas fechas, en donde sobresalen las diferentes tradiciones al igual que la cultura.

Así lo da a conocer (Merchán y Castro, 2016), al mencionar que el turismo gastronómico en la ciudad se relaciona directamente con las fiestas populares; así, en las Fiestas de Carnaval, el principal plato típico es el famoso mote pata, acompañado de diferentes manjares o dulces; en Semana Santa, la fanesca es el principal plato ofertado; en Fiestas de Corpus Cristi, fiesta netamente religiosa, se deleitan una gran variedad de dulces.

En los días festivos de Independencia o de Fundación relucen los platos típicos, como cuy con papas principalmente o mote pillo, y finalmente en fiestas navideñas, no puede faltar el chancho hornado, los buñuelos y tamales.

Estas son algunas de las opciones gastronómicas de la ciudad, sin embargo, existen lugares en donde sin importar la fecha, se puede disfrutar de todos estos platillos. Los turistas pueden conocer a través de la gastronomía, la cultura, tradición e historia de la Atenas del Ecuador (2016).

De igual forma lo afirma Miller (2018), el Corpus Christi, que significa Cuerpo de Cristo, es tradicional de estas fiestas la elaboración y venta de dulces, en la feria de golosinas más importante del Ecuador como: arepas de maíz, las ollas de anís, ollas de ajonjolí, de los rosados, las melvas de chocolate, los churros, las cocadas, los suspiros, los dulces de membrillo, los borrachos (dulces de chocolate con alcohol), los relámpagos con relleno de crema pastelera, donas de chocolate con grageas, entre muchos otros.

Mencionando al mismo autor, el 2 de noviembre, día de los difuntos es tradición en este día el consumo de las guaguas de pan y la colada morada que es una bebida dulce y de color morado –de ahí su nombre- típica no solo en Cuenca sino también en otras ciudades del Ecuador.

De igual forma lo recalca el mismo autor, el 24 de diciembre se celebra Navidad, en Ecuador, hemos recibido influencia tanto de la cultura española como de la norteamericana para celebrar la Navidad por lo cual, a la hora de la cena, se prefiere el pavo, el relleno, los demás

platos (arroz o ensaladas) varían en cada familia o ciudad, además de los buñuelos, quimbolitos y tamales.

Como se observa la gastronomía de Cuenca es más evidente en sus festividades, pues en esas fechas es en donde se puede explotar un poco más la gastronomía local, esto se debe a la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, quienes visitan Cuenca por su cultura, arquitectura, diferentes tradiciones y por supuesto por su gastronomía.

Como se ha mencionado previamente, la viabilidad y sostenibilidad del sistema turístico descansan en el equilibrio entre la oferta y la demanda. En el ámbito gastronómico, resulta ineludible considerar la imperante necesidad de fortalecer continuamente las propuestas culinarias en las cafeterías, es decir dar énfasis en la gastronomía que se oferta en este tipo de establecimientos, y tratar de innovar la oferta tanto con el empleo de productos nacionales y tradicionales con la fusión de productos extranjeros. Este esfuerzo apunta a atraer un mayor flujo de visitantes, tanto nacionales como extranjeros.

En este contexto, la oferta gastronómica de la ciudad es importante, tiene un componente muy interesante que promueve la visita turística, además de un interesante componente de emprendimientos de diversos tipos como restaurantes, cafeterías, rooftops, huecas y demás, que promueven el interés de la visita turística y por tanto, revela la necesidad de una colaboración estrecha con el Ministerio de Turismo.

Dicha colaboración resulta crucial para promover la calidad de oferta turística de la Ciudad de Cuenca, ya que, aun con la presencia de viajeros y locales, muestra un evidente porcentaje que representa la ocupación. Con esta base, a continuación, se analizan particularmente las entrevistas aplicadas a los representantes de una muestra de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.

2.4 Análisis de las entrevistas: Dinámica de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca

Esta investigación se basa en el análisis del turismo gastronómico, teniendo en cuenta que es una de las tipologías más destacadas actualmente según la OMT, gracias a la cantidad de beneficios que genera en los destinos turísticos y en las comunidades.

El interés turístico de Cuenca ha ido en aumento en los últimos años. Cuenca, es muy visitada por turistas nacionales, internacionales y excursionistas. Así lo afirma (Arias, 2023) Cuenca,

registra un estimado de 65.610 visitantes en los primeros cinco meses del 2022 y 72.626 hasta mayo de 2023.

Principalmente, esta visita se da en relación a la belleza arquitectónica y cultural, gracias al interés por su gastronomía, y la creciente oferta gastronómica que en ella se encuentra especialmente marcada en el Centro Histórico de la ciudad. Es por eso que la gastronomía ecuatoriana y en especial la azuaya tiene una gran historia, trae consigo una serie de rituales ancestrales, tradiciones, fiestas, religión, formas de cultivo y de consumo y diversos elementos que no son reemplazables por la gastronomía internacional. Este estudio se centró en las cafeterías que se encuentran ubicadas en el Centro Histórico de Cuenca, el cual está comprendido entre las calles Héroes de Verdeloma, Juan Montalvo, Paseo 3 de Noviembre y Huayna Cápac. Según el Catastro Turístico 2023, en este espacio, se registran un total de 101 cafeterías.

Es importante destacar que esta investigación tomó como base el Catastro Turístico de Cuenca, proporcionado por el MINTUR, con actualización hasta el mes de septiembre de 2022. Para trabajar con información actualizada, los autores de esta investigación actualizaron el insumo “cafeterías” de este Catastro, evidenciando, que del listado registra 101 cafeterías, sin embargo, 22 de ellas ya no existen en el Centro Histórico de Cuenca. Además, 21 no son cafeterías o se encuentran trabajando bajo otra modalidad, es decir como restaurantes, bares, puestos de comida rápida o heladerías; también 2 cafeterías cuentan adicionalmente con sucursales registradas en el documento; y por último, 4 cafeterías en funcionamiento, que no se encuentran registradas en del Catastro Turístico. Algunas de ellas son cafeterías nuevas y otras se encuentran realizando el proceso respectivo para registrarse en el Catastro Turístico de Cuenca; dando como resultado, la existencia de 130 cafeterías dentro del Centro Histórico de Cuenca.

Tabla 9 *Cafeterías registradas en el Catastro turístico de Cuenca, pero que ya no funcionan en el Centro Histórico de Cuenca*

Nombre	Dirección
1. Al Toque	Antonio Borrero 5-01 y Honorato Vásquez
2. Al Toque	Benigno Malo 9-05 y Simón Bolívar

3. Ali's Kitchen Estevez de Toral 10-80 y Mariscal Lamar

4. Auqvel Simón Bolívar 5-78 y Hermano Miguel

5. Barny Hermano Miguel 10-34 y Gran Colombia

6. Café de Mano General Torres 13-75 y Vega Muñoz

Mariano Cueva 4-48 y Calle Larga

7. Colombian
CoffeeHouse

8. D'lolas Cafe Juan Jaramillo 6-11 y Hermano Miguel

9. Dolce Mariscal Sucre 9-110 y Padre Aguirre

10. El Café de Carlos Luis Cordero 10-71 y Gaspar Sangurima

11. El Grano de Café Hermano Miguel 5-62 y Juan Jaramillo

12. El Monasterio Presidente Córdova 6-45 y Presidente Borrero

13. El Mono Tres Miguel Ángel Estrella 4-02 Alfonso Jerves

14. El Rinconcito Antonio Borrero 5-92 y Juan Jaramillo

15. Giardini Calle Larga 5-47 y Mariano Cueva

16. Heizel Honorato Vásquez 7-10 y Presidente Borrero

17. La Parada Panesa Benigno Malo 9-73 y Gran Colombia

Esteves De Toral 13-31 y Antonio Vega Muñoz

18. La Penitencia Café &
Bar

19. Mulla Café

Presidente Borrero 5-51 y Honorato Vazquez

20. Neleb

Calle Larga 4-128 y Mariano Cueva

21. Paelys Fast Food

Padre Aguirre y Gran Colombia

22. Taita Cafetería

Calle Larga S/N y Tomás Ordoñez

Nota: Actualizado a partir de *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*.

En la tabla se observa una lista de cafeterías que ya no se encuentran en funcionamiento, es decir que cerraron la atención al público, o incluso, algunas que ya no son cafeterías ni ofrecen servicio de alimentos, es decir cambiaron completamente su funcionamiento.

Tabla 10 *Sucursales de cafeterías registradas en el Catastro Turístico 2022*

Nombre

Dirección

1. Melatte Benigno Malo S/N y Mariscal Sucre

2. Tres Marías Sucursal Bajada del Padrón 4-21 y Calle Larga

Nota: Actualizado a partir de *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*.

Se observa en la tabla las cafeterías que son sucursales, las cuales se encuentran registradas dentro del Catastro Turístico y atienden con normalidad a los comensales.

Tabla 11 *Locales que no son cafeterías*

Nombre	Dirección
1. Bamba Café Lounge	Paseo 3 de noviembre, Junto A La Escalinata De Juana De Oro
2. D'Fercho	Vargas Machuca 3-33 y Calle Larga
3. Don Loren	Av. Huayna Cápac 1-100 y Pio Bravo
4. El Mono Principal	Juan Jaramillo 1-80
5. El Refugio del mono	Juan Jaramillo S/N y Miguel Ángel Estrella

6. European Place

Mariscal Sucre 13-12 y Juan Montalvo

7. Frozn' Sweet

Padre Aguirre 11-36 y Mariscal Lamar

8. Heladería Monte Bianco

Benigno Malo 5-34 y Calle Larga

9. Heladería Monte Bianco

Padre Aguirre 12-70 y Vega Muñoz

10. Heladería Monte Bianco Simón Bolívar 8-56 y Luis Cordero

11. Heladería Monte Bianco Simón Bolívar 2-80 y Tomás Ordoñez

12. La Fama

Simón Bolívar 12-86 y Juan Montalvo

13. Los Perniles

Juan Jaramillo 3-25 y Tomas Ordoñez

14. Mi Changarro

Vargas Machuca 3-101 y Presidente Córdova

15. Mickey Mouse

Mariscal Sucre 5-48

16. Nice Cream

Padre Aguirre 10-44 y Gran Colombia

17. PapyDog

Calle Larga 8-78 y Benigno Malo

18. Pizza XL

Gran Colombia 5-80 y Hermano Miguel

19. Pizza Y Focaccia

Presidente Córdova 7-03 y Presidente
Borrero

20. Plazma Cafetería

Calle Larga 7-80 y Presidente Borrero

21. Tonys Burguer

Pio Bravo 2-58 y Tomas Ordoñez

Nota: Actualizado a partir de *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*.

En el cuadro se aprecia una lista de cafeterías que a pesar de que se encuentran registradas en el Catastro Turístico 2022 en la categoría de cafeterías, no operan como tal, sino que algunas de ellas son restaurantes, puestos de comida rápida, pizzerías, heladerías, picanterías, restaurantes, etc.

Tabla 12 *Cafeterías que no se encuentran registradas en el Catastro Turístico 2022*

Nombre	Dirección
1. Anteiku café	Juan Montalvo y Mariscal sucre
2. Aroma de café	Simón Bolívar y Presidente Borrero
3. Atelier	Mariano Cueva y Calle Larga
4. Bici café	Calle Larga y Tomas Ordoñez
5. Blues 2	Calle Larga 4-108 y Alfonso Jerves
6. Bolón Agape	Gran Colombia y Manuel Vega
7. Bolón Agape	Juan Jaramillo y Luis Cordero
8. Bumba	Bajada del Padrón y Calle Larga

9. Café Aurora Calle Presidente Córdova y Juan Jaramillo

10. Café con pan Hermano Miguel y Presidente Córdova

11. Café de casa Tomas Ordoñez 10-03 y Gran Colombia

12. Café de Fanny Presidente Borrero 9-82 y Gran Colombia

13. Café de la Sucre Mariscal Sucre y General Torres

14. Café del Hierro Juan Montalvo y Simón Bolívar

15. Café Lojano Mariano Cueva 9-36 y Simón Bolívar

16. Café Wanderbar Escalinatas y Calle Larga

17. Café-Libro Luis Cordero y Presidente Córdova
de Vargas Machuca y Vega Muñoz

18. Cafetería
Marcelito

19. Cafetto Vargas Machuca y Honorato Vázquez

20. Coffee Shop Gran Colombia y Benigno Malo

21. Calor café Padre Aguirre 5-25 y Calle Larga

22. Cappuccino Simón Bolívar y Padre Aguirre

23. Carú café General Torres y Rafael María Arizaga

Juan Montalvo y Mariscal Sucre

24. Casa de 1860 (20-
20 resto bar)

25. Chocoa Calle Larga 3-54 y Tomas Ordoñez

26. Coffe Time Hermano Miguel y Gran Colombia

27. Corpus Cristi café Simón Bolívar y Hermano Miguel

28. Corpus Café Simón Bolívar y Presidente Borrero

29. Los Cuatro Ríos Padre Aguirre y Sangurima

30. D`mousse Luis Cordero y Héroes de Verdeloma

32. Dark Calle Larga y Alfonso Jerves

33. Dulcet Tomas Ordoñez 10-03 y Gran Colombia

34. El Argentino Esteves de Toral y Simón Bolívar cafetería

35. El Continental Honorato Vázquez y Manuel Vega

36. El Plateado Gran Colombia 12-80 y Juan Montalvo

37. El rincón de Pachi Honorato Vázquez y Manuel Vega

43. Le Jolie café Presidente Borrero y Juan Jaramillo

44. Lirondo Benigno Malo y Simón Bolívar

45. Mashmelow Café General Torres y Padre Carlos Crespi

46. Mili's Sweet Juan Jaramillo y Padre Aguirre

47. Milu café Presidente Borrero entre Gran Colombia y Simón
Bolívar (Plazoleta San Alfonso)

48. Molinos tradición Mariscal Lamar 10-94 y General Torres café

49. Mura café Benigno Malo y Rafael María Arizaga

50. My good coffee

Padre Aguirre y Gran Colombia (Centro Comercial
La Prensa)

51 Nursia Luis Cordero y Sangurima

52. Paccari Simón Bolívar y Juan Montalvo

53. Peca Benigno Malo y Gran Colombia

54. Pho Distict Hermano Miguel y Juan Jaramillo

55. Pikeos Vargas Machuca y Gran Colombia

56. Popular Calle Larga y Alfonso Jerves

57. Que Buen Morocho Gran Colombia y Padre Aguirre

58. Quilkana Presidente Borrero 5-41 y Honorato Vázquez

59. Ricco Aroma Juan Montalvo y Simón Bolívar

60. Roxa Benigno Malo 6-29 y Juan Jaramillo

61. Royal Presidente Borrero 10-17 y Gran Colombia

62. Royal Simón Bolívar y Hermano Miguel

63. Sabor y Vida	Luis Cordero 12-19 y Sangurima
64. San José	Alfonso Jerves y Calle Larga
65. Tatta	Calle Larga y Tomas Ordoñez
66. Tertulia	Mariano Cueva y Calle Larga
67. The Creamcoffe	Luis Cordero y Mariscal Sucre
68. The Victorias	Presidente Borrero y Vega Muñoz
69. Tres Cafés	Juan Jaramillo y Luis Cordero
70. Tropical Coffee	Padre Aguirre 11-89 y Sangurima
71. Tu Deleite	Padre Aguirre y Sangurima
72. Vicio Morlaco	Simón Bolívar y Juan Montalvo
73. Zaruma	Benigno Malo y Mariscal Sucre
74. Zen-Tir	Calle Larga y Miguel Ángel Estrella

Nota: Actualizado a partir de *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*.

En el cuadro se observa una lista de cafeterías que, a pesar de tener algunos años de funcionamiento, no se encuentran registradas en el Catastro Turístico 2022, eso no quiere decir que no tengan los permisos necesarios para su funcionamiento. Algunas de ellas manifestaron que se encuentran en el proceso de inscripción para pertenecer al Catastro

Turístico de Cuenca, dicho proceso suele tardar un par de meses. Otras cafeterías manifestaron que no se encuentran registradas en el Catastro Turístico por cuestión de algún tipo de descuido de los dueños de los mismos locales. Cabe recalcar que estar registrado en el Catastro Turístico de Cuenca proporciona una amplia gama de ventajas, que van desde mejorar la visibilidad de tu local hasta asegurar el cumplimiento de las normativas legales, además de facilitar el acceso a recursos y respaldo. Esto, en última instancia, puede ser un factor clave para el crecimiento y el logro sostenible del local en el sector turístico de la zona.

Tabla 13 *Lista de cafeterías que constan registradas en el Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*

Nombre	Dirección
--------	-----------

1. Al Toque Antonio Borrero 5-01 y Honorato Vásquez

2. Al Toque Benigno Malo 9-05 y Simón Bolívar

3. Ali's Kitchen Estévez de Toral 10-80 y Mariscal Lamar

4. Ananda Hermano Miguel 7-24 y Presidente Córdova

5. Auqvel Simón Bolívar 5-78 y Hermano Miguel

6. Bumba Café Lounge

Paseo 3 De Noviembre, Junto A La Escalinata De
Juana De Oro

14. Café Morlaco Benigno Malo 5-31 y Calle Larga

15. Café Ñuca Llacta Hermano Miguel 5-62 y Honorato Vásquez

16. Cafetal De Loja Mariscal Sucre 10-50 y General Torres

17. Cafetería Luz Y Sal Mariano Cueva 4-48 y Calle Larga

18. Cafetería Taproom Simón Bolívar 7-79 y Luis Cordero

19. Casa Yangoe Benigno Malo 5-16 y Calle Larga

20. Central Pan & Café Simón Bolívar 8-28 y Luis Cordero

Simón Bolívar 9-49 y Padre Aguirre

21. Chocolatería Dos
Chorreras

Mariscal Sucre 10-10 y Padre Aguirre

22. Churrería Willy
Coffee & Chocolate

23. Cinema Café Luis Cordero 7-42 y Presidente Córdova

Mariano Cueva 4-48 y Calle Larga

24. Colombian Coffee
House

25. D'Fercho Vargas Machuca 3-33 y Calle Larga

26. D'lolas Cafe Juan Jaramillo 6-11 y Hermano Miguel

27. D'leite Vargas Machuca 6-73 y Presidente Córdova

28. Deleyt Luis Cordero 5-92 y Juan Jaramillo

29. Dolce Mariscal Sucre 9-110 y Padre Aguirre

30. Don Loren Av. Huayna Cápac 1-100 y Pio Bravo
31. Dr. Café Presidente Borrero 7-60 y Mariscal Sucre

32. Dunkin` Cuenca Simón Bolívar 7 79 Luis Cordero

33. El Aaron Benigno Malo y Presidente Córdova

34. El Café de Carlos Luis Cordero 10-71 y Gaspar Sangurima
Honorato Vásquez 6-26 y Hermano Miguel

35. El Frances Juilien
Andre

36. El Grano de Café Hermano Miguel 5-62 y Juan Jaramillo

37. El Monasterio Presidente Córdova 6-45 y Presidente Borrero

38. El Mono Principal Juan Jaramillo 1-80

39. El Mono Tres Miguel Ángel Estrella 4-02 Alfonso Jerves

40. El Refugio del mono Juan Jaramillo S/N y Miguel Ángel Estrella

41. El Rincón del Café	Juan Jaramillo 7-85 y Luis Cordero
42. El Rinconcito	Antonio Borrero 5-92 y Juan Jaramillo
43. El Sabor Gualaceño	Calle Larga 11-45 y Miguel Ullauri
44. European Place	Mariscal Sucre 13-12 y Juan Montalvo
45. Frato Café	Simón Bolívar 9-74 y Padre Aguirre
46. Frost	Calle Larga 6-14 y Hermano Miguel
47. Frozen' Sweet	Padre Aguirre 11-36 y Mariscal Lamar
48. Ganache	Simón Bolívar 6 27 y Hermano Miguel
	Presidente Borrero 8-29 y Mariscal Sucre
49. Gelatería Cafetería La Fronce	

50. Giardini Calle Larga 5-47 y Mariano Cueva

51. Gikó Victor J Cuesta y Vargas Machuca

52. Heizel Honorato Vásquez 7-10 y Presidente Borrero
Simón Bolívar 8-56 y Luis Cordero

53. Heladería Monte
Bianco

Simón Bolívar 2-80 y Tomás Ordoñez

54. Heladería Monte
Bianco

Benigno Malo 5-34 y Calle Larga

55. Heladería Monte
Bianco

Padre Aguirre 12-70 y Vega Muñoz

56. Heladería Monte
Bianco

57. Jhuly	Mariscal Sucre 10-13 y Padre Aguirre
58. Juan Valdez Café	Simón Bolívar 8-28 y Benigno Malo

59. La Creme	Luis Cordero S/N y Simón Bolívar
--------------	----------------------------------

60. La Fama	Simón Bolívar 12-86 y Juan Montalvo
-------------	-------------------------------------

61. La Monita	General Torres 13-19 y Antonio Muñoz
---------------	--------------------------------------

62. La Parada Panesa	Benigno Malo 9 73 y Gran Colombia
----------------------	-----------------------------------

Esteves De
Torral 13-31 y
Antonio Vega
Muñoz

64. La Pérgola	Padre Aguirre 15-29 y Rafel María Arizaga Presidente Córdova 6-96 y Presidente Borrero
----------------	---

65. La Veintiunica Cafetería	
---------------------------------	--

66. Lácteos Saraguro	Mariscal Sucre 6-83 y Presidente Borrero
----------------------	--

63. La Penitencia Café &	
--------------------------	--

Bar

67. Le Bistro Francais Benigno Malo S/N y Simón Bolívar

68. Le P'tit Café Luis Cordero 8-74 y Mariscal Sucre

69. Los Perniles Juan Jaramillo 3-25 y Tomas Ordoñez

70. Lubeck Experience

Paseo 3 De Noviembre A 20 Metros Del Puente Juana
De Oro Sn Escalinata Juana De Oro

71. Melatte Benigno Malo S/N y Mariscal Sucre

72. Melatte Presidente Borrero 7-40 y Presidente Córdova

73. Mi Changarro Vargas Machuca 3-101 y Presidente Córdova

74. Mickey Mouse Mariscal Sucre 5-48

75. Mira Mariscal Lamar 17-92 y Luis Cordero

76. Moritas Café Y Hermano Miguel 4-36 y Calle Larga Snack

77. Mulla Café Presidente Borrero 5-51 y Honorato Vazquez

78. Muu Yogurt Benigno Malo y Juan Jaramillo

79. Neleb Calle Larga 4-128 y Mariano Cueva

80. Nice Cream Padre Aguirre 10-44 y Gran Colombia

81. Paelys Fast Food Padre Aguirre y Gran Colombia

82. PapyDog Calle Larga 8-78 y Benigno Malo

83. Pizza XL Gran Colombia 5-80 y Hermano Miguel

84. Pizza Y Focaccia Presidente Córdova 7-03 y Presidente Borrero

85. Plazma Cafetería Calle Larga 7-80 y Presidente Borrero

La Condamine 12-102 y Tarqui

86. Prohibido Centro
Cultural

Honorato Vásquez 7-36 y Luis Cordero

87. Quo Vadis Gourmet
Italia

Simón Bolívar S/N y Benigno Malo

88. San Isidro Bakery
Coffee

89. Sisa Café

Hermano Miguel 5-10 y Honorato Vásquez

90. Sucre Salé Café

Luis Cordero 8-74 y Mariscal Sucre

Calle Larga 9-40 y Benigno Malo

91. Sunrise Café
Cuenca

92. Taita Cafetería

Calle Larga S/N y Tomás Ordoñez

93. Tía Pepita Cafetería

Mariscal Sucre 7-50 y Luis Cordero

94. Tonys Burguer Pío Bravo 2-58 y Tomás Ordoñez

95. Tres Marías Bajada del Padrón 4-30 y Calle Larga
Bajada del Padrón 4-21 y Calle Larga

96. Tres Marías
Sucursal

Hermano Miguel 8-76 y Simón Bolívar

97. Tropical Jugos
Naturales

Calle Larga 9-81 y Bajada del Padrón

98. Waffleria Dulce
Mordisco

99. Yaw Café Simón Bolívar 9-49 y Padre Aguirre

100. Yogurt N.1 Benigno Malo 6-16

101. Yoseline
Presidente Córdoba 9-52 y Benigno Malo

Nota: Elaborado a partir de *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*.

1. Ananda	Hermano Miguel 7-24 y Presidente Córdoba
2. Anteiku café	Juan Montalvo y Mariscal Sucre
3. Aroma de Café	Simón Bolívar y Presidente Borrero
4. Atelier	Mariano Cueva y Calle Larga
5. Bici café	Calle Larga y Tomas Ordoñez
6. Blues2	Calle Larga 4-108 y Alfonso Jerves
7. Bolón Agape	Gran Colombia y Manuel Vega

8. Bolón Agape

Juan Jaramillo y Luis Cordero

El cuadro muestra una lista de locales que se registraron en la categoría de cafeterías dentro del Catastro Turístico de Cuenca, otorgado por el MINTUR, a pesar de que algunas de ellas no operan como una cafetería, es decir, en este listado se encuentran locales que cumplen su función de cafeterías, así como también locales que operan como puestos de comida rápida, picanterías, heladerías, bares e incluso restaurantes.

Tabla 14 Lista actualizada en este estudio, de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca

Nombre

Dirección

9. Bontti Centro	Simón Bolívar 8-28 y Luis Cordero
10. Bubble Tea	Simón Bolívar 2-12 y Manuel Vega
11. Bumba	Bajada del Padrón y Calle Larga
12. Café Aurora Calle	Presidente Córdova y General Torres
13. Café Austria	Hermano Miguel 8-81 y Simón Bolívar
14. Café con Pan	Hermano Miguel y Presidente Córdova
15. Café D'alice	Mariscal Sucre 5-35 y Mariano Cueva
16. Café de Casa	Tomas Ordoñez 10-03 y Gran Colombia
17. Café de Fany	Presidente Borrero 9-28 y Gran Colombia
18. Café de la Sucre	Mariscal Sucre y General Torres
19. Café del Hierro	Juan Montalvo y Simón Bolívar
20. Café Del Zaguán	Simón Bolívar 12-69 y Juan Montalvo
21. Café Lojano	Mariano Cueva 9-36 y Simón Bolívar
22. Café Morlaco	Benigno Malo 5-31 y Calle Larga
23. Café Ñuca Llacta	Hermano Miguel 5-62 y Honorato Vásquez
24. Café Wanderbar	Escalinatas y Calle Larga
25. Café-Libro	Luis Cordero y Presidente Córdova
26. Cafetal De Loja	Mariscal Sucre 10-50 y General Torres

27. Cafetería de Marcelito	Vargas Machuca y Vega Muñoz
28. Cafetería Luz Y Sal	Mariano Cueva 4-48 y Calle Larga
29. Cafetería Taproom	Simón Bolívar 7-79 y Luis Cordero
30. Cafetto	Vargas Machuca y Honorato Vázquez
31. Caffee Shop	Colombia y Benigno Malo
32. Cappuccino	Simón Bolívar y Padre Aguirre
33. Carú café	General Torres y Rafael María Arizaga
34. Casa de 1860(20-20	J uan Montalvo y Mariscal Sucre resto bar)
35. Casa Yangoe	Benigno Malo 5-16 y Calle Larga
36. Central Pan & Café	Simón Bolívar 8-28 y Luis Cordero
37. Chocoa	Calle Larga 3-54 y Tomas Ordoñez
38. Chocolatería Dos Chorreras	Simón Bolívar 9-49 y Padre Aguirre
39. Churrería Willy Coffee Chocolate	Mariscal Sucre 10-10 y Padre Aguirre &
40. Cinema Café	Luis Cordero 7-42 y Presidente Córdova
41. Coffe Time	Hermano Miguel y Gran Colombia
42. Color café	Padre Aguirre 5-25 y Calle Larga
43. Corpus Cristi Café	Simón Bolívar y Hermano Miguel
44. Corpus Café	Simón Bolívar y Presidente Borrero

45. D´leite	Vargas Machuca 6-73 y Presidente Córdoba
46. D´mousse	Luis Cordero y Héroes de Verdeloma
47. Dark	Calle Larga y Alfonso Jerves
48. Deleyt	Luis Cordero 5-92 y Juan Jaramillo
49. Dr. Café	Presidente Borrero 7-60 y Mariscal Sucre
50. Dulcet	Tomas Ordoñez 10-03 y Gran Colombia
51. Dunkin` Cuenca	Simón Bolívar 7-79 Luis Cordero
52. El Aaron	Benigno Malo y Presidente Córdoba
53. El Continental	Honorato Vázquez y Manuel Vega
54. El Argentino cafetería	Esteves de Toral y Simón Bolívar
55. El Frances Juilien Andre	Honorato Vásquez 6-26 y Hermano Miguel
56. El Grano de Café	Hermano Miguel 5-62 y Juan Jaramillo
57. El Plateado	Gran Colombia 12-80 y Juan Montalvo
58. El Rincón de Pachi	Honorato Vázquez y Manuel Vega
59. El Rincón del Café	Juan Jaramillo 7-85 y Luis Cordero
60. El Sabor Gualaceño	Calle Larga 11-45 y Miguel Ullauri
61. Fika	Honorato Vásquez y Hermano Miguel
62. Fractal	Padre Aguirre y Pio Bravo

63. Framelo	Mariscal Lamar 11-78 y Tarqui
64. Frato Café	Simón Bolívar 9-74 y Padre Aguirre
65. Frost	Calle Larga 6-14 y Hermano Miguel
66. Ganache	Simón Bolívar 6-27 y Hermano Miguel
67. Gelatería Cafetería La Presidente	Borrero 8-29 y Mariscal Sucre Fronce
68. Gikó	Víctor J Cuesta y Vargas Machuca
69. Green Coffe	Presidente Córdova y Hermano Miguel
70. Hot Coffee	Presidente Córdova y Benigno Malo
71. Jhuly	Mariscal Sucre 10-13 y Padre Aguirre
72. Juan Valdez Café	Simón Bolívar 8-28 y Benigno Malo
73. La Creme	Luis Cordero S/N y Simón Bolívar
74. La Monita	General Torres 13-19 y Antonio Muñoz
75. La Pérgola	Padre Aguirre 15-29 y Rafel María Arizaga
76. La Veintiunica Cafetería	Presidente Córdova 6-96 y Presidente Borrero
77. Lácteos Saraguro	Mariscal Sucre 6-83 y Presidente Borrero

78. Le Bistro Francais	Benigno Malo S/N y Simón Bolívar
79. Le Jolie Café	Presidente Borrero y Juan Jaramillo
80. Le P'tit Café	Luis Cordero 8-74 y Mariscal Sucre
81. Lirondo	Benigno Malo y Simón Bolívar
82. Los Cuatro Ríos	Padre Aguirre y Sangurima
83. Lubeck Experience	Paseo 3 De Noviembre A 20 Metros Del Puente Juana De Oro Sn Escalinata Juana De Oro
84. Mashmelow Café	General Torres y Padre Carlos Crespi
85. Melatte	Presidente Borrero 7-40 y Presidente Córdova
86. Mili's Sweet	Juan Jaramillo y Padre Aguirre
87. Mira	Mariscal Lamar 17-92 y Luis Cordero
88. Milu café	Presidente Borrero entre Gran Colombia y Simón Bolívar (Plazoleta San Alfonso)
89. Molinos tradición café	Mariscal Lamar 10-94 y General Torres
Moritas Café Y Snack	Hermano Miguel 4-36 y Calle Larga 90.
91. Mura café	Benigno Malo y Rafel María Arizaga
92. Muu Yogurt	Benigno Malo y Juan Jaramillo
93. My Good Coffee	Padre Aguirre y Gran Colombia (Centro Comercial La Prensa)

94. Nursia	Luis Cordero y Sangurima
95. Paccarí	Simón Bolívar y Juan Montalvo
96. Peca	Benigno Malo y Gran Colombia
97. Pho District	Hermano Miguel y Juan Jaramillo
98. Pikeos	Vargas Machuca y Gran Colombia
99. Popular	Calle Larga y Alfonso Jerves
100. Prohibido Centro Cultural	La Condamine 12-102 y Tarqui
101. Que Buen Morocho	Gran Colombia y Padre Aguirre
102. Quilkana	Presidente Borrero 5-41 y Honorato Vázquez
103. Quo Vadis Gourmet Italia	Honorato Vásquez 7-36 y Luis Cordero
104. Ricco Aroma	Juan Montalvo y Simón Bolívar

105.Roxa	Benigno Malo 6-29 y Juan Jaramillo
106.Royal	Presidente Borrero 10-17 y Gran Colombia
107.Royal	Simón Bolívar y Hermano Miguel
108.Sabor y Vida	Luis Cordero 12-19 y Sangurima
109.San Isidro Bakery Coffee	Simón Bolívar S/N y Benigno Malo
110.San José	Alfonso Jerves y Calle Larga
111.Sisa Café	Hermano Miguel 5-10 y Honorato Vásquez
112.Sucré Salé Café	Luis Cordero 8-74 y Mariscal Sucre
113.Sunrise Café Cuenca	Calle Larga 9-40 y Benigno Malo
114.Tatta	Calle Larga y Tomas Ordoñez
115.Tertulia	Mariano Cueva y Calle Larga
116.The Creamcoffee	Luis Cordero y Mariscal Sucre
117.The Victorias	Presidente Borrero y Vega Muñoz
118.Tía Pepita Cafetería	Mariscal Sucre 7-50 y Luis Cordero
119.Tres Cafés	Juan Jaramillo y Luis Cordero
120.Tres Marías	Bajada del Padrón 4-30 y Calle Larga
121.Tropical Coffee	Padre Aguirre 11-89 y Sangurima

122.Tropical Jugos Naturales	Hermano Miguel 8-76 y Simón Bolívar
124.Tu Deleite	Padre Aguirre y Sangurima
124.Vicio Morlaco	Bolívar y Juan Montalvo
125. Waffleria Dulce Mordisco	Calle Larga 9-81 y Bajada del Padrón
126.Yaw Café	Simón Bolívar 9-49 y Padre Aguirre
127.Yogurt N.1	Benigno Malo 6-16
128.Yoseline	Presidente Córdova 9-52 y Benigno Malo
129.Zaruma	Benigno Malo y Mariscal Sucre
130.Zen-Tir	Calle Larga y Miguel Ángel Estrella

Nota: Barrido del *Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR (2022)*, realizado por los autores

En el cuadro se aprecia el listado final de las cafeterías que se localizan en el Centro Histórico de Cuenca, en este listado constan las cafeterías proporcionadas por el MINTUR que operan como cafeterías, y las cafeterías que no se encontraban registradas en el Catastro, es decir las cafeterías que gracias al barrido en el Centro Histórico de Cuenca se las pudo registrar para este estudio.

Este estudio, por lo tanto, contó con la colaboración de 90 de las 130 cafeterías para realizar la entrevista, con el fin de recabar información necesaria para conocer si las diferentes cafeterías localizadas en el Centro Histórico de Cuenca ofertan gastronomía local en su menú, así como también conocer la influencia que tienen las mismas sobre el turismo gastronómico y saber el movimiento interno de cada una de ellas, lo cual se detalla a continuación.

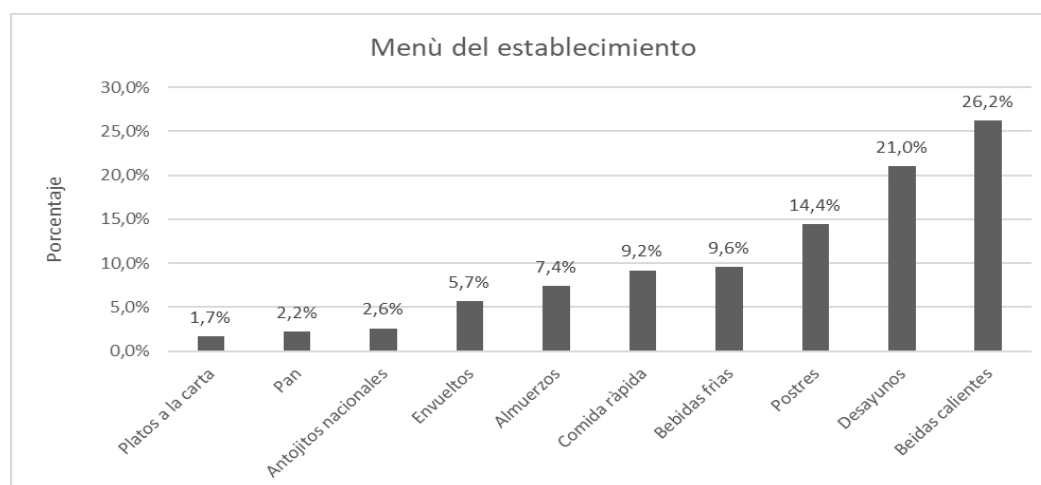
2.5 Análisis de las encuestas realizadas en las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.

Objetivo 1: Conocer la dinámica de la oferta y de la demanda turística alrededor de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.

Pregunta 1

¿Qué menú ofrece el establecimiento?

Gráfico 1 *Tipos de menús que ofrecen los establecimientos*

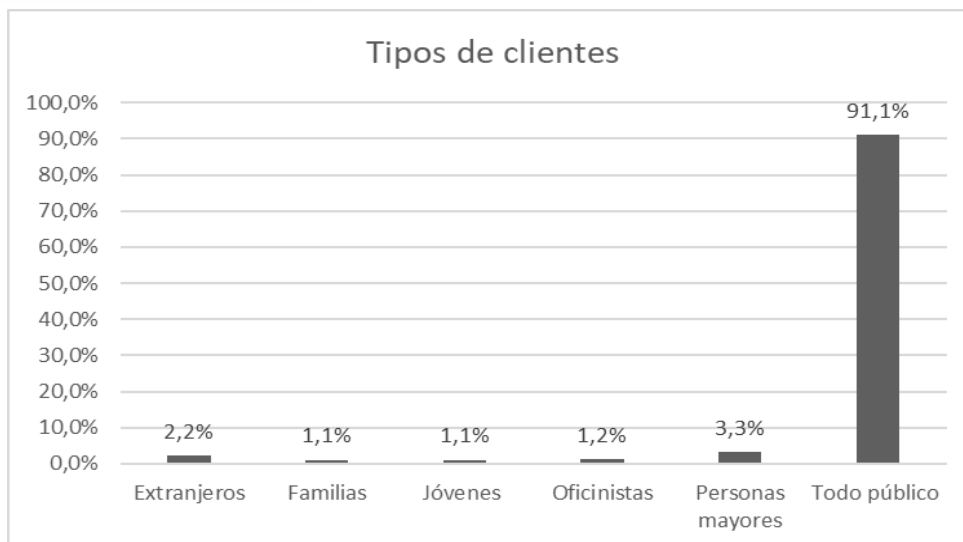


El gráfico muestra los diferentes tipos de menús que son ofertados por las cafeterías que se encuentran localizadas en el Centro Histórico de Cuenca, en el cual se puede apreciar que las bebidas calientes son las más demandadas por los comensales entre las cuales están el café, cappuccino, mocaccino, té e infusiones. No dejando de lado los desayunos los cuales muchos de ellos van desde una taza de café acompañado de pan con nata, hasta desayunos que incluyen tigrillos, bolones, mote pillo, e incluso desayunos internacionales como el americano y francés. También se puede observar que diferentes envueltos, así como también los antojitos nacionales que son empanadas, bolones, maduros con queso, tortillas de choclo, verde, emborrajados, aún no son tan demandados por los comensales a pesar que muchas de las cafeterías optan por ofertar dichos productos.

Pregunta 2

¿A qué tipo de tipo de clientes está destinado el establecimiento?

Gráfico 2 *Tipo de clientes a quienes está destinado el establecimiento*

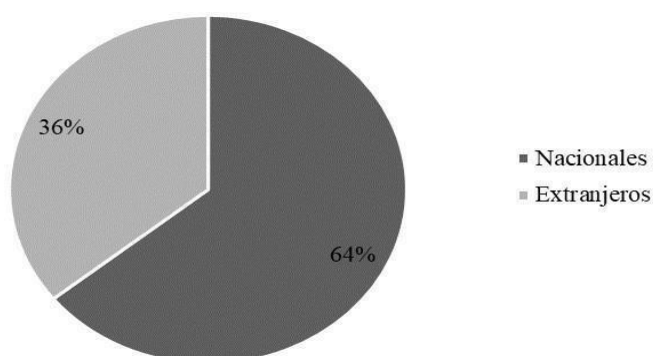


Este gráfico muestra que casi la totalidad de las cafeterías de análisis, están dirigidas a todo público, eso significa que la oferta gastronómica del Centro Histórico de Cuenca, está dirigida en su mayoría, a todo tipo de visitantes. Es mínimo el porcentaje de cafeterías que están dirigidas específicamente a público adulto y a extranjeros, por lo tanto, el acceso turístico no muestra especificidades entre público especializado. Cabe indicar que estos datos van de la mano con el tipo de promoción turística que realiza la Fundación Turismo para Cuenca.

Pregunta 3

¿Qué porcentaje de clientes extranjeros y nacionales tienen?

Gráfico 3 *Porcentajes de clientes extranjeros y nacionales que acuden a los establecimientos*



En este gráfico, se observa que la demanda de clientes en las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, son en su mayoría nacionales. Esto se conecta con las fechas de mayor visita, especialmente en los feriados nacionales, así lo manifestaron algunos representantes de las cafeterías. De igual manera, en esta afluencia se considera a los habitantes de la ciudad,

pues las cafeterías, hablan del hábito de comer fuera de casa en diferentes horarios, esto en relación a los problemas de movilidad, a los horarios de trabajo, e incluso a la economía. Por ello, optan por comer en lugares que ofrecen estas alternativas, tal como lo declaran estos establecimientos.

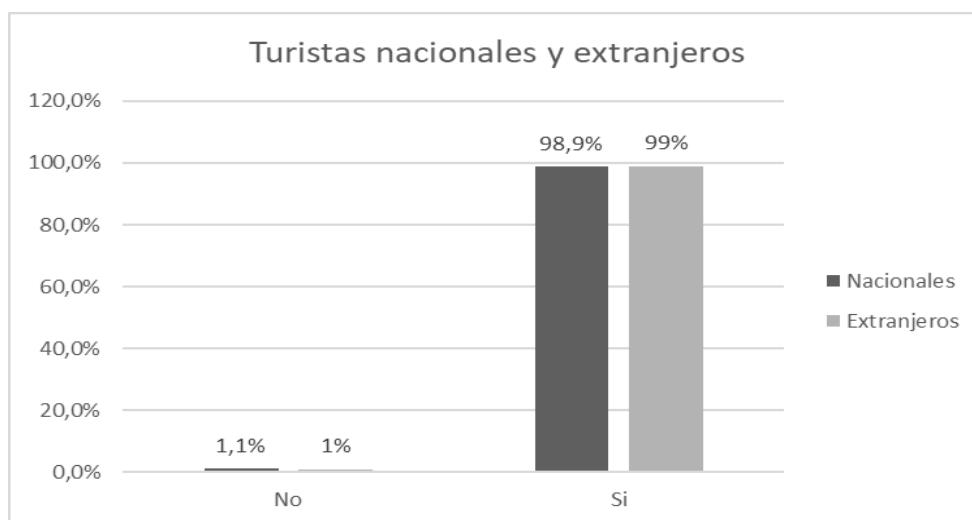
Por otra parte, el porcentaje de extranjeros que visitan las cafeterías del Centro Histórico es bastante importante. Se puede afirmar entonces, que generan un aporte interesante a la economía de los establecimientos del Centro Histórico, y no únicamente a las actividades de ocio, transporte o incluso alojamiento.

En función de la oferta gastronómica de las cafeterías, se puede deducir que los extranjeros que visitan las cafeterías de Cuenca, tienen alto interés en la gastronomía local y que lo hacen en el Centro Histórico de la ciudad.

Pregunta 4 y pregunta 5

Entre sus clientes, ¿hay turistas nacionales y extranjeros?

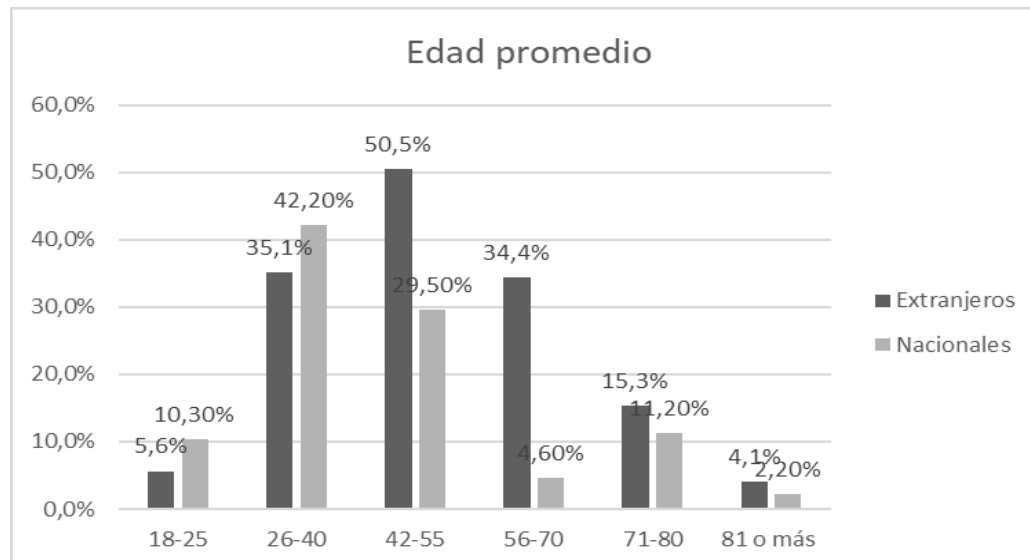
Gráfico 4 *Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que acuden a las Cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.*



En el gráfico se puede observar y comparar que la mayoría de cafeterías entrevistadas cuenta con la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros, siendo los turistas extranjeros quienes más frecuentan las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca con una mínima diferencia entre los turistas nacionales, esto se debe a que los turistas extranjeros visitan con mayor frecuencia el Centro Histórico de Cuenca por su arquitectura colonial y por su mayor número de locales en donde pueden degustar diferentes experiencias gastronómicas tanto nacionales como internacionales.

Edad promedio de turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 5 *Edad promedio de turistas nacionales y extranjeros*

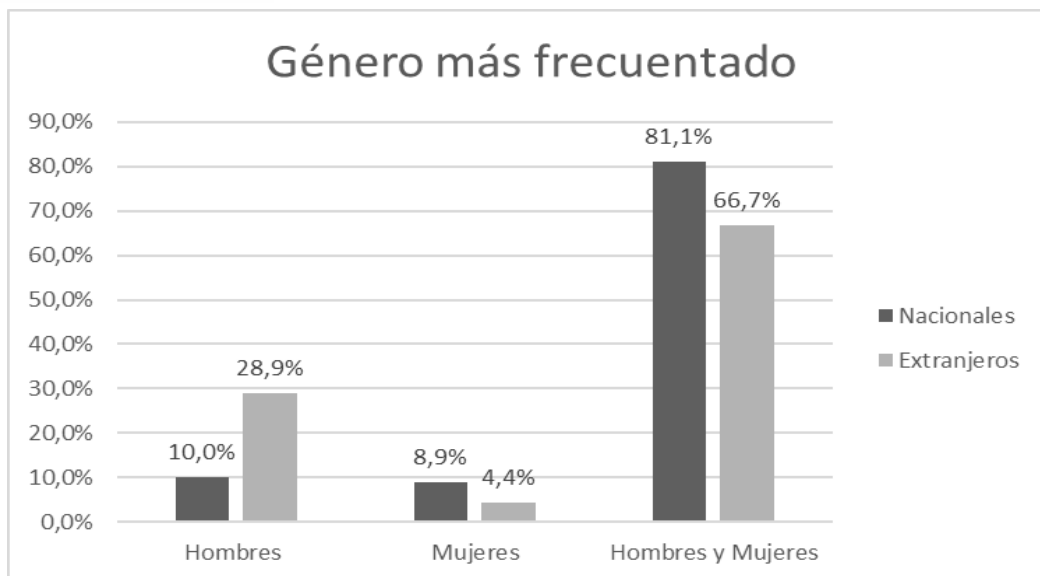


La edad promedio de los turistas nacionales que frecuentan las diferentes cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, corresponden en su mayoría están entre los 26 y los 40 años; en comparación con los turistas extranjeros que oscilan entre los 42 a 55 años en su mayoría. Siendo las personas adultas, en su mayoría, quienes frecuentan estos establecimientos, se puede cruzar esta información con el promedio de gasto, esto muestra una retribución económica importante para los establecimientos; que muestra incluso que varias de ellos tienen sucursales en espacios geográficos cercanos, como el mismo Centro Histórico.

Género de turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 6

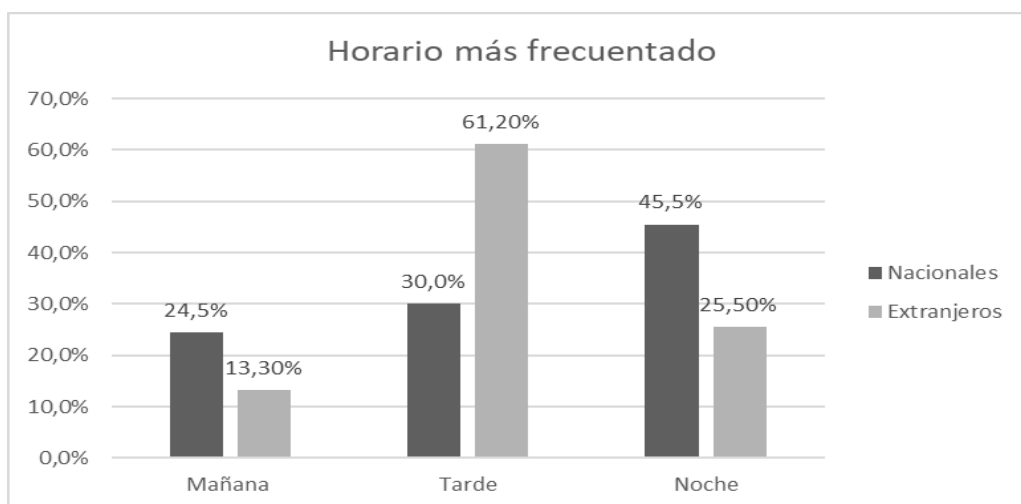
Género de los turistas nacionales y extranjeros que acuden a las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca



En cuanto al género de los turistas nacionales y extranjeros se observa que las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca no discriminan la visita por género.

Horario

Gráfico 7 *Análisis del horario en el que acuden al establecimiento los turistas nacionales y extranjeros*



A diferencia de los aspectos anteriores, este gráfico muestra el diferente horario en el cual son frecuentadas las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, tanto por turistas nacionales como extranjeros. Aun cuando la diferencia entre horarios no es marcada, es el horario de la tarde, el preferido por los turistas extranjeros, mientras los turistas nacionales, prefieren frecuentarlos en el horario nocturno.

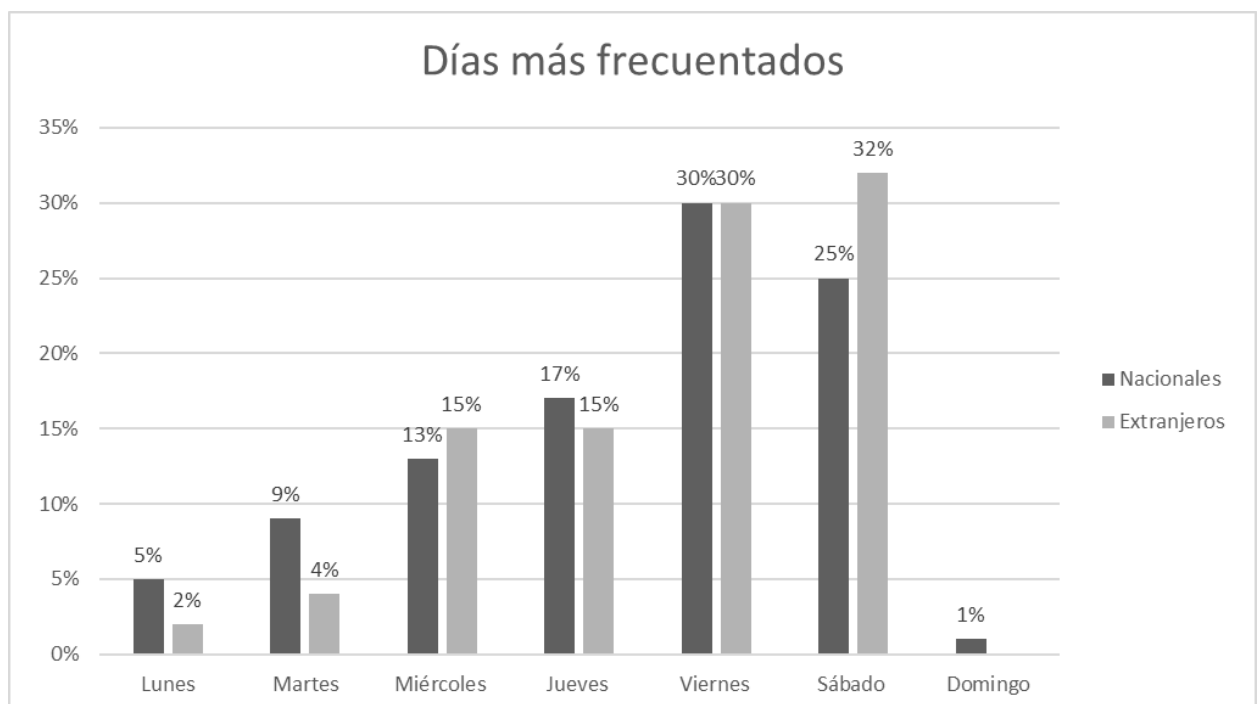
En cuanto al horario de la mañana se observa que es más frecuentado por los turistas nacionales que por extranjeros, pudiendo deducir que corresponde al mercado laboral circundante al Centro

Histórico y el contar en ese mismo espacio con gran cantidad de comercios y espacios de trámites como las oficinas públicas y otros con fines comerciales.

En lo que respecta al horario nocturno que muestra un interesante promedio de visita, se destaca indudablemente por el atractivo visual que se aprecia por el espacio patrimonial iluminado y el aprovechamiento arquitectónico, destaca el atractivo característico más importante de la ciudad.

¿Qué día frecuentan?

Gráfico 8 *Días en el que frecuentan los turistas nacionales y extranjeros*



En el gráfico se puede visualizar que los días más frecuentados por los turistas nacionales, así como los turistas extranjeros son los días viernes, los sábados son más frecuentados por turistas extranjeros en su mayor parte. Mientras que entre semana se podría decir que las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca cuentan con mayor afluencia de turistas nacionales.

Los fines de semana son más frecuentados pues son días en los que son de descanso para varias personas, en estos días muchas personas optan por salir de lo cotidiano y visitan diferentes lugares de comida, en donde puedan relajarse y dejar de lado la rutina semanal. Dejando por último al día domingo pues ese día muchas de las carteras no se encuentran trabajando.

Pregunta 6

En promedio, ¿Cuánto gasta un cliente en su establecimiento?

Tabla 15 *Análisis de los gastos que realizan los clientes en los establecimientos*

	M	Min.	Max.
Gastos cliente	de un 6.11	2	35

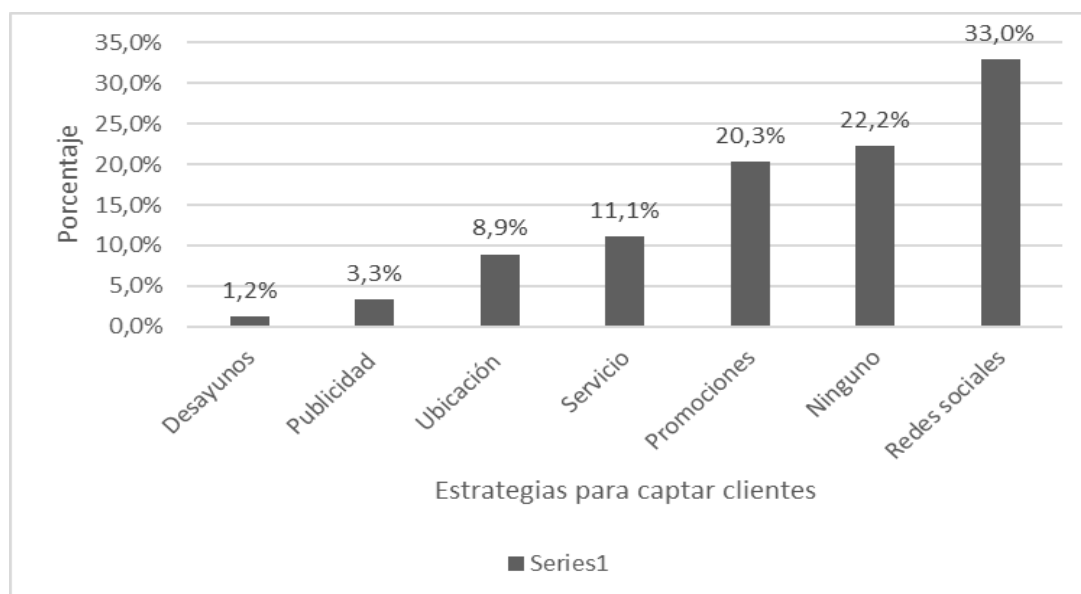
Nota. M=Media aritmética; Min= mínimo; Max=Máximo

La tabla muestra la media, que por lo general gastan dentro de una cafetería los turistas nacionales y extranjeros dando un resultado de \$6.11. Y un mínimo de \$2 por persona. Esto es algo satisfactorio tanto para las cafeterías, ya que sus precios son muy accesibles para los diferentes comensales, logrando así captar la atención de todo público y logrando tener un mayor número de ventas diarias.

Pregunta 7

¿Qué métodos utilizas para captar clientes?

Gráfico 9 *Métodos que los establecimientos emplean para captar clientes*



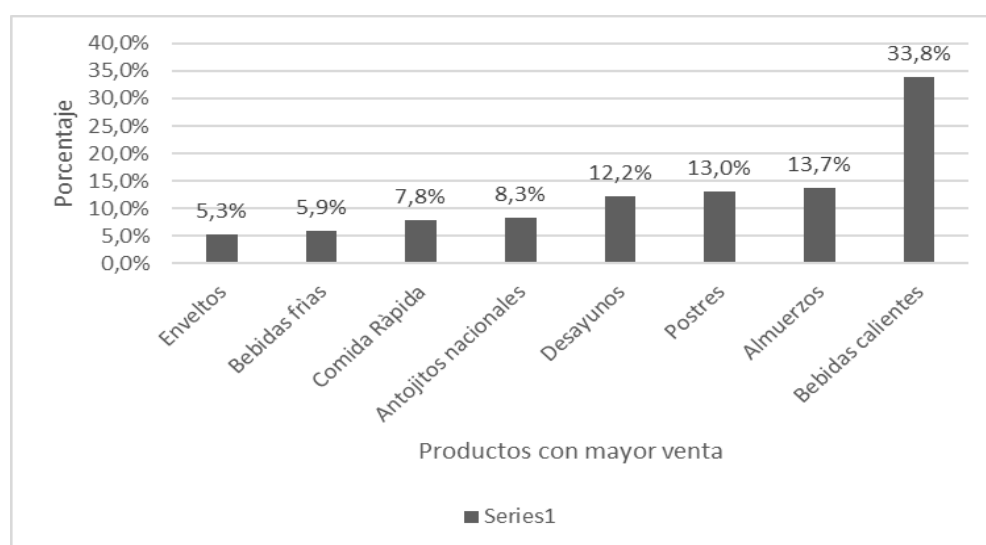
El gráfico muestra las diferentes estrategias o métodos que optan tomar las diferentes cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, siendo la más utilizada las redes sociales, así como también se

observa que optan por dar un buen servicio y promociones, a pesar de esto un gran número de cafeterías no opta por aplicar ninguna estrategia para captar la atención de los turistas. Aunque muchas de las cafeterías entrevistadas comentaron que gracias al buen servicio y a la buena comida que brindan, muchos de sus comensales recomendaron a sus amigos, familiares o conocidos visitar esas cafeterías.

Pregunta 8

¿Cuáles son los productos que se venden con mayor frecuencia en su establecimiento?

Gráfico 10 *Análisis de los productos que se venden con mayor frecuencia*

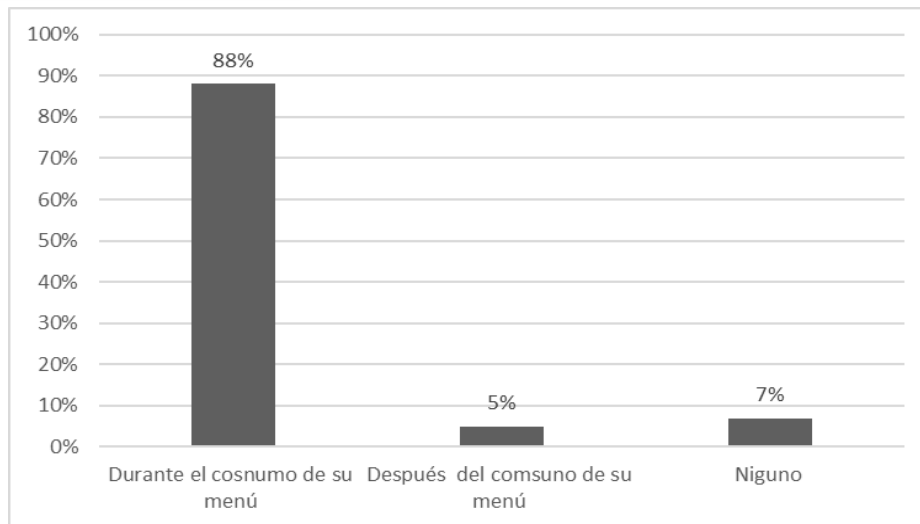


El siguiente gráfico muestra los productos que se venden con mayor frecuencia, teniendo a las bebidas calientes entre las cuales constan el café, capuccino, mocaccino, té e infusiones como el producto con mayor demanda, los almuerzos también son ofertados por las cafeterías, pues en el horario en el cual lo ofertan cuentan con un mayor movimiento de comensales es por eso que han optado por brindar este tipo de comida, al igual que los postres y los desayunos son otros productos vendidos no con mayor frecuencia como las bebidas calientes, dejando muy por debajo a los antojitos nacionales como las empanadas, bolones, maduro con queso, tortillas de choclo, verde, emborrajados, entre otros.

Pregunta 9

Si su empresa vende productos terminados, es decir productos que no se elaboran directamente en su local, ¿En qué momento se realiza esta venta?

Gráfico 11 *Análisis del momento de venta de los productos no elaborados en el local*



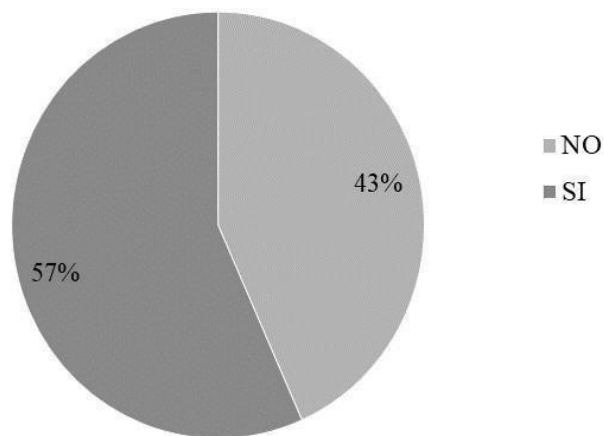
El gráfico muestra que las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca optan por vender durante el consumo de los turistas nacionales y extranjeros productos que no son elaborados directamente dentro de su establecimiento, así también algunos optan por vender dichos productos después de que los clientes consumieran sus productos, a pesar de esto un número muy reducido de cafeterías no cuenta con la venta de productos que no son elaborados directamente en su establecimiento.

Objetivo 2: Analizar las influencias de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca en relación a la imagen que se lleva el visitante.

Pregunta 1

El menú que ofrece su establecimiento tiene gastronomía ecuatoriana

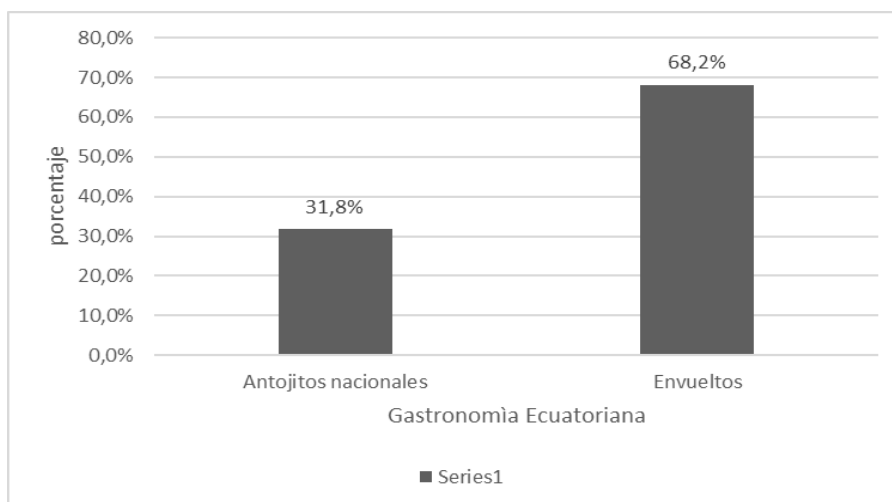
Gráfico 12 *Porcentaje de los establecimientos que ofrecen gastronomía ecuatoriana en sus menús*



El gráfico muestra que la mayoría de cafeterías entrevistadas ofertan en su menú gastronomía ecuatoriana, también se puede observar que menos de la mitad de cafeterías no optan por este tipo de gastronomía ya sea porque son cafeterías especializadas o que ofertan solo postres.

Si su respuesta fue positiva por favor detalle

Gráfico 13 *Tipos de gastronomía ecuatoriana que ofrecen los establecimientos*



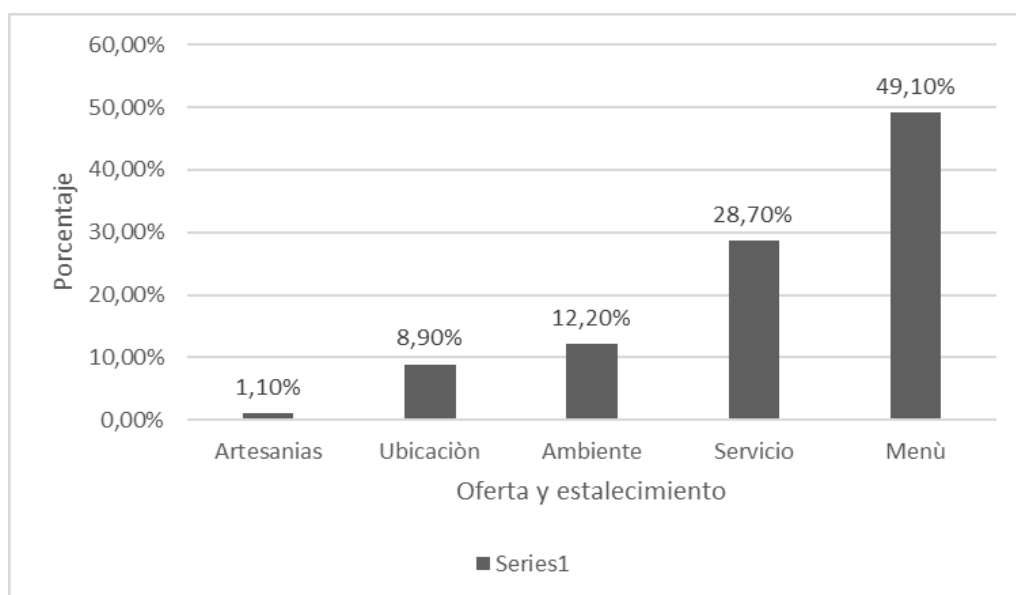
De las cafeterías que sí optaron por ofertar gastronomía ecuatoriana se observa que los envueltos como los son las humitas, quimbolitos y tamales son los más ofertados dentro de las cafeterías, aun así, se pudo observar que las humitas son las que con mayor facilidad se logran vender por ende se podría decir que son las más demandadas y ofertadas. En cuanto a los antojitos nacionales que son las empanadas, bolones, tigrillos, maduro con queso, son

ofertados, pero tiene menor demanda por los turistas nacionales y extranjeros, también se logró apreciar que muchas de las cafeterías optan por ofrecer diferentes tipos de panes, pan con nata y algunos de ellos acompañados de diferentes dulces tradicionales como el dulce de higo, dulce de leche.

Pregunta 2

En relación al establecimiento y su oferta ¿Qué es lo que más les gusta a sus clientes?

Gráfico 14 *Análisis del gusto de los clientes en relación al establecimiento y a su oferta*

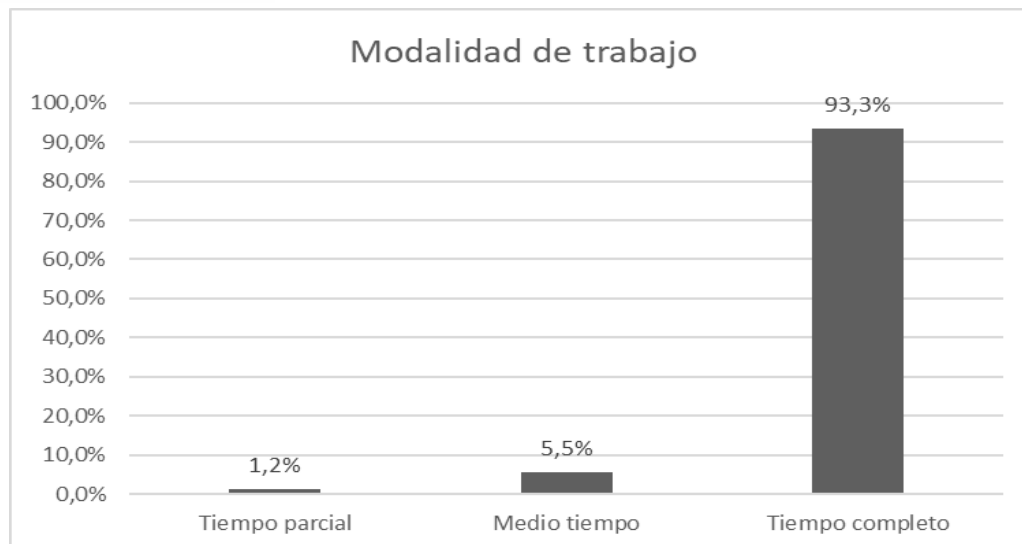


El gráfico muestra que lo que más les gusta a los clientes es el menú que ofertan las cafeterías, que como se aprecia en las preguntas anteriores, algunos de ellos van desde bebidas calientes como el café, capuccino, mocaccino, tés e infusiones, bebidas frías, tés fríos, cócteles, frapuccinos, desayunos que incluyen pan con nata, tigrillos, bolones que son los más tradicionales, hasta desayunos internacionales como el americano y francés. Así como también diferentes envueltos y antojitos nacionales. Al igual que el servicio y el ambiente que se siente en cada una de las cafeterías. También se pudo observar que existen un número muy reducido de cafeterías que ofrecen artesanías nacionales y locales.

Pregunta 3

Cuántos empleados tiene su empresa en las siguientes modalidades

Gráfico 15 *Porcentaje de empleados en las diferentes modalidades de trabajo*

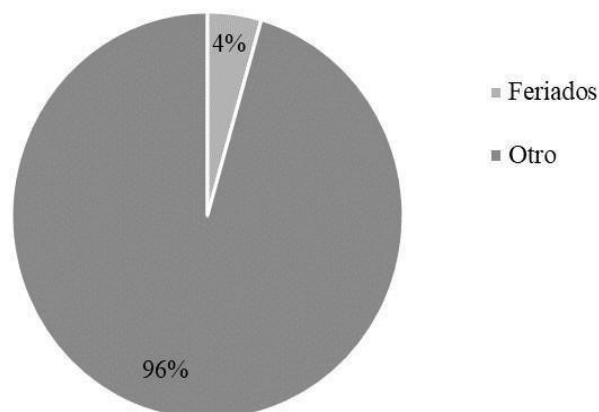


El gráfico muestra que de las cafeterías entrevistadas la mayoría cuenta con empleados a tiempo completo y muy pocas optan por contratar empleados a tiempo parcial.

Pregunta 4

Si su empresa contrata a personal extra indique en qué ocasiones lo hace. Gráfico

16 Períodos en el que se contrata a personal extra

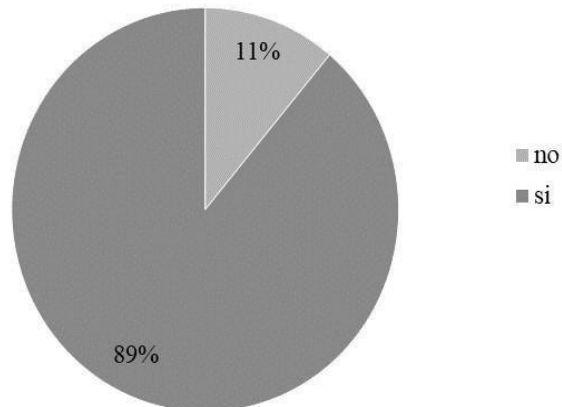


El siguiente gráfico muestra que de las cafeterías entrevistadas la mayor parte de ellas no optan por contratar personal extra, siendo un número muy reducido que prefiere contratar personal extra durante los feriados.

Pregunta 5

Los empleados se encuentran correctamente uniformados Gráfico

17 Porcentaje de empleados que utilizan uniformes

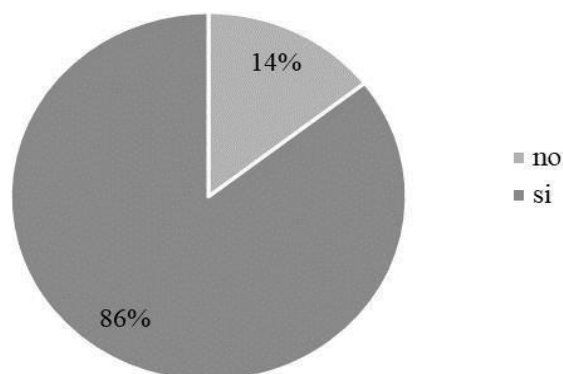


El gráfico muestra que dentro de las cafeterías entrevistadas los empleados si se encuentran correctamente uniformados, y un número muy reducido que no cuentan con los uniformes adecuados. Las cafeterías comentaron que se encontraban en proceso de implementación de uniformes adecuados para sus empleados.

Pregunta 6

Los empleados son constantemente capacitados

Gráfico 18 Análisis de los empleados que son constantemente capacitados



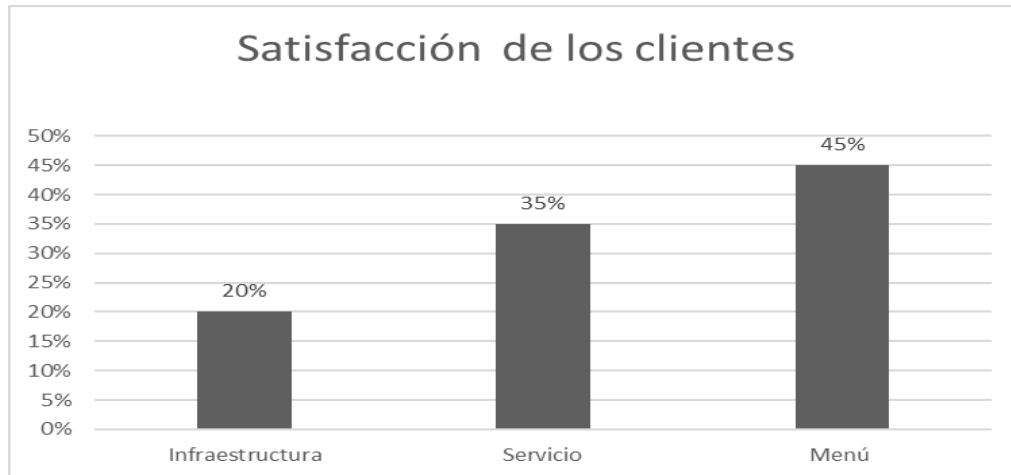
El siguiente gráfico da a conocer que los empleados si son constantemente capacitados, aun así algunas cafeterías no brinda las capacitaciones adecuadas a sus empleados, esto se

indicó por parte de los entrevistados que sucede porque muchos de los empleados ya cuenta con muchos años de experiencia dentro del campo gastronómico.

Pregunta 7

Según su punto de vista, ¿Qué porcentaje de satisfacción nota en sus clientes?

Gráfico 19 *Porcentaje de satisfacción de los clientes según el menú, el servicio y la infraestructura*

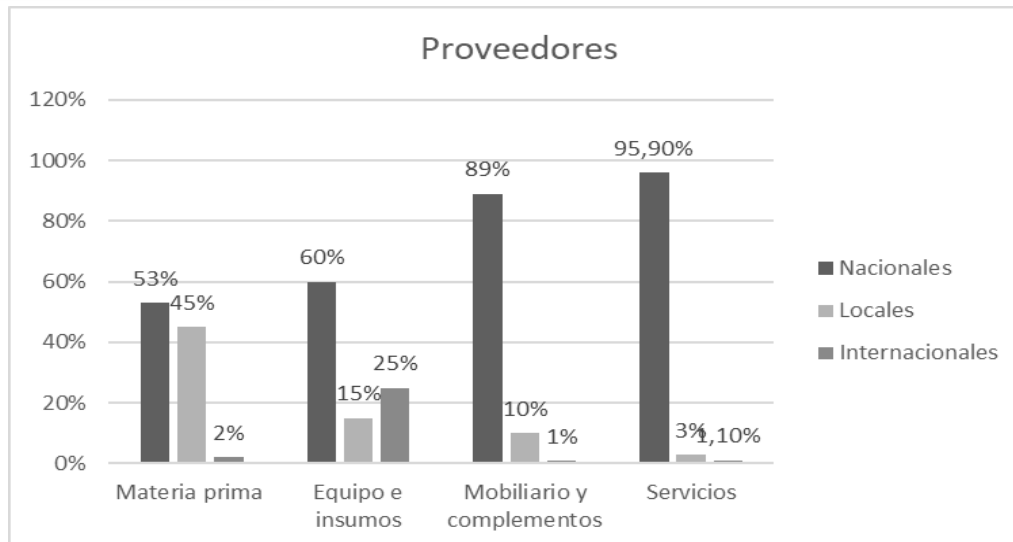


El gráfico da a conocer la satisfacción que se logra observar en los turistas nacionales y extranjeros, siendo el menú lo más satisfactorio de las cafeterías, seguido por el servicio y por último la infraestructura ya que muchas de las cafeterías entrevistadas no son muy amplias en cuanto a la infraestructura.

Pregunta 8

Quiénes son sus proveedores

Gráfico 20 *Porcentaje de satisfacción de los clientes según el menú, el servicio y la infraestructura*

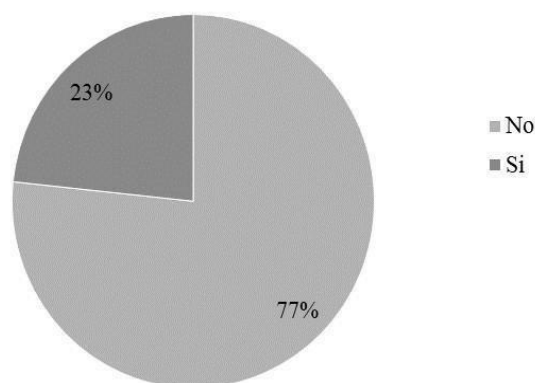


En cuanto a los diferentes proveedores de las cafeterías en cuanto a alimentos y bebidas, equipos e insumos, mobiliario y complementos, y el servicio; la mayor parte de ellos son nacionales. Así mismo los proveedores internacionales no son muy frecuentados por las diferentes cafeterías.

Pregunta 9

Conoce, ¿Qué es el turismo gastronómico?

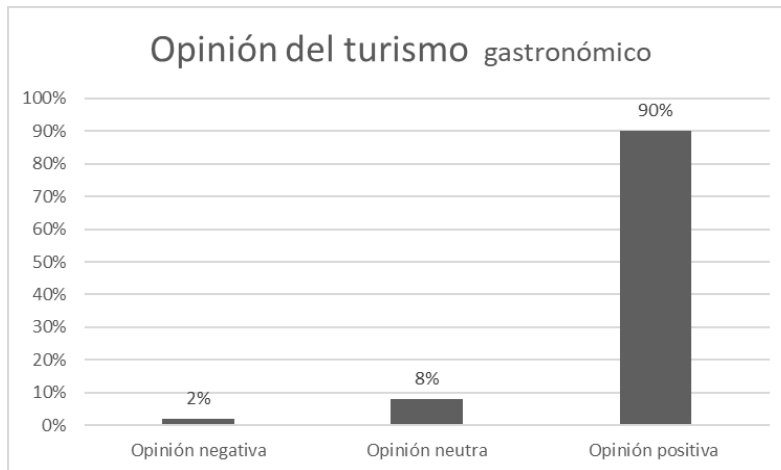
Gráfico 21 Porcentaje de satisfacción de los clientes según el menú, el servicio y la infraestructura



El gráfico muestra que de las cafeterías entrevistadas no conocen que es el turismo gastronómico, pero de las que sí tiene algún conocimiento al respecto dieron una breve explicación del tema o lo que para ellos es el turismo gastronómico que se detalla a continuación.

Qué opina usted de tener a turistas gastronómicos en Cuenca (requiere leer y obtener una conclusión)

Gráfico 22 Opinión de los entrevistados sobre el turismo gastronómico



En este gráfico se puede observar la opinión que brindaron las personas entrevistadas sobre el turismo gastronómico, como se aprecia la mayoría tiene una opinión positiva pues consideran que es algo positivo, pues así se da a conocer la gastronomía típica de la ciudad, al mismo tiempo apoya y fomenta la economía de la ciudad pues se logra tener un número mayor de visitas de los diferentes turistas nacionales y extranjeros, así Cuenca se puede dar a conocer al mundo no solo por su arquitectura colonial, su cultura, tradiciones, sino también por su gastronomía envuelta de saber de antaño. Sin embargo, hubo un número muy reducido de respuestas negativas, pues las personas entrevistadas supieron expresar que Cuenca aún no está preparada para recibir a turistas gastronómicos, pues hace falta explotar toda esa gastronomía local que con el pasar del tiempo se ha ido perdiendo.

Gracias a las entrevistas realizadas en las diferentes cafeterías pertenecientes al Centro Histórico de Cuenca, se logró observar que en muchas de ellas se oferta una variedad de gastronomía cuencana, lo cual ayuda y fortalece al turismo gastronómico, es así que las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca tienen una gran influencia dentro del turismo gastronómico, pues gracias a la variedad de gastronomía que se oferta se logra captar la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros.

Una cafetería al igual que cualquier otro local, se ve afectada por varios aspectos fundamentales que se detallaron anteriormente, entre los cuales tenemos la oferta y demanda. La oferta se vincula con elementos como la ubicación, la diversidad de productos, el horario de atención, y el servicio. Por otra parte, la demanda se encuentra relacionada por

la población local, el turismo, la tradición de consumo de café, los diferentes eventos locales y la presencia de otras cafeterías en la zona.

CAPÍTULO 3

3. INFLUENCIA DE LAS CAFETERÍAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA.

3.1 GASTRONOMÍA LOCAL Y EL INTERÉS TURÍSTICO

Según (Chávez, 2022), el turismo gastronómico o turismo culinario es un tipo de turismo cuyas actividades principales se enfocan en la cultura culinaria de un determinado sitio turístico. Consta del estudio y la degustación de los platillos típicos de cada país, así como de su arte culinario. De manera específica, la ciudad de Cuenca, declarada Patrimonio Cultural de la humanidad por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación), por conservar su centro histórico, sus costumbres, sus fiestas religiosas y populares, pero sobre todo por conservar su gastronomía (*Cuenca – Ministerio de Cultura y Patrimonio*, 2010).

A su vez, el turismo gastronómico, comprendido como una modalidad de turismo cultural que permite conocer los hábitos, costumbres y la manera de vivir de la comunidad visitada a través de sus representaciones gastronómicas (Oñate, 2018), es una práctica que ha tomado mucho impulso en Cuenca, muestra de la proliferación de emprendimientos que se ha hecho notar en los últimos años y que ha dejado claro que uno de los atractivos de la ciudad Cuenca es su gastronomía. En ella destacan la comida popular y también las nuevas tendencias que se encuentran en restaurantes, bares y hoy en día en cafeterías (*Cuenca un destino de comida y servicio encantador – Ministerio de Turismo*, 2019).

Uno de los motivos por los que la gastronomía de Cuenca es de interés para los turistas, es porque ofrece la oportunidad de conocer la cultura y tradiciones locales de una manera muy tangible (Cohen y Avieli, 2004). Como puede ser la utilización de técnicas ancestrales para preparar diversos platos, al igual que las recetas que son transmitidas de generación a generación sin perder los sabores de antaño, las diferentes fiestas populares; pues en cada una de ellas se sirve una gastronomía especial, de igual forma la utilización de productos propios de la zona, etc. La comida puede ser una forma de conectar con las personas locales y comprender mejor su estilo de vida y tradiciones (Chang et al., 2010).

Por otra parte, Cuenca ha hecho esfuerzos para promover su gastronomía a través de festivales y eventos culinarios. Estas actividades no solo atraen a los turistas, sino que también ayudan a preservar y promover la cultura culinaria de Cuenca (Torres, 2002).

Entre estos eventos por las fiestas de Cuenca en el año 2017 se realizó el evento gastronómico

“Cuenca entre Sabores”, con la presencia de más de treinta expositores de gastronomía en vivo y emprendimientos gastronómicos (EDEC, 2017). Así también en la festividad del Carnaval se llevan a cabo algunas festividades culinarias como el mejor mote pata con la participación de diferentes mercados de la ciudad. de igual forma en la Plazoleta de El Vado se lleva a cabo un evento que permitirá a la ciudadanía disfrutar de la gastronomía típica del carnaval (*Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento, 2023*). Otro festival gastronómico que se realiza por las fiestas de Cuenca es el Festival de la comida típica que se realiza en la Plazoleta de Santo Domingo, dicho evento tuvo lugar el día 27 de octubre. También se lleva a cabo el festival gastronómico y artístico de los mercados de Cuenca, y la Feria: Siente el Amor por Cuenca, este festival cuenta con varios atractivos entre ellos los gastronómicos que se lleva a cabo en la Plazoleta de La Merced (*Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento, 2021*).

La gastronomía cuencana tiene sabores propios de casa, recetas de la abuela, tendencias y fusiones, hacen que los platos vayan más allá del famoso mote pillo, locro de papas, carnes y deliciosas bebidas como el agua de pítimas (Cuenca, 2022). Dicha gastronomía es de gran interés para turistas nacionales y extranjeros que buscan aprender más sobre diferentes culturas y en especial diferentes sabores.

Esta gastronomía propia de la ciudad se logra apreciar en diferentes mercados, puestos de comida, restaurantes, bares y cafeterías, algunos de esos lugares optan por conservar costumbres y tradiciones enfocadas en la gastronomía, mientras que otras prefieren dar un giro a la gastronomía local, pero conservando sus sabores de antaño.

En la ciudad existe una variada oferta de cafeterías tanto de comida típica o de otro tipo de gastronomía, lo que permite a los turistas disfrutar de la comida en especial la comida típica de la región mientras explora la cultura y la arquitectura de la ciudad. Además, estas cafeterías son una excelente opción para aquellos que quieran experimentar la tradición culinaria de Cuenca en un ambiente acogedor y relajado.

“Si de tradición gastronómica se trata, Cuenca está íntimamente ligada a sus fiestas y costumbres. Sus ingredientes provienen de los campos cercanos, lo cual ha motivado a que los restaurantes turísticos propongan los más variados menús tradicionales y contemporáneos” (Armijos, 2020).

Así también se logra apreciar que la gastronomía local es un atractivo para muchos turistas que optan por degustar un plato típico que muchas de las cafeterías ofertan dentro de su menú, como los envueltos que son muy tradicionales de la ciudad, entre los más predilectos

están las humitas, tamales, quimbolitos, así como también diferentes antojitos nacionales como las empanadas en sus diferentes versiones, bolones, tigrillos, maduro con queso, espumillas, tortillas, etc. Muchas bebidas tradicionales que suelen acompañar dichos manjares son el morocho, la colada morada, el café lojano, el chocolate, té e infusiones que son realizadas con hierbas y flores propias de la ciudad.

Gracias a esto la Ciudad de Cuenca se da a conocer no solo por su cultura, tradiciones, arquitectura o por sus lugares turísticos naturales, sino que también sobresale por su gastronomía local que conlleva recetas de antaño con sabores y tradiciones únicas.

3.2 IMPACTO ECONÓMICO

La gastronomía puede ser una manera efectiva de impulsar el turismo, fomentar el desarrollo económico local, involucrar a diferentes profesiones y sectores (como productores, cocineros y mercados), y encontrar nuevos usos para la agricultura y la producción de alimentos (Falcón, 2014). Según (Ortega, 2022), los impactos económicos son las consecuencias posibles dentro del sistema económico de una comunidad, empresa o proyecto a causa de una acción que en el caso de la ciudad se detallan a continuación.

Los impactos económicos pueden ser favorables o desfavorables tanto para la comunidad como para productores, comerciantes, trabajadores, dependiendo de la acción que se llevó a cabo con anterioridad, así como de los alcances en la población y en el entorno, tales como:

- **La creación de empleos**, proceso mediante el cual se genera nuevos puestos de trabajo, dicho proceso es vital para el crecimiento económico y el desarrollo social de un país favoreciendo a varias familias de la zona.
- **Los precios**, son valores asignados a servicios y bienes en el mercado. Los precios son establecidos a través de la relación entre la oferta y la demanda de una economía.
- **La interacción entre competidores**, describe como las empresas que operan en el mismo mercado o industria se relacionan y se influyen mutuamente. Estas interacciones pueden ser de competencia directa o cooperativas.

Es así, que la gastronomía tiene un impacto significativo en la economía, no solo a nivel local, sino a nivel de un país o región, pues muchas veces el turismo gastronómico, es la principal razón por lo que los visitantes deciden aventurarse a conocer un lugar y arriesgarse a probar sus platos tradicionales, generando de esta manera importantes ingresos. Para Chávez (2022), la gastronomía tiene un impacto significativo en la economía de la zona por lo que es

importante apoyarla mediante el consumo, como una manera de agradecer y retribuir las cualidades del lugar, y las oportunidades que brinda al generar empleo.

Según (Montecinos, 2017) el turista cuyo motivo principal de desplazamiento es la gastronomía, tiende a generar un consumo promedio de alimentos y bebidas más alto que el turista convencional, ya que este turista gastronómico no solamente buscará consumir la comida tradicional, sino que también estará tentado en convertir productos gastronómicos tradicionales en suvenires, por ejemplo: vinos, licores, destilados y otros permitidos legalmente. Los turistas que cumplen este perfil, suelen ser exigentes, exclusivos y sofisticados, por lo que buscarán experiencias de mayor calidad y estarán dispuestos a pagar más por ellas, por lo que es necesario que los destinos ofrezcan una amplia gama de servicios y actividades para satisfacer sus necesidades y demandas.

Por otra parte, la gastronomía también tiene un impacto en el comercio internacional, pues, los platos y productos gastronómicos autóctonos pueden convertirse en productos de exportación, generando ingresos y fortaleciendo la balanza comercial del país. La gastronomía estimula la inversión y el emprendimiento al inspirar a nuevos emprendedores a ingresar a este sector, al crear servicios de restaurantes, cafeterías, catering y otros negocios relacionados (Anónimo, 2023), asimismo, los establecimientos gastronómicos favorecen la utilización de productos locales, lo que apoya a los agricultores y proveedores locales, fortaleciendo las cadenas de suministro y promoviendo el desarrollo económico en las comunidades rurales.

En el Ecuador, las cafeterías han experimentado un crecimiento constante en la última década, proporcionando beneficios económicos significativos al país. (Ortega-Pacheco, D., y Espinosa-Paredes, G., 2015), Cuenca, al ser una ciudad emblemática del Ecuador, ha emergido como un epicentro importante en el auge de las cafeterías. Su éxito en esta industria se atribuye en gran parte a su valioso legado cultural y a la excelencia de su café regional.

Cabe mencionar que, debido al auge del café y a la implementación de cafeterías en la ciudad se ha generado una mayor demanda de empleos, así como lo recalca (Pinos, I., y Romero, T., 2018) las cafeterías en Cuenca no solo abordan la creciente demanda local de café de calidad, sino que también son una fuente importante de empleo, sobre todo para los jóvenes, así mismo, las cafeterías desempeñan un papel significativo en la industria turística, que es uno de los principales motores económicos del país y en especial de Cuenca, ya que brindan una oportunidad para que los visitantes puedan sumergirse en la genuina cultura del café ecuatoriano.

Según (Jara et al., 2020), el auge del café en Cuenca también ha generado una mayor demanda de café ecuatoriano de alta calidad a nivel local e internacional, lo que ha beneficiado a los agricultores de café en la región y ha fortalecido la economía local sino que también son una fuente importante de empleo, sobre todo para los jóvenes, así mismo, las cafeterías desempeñan un papel significativo en la industria turística, que es uno de los principales motores económicos del país y en especial de Cuenca, El aumento en la producción y calidad del café ha tenido un impacto positivo en la economía y en la calidad de vida de los agricultores en Cuenca, pues se ha proporcionado mayores ingresos, mejores precios, generación de empleo y desarrollo comunitario.

Según la entrevista titulada “Cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico”, realizada a las cafeterías que se encuentran ubicadas dentro del Centro Histórico de Cuenca, gracias al turismo se ha obtenido un gran impacto económico, ya que se logra observar que un gran número de turistas prefieren visitar dichas cafeterías dando así un aporte económico significativo para cada una de ellas, esto en su gran mayoría en épocas festivas, pues en estas épocas es más evidente la interacción de turistas dentro de la ciudad.

Debido a esto algunas de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca se vieron en la necesidad de emplear a más personas, en ocasiones solo por temporadas o dependiendo de la afluencia de comensales lo han realizado de forma permanente. Este fenómeno tiene un impacto positivo en la economía, ya que la creciente cantidad de turistas ha impulsado la creación de más puestos de trabajo en la localidad.

Aunque las cafeterías han experimentado un impacto económico favorable, muchas de ellas han compartido información relevante que muestra una competencia excesiva en varios aspectos que son el precio del menú y la ubicación. Debió a que la renta de los locales es más alta para aquellas cafeterías que se encuentran localizadas cerca al Parque Calderón, el cual es considerado el Centro de la Ciudad, en comparación con aquellas que se encuentran en los límites del Centro Histórico de la Ciudad,

La renta del establecimiento es uno de los factores que influyen en el precio del menú. En general, las cafeterías ubicadas en el Centro de la Ciudad suelen tener una renta más elevada, lo que se traduce en precios más altos para los productos que ofrecen. En comparación con otras cafeterías ubicadas en zonas más alejadas del centro, es común encontrar precios más bajos debido a la menor renta de los locales.

También se puede observar que algunas cafeterías han tenido que enfrentar la inflación en el costo de la materia prima. Para lograr mantener un margen de ganancia sostenible y ser competitivos en el mercado, algunas han optado por incrementar el precio de su menú, mientras que otras han reemplazado ciertos ingredientes por alternativas más económicas.

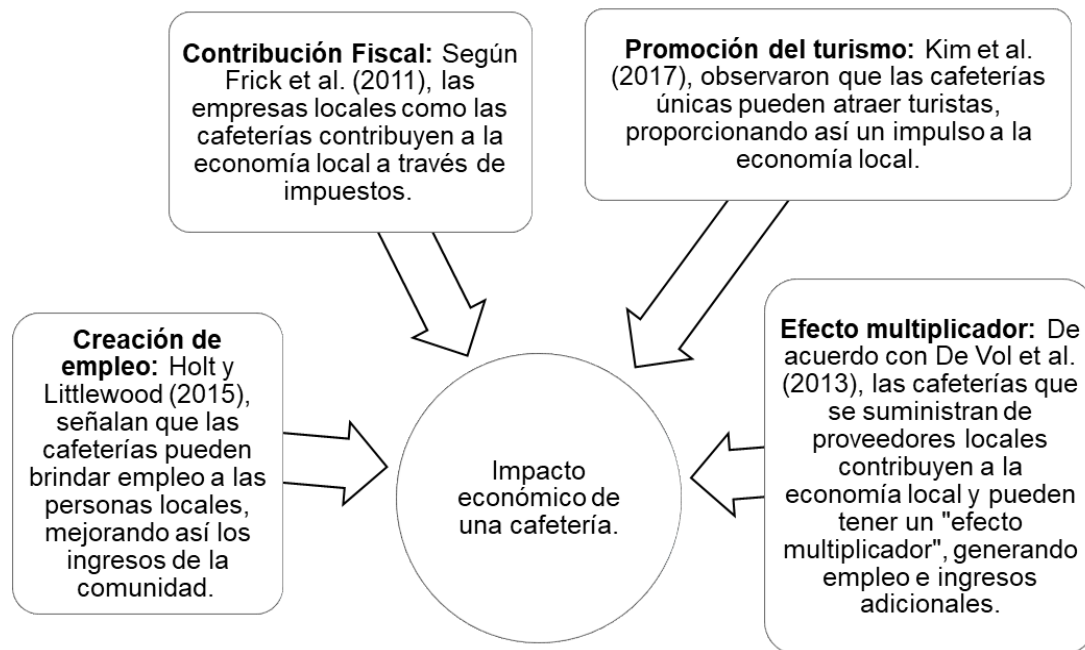
Aunque hay pocas cafeterías que han optado por mantener sus precios, para conseguirlo han tenido que reducir la cantidad de producto servido para lograr ser sostenibles.

Por otro lado, se ha obtenido información que sugiere que las cafeterías ubicadas en el Centro Histórico de Cuenca han aumentado sus ingresos al ofrecer almuerzos en su menú. Esto se debe a que durante estas horas, se observa una mayor afluencia de personas, tanto locales como turistas nacionales y extranjeros.

El uso de ingredientes locales en las cafeterías de Cuenca tiene un impacto directo en la economía local, cultural y social. Económicamente, genera demanda de productos locales, apoyando a los agricultores y productores locales, como enfatiza (Quiroz, 2008), "Las cafeterías de Cuenca, al utilizar ingredientes originarios de la zona, apoyan directamente a la economía local y reflejan el paisaje agrícola de la región" (p. 45).

El impacto económico de una cafetería puede ser significativo y diverso. Aquí hay algunas maneras en las que una cafetería puede impactar económicamente en su comunidad local y más allá.

Figura 4 *Impacto económico de una cafetería*



Nota. Elaborado a partir de (Frick et al., 2011); (Littlewood, 2015); (De Vol et al., 2013); (Kim et al., 2017).

Como se aprecia en la figura anterior la importancia del impacto económico de una cafetería es muy importante en varios aspectos que favorecen a una ciudad, ya sea en la creación de empleos como en el incremento de diversos tipos de turistas.

3.3 IMPACTO SOCIOCULTURAL

Explorar la cultura gastronómica a menudo implica descubrir valores, creencias e incluso la conducta de las personas.

Según (Fusté-Forné, 2016) el patrimonio culinario desempeña un papel fundamental en la comunicación cultural, ya que refleja las tradiciones culturales y la identidad única de un lugar. La cocina y la gastronomía están estrechamente relacionadas tanto con la vida rural como con el sector de servicios, lo que implica que la gastronomía no solo contribuye al desarrollo local, sino también al desarrollo turístico.

Por lo tanto, la gastronomía tiene las habilidades necesarias para influir en la sociedad de manera económica, cultural y ambiental, mejorando en muchos ámbitos diferentes como la educación, la ecología, la salud, el arte, entre otros (Bch, 2020). Es por eso que la gastronomía se vincula con cada lugar y representa una parte importante del legado cultural de una sociedad. Es un rasgo distintivo de su identidad que se manifiesta a través de la

producción agrícola, los alimentos y platos tradicionales, así como las formas particulares de servir y disfrutar de la comida.

Según (Gómez, 2023), la cultura gastronómica habla a su manera de las costumbres, historia y el estilo de vida de un país, lo que explica el por qué cuando se observa cambios en los valores culturales también comienza a notarse cambios en los comportamientos alimenticios.

Como menciona (Oñate, 2018) en la actualidad, el turismo gastronómico ha experimentado un crecimiento significativo tanto a nivel global como nacional. Ecuador se destaca por su variada gastronomía en cada una de sus cuatro regiones, en las que se puede disfrutar de platos autóctonos heredados de generaciones pasadas. La diversidad de sabores y la preparación única de estos platos se han convertido en un atractivo principal para aquellos que desean visitar este país.

Es así que las cafeterías, en especial las del Centro Histórico de Cuenca algunas de ellas al ofertar gastronomía local, logran transmitir diferentes tradiciones, costumbres y sobre todo sabores de antaño que son transmitidas de generación a generación.

Es común que los turistas prueben la comida local durante sus viajes. Sin embargo, esta práctica no sólo satisface su paladar, sino que también puede fomentar la integración cultural. Al disfrutar de la gastronomía local, los turistas pueden establecer una conexión con los habitantes del lugar, lo que puede hacer que se sientan más cómodos y agradables en el territorio visitado. Esto puede contribuir a una experiencia turística más enriquecedora y satisfactoria. Así lo da a conocer (Chávez, 2022) cuando los turistas prueban y disfrutan la gastronomía de un sitio turístico, se crea una conexión con los habitantes del lugar, lo cual fomenta la integración cultural, haciéndolos sentir más agradables y cómodos en ese territorio.

Así mismo, las cafeterías desempeñan un papel importante en el aspecto sociocultural de una comunidad. Según (Oldenburg, 1999), las cafeterías se consideran "terceros lugares".

Los primeros y segundos son: el hogar y el trabajo respectivamente. Los terceros lugares se describen como espacios públicos donde se reúnen las personas para socializar y suelen ser propicios para la formación de comunidades.

Otras investigaciones sugieren que las cafeterías también pueden influir en el consumo cultural y ser vistas como indicadores de cambio sociocultural. Por ejemplo, (Zukin, 1995), discute cómo las cafeterías pueden influir y reflejar los cambios demográficos y culturales en los vecindarios urbanos.

Es así que, de acuerdo a (Thompson y Arsel, 2004), las cafeterías a menudo sirven como escaparates para las identidades culturales locales. Estos espacios transmiten una sensación de autenticidad y reflejan la diversidad cultural de una comunidad.

Es por eso que algunas cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, han optado por realizar diferentes eventos entre ellos eventos musicales en donde exponen la cultura y tradiciones de la ciudad.

Varios elementos de la cultura local de Cuenca, en especial del Centro Histórico de Cuenca se reflejan en sus cafeterías como las siguientes:

Tabla 16 *Elementos de la cultura local que se reflejan en las cafeterías*

Autenticidad	Las cafeterías son conocidas por sus platos tradicionales. Como mencionan Coirolo y Oosterbeek (2011), "las cafeterías de Cuenca se destacan por su auténtica cocina ecuatoriana con platos locales como el cuy asado y el mote pillo"
Ingredientes locales	Quiroz (2008), señala que "utilizan ingredientes que son originarios de la zona, apoyando así a la economía local y reflejando el paisaje agrícola de la región".
Espacios de interacción	Según Coirolo y Oosterbeek (2011), "las cafeterías también son espacios de interacción social donde la vida de los vecinos y turistas se entrelazan, fortaleciendo así la cohesión social y el sentido de comunidad".
Socialmente Promueve el sentimiento de comunidad, como Coirolo y Oosterbeek (2011), observan "Las cafeterías también se convierten en espacios de interacción social" (p. 2), donde los residentes y turistas comparten experiencias y crean lazos.	

Nota: Elaborado a partir de (Coirolo y Oosterbeek, 2011); (Quiroz, 2008).

Estos elementos fueron seleccionados gracias al barrido que se realizó en el Centro Histórico de Cuenca, pues gracias a eso se recabó información necesaria en la cual coincidieron dichos elementos que indicó el uso de ingredientes de origen local, la autenticidad de algunos menús y que todas ellas se consideran espacios de interacción tanto socialmente como culturalmente.

Las cafeterías tienen un impacto significativo en la vida sociocultural de la ciudad de Cuenca, pues muchas de ellas favorecen a la revitalización del Centro Histórico de Cuenca, así como también son espacios de encuentro social y cultural en donde se puede dar a conocer la cultura propia de la ciudad de Cuenca. Según un estudio realizado por García y Martínez (2017), "las cafeterías se han convertido en un espacio de encuentro y socialización para los ciudadanos de Cuenca, especialmente para los jóvenes".

Además, las cafeterías también han contribuido a la revitalización de ciertas zonas de la ciudad. Según López y Gómez (2019), "la apertura de nuevas cafeterías en el centro histórico de Cuenca ha atraído a más turistas y ha generado una mayor actividad económica en la zona".

Sin embargo, también hay algunos efectos negativos que deben ser considerados. Según un estudio de (Pérez, 2018), "el aumento del número de cafeterías en la ciudad ha llevado a una mayor competencia y ha hecho que algunas cafeterías pequeñas tengan dificultades para sobrevivir".

3.4 IMPACTO AMBIENTAL

Según (GRN, 2018), el impacto ambiental se refiere a los cambios que ocurren en el entorno natural como resultado de la intervención humana o fenómenos naturales. Estos cambios pueden ser causados por proyectos o actividades específicas en una ubicación determinada.

Para (Bch, 2020) el enfoque culinario se centra en considerar el impacto ambiental al cocinar, maximizando la utilización de productos y recursos locales. Se busca evitar el desperdicio de alimentos, con el objetivo de ayudar a aquellos que más lo necesitan y garantizar un acceso equitativo a los recursos para todos.

Según (Sanahuja et al., 2022) la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) según estimaciones, se desechan alrededor de 1.300 millones de toneladas de alimentos anualmente. Este desperdicio de alimentos tiene un impacto ambiental significativo debido a la gestión de los residuos, que incluye el transporte, el mantenimiento

de los vertederos y los procesos de clasificación. Además, se incurre en costos energéticos considerables en las instalaciones encargadas de manejar estos desperdicios.

Es importante conocer el impacto ambiental de toda la gastronomía, pues es el eje principal para conocer el impacto ambiental que ocasionan las cafeterías.

El impacto ambiental de la gastronomía puede ser significativo y se observa principalmente en términos de producción de alimentos y desperdicio de alimentos. Al respecto (Gerber et al., 2013), destacan cómo la producción de alimentos, particularmente la de carne, incide en emisiones de gases efecto invernadero y en el consumo de agua. Por su parte, (Gustavsson et al., 2011) estiman que cerca del 30% de todos los alimentos producidos para consumo humano se desperdician, lo que también implica asociaciones ambientales graves.

La gastronomía puede tener varios impactos ambientales significativos, que suelen estar relacionados con la fase de producción de alimentos, el transporte de los mismos, su preparación y el desperdicio alimentario. Aquí se detalla algunos de los más importantes:

- **Producción de alimentos:** La producción de ciertos alimentos conlleva una elevada huella ambiental. Por ejemplo, la ganadería intensiva es un importante contribuyente al cambio climático debido a las emisiones de gases de efecto invernadero (Gerber et al., 2013). La pesca, por su parte, puede poner en peligro los ecosistemas marinos cuando no se practica de forma sostenible.
- **Desperdicio de alimentos:** A nivel mundial, se desperdicia una cantidad considerable de los alimentos producidos. Este desperdicio representa no solo una pérdida económica, sino también toda la energía, agua y otros recursos empleados en su producción, transporte y almacenamiento (FAO, 2011).
- **Generación de residuos:** La preparación y consumo de alimentos en restaurantes y hogares puede generar una gran cantidad de residuos, incluyendo restos de comida, envases, utensilios y otros materiales. Según un estudio realizado por (López et al., 2018), las cafeterías en la ciudad de Cuenca generan una gran cantidad de residuos sólidos, principalmente envases de plástico y papel.
- **Consumo de agua y energía:** La preparación de alimentos y el funcionamiento de los restaurantes requieren grandes cantidades de agua y energía. Según un análisis realizado por (Jaramillo, González y Martínez, 2019) sobre el impacto ambiental de las cafeterías en Cuenca, el consumo de energía eléctrica es uno de los principales impactos ambientales asociados a este tipo de establecimientos.

- **Emisiones de gases de efecto invernadero:** La producción y transporte de alimentos puede generar emisiones de gases de efecto invernadero, especialmente dióxido de carbono (CO₂). Según un estudio realizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la producción de alimentos es responsable del 10 al 12% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero.

En cuanto al impacto ambiental de las cafeterías en el Centro Histórico de Cuenca puede variar dependiendo de diversos factores, como el tamaño del establecimiento, los métodos de producción y los materiales utilizados

Pues las cafeterías, en especial las del Centro Histórico de Cuenca, al igual que numerosos negocios enfocados en servicios, tienen efectos en el medio ambiente. Algunos aspectos fundamentales de su influencia abarcan el consumo energético, la producción de desechos y la procedencia del café, dichos aspectos varían dependiendo de diversos factores, como el tamaño del establecimiento, los métodos de producción y los materiales utilizados.

En lo que respecta al uso de energía, las cafeterías necesitan electricidad y, en algunos casos, gas para el funcionamiento diario. Muchas de estas empresas están adoptando prácticas más sostenibles como la utilización de energías renovables y la eficiencia energética (Barber, N.A., 2010).

Según un estudio realizado por la Universidad Politécnica Salesiana de Cuenca en 2018, las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca generan una gran cantidad de residuos sólidos, principalmente envases y empaques de alimentos y bebidas. Estos residuos pueden terminar en vertederos o en la calle, lo que contribuye a la contaminación del suelo y del agua. Al igual que muchas de ellas no utilizan un sistema de reciclaje adecuado, pues mezclan todos los residuos en una sola bolsa, por lo que es recomendable que las cafeterías opten por capacitarse en este tema que es de suma importancia no solo para el local sino también para toda la comunidad.

Además, dichas cafeterías consumen grandes cantidades de energía y agua para mantener sus instalaciones y equipos en funcionamiento. El uso excesivo de energía puede contribuir a la emisión de gases de efecto invernadero, lo que a su vez contribuye al cambio climático.

Según el estudio "Evaluación del impacto ambiental de las cafeterías en la ciudad de Cuenca" realizado por (López et., al 2018), se encontró que el consumo de energía eléctrica y agua en las cafeterías es significativo, lo que contribuye a la huella de carbono y al uso de recursos naturales. Además, se encontró que la generación de residuos sólidos es un problema

importante debido a la cantidad de envases y empaques que se utilizan en la industria alimentaria.

Los residuos por su parte, también juegan un papel en el impacto ambiental. Estos incluyen productos desechables, residuos de alimentos y residuos de café. Para mitigar esto, algunas cafeterías están instaurando programas de reciclaje, compostaje y reducción de desechos (Barber, N.A., 2010).

Finalmente, el origen del café es otro factor ambiental. El café puede cultivarse de formas que dañan el medio ambiente, a través de la deforestación y el uso de pesticidas, sin embargo, muchas cafeterías de Cuenca han adoptado el uso de café producido de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente (Valencia, V., y Bravo, R., 2016).

En general, se puede concluir que las cafeterías en la ciudad de Cuenca tienen un impacto ambiental significativo y es necesario tomar medidas para reducir su huella ecológica.

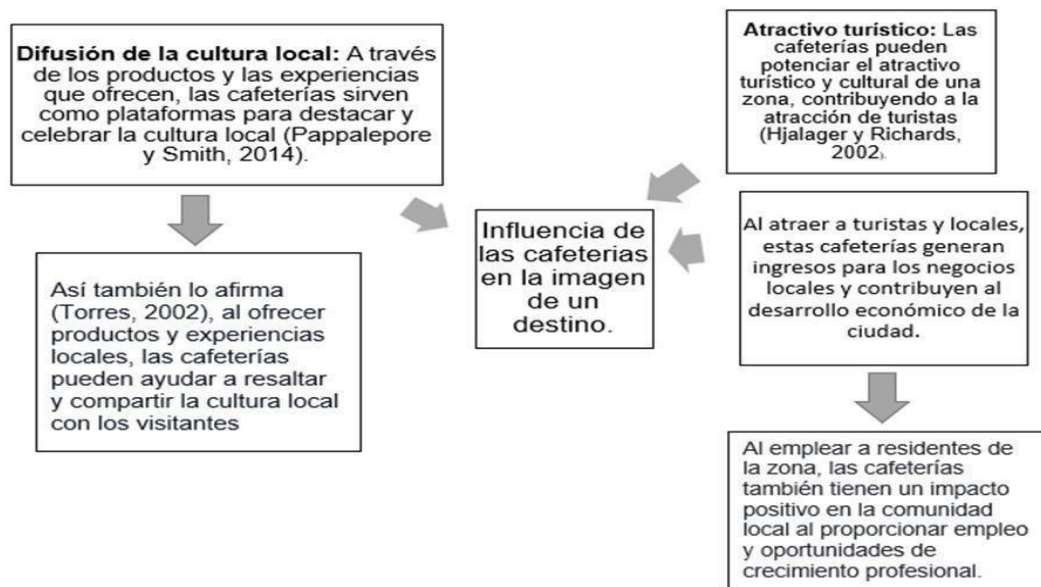
3.5 IMPACTO EN LA IMAGEN DEL DESTINO

Entender al turista gastronómico y las perspectivas que tiene del turismo y de la gastronomía, así como conocer el impacto que provoca en los destinos es esencial para poder impulsar el desarrollo turístico sostenible de un destino (*Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*, 2019).

Hoy en día el uso de las redes sociales es fundamental para el desarrollo de un local, pues gracias a ellas se logra captar la atención de muchas más personas. Las redes sociales sirven de plataforma comunicativa al sector gastronómico tanto en la fase de inspiración como en la de compartir y aportar información para poder medir la experiencia turística (*Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*, 2019).

Es por eso que muchos restaurantes optan por utilizar este medio y las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca no son la excepción. Por ende, las cafeterías pueden influir notablemente en la imagen de un destino a través de varios ámbitos:

Figura 5 *Influencia de las cafeterías en la imagen de un destino*



Nota. Elaborado a partir de (Pappalepore y Smith, 2014); (Torres, 2002); (Hjalager y Richards, 2002).

Como se aprecia en el gráfico anterior la influencia de las cafeterías en especial las del Centro Histórico de Cuenca en torno a la imagen del destino, en este caso de la ciudad de Cuenca, tiene una gran importancia pues ayudan a la difusión de la cultura, logran captar la atención de propios y extranjeros en cuanto a su variado menú que muchos de ellos conllevan platos típicos de la ciudad, así como también son un aporte importante en torno a la economía local,

Es por eso que las cafeterías en Cuenca, además de su impacto económico y cultural, desempeñan un papel fundamental en la creación de un entorno único que atrae tanto a residentes como a visitantes. Actúan como puntos de encuentro social donde la gente puede disfrutar del excelente café local en un ambiente relajado y acogedor.

Por consiguiente, las cafeterías de Cuenca ejercen una influencia significativa en la percepción que se tiene de la ciudad como destino, y esto no solo se refleja en el ámbito económico, sino también en su riqueza cultural y su atractivo turístico. El aumento de su popularidad ha contribuido a establecer a Cuenca como un lugar destacado, especialmente para aquellos que aprecian el café.

Las cafeterías en Cuenca, tienen un impacto importante en el atractivo turístico de la ciudad, ofreciendo a los visitantes una genuina experiencia ecuatoriana a través de su café y platos regionales.

Es por eso que las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca tienen un gran impacto en la imagen del destino, ya que son un lugar de encuentro y socialización para los turistas y la comunidad local. Si las cafeterías ofrecen un servicio de alta calidad y una experiencia auténtica, pueden mejorar la percepción del destino y atraer a más visitantes. Por otro lado, si las cafeterías no cumplen con las expectativas de los clientes, pueden afectar negativamente la imagen del destino y disuadir a los turistas de visitar la ciudad.

Así también las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca pueden tener un gran impacto en la imagen de la ciudad. Si bien estas cafeterías pueden atraer a turistas y residentes locales, también es importante asegurarse de que su presencia no afecte negativamente la apariencia y el patrimonio cultural del centro histórico. Además, es importante que las cafeterías sean responsables en cuanto a la gestión de residuos y la conservación del medio ambiente para garantizar que la ciudad siga siendo un lugar atractivo y sostenible para vivir y visitar.

Las cafeterías en Cuenca presentan una amplia variedad de platos locales y tradicionales que reflejan de manera palpable la rica herencia culinaria de la zona. Además, estas cafeterías

actúan como espacios de encuentro donde tanto los residentes como los turistas pueden interactuar, brindando a los visitantes una ventana a la vida y las costumbres locales.

Por ende, las cafeterías proporcionan un espacio para que los turistas se sumerjan en la cultura local. Los visitantes pueden observar las costumbres diarias de la gente local, interactuar con los locales y probar especialidades autóctonas (Quiroz, 2008).

Por otra parte, el café representa una parte significativa de la cultura culinaria de Cuenca. Las cafeterías locales a menudo sirven café de origen local, lo que da a los turistas una visión directa de la industria del café en Ecuador (Coirolo y Oosterbeek, 2011).

En el plano cultural, estas cafeterías sirven como puntos de encuentro para locales y visitantes, proporcionando un espacio para el intercambio de ideas, arte y cultura. Este aspecto refuerza aún más la imagen única de Cuenca como un centro cultural vibrante y diverso (Pinos, I., y Romero, T., 2018).

Es así que, desde la perspectiva turística, las cafeterías contribuyen significativamente a la experiencia de visitar Cuenca. Proporcionan un escaparate de la tradición del café de Ecuador, y ofrecen a los visitantes una inmersión en la cultura local, mejorando así la imagen del destino (Jara, M., Ortega, M., y Segarra, P., 2020).

En términos turísticos, las cafeterías en Cuenca agregan valor a la experiencia de los viajeros al brindarles un vistazo a la vida cotidiana local y la oportunidad de interactuar con la comunidad. Esto no solo enriquece la experiencia de los turistas, sino que también contribuye a fortalecer la imagen del destino, lo que a su vez beneficia la promoción y la sostenibilidad a largo plazo de la industria turística.

Las cafeterías del centro histórico de Cuenca tienen un impacto positivo en la imagen de la ciudad. Estos establecimientos contribuyen a la vitalidad y el encanto del área, creando un ambiente acogedor y atractivo para residentes y visitantes. Además, las cafeterías suelen ofrecer productos locales y tradicionales, lo que promueve la cultura y la identidad de Cuenca. En general, las cafeterías del centro histórico son consideradas como parte integral de la experiencia turística en la ciudad.

Por último, las cafeterías en Cuenca también enriquecen la vida nocturna local, al ofrecer espacios para eventos artísticos y culturales que añaden vitalidad y ambiente a la ciudad.

Como se pudo apreciar en este capítulo la influencia de las cafeterías en el centro histórico de Cuenca es significativa, ya que contribuyen a la vitalidad y dinamismo de esta zona

emblemática. Estos establecimientos no solo ofrecen un espacio de encuentro y socialización, sino que también promueven el turismo y la economía local al atraer a visitantes y generar empleo. Además, las cafeterías del centro histórico son parte integral de la identidad cultural de la ciudad, fusionando tradición y modernidad en su oferta gastronómica y ambiente acogedor.

Las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca desempeñan un papel importante en la promoción del turismo y la atracción de visitantes, contribuyendo así al desarrollo económico de la ciudad. Estas cafeterías ofrecen un espacio social y cultural donde los residentes y turistas pueden interactuar, compartir experiencias y conocer más sobre la historia y la cultura de Cuenca. La influencia de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca se refleja en la revitalización de edificios históricos, ya que muchas de estas cafeterías se encuentran en estructuras antiguas que han sido restauradas y adaptadas para su funcionamiento. Estas cafeterías también tienen un impacto en la gastronomía local, promoviendo platos tradicionales y productos locales, lo que contribuye a preservar la identidad culinaria de la región. Además, estas cafeterías generan empleo y oportunidades de emprendimiento para los habitantes de Cuenca, fortaleciendo así la economía local y fomentando el desarrollo sostenible.

Conclusiones

El desarrollo de esta investigación, aporta a dos de los elementos más importantes de la economía de la sociedad actual, y de las aspiraciones de desarrollo ideales para la economía mundial: la gastronomía y el turismo.

Para su desarrollo, uno de los objetivos fue actualizar el Catastro Turístico de la ciudad de Cuenca en relación a las cafeterías ubicadas en el Centro Histórico. Para lograrlo, se recopiló la información general sobre las características más destacadas de una cafetería, incluyendo su clasificación y su importancia dentro del contexto turístico. Además, se obtuvo información de primer orden desde el Ministerio de Turismo (MINTUR), en relación a la cantidad de cafeterías que se encuentran legalmente establecidas en el Centro Histórico de Cuenca. Con esta información, se realizó un barrido y la posterior actualización del Catastro turístico de la ciudad, que, a propósito, es una actividad fundamental para la práctica del turismo

gastronómico en Cuenca, que los entes de gestión no han logrado hacerlo, sin embargo, se vanaglorian de tener al turismo gastronómico como el eje central de su gestión.

Conocer la dinámica de la oferta y la demanda turística, alrededor de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, requirió de un análisis exhaustivo de la información de todo el Centro Histórico de Cuenca, para ello, las entrevistas realizadas a los dueños o administradores de una muestra de las cafeterías, permitió obtener la información necesaria que muestra evidencia el interés tan fuerte de la gastronomía que tiene Cuenca. Los datos obtenidos permitieron también reconocer el aporte e influencia que tienen las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca en la economía local, la relación con los proveedores, la agroproducción y la puesta en valor del patrimonio gastronómico nacional. En este análisis se muestra también la importancia de la gastronomía local frente a la afluencia de turística nacional e internacional, y reconocer el alto interés que provoca en los locales y excursionistas el consumo gastronómico.

En relación al último objetivo de este estudio, analizar la influencia de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca en la imagen que percibe el visitante, se llevó a cabo un exhaustivo análisis a partir de las entrevistas realizadas en las diversas cafeterías de la zona de estudio. Como resultado, se identificaron diferentes tipos de impactos asociados a estos establecimientos, siendo los más destacados los impactos económicos, ambientales, socioculturales y en la imagen del destino. Además, se pudo apreciar la influencia significativa que tiene la oferta gastronómica diversa de estas cafeterías.

Es por eso que gracias a este estudio realizado en las cafeterías localizadas dentro del Centro Histórico de Cuenca se logró observar que muchas de ellas reflejan un poco de la cultura y tradiciones cuencanas por medio de la gastronomía local, al mismo tiempo se observó que dichas cafeterías influyen notablemente en varios aspectos entre los cuales tenemos lo económico debido a que brindan varias ofertas de empleo ya sea de forma permanente o por temporadas, de igual forma esto se ve reflejado en la utilización de productos propios de la ciudad dando paso a empleo a un mayor número de agricultores. Al mismo tiempo influyen notoriamente en la imagen de la ciudad, pues muchas de estas cafeterías están localizadas en edificios patrimoniales, lo que ha dado un mayor realce a estos edificios, logrando tener vistas únicas de la ciudad.

Recomendaciones

- Como punto fundamental, es necesario priorizar la gastronomía local, si bien la oferta gastronómica en el Centro Histórico es diversa, no apunta a la imagen de un destino gastronómico como tal.
- Trabajar iniciativas que hagan que los cuencanos se sientan orgullosos de serlo, la gastronomía facilita esta idea.
- Es clave trabajar la recolección permanente de datos, pues la gente tiene miedo a proporcionar información por la inseguridad del país, sin embargo, hacerlo permite definir estrategias de mejora, basados en datos reales.
- A pesar de que este estudio contó con una buena acogida, muchas cafeterías no brindaron la apertura necesaria, es por eso que se recomienda que los establecimientos den mayor apertura para realizar este tipo de estudios que favorecen a toda la ciudad.
- Utilizar las redes sociales para que las diferentes cafeterías se den a conocer, logrando captar la atención de muchos más comensales tanto nacionales como extranjeros
- De igual forma se recomienda la aplicación de este estudio en diferentes bares y restaurantes localizados en el Centro Histórico de la Ciudad, con el fin de conocer la diferente oferta gastronómica local que cada uno de estos establecimientos brindan.
- Utilizar productos locales en las cafeterías, apoya la economía local, sino que también puede mejorar la calidad de los platos al utilizar ingredientes frescos y de temporada.
- Se recomienda que en la oferta de las diferentes cafeterías sobresalga la variada gastronomía local, es decir ofertar comida propia de la ciudad como por ejemplo los diferentes dulces que son elaborados con frutas locales.
- Las cafeterías deberían contar con espacios en donde se pueda apreciar la cultura propia de la ciudad, esto podría ser mediante imágenes o textos que describan la cultura de Cuenca.

- Las cafeterías deberían contar con un mayor número de empleados que puedan hablar inglés y francés, pues hoy en día la ciudad de Cuenca cuenta con un mayor número de turistas extranjeros, que por lo general hablan estos idiomas, esto ha ocasionado una dificultad al momento de comunicarse.
- Este estudio tendría que ser aplicado cada año para ver si ha existido un incremento o disminución en cuanto a turistas gastronómicos.
- Reconocer a las diferentes cafeterías que ofrecen netamente gastronomía local con incentivos, por el esfuerzo que dan al realzar la cultura y tradiciones propias de la ciudad.

Referencias

- Aibar-Guzmán, B., González-Gómez, F., y López-Sánchez, J. Á. (2017). Turismo gastronómico: impacto en la imagen del destino turístico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 127-139.
- Albuja, S., Delgado, J., Espinosa, J., y Román, M. (2019). Impacto económico del turismo en Ecuador. *Revista de Economía y Negocios*, 4(7), 61-75.
- Alvarado, J. M., Córdova, M. J., y Urgilés, C. M. (2021). Análisis del turismo en el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca (Ecuador). *Revista Científica de Administración, Finanzas e Informática*, 10(1), 71-82.
- Alves, H., y Santos, J. (2018). Gastronomía y turismo: una revisión de las investigaciones recientes. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 19(1), 1-23.
- Anónimo. (2023, 6 junio). *La gastronomía: motor económico del crecimiento y la prosperidad*. MAXIMIXE. <https://alertaeconomica.com/la-gastronomia-motor-economico-delcrecimientoyla-prosperidad/>
- Arias, P. (2023, 7 julio). Los números continúan al alza en el sector turístico. *Ladevi Medios y Soluciones*. <https://ecuador.ladevi.info/sector-turistico/los-numeros-continuan-al-alzaelsectorturistico-n53880>
- Armijos, S. (2020). La gastronomía, un imán turístico para el Ecuador. *Vistazo*. https://www.vistazo.com/seccion/enfoque/la-gastronomia-un-iman-turistico-para-el-ecuador?fbclid=IwAR1czJW75YOJPCRt7jzBxqKNT9LODhEN2wNa43jMwCNTSj_U3vTHVU_p0Zio
- Astorga, P., y Arroyo, R. (2015). El café en América Latina. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Barber, N. A. (2010). "Green" practices among cafés: drivers and barriers. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), pp. 689-696.
- Barzallo, C. (2020). *Turismo Gastronómico o Gastroturismo*.
- Bch. (2020, 16 diciembre). *Gastronomía social: la alternativa de los grandes chefs*. BCH. <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/gastronomia-social-la-alternativa-delosgrandeschefs>.

Boido, E., y Cammarota, M. (2018). La cultura del café en América Latina. Reflexiones en torno al patrimonio y su valorización. *Boletín de Antropología*, 33(50), 76-95.

Borja, F. (2017). *El negocio es convertir al café en una experiencia*. (2017, 8 mayo).

Revistalideres.com. <https://www.revistalideres.ec/lideres/negocio-convertircafeexperienciaemprendedores.html>

Calderón, T. (2022). Las cafeterías tradicionales y su importancia en la cultura. *Perfect Daily Grind Español*. <https://perfectdailygrind.com/es/2021/06/16/las-cafeterias-tradicionalesysuimportancia-en-la-cultura/>

Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza. (2008). Proyecto de Cafetería [PDF]. Recuperado de <https://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Cafeteria.pdf>

Cámara Nacional de Café de Ecuador. (s/f). "Historia del Café en el Ecuador," <https://cafenacional.ec/historia-del-cafe-en-el-ecuador/>.

Carrasco-Gallego, R., Aguilar-Illescas, R., y Martínez-del-Río, J. (2018). La promoción de la gastronomía local en las cafeterías de las ciudades españolas. *El profesional de la información*, 27(1), 73-82.

Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR. (2022). Portal Servicios MINTUR.

Recuperado Febrero 17, 2023, de

<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30serviciosmintur/104-catastro-turistico>.

Cazarin, L. R. (2006). Los cafés y las revoluciones sociales. En L. R. Cazarin, *Los cafés y las revoluciones sociales* (págs. 128-129). Ciudad de México.

Chang, R. C., Kivela, J., y Mak, A. H. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.03.007>

Chavez, J. (2022, 30 marzo). Ceupe. *Ceupe*.

<https://www.ceupe.com/blog/turismoogastronomico.html>

Cohen, E., y Avieli, N. (2004). Food in tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.

<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>

Coirolo, L., y Oosterbeek, H. (2011). *Inside the black box of cultural heritage*. In *Economic analysis of diversity in modern welfare states* (pp. 177-206). Springer, New York, NY.

Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), (2023). *News article*. [Wttc.org](https://www.wttc.org); World Travel

& Tourism Council. <https://wttc.org/news-article/sector-de-viajes-y-turismodeecuadorrepresentara-el-4-4-de-la-economia-nacional-al-cierre-de-2023> CUENCA – Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2010). <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/cuenca/Cuenca-un-destino-de-comida-y-servicio-encantador> – Ministerio de Turismo. (2019, 1 abril). <https://www.turismo.gob.ec/cuenca-un-destino-de-comida-y-servicio-encantador/>

Cuenca, F. M. T. P. (2022). La gastronomía del Centro Histórico. *Cuenca es tu trip*. <https://visitcuencaecuador.com.ec/la-gastronomia-del-centro-historico/>

Cuenca, F. M. T. P. (2023). Fundación Municipal de Turismo socializó el proyecto “Cuenca Destino Gastronómico”. *Cuenca es tu trip*. <https://visitcuencaecuador.com.ec/fundacionmunicipal-de-turismo-socializo-elproyectocuenca-destino-gastronomico/>

De Vol, R., Koeppe, R., y Bedroussian, A. (2013). *A matter of degrees: Human capital's effect on regional economic prosperity*. <https://www.matterofdegrees.net/education.taf?page=about>

Di Clemente, E., Mogollón, J. M., & López-Guzmán, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico: Un análisis DAFO para Extremadura.

Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación, 9, 817-833. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>

Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento. (2023, 14 febrero). Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento.

<https://cultura.cuenca.gob.ec/noticia/musica-danza-y-gastronomia-fortalecen-la-tradiciondel-carnaval/>

Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento. (2021, 5 abril). Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento. <https://cultura.cuenca.gob.ec/agenda/>

Echeverrri, D., Buitrago, L., Montes, F., Mejía, I., y González, M. del P. (2005). CAFÉ PARA CARDIÓLOGOS. *revista colombiana de cardiología, 11(8)*, 357.

<http://www.scielo.org.co/pdf/rcca/v11n8/v11n8a1.pdf>

EDEC. (2017, 30 octubre). *Más de 30 propuestas gastronómicas en el festival “Cuenca entre Sabores”*. Recuperado 1 de octubre de 2023, de <http://www.edec.gob.ec/?q=content/m%C3%A1s-de-30-propuestas-gastron%C3%B3micas-en-el-festival-%E2%80%9Ccuencia-entre-sabores%E2%80%9D>

El Comercio. (24 de marzo de 2019). "Cafés quiteños, una tradición que sobrevive a la modernidad," <https://www.elcomercio.com/tendencias/cafe-quitotradicionesculturagastronomia.html>.

EL SISTEMA TURÍSTICO SEGÚN ROBERTO BULLON - SISTEMA TURÍSTICO. (s. f.).

SISTEMA TURÍSTICO. <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Dasdelsistematur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon>

Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico [EDEC EP]. (2023). *Cuenca Sede de la Gran Feria Gastronómica por el Día Mundial de la Arepa | GAD Municipal de Cuenca.*

<https://www.cuenca.gob.ec/index.php/content/cuenca-sede-de-la-gran-feriagasticaporel-dia-mundial-de-la-arepa>

Falcón, J. P. (2014). Tendencias globales de desarrollo del turismo gastronómico aplicadas al caso de Argentina. *REDMARKA*. <https://doi.org/10.17979/redma.2014.01.012.4816>

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). (2018). Reglamento de Alimentos para Personas con Necesidades Dietéticas Especiales (Ecuador) [PDF]. Recuperado de <https://faolex.fao.org/docs/pdf/ecu186434anx.pdf>

Farfán, G. (2022, 9 agosto). Listado de lugares para comer típico y gourmet en Cuenca. *Ecuador | Noticias | El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/listadodelugares-para-comer-tipico-y-gourmeten-cuenca-nota/>

Fisac Pedrajas, R. (2014). *El mundo del café*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Centro de Publicaciones.

Forum Café. (2008). El café en Sudamérica. *Forum Café*.

https://www.forumdelcafe.com/sites/default/files/biblioteca/f-34_cafe_sudamerica.pdf

Frick, K., Hopkins, R., y Best, S. (2011). "The Economic Impact of a Locally-Owned, Independent Business". *Applied Economic Perspectives and Policy*, 33 (4), 652-666.

Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: La gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24, Article 24. <https://doi.org/10.22235/d.v0i24.1166>

Fusté-Forné, F. (2016, junio). *Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario*.

http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000100001

- García, A., y Martínez, B. (2017). *El papel de las cafeterías como espacios de socialización en la ciudad de Cuenca*. Revista de Sociología Urbana, 14(2), 45-56.
- Garrido-Morgado, A., Moreno-Monroy, A. I., Gutiérrez-Taño, D., y Nieto-García, M. (2018). Turismo gastronómico y destinos urbanos: un análisis empírico en España. Sustainability, 10(12), 4617.
- Gerber, P., Steinfeld, H., Henderson, B., Mottet, A., Opio, C., Dijkman, J., Faluccci, A., & Tempio, G. (2013). Tackling Climate Change Through Livestock: A Global Assessment of emissions and Mitigation opportunities. En *Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) eBooks*. <https://portals.iucn.org/library/node/29403>
- Gómez, M. (2023, 13 abril). ¿Cómo se relacionan la cultura y la gastronomía? | Aprende Institute. *Aprende Institute*. <https://aprende.com/blog/gastronomia/gastronomiainternacional/que-es-laculturagastronomica/>
- Google Maps. (2023). [Cafeterías del Centro Histórico de Cuenca]. Recuperado el 25 de mayo de 2023 de *google maps*. <https://www.google.com.mx/maps/search/Centro+hist%C3%B3rico+de+Cuenca+cafeterias/@-2.8961655,-79.0101173,15z?entry=ttu>
- GRN. (2018, 20 julio). *IMPACTO AMBIENTAL IMPACTOS MEDIO AMBIENTALES | GRN*. <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2016). Estudio de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca. Universidad de Cuenca, 15.
- Guerrero, S., y Pérez, E. (2011). *La Integración De La Oferta Turística A Partir Del Capital Intelectual. Línea*. Consultado, 12.
- Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. (2019). <https://doi.org/10.18111/9789284420995>
- Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., Van Otterdijk, R., y Meybeck, A. (2011). Global Food Losses and Food Waste: Extent, Causes and Prevention. En *FAO eBooks*. <https://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=XF2013001423>
- Hammerschmid, G., y Tschinkel, W. (2015). Cafeterías como atracciones turísticas en Viena. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 9(4), 423-435.
- Hjalager, A.M., y Richards, G. (2002). "El atractivo turístico de los espacios de café". *Journal of Travel Research*

Holt, D., y Littlewood, D. (2015). Identifying, mapping, and monitoring the impact of hybrid firms. *California Management Review*, 57(3), 107-125.

<https://doi.org/10.1525/cmr.2015.57.3.107>

Huamán, C., Cisneros, R., y Granda, W. (2018). El turismo como alternativa para la reducción de la pobreza y desigualdad económica en las áreas rurales del Perú. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 8(1), 1-15.

Jara, M., Ortega, M., y Segarra, P. (2020). *Café y desarrollo económico local en Cuenca, Ecuador*. *Revista Economía y Política*, 10(1), pp. 20-45.

Jaramillo, C., González, P., y Martínez, L. (2019). *Análisis del impacto ambiental de las cafeterías en la ciudad de Cuenca*. *Revista De Investigación Académica*, 1(1), 27-38.

Kim, J.H., Youn, H., & Rao, Y. (2017). "Consumer Patronage of Small Businesses: The Roles of Social Value, Personal Bonding, Satisfaction, and Service Quality". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 116-123.

López, A. B. E., Sánchez, M. D. L. C. M., y Lino, A. C. (2016). Estudio microbiológico (cualitativo y cuantitativo) de superficies inertes que están en contacto con la preparación de alimentos en cafeterías de una universidad pública. *Revista Electrónica Sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*, 3(6).

López, C., y Gómez, D. (2019). *El impacto de las cafeterías en la revitalización del centro histórico de Cuenca*. *Revista de Desarrollo Urbano Sostenible*, 6(1), 23-34.

López, J., Pérez, A., y García, M. (2018). *Evaluación del impacto ambiental de las cafeterías en la ciudad de Cuenca*. *Revista Internacional De Ciencias Ambientales*, 5(2), 53-64.

López, M. (2017). *Las cafeterías en América Latina como espacios de sociabilidad*. Universidad de Buenos Aires.

Martínez, P. (2018). El Café de Etiopía, un Origen con mayúsculas. | ForumCafe. <https://www.forumdelcafe.com/noticias/cafe-etipia-un-origen-mayusculas>

Martínez, R. M. (s/f). Sintesis.com. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771402.pdf>

Mera, F., y Guerrero, F. (2021). *El turismo en Ecuador y su impacto en la economía*. Universidad Internacional SEK.

Merchán, M. (2017). *ESTUDIO DE LAS VARIETADES DE CAFÉ CULTIVADAS EN LA ZONA CÁLIDA DEL AZUAY, PARA LA APLICACIÓN EN MEZCLAS CON LICORES ECUATORIANOS* [Proyecto de Intervención previo a la obtención del título de: "Licenciada en gastronomía y servicio de alimentos y bebidas"]. Universidad de Cuenca.

Merchán, M. C. G., y Castro, E. (2016). La importancia de la gastronomía en el desarrollo del turismo interno en la Ciudad de Cuenca. En *instname:Universidad de Cuenca*.
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24474/1/Tesis.pdf>

MILLER, P. (2018, 10 junio). *La gastronomía típica de Cuenca en sus festividades religiosas*. Revista Cuenca Ilustre - Ecuador. <https://patomiller.wordpress.com/2018/06/10/lagastronomia-tipica-de-cuenca-en-susfestividadesreligiosas/#:~:text=Iualmente%20en%20estas%20fechas%20la,cuales%20se%20disfruta%20estas%20festividades>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). Reglamento de Alimentos y Bebidas [PDF]. Recuperado de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamentodealimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Ministerio de Turismo. (2019). Boletín anual de estadísticas de turismo 2019. <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2019/12/Bolet%C3%ADnAnualdeEstad%C3%ADsticas-de-Turismo-2019.pdf>

Molina, X., Villacrés, D., Cuenca, C., y Torres, D. (2020). Impacto de la pandemia COVID-19 en el turismo de las Islas Galápagos. *Revista Científica Agropecuaria*, 8(1), 69-78. <https://doi.org/10.29260/ram.v8i1.821>

Montecinos, A. (2017, 3 abril). *Turismo gastronómico: efectos socioeconómicos*. CEGAHO BLOG. <https://cegaho.wordpress.com/2017/04/03/turismo-gastronomico-efectossocioeconomicos/#:~:text=Potencia%20el%20desarrollo%20rural%20y,per%20c%C3%A1pit a%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>.

Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place : cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB05296980>
Oñate, F. T. (2018). *DIVERSIDAD GASTRONÓMICA y SU APOORTE a LA IDENTIDAD CULTURAL*. <https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/html/>

Organización Mundial del Turismo. (2021). 2020: El peor año de la historia del Turismo, con 1,000 millones menos de llegadas internacionales. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). Turismo gastronómico: Una herramienta para el desarrollo. Recuperado de <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415415>

Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023). *UNWTO World Tourism Barometer*. Unwto.org. <https://www.unwto.org/es/barometro-del-turismo-mundial-de-la-omt>

Ortega, T. (2022, 6 abril). *¿Qué son los impactos sociales, económicos y ambientales?* ExpokNews. <https://www.expoknews.com/que-son-los-impactos-socialeseconomicosyambientales/>

Ortega-Pacheco, D., y Espinosa-Paredes, G. (2015). *Coffee market and national economy: Evidences from the Ecuadorian context*. *Coffee Science*, 10(2), 204-213. Recuperado de <http://www.coffeescience.ufla.br>

PaguayZhagüi, N. P. (2012). *Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Internacional que Oferta el Cantón Cuenca para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Israel, 2012).

Pappalepore, I., y Smith, A. (2014). *Prosuming Creative Urban Areas. Evidence from East London*. *Annals of Tourism Research*, 44, 227–240. *westminster*. https://www.academia.edu/5717524/Pappalepore_I_Maitland_R_and_Smith_A_2014_Prosuming_creative_urban_areas_Evidence_from_East_London_Annals_of_Tourism_Research_44_227_240

Pazmiño Barreto, P. del R., Sánchez Ayala, M. A., y Ormaza Andrade, J. E. (2023). El turismo como factor de desarrollo económico en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *ConcienciaDigital*, 6(1.3), 97-121.

Pedrajas, R. F. (2014). *El Mundo del café*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Centro de Publicaciones.

Pérez, E. (2018). *Competencia y supervivencia en el mercado de las cafeterías en Cuenca*. *Revista de Economía y Negocios*, 12(2), 67-78.

Pinos, I., y Romero, T. (2018). *Análisis del auge de las cafeterías en Cuenca*. Universidad del Azuay.

Pucuji Chillagana, M. C. (2020). *Análisis del sistema turístico y su interacción, en el Cantón Saquisilí (Provincia de Cotopaxi) (Bachelor's thesis)*. UCE.

Quiroz, N. (2008). *Food and the City: Gastronomy and Urban Design in Cuenca*. *Studies in Latin American Popular Culture*, 27, 35-57.

Quiroz, P., y Blum, M. (2019). Las cadenas de café en América Latina. ¿Un modelo de desarrollo sostenible?. *Revista Perspectivas de Políticas Públicas*, 12(25), 141-158.

Rodríguez, M. (2013). Características de la oferta y la demanda turísticas. Recuperado de: <https://aulasvirtuales.wordpress.com>.

Samgar, A. (2022, 4 agosto). Categorías de Bares y Cafeterías. *Emprender en hostelería*. Epos Now. <https://www.eposnow.com/es/contenidos/categorias-de-bares-y-cafeterias/>

Sanahuja, A. B., Sanahuja, A. B., y Sanahuja, A. B. (2022, 6 abril). ¿Qué impacto ambiental tiene el desperdicio de alimentos? *El País*.

<https://elpais.com/ciencia/lascientificasresponden/2022-04-06/que-impacto-ambiental-tiene-el-desperdicio-de-alimentos.html>

Sancho, A. (1994). *Introducción al Turismo*.

<http://www.utntyh.com/wpcontent/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Santamaría-Freire, E. J., y de los Angeles López-Pérez, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista venezolana de gerencia*, 24(86), 417-434.

Serrano, A. L., Farfán, M. E., Rodas-Pesantez, J. E., y Villafuerte-Pucha, E. (2020). Análisis del sistema turístico de tres ciudades patrimoniales de América, Cuenca, Cusco y Puebla. *Universidad-Verdad*, 76, 86–105. <https://doi.org/10.33324/uv.vi76.270>

Socatelli Porras, M. (2015). Mercadeo aplicado al turismo: La comercialización de servicios, productos y destinos turísticos sostenibles (No. 338.4791 S678m). EUNED,.

Sócola, C. J. A., Vásquez, J. M. G., y Iñiguez, M. P. C. (2020). *Análisis de la potencialidad turística e interacción del sistema turístico de la parroquia Tendales, cantón El Guabo*.

Tandazo, A. (2014). Cinco razones para visitar Cuenca. *es.linkedin.com*.

<https://es.linkedin.com/pulse/20140901132249-27090234-cinco-razonesparavisitarcuenca#:~:text=La%20arquitectura%2C%20el%20arte%2C%20la,perfecto%20par%20a%20reco%20rrer%20y%20descubrir>.

Thompson, C. J., y Arsel, Z. (2004). The Starbucks Brandscape and consumers' (Anticorporate) experiences of glocalization. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 631-642. <https://doi.org/10.1086/425098>

Tinoco, O. (2003). LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN EL PERÚ. *Industrial data*, 6(1), 047. <https://doi.org/10.15381/idata.v6i1.5982>

Torres, R. A. (2017). Las cafeterías y su papel en la cultura urbana de América Latina. *Revista Cultura Latinoamericana*, 25(1), 45-62.

Torres, R. M. (2002). Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: tourist food consumption and preferences. *Tourism Geographies*, 4(3), 282306. <https://doi.org/10.1080/14616680210147436>

Tripadvisor. (2023). LOS 10 MEJORES cafeterías en Cuenca - actualizado en mayo de 2023 https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g294309-c8-Cuenca_Azuay_Province.html

Turismo Gastronómico | OMT. (2021). Recuperado 31 de mayo de 2023, de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/354>

Turismo gastronómico, OMT. (s.f.). Recuperado de <https://www.unwto.org/es/turismogastronomico>

Universidad de Turku. (2019). "Exploring the Role of Cafés in Gastronomic Tourism Development: A Case Study from Southwest Finland". Recuperado de <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/168421/Turun+yliopiston+julkaisuja++Annales+Turkuensis+Ser.+B+%2B+Humaniora+448.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Universidad Politécnica Salesiana de Cuenca. (2018). Estudio del impacto ambiental de las cafeterías en la ciudad de Cuenca.

Valencia, V., y Bravo, R. (2016). *Cultivo orgánico de café en Ecuador*. Universidad Politécnica Salesiana.

Varisco, C., y Benseny, G. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. En G. Benseny (Ed.), *Gestores costeros. De la teoría a la práctica: una aplicación en áreas litorales* (pp. 63–78). Universidad Nacional de Mar del Plata.

Vending, A. (2023). Turismo gastronómico: Prueba el mejor café. *Azkoyen Vending*. <https://azkoyenvending.es/noticias/turismo-gastronomico-prueba-el-mejor-cafe/>

Venegas, S., Orellana, D., y Pérez, P. (2018). La realidad Ecuatoriana en la producción de café. *Revista Científica Mundo de la investigación y el conocimiento*, 2(2), 72-91.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/2.\(2\).2018.24-44](https://doi.org/10.26820/recimundo/2.(2).2018.24-44)

Vivanco, F. (2021, 29 enero). Turismo gastronómico. Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado 30 de julio de 2023, de <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/#:~:text=La%20importancia%20del%20turismo%20Gastron%C3%B3mico,%20C%20costumbres%20rituales%20y%20sabores>

Zaquinaula, M. A. A. (2017). Propuesta De Un Modelo Alternativo De Funcionamiento Del Sistema Turístico. *European scientific journal*, 13(17), 340.

<https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n17p340>

Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA26865679>

Anexos

Anexo A. Diseño aprobado por el Consejo Directivo

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE GASTRONOMÍA



**LAS CAFETERÍAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA Y SU
INFLUENCIA EN EL TURISMO GASTRONÓMICO**

Línea de investigación:

Turismo y Patrimonio Cultural

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de: Licenciado
en Gastronomía y servicios de alimentos y bebidas.**

TUTOR:

Mg. Cristina Barzallo

AUTORES:

CLAUDIO FERNANDO PALADINES LÓPEZ

ARIEL ARMANDO PINEDA GOMEZ

CUENCA, FEBRERO 2023



1. Título del proyecto de investigación

Las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico.

2. Nombre de los estudiantes

Claudio Fernando Paladines López fernando.paladines@ucuenca.edu.ec

Ariel Armando Pineda Gómez ariel.pineda@ucuenca.edu.ec

3. Resumen del proyecto de investigación

En el presente proyecto de investigación se analizará la influencia que tiene la oferta gastronómica de las cafeterías que funcionan en el Centro Histórico de Cuenca, en las prácticas relacionadas al turismo gastronómico.

La oferta gastronómica en Cuenca ha tenido un gran crecimiento en los últimos años, y las cafeterías son parte importante de ella. Según el Catastro Turístico de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, a junio de 2022, existen registrados en el área urbana de la ciudad, 357 establecimientos dentro de la categoría Alimentos y Bebidas, dentro de ellos las cafeterías (*Portal Servicios MINTUR, 2023*).

En este documento se puede observar que la mayor concentración de establecimientos está en el Centro Histórico de la ciudad, dato particularmente interesante para este estudio, pues al ser la zona turística más importante de la ciudad, lo que en ella se muestre influirá en la imagen gastronómica que los visitantes se lleven.

El interés que representa el consumo gastronómico en los visitantes de la ciudad,

Dentro de los establecimientos gastronómicos de la ciudad, las cafeterías han tenido gran relevancia en los últimos años, esto es fácilmente notable

en la distribución geográfica que tienen, la gran afluencia de visitantes que reciben, e incluso en la cantidad de publicaciones que se difunden en redes sociales. En ellas se puede notar una oferta gastronómica diversa y que no resalta la gastronomía local y sus tradiciones, por tanto, es importante analizar esta situación, ya que, únicamente desde el conocimiento se puede evitar que la gastronomía local quede desplazada y no se valore.

Para cumplir con los objetivos de esta investigación, es necesario un enfoque cualitativo y cuantitativo, que, mediante revisión de literatura, trabajo de campo y entrevistas, determine cómo la oferta gastronómica de las cafeterías del territorio de estudio, influyen en el sector turístico.

Palabras clave: Cafeterías, Turismo gastronómico, Centro Histórico de Cuenca

4. Planteamiento del proyecto de investigación

Esta investigación se basa en el análisis del turismo gastronómico específicamente dentro de las cafeterías ubicadas en el Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca, teniendo en cuenta que el turismo gastronómico es una de las tipologías más importantes actualmente según la OMT, por la cantidad de beneficios que trae a los destinos turísticos y a las comunidades.

En la ciudad, existen muchos estudios sobre la gastronomía local así como estrategias para su conservación, pero ninguno sobre la oferta gastronómica que estos establecimientos tienen, y que son la pieza clave ante la demanda del visitante y la imagen que se lleva de la ciudad. Existen muchas iniciativas a nivel internacional por difundir la gastronomía local, esto da valor a la historia, los productos, las técnicas y hasta los procesos representativos que tiene la gastronomía como elemento ícono de cultura de un lugar.

tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede incluir otro tipo de actividades como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina". (Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center, 2019, 8)

"La importancia del turismo Gastronómico es excepcional dado que es una de las mejores formas de conocer un destino a la par que aprendemos sobre diversas cuestiones que dan origen a las más variadas formas de consumir alimentos, su historia, tradiciones, costumbres, rituales y sabores."(Akyuz, B. G. 2022).

Así mismo ofrecemos experiencias no sólo culinarias sino también recreativas y culturales que harán a nuestros países más atractivos para turistas tanto locales y nacionales como extranjeros.

"La experiencia que se pretende brindar a los turistas no es solo de degustar un plato típico sino darle la oportunidad de que conozca de donde provienen los alimentos y cuál es la preparación que se le da a cada alimento para lograr una armonía en el plato, dándole más interacción, experiencia y calidad a la estadía del visitante". (Díaz Salcedo y Santos Tomás, 2015)

"La gastronomía es un elemento que puede contribuir favorablemente a la sostenibilidad turística del territorio en sus tres dimensiones: ambiental, socio cultural y económica. Incorporar la gastronomía como atractivo turístico favorece la recuperación, conservación y mantenimiento de productos, elaboraciones y tradiciones culinarias. Por lo tanto, tiene una repercusión positiva en el cultivo de determinados productos, así como en la conservación del patrimonio cultural del territorio". (Pla, 2020)

"El turismo es un fenómeno económico y social que determina que la gastronomía es un factor que engloba el turismo y es a su vez una parte fundamental en el desarrollo de los ejes económicos de una nación, es por ello





que a través del tiempo el turismo se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico a nivel mundial". (Sabando, M., y Jamileth, D. 2021)

Según (Consumoteca 2018, agosto 26), nos dice que: "Las cafeterías son establecimientos en los que se sirven al público, mediante precio, platos fríos y calientes, simples o combinados, además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, principalmente en la barra o mostrador y a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto el establecimiento".

"Las cafeterías corresponden a aquellos establecimientos que presten servicios de platos combinados y/o bebida a cualquier hora, dentro de las que permanezcan abiertos, y que no precisarán ser ofrecidos en comedor independiente". (Cámara Zaragoza, 2008, 2). No obstante, en la cafetería también suelen tener a disposición algunos acompañantes para las bebidas que se ofertan en el establecimiento, es decir, comidas ya sean saladas o postres.

"Las cafeterías entran dentro de la categoría de establecimientos turísticos (también se les conoce como servicio turístico de restauración) junto con bares y restaurantes. Estos incluyen cualquier «*actividad orientada al suministro de comidas o bebidas para ser consumidas en el propio local o en áreas anejas (terrazas, jardines, patios interiores y similares) o, en establecimientos abiertos al público en general*» y que tienen que cumplir unos requisitos de infraestructura, servicios, equipamiento y otras características que vamos a ver a continuación". (Tamames, s.f.)

Es importante reconocer que la ciudad de Cuenca, al ser Patrimonio Cultural de la Humanidad, requiere del reconocimiento de la oferta y la demanda de productos locales para la puesta en valor del patrimonio y gastronomía local.

"El Centro Histórico de Cuenca tiene una superficie total que suma 224 hectáreas y está en las calles Bolívar, E. Toral, Lamar, B. Malo, Sangurima, Hermano Miguel, G. Colombia, Huayna Cápac, Sucre, M. Vega, Todos los Santos. Parroquia Gil Ramírez Dávalos y Parroquia El Sagrario. El Centro Histórico, tiene áreas especiales de manejo que se alejan de los alrededores de la Plaza Central o Parque Calderón. Allí, predomina la arquitectura de característica popular y son sectores que constituyen accesos importantes hacia la ciudad. El recorrido por el Centro Histórico, con seguridad, llevará a los visitantes a la esquina de las calles Bolívar y Benigno Malo". (Anónimo, s.f)

"La gastronomía local es un movimiento de personas que prefieren comer alimentos que se cultivan o cultivan relativamente cerca de los lugares de venta y preparación. Los movimientos locales de alimentos tienen como objetivo conectar a los productores de alimentos y los consumidores de alimentos en la misma región geográfica, para desarrollar redes de alimentos más autosuficientes y resilientes; mejorar las economías locales; o para afectar la salud, el medio ambiente, la comunidad o la sociedad de un lugar en particular. El término también se ha ampliado para incluir no solo la ubicación geográfica del proveedor y el consumidor, sino que también puede ser <<definido en términos de características sociales y de cadena de suministro>>. Por ejemplo, las iniciativas locales de alimentos a menudo promueven prácticas agrícolas sociables y orgánicas, aunque estas no están explícitamente relacionadas con la proximidad geográfica del productor y el consumidor". (Hisour, s.f.)

"La importancia de la gastronomía de cada una de las regiones del mundo radica en que nos habla de la cultura de cada uno de los pueblos a los que pertenece; y es que la gastronomía, además de proporcionarnos sabores deliciosos y platos únicos, puede hablarnos de forma indirecta sobre costumbres y estilo de vida". (Anónimo, 2014)



Del mismo modo, los turistas son los más interesados en conocer la gastronomía de la ciudad o país al que acuden, con el fin de aprender su cultura y tradición por medio de la gastronomía, cabe recalcar que, la identidad de la ciudad quedará impregnada en el turista según la oferta gastronómica. Sin embargo, algunas de las cafeterías o establecimientos gastronómicos, hacen caso omiso, y dan realce a la gastronomía internacional, con el propósito de llamar la atención de sus comensales, sin darse cuenta que lo que transmiten es una cultura errónea de la ciudad.

La gastronomía azuaya es muy variada pues se ha observado que en algunas cafeterías aún se ofertan una gran variedad de envueltos, así como también usan productos locales como lo es el plátano verde que se lo emplea en la realización de bolones o tigrillos, de igual forma bebidas tradicionales como lo es el morocho, chocolate e infusiones que aportan un realce a la gastronomía local logrando dar a conocer un poco de las tradiciones y cultura de la Ciudad de Cuenca.

6. Objetivos, metas, transferencia de resultados e impactos

Objetivo general

Identificar la influencia que tiene la oferta gastronómica de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, en el turismo gastronómico.

Objetivos específicos

1. Actualizar el Catastro Turístico de la ciudad de Cuenca, en relación a las cafeterías del Centro Histórico.
2. Conocer las dinámicas de la oferta y la demanda turística, alrededor de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.
3. Analizar la influencia de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca, en relación a la imagen que se lleva el visitante.

Metas

Analizar la influencia que tiene la oferta gastronómica de las cafeterías que funcionan en el Centro Histórico de Cuenca, en relación al turismo gastronómico.

Transferencia de resultados

Los resultados de este estudio se darán a conocer en el Repositorio Institucional de la Universidad de Cuenca. Del mismo modo, será entregado a la Fundación Turismo para Cuenca, como guía actualizada a su Catastro turístico, y como información a considerar para la toma de decisiones.

Impactos

Esta investigación tendrá un impacto cultural, debido a que los resultados obtenidos mostrarán la influencia que tienen las cafeterías en las actividades turísticas y gastronómicas de la ciudad, al dar a conocer la oferta local, y así ser consumida por los turistas, estos se lleven una idea de lo que es la gastronomía y cultura de la Ciudad de Cuenca, y por consiguiente, más turistas de forma directa o indirecta, se llevarían un concepto más acertado de nuestra gastronomía.

Técnicas de trabajo

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos, se requiere técnicas cualitativas y cuantitativas.

Para el cumplimiento del objetivo 1, se requiere trabajo de campo para la identificación de las cafeterías, tanto en su ubicación, cuanto en su funcionamiento. Esto, con base en el Catastro Turístico de la Ciudad de Cuenca del año 2022, proporcionado en febrero de 2023 por la Fundación Turismo para Cuenca.

Para el objetivo 2, se visitarán las cafeterías identificadas para revisar la oferta gastronómica en su carta, y para aplicar una encuesta al dueño o



persona encargada del establecimiento, a fin de conocer la razón de la oferta gastronómica, los gustos, frecuencias y tipologías de sus visitantes.

Con la tabulación de los resultados de las encuestas realizadas en el objetivo 2, y la revisión bibliográfica del objetivo 1, se desarrollará el objetivo 3, esto permitirá determinar con datos estadísticos, la influencia que tiene la oferta gastronómica de las cafeterías del Centro Histórico de en relación a la imagen que se lleva el visitante, frente al valor de reconocer la valiosa gastronomía local.

7. Bibliografía

Anónimo. (2014, 11 29). *Importancia de la gastronomía*. Importancia una guía te ayuda. Recuperado 02 20, 2023, de

<https://www.importancia.org/gastronomia.php>

Anónimo. (s/f). GoRaymi. Recuperado el 22 de febrero de 2023, de

<https://www.goraymi.com/es-ec/azuay/cuenca/calles-barrios/centro-historico-cuenca-a7c99d163>

Akyuz, B. G. (2022). *Turismo Gastronomico; Motivacao, Imagem Alimentar e Intencao de Viajar*. Edicoes Nosso Conhecimento.

Cámara Zaragoza. (2008). *Guía de trámites y requisitos para la puesta en marcha de: CAFETERIAS*. Cámara Zaragoza.

<https://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Cafeteria.pdf>

Catastro Turístico - Portal Servicios MINTUR. (s.f.). Portal Servicios MINTUR. Recuperado Febrero 17, 2023, de

<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico>

Consumoteca. (2018, agosto 26). *Tipos de cafeterías y derechos de los usuarios*. Consumoteca. <https://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/tipos-de-cafeterias/>

Díaz Salcedo, J. J., & Pabón Méndez, A. D. (2015, September 16). *El turismo gastronómico es la mejor forma de conocer un país*. Eumed.net. Recuperado Febrero 18, 2023, de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/09/gastronomia.html>

Díaz Salcedo, J. J., & Santos Tomás, A. D. (2015). *Turismo gastronómico*. Caribeña de Ciencias Sociales. Recuperado Febrero 20, 2023, de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/09/gastronomia.html>

Hisour. (s.f.). *Comida local*. HiSoUR. Recuperado Febrero 18, 2023, de <https://www.hisour.com/es/local-food-40373/>

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. UNTWO, 50. <https://doi.org/10.18111/9789284420995>.



Pla, E. (2020, Marzo 2). *La cocina local como motor turístico y económico sostenible*. The Conversation. Recuperado Febrero 18, 2023, de <https://theconversation.com/la-cocina-local-como-motor-turistico-y-economico-sostenible-131870>

Sabando, M., y Jamileth, D. (2021). *Análisis del turismo gastronómico y su incidencia en la economía en el cantón Quevedo, año 2021*.

BABAHOYO: UTB, 2021.

Tamames, E. (s.f.). *Qué es una cafetería*. Consumoteca.com.

Recuperado Febrero 21, 2023, de

<https://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/cafeteria/>

8. Talento humano

Las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico.

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	4 horas mensuales por 6 meses (24 horas a \$12,50 cada hora)	300,00
Fernando Paladines	20 horas semanales por 6 meses (120 horas a \$2,66 cada hora)	319,20
Ariel Pineda	20 horas semanales por 6 meses (120 horas a \$2,66 cada hora)	319,20
Total		938,40

Fuente: (Manual para trabajos de titulación, 2016)

Autores: (Claudio Fernando Paladines López, Ariel Armando Pineda Gómez)

9. Recursos materiales

Las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico.

Cantidad	Rubro	Valor \$
1	Laptop	400,00
2	Cuadernos	2,00
2	Esfero azul	0,90
300	Impresiones	30,00
TOTAL		432,90

Fuente: (Manual para trabajos de titulación, 2016)

Autores: (Claudio Fernando Paladines López, Ariel Armando Pineda Gómez)

10. Cronograma de actividades

Las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico.

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Trabajo de campo	X	X	X	X								
2. Recolección y organización de la información					X	X						



3. Discusión y análisis de la información								X	X								
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos																x	x
5. Redacción del trabajo																	x
6. Revisión final																	X

Fuente: (Manual para trabajos de titulación, 2016)

Autores: (Claudio Fernando Paladines López, Ariel Armando Pineda Gómez)

11. Presupuesto

Las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico.

Concepto	Aporte de los estudiantes \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Talento humano			
Investigadores	638,40	300,00	938,40
Gestión de movilización			135,00
Transporte	60,00		
Subsistencias	75,00		
Gastos de la investigación			

Bibliografía	20,00		54,90
Internet	30,00		
Materiales de escritorio	4,90		
Equipos, laboratorios y maquinaria			400,00
Computador y accesorios.	400,00		
Otros			
Total			1.528,30

Fuente: (Manual para trabajos de titulación, 2016)

Autores: (Claudio Fernando Paladines López, Ariel Armando Pineda Gómez)

12. Esquema

Contenido

Índice

Resumen.....

Abstract.....

Agradecimientos.....

Dedicatoria

Introducción.....

Capítulo I

1. Localización geográfica de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.

1.1 Las cafeterías: generalidades

1.2 El turismo gastronómico y las cafeterías

1.3 Actualización del Catastro Turístico: las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca



Capítulo II

2. La oferta y la demanda turística en las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.

2.1 Características de la oferta

2.2 Características de la demanda

2.3 Análisis de las entrevistas: dinámica de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca

Capítulo III

3. Influencia de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca

3.1 Gastronomía local y el interés turístico.

3.2 Impacto económico

3.3 Impacto sociocultural

3.4 Impacto ambiental

3.5 Impacto en la imagen del destino

Conclusiones.....

Bibliografía.....

13. Anexos

Anexo B. Formato de las entrevistas realizadas

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Gastronomía

Entrevista para recabar información sobre las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca y su influencia en el turismo gastronómico*

Nombre del establecimiento			
Dirección			
Nombre del entrevistado/a			
Cargo que desempeña en el establecimiento			
Tiene sucursales	Si (¿cuántas?)		No
Año de apertura			

Objetivo 1. Conocer la dinámica de la oferta y la demanda turística, alrededor de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca.

1. ¿Qué tipo de menú ofrece el establecimiento?
2. ¿Qué tipo de clientes tiene el establecimiento?
3. Entre sus clientes, ¿hay turistas o vistantes? ¿Qué día frecuentan?

Si _____ No _____

Si su respuesta es Sí, complete el siguiente cuadro:

Edad	Género	Horario	Días más conc urridos
10 promedio			Lunes
- 20			

20	35	M	Mañana	Marte
-				
35	50			Miércoles
-				
50	65	F	Tarde	Jueves
-				
65	80			Viernes
-				
				Sábado
80 o más	Otros	Noche		Domingo

4. En promedio, ¿cuánto gasta un cliente en su establecimiento?
5. ¿Tiene clientes frecuentes? Descríbalos
6. ¿Qué métodos o estrategias utiliza para captar clientes?
7. ¿Cuáles son los productos que se venden con mayor frecuencia en el establecimiento?
8. Si su empresa vende productos terminados, ¿en qué momento se realiza esta venta?
 - a. Antes del consumo de su oferta
 - b. Durante el consumo de su oferta
 - c. Después del consumo de su oferta (pedido posterior)

Objetivo 2. Analizar la influencia de las cafeterías del Centro Histórico de Cuenca en relación a la imagen que se lleva el visitante

1. El menú que ofrece su establecimiento, ¿tiene gastronomía ecuatoriana?
Si _____ (describa) No_____
2. En relación al establecimiento y su oferta, ¿qué es lo que más les gusta a sus clientes?
3. ¿Cuántos empleados tiene su empresa en las siguientes modalidades?
 - a. Tiempo parcial:
 - b. Medio tiempo:
 - c. Tiempo completo:
4. Si su empresa contrata personal extra, señale en qué ocasiones lo hace:
 - a. Fines de semana
 - b. Feriados
 - c. Por temporadas específicas
 - d. Otros (detalle)

5. Describa quienes son sus proveedores

	<u>Locales</u>	<u>Nacionales</u>	<u>Internacionales</u>
Alimentos y bebidas (materia prima en general)			
Equipos e insumos			
Mobiliario y complementos			
Servicios (contabilidad, marketing, transporte, etc.)			

6. ¿Qué opina usted de tener a turistas gastronómicos en Cuenca?

* Investigación realizada por los estudiantes: Ariel Armando Pineda Gómez y Claudio Fernando Paladines López, bajo la tutoría de la Mg. Cristina Barzallo.

Anexo C. Oficio otorgado por la directora de carrera de Gastronomía

MARLENE DEL CISNE JARAMILLO GRANDA
DIRECTORA DEL PROGRAMA DE LA CARRERA DE GASTRONOMÍA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD DE LA
UNIVERSIDAD DE CUENCA

DA FE que los estudiantes de la Carrera de Gastronomía de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca: Claudio Fernando Paladines López y Ariel Armando Pineda Gómez, se encuentran trabajando su trabajo de titulación "LAS CAFETERÍAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA Y SU INFLUENCIA EN EL TURISMO GASTRONÓMICO" por lo que necesitan de su ayuda y colaboración para realizar entrevistas a los directivos del negocio.

Ruego acoger esta petición para que los jóvenes puedan culminar su trabajo :

Por la acogida que dé a la presente, anticipo mi agradecimiento


Marlene Jaramillo Granda



Cuenca, 28 de junio del 2023