



Título del trabajo:

EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD COMO UNA NUEVA OPORTUNIDAD DE TURISMO
GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Línea de la investigación

Turismo, hospitalidad y patrimonio

Modalidad de Titulación

Proyecto de investigación

Nombre de la Carrera

Licenciatura en Hospitalidad y Hotelería

Título a obtener

Licenciada en Hospitalidad y Hotelería

Nombre del Autor

Melisse Steffh Faustos Cabello

Nombre del Tutor

Mgtr. Shirley Vanessa Flores Quimi

Samborondón, 2023

AGRADECIMIENTO

A lo largo de esta travesía, su apoyo incondicional ha sido mi mayor fortaleza y motivo de agradecimiento.

A mi amado padre, Ney Faustos Rodríguez, quiero expresar mi profunda gratitud por el sacrificio y esfuerzo que ha dedicado para brindarme mi educación universitaria. Su respaldo ha sido fundamental para que pueda perseguir mis sueños académicos, y por ello, les estoy eternamente agradecida.

A mi querido abuelito Filiberto, quiero agradecerle por ser mi guía constante y por ayudarme a superar cada obstáculo que se presentó en mi camino. Tu apoyo inquebrantable y tu presencia constante han sido un faro que iluminó mis días más oscuros.

A mi tía Rocío Faustos, mi apoyo incondicional, te agradezco de corazón por desempeñar el papel esencial de una figura materna en mi vida. Tu aliento, cariño y consejos han sido fundamentales en mi desarrollo académico y personal.

A Gonzalo López-Barranco, agradezco sinceramente tu valioso apoyo durante mi proceso de intercambio. Sin tu guía y colaboración, este año tan crucial en mi trayectoria académica no habría sido posible, y no estaría a punto de graduarme.

A todos aquellos que fueron parte integral de mi experiencia universitaria, agradezco sus enseñanzas, colaboración y apoyo. Cada uno de ustedes ha dejado una marca indeleble en mi viaje académico, y estoy agradecida por la contribución invaluable que han hecho a mi formación.

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS



ANEXO N°15

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado SHIRLEY VANESSA FLORES QUIMI, tutor del trabajo de titulación "EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD COMO UNA NUEVA OPORTUNIDAD DE TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL" elaborado por MELISSE STEFFH FAUSTOS CABELLO, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Hospitalidad y Hotelería.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias del 3% mismo que se puede verificar en el siguiente print de pantalla:

The screenshot shows a plagiarism analysis report for the document 'Melisse Faustos'. The report indicates a 3% similarity rate, categorized as 'Textos sospechosos'. It lists three sources of similarity: 2% from 'Cerditas', 1% from 'Albano no reconocido', and 0% from 'Textos potencialmente generados por la IA'. The document details include: Nombre del documento: Melisse Faustos.docx; ID del documento: ead6a246270f46535ea767a36af0253a24622a; Tamaño del documento original: 4.14 MB; Depositante: SHIRLEY VANESSA FLORES QUIMI; Fecha de depósito: 1/12/2023; Tipo de carga: Interface; Fecha de fin de análisis: 1/12/2023; Número de palabras: 15.181; Número de caracteres: 123.749.

FIRMA DEL TUTOR
SHIRLEY VANESSA FLORES QUIMI, MGTR.

CERTIFICADO DE REVISIÓN FINAL



ANEXO N° 14

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Samborondón, 30 de noviembre de 2023

Magíster
Ana María Gallardo Cornejo
Decana de la Facultad
Estudios Globales y Hospitalidad
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD COMO UNA NUEVA OPORTUNIDAD DE TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación. Por lo que se autoriza a: **Faustos Cabello Melisse Steffh**, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,

Mgtr., Shirley Vanessa Flores Quimi

Tutora

RESUMEN

La propuesta para promover el consumo del café de especialidad en Guayaquil se constituye como una respuesta estratégica a la creciente atracción hacia este producto en la ciudad. A través de la implementación de diversas iniciativas, la propuesta aborda desafíos tanto internos como externos, reconociendo la necesidad de superar barreras de conocimiento y competir con opciones más tradicionales. La estrategia delineada no solo busca aumentar el consumo local, sino que también aspira a integrar el café de especialidad en la oferta turística de Guayaquil, capitalizando así un segmento de mercado que busca experiencias gastronómicas auténticas.

La clave es ejecutar de manera efectiva las acciones propuestas, desde eventos educativos y colaborativos, alianzas estratégicas con actores clave en la industria turística y gastronómica. La presencia destacada en redes sociales, junto con la integración del café de especialidad en eventos culturales y ferias, contribuirá a consolidar su posición como un elemento distintivo de Guayaquil. La colaboración con hoteles, restaurantes y agencias de viajes complementa la estrategia, ampliando la presencia del café de especialidad en diversos puntos de contacto con los residentes y visitantes. En última instancia, la propuesta no solo busca transformar la percepción del café de especialidad, sino también contribuir al desarrollo económico y cultural de Guayaquil.

Palabras clave: Café, especialidad, turismo, gastronomía, estrategia

ABSTRACT

The proposal to promote the consumption of specialty coffee in Guayaquil stands as a strategic response to the growing attraction towards this product in the city. Through the implementation of various initiatives, the proposal addresses both internal and external challenges, recognizing the need to overcome knowledge barriers and compete with more traditional options. The outlined strategy not only seeks to increase local consumption, but also aspires to integrate specialty coffee into Guayaquil's tourist offer, thus capitalizing on a market segment that seeks authentic gastronomic experiences.

The key is to effectively execute the proposed actions, from educational and collaborative events, strategic alliances with key actors in the tourism and gastronomic industry. The prominent presence on social networks, along with the integration of specialty coffee in cultural events and fairs, will contribute to consolidating its position as a distinctive element of Guayaquil. Collaboration with hotels, restaurants and travel agencies complements the strategy, expanding the presence of specialty coffee at various points of contact with residents and visitors. Ultimately, the proposal not only seeks to transform the perception of specialty coffee, but also contribute to the economic and cultural development of Guayaquil.

Keywords: Coffee, specialty, tourism, gastronomy, strategy

INDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	I
CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS	II
CERTIFICADO DE REVISIÓN FINAL	III
RESUMEN.....	IV
INDICE DE CONTENIDOS.....	VI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I:.....	3
MARCO TEÓRICO	3
1.1 ORIGEN DEL CAFÉ	4
1.1.1. Historia del Café de Especialidad	4
1.1.2 Definición y características del café de especialidad.....	5
1.1.3 Características distintivas del café de especialidad:	5
1.1.4 Características	5
1.1.5 Criterios de calidad según SCA	8
1.1.6 Métodos de preparación.....	9
1.1.7 Importancia de la formación del barista.....	10
1.2 CAMBIO EN LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR	11
1.3 IMPACTO DEL CAFÉ DE ESPECIALIDAD EN EL TURISMO	12
1.4 CAFÉS ESPECIALES EN MEDELLÍN	13
1.4.1 Estudio de factibilidad y experiencias únicas	13
1.5 TURISMO GASTRONÓMICO	14
1.5.1 Definición de turismo gastronómico.....	14
1.5.2 Desarrollo del turismo gastronómico en otros países	15

1.6	PRINCIPALES ATRACTIVOS Y PRODUCTOS CULINARIOS DE LA REGIÓN.....	16
1.6.1	Guayaquil: Destino turístico emergente.....	16
1.7	MERCADO Y CONSUMO DE CAFÉ	19
1.7.1	Tendencias actuales en el consumo de café.....	19
1.7.2	Desarrollo de la cultura del café en el país	20
1.7.3	Beneficios económicos y sociales que puede generar esta nueva oportunidad ...	21
1.8	CASO DE ÉXITO	22
1.8.1	Factores de éxito:	23
1.8.2	Impacto:	23
1.8.3	Lecciones aprendidas:	24
CAPÍTULO II:		25
METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN		25
2.1	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	26
2.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
2.3	PERIODO Y LUGAR EN DONDE SE REALIZA LA INVESTIGACIÓN.....	27
2.4	UNIVERSO Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN	27
2.5	DEFINICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LAS PRINCIPALES VARIABLES INCLUIDAS EN EL ESTUDIO.	28
	Entrevistas a profesionales del café	29
	Encuestas a consumidores.....	29
2.6	MÉTODOS EMPLEADOS.....	29
2.7	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	30
CAPÍTULO III:		31
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		31

3.1	ENCUESTA.....	32
3.1.1	Introducción a encuesta.....	32
3.1.2	Preguntas y análisis.....	32
3.1.3	Conclusiones:.....	47
3.2	ENTREVISTA	48
3.2.1	Introducción a entrevista.....	48
3.2.2	Resumen de entrevistas.....	48
3.2.3	Interpretación de entrevista.....	52
	CAPÍTULO IV:.....	56
	PROPUESTA	56
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA	57
4.1.1	Antecedentes	57
4.1.2	Objetivo general de la propuesta.....	58
4.1.3	Objetivo específico	58
4.1.4	Justificación de la propuesta	58
4.2	PLAN ESTRATÉGICO	59
4.2.1	Asignación de roles y responsabilidades	59
4.2.2	Planificación de cronograma de plan logístico	63
4.2.3	Planificación de cronograma de actividades.....	64
4.2.4	Feria para integración	65
	CONCLUSIONES.....	66
	RECOMENDACIONES	67
	BIBLIOGRAFIA.....	68
	ANEXO	74

1.	ENTREVISTAS COMPLETAS	74
1.1	Transcripción de Entrevistado # 1: Juan Begue.....	74
1.2.	Transcripción Entrevistado # 2 : Mario Idrovo.....	77
1.3	Transcripción Entrevistado # 3 : Ena Idrovo	81
1.4	Transcripción Entrevistado # 4 : Steven Espinoza	83
1	FOTOS DE ENTREVISTAS	87
2	FORMULARIO DE ENCUESTAS.....	88

INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico, según la perspectiva de (Millán & Agudo, 2010) implica que los individuos seleccionan destinos específicos debido a su interés en la culinaria local, la búsqueda de experiencias novedosas o el interés en los productos agroalimentarios distintivos del lugar. (Torres Bernier, 2023) diferencia dos categorías de turistas: aquellos que integran la alimentación como parte de su viaje y aquellos para quienes la experiencia culinaria es el propósito principal de su viaje. (Ascanio, 2009) ve la gastronomía como una transformación culinaria regional que realza la experiencia turística, facilitando la entrega única de una experiencia gastronómica y placentera a los turistas.

En este contexto, se considera la evolución del café como una oportunidad emergente en el turismo (Satlari, 2010), destaca que las distintas olas del café representan la progresión en la calidad del café, las técnicas de preparación, el desarrollo industrial, la cultura de los consumidores y las estrategias comerciales. La tercera ola se atribuye a los avances tecnológicos y a la demanda emergente. En esta etapa, los consumidores han adquirido la capacidad de apreciar profundamente esta bebida, gracias a la disponibilidad del equipamiento utilizado en su elaboración y la diversidad de sabores presentes en las diversas variedades de granos, además del apoyo extendido a los agricultores de menor escala.

En la actualidad, múltiples naciones fomentan el desarrollo del café de especialidad de manera significativa, reconociéndolo como la tercera ola evolutiva del café. Países como Colombia, Brasil y México capitalizan el crecimiento de la industria cafetera como una oportunidad dentro del sector turístico, ya sea a través del enfoque rural o culinario. La gastronomía local no solo refleja la identidad cultural, sino que también puede convertirse en

productos turísticos distintivos, aumentando el valor intrínseco del destino y del producto en sí mismo. (Barrera & Bringas, 2008)

El perfil del consumidor actual busca experiencias culinarias, mantenerse saludable y generar una demanda sostenible y libre de crueldad. Este cambio en el perfil del consumidor contribuye al crecimiento sostenido de la industria del café de especialidad en Ecuador. Se anticipa que este crecimiento podría elevarse aún más para aprovechar su potencial en el ámbito turístico.

Las cafeterías especializadas están ganando visibilidad en Guayaquil, al mismo tiempo que las fincas se especializan con mayor frecuencia en otras provincias. Se busca contribuir mediante una estrategia que impulse el turismo gastronómico centrado en el café de especialidad en la región, identificando oportunidades y promoviendo el reconocimiento de los establecimientos que ofrecen café de alta calidad en Guayaquil. La estrategia tiene como objetivo principal estimular el turismo relacionado con el café de especialidad y promover el conocimiento de esta industria en desarrollo en la ciudad.

CAPÍTULO I:
MARCO TEÓRICO

1.1 Origen Del Café

La historia del café se remonta a las tierras de Etiopía, donde, según la leyenda, un pastor de cabras llamado Kaldi descubrió las propiedades estimulantes de las cerezas rojas del café al observar el comportamiento enérgico de sus cabras después de consumirlas. Este descubrimiento inicial marcó el comienzo de la fascinante historia del café. (Pedrajas, 2014)

El café encontró su camino hacia Yemen alrededor del año 1000, donde se comenzó a utilizar infusiones medicinales derivadas de las cerezas de café. Monjes y derviches adoptan el café como una bebida estimulante para sus prácticas religiosas, contribuyendo a su popularización.

No fue hasta el siglo XIV que se perfeccionó el proceso de tostado, crucial para dar al café su sabor distintivo. Alrededor de 1450, el café adquirió el estatus de bebida valorada, consumida inicialmente por filósofos sufíes para mantenerse despiertos durante sus prácticas espirituales.

Turquía mantuvo un papel fundamental en la difusión del hábito del café, convirtiéndolo en un ritual social arraigado en su cultura. Así, el café evolucionó desde sus humildes orígenes en Etiopía hasta convertirse en una bebida apreciada en hogares y lugares públicos en todo el mundo.

1.1.1. Historia del Café de Especialidad

El café de especialidad encuentra sus raíces en la década de 1960, cuando un grupo apasionado lideró su introducción en el mercado estadounidense. Inicialmente, el desafío radicaba en encontrar fuentes confiables que suministraran granos de alta calidad. Este movimiento marcó una transformación en la percepción y consumo del café en Estados Unidos y, posteriormente, a nivel mundial. (Ordóñez Herrera, 2019)

1.1.2 Definición y características del café de especialidad

(Sanmartín Rodríguez, 2021) define el café de especialidad como aquel con calidad superior, sabor distintivo y aromas inigualables. Este tipo de café refleja una colaboración armoniosa entre productores, tostadores, baristas y consumidores finales. La Specialty Coffee Association (SCA) destaca que la categoría de café de especialidad se logra cuando todos los participantes en la cadena de suministro mantienen altos estándares desde la producción hasta el consumo.

1.1.3 Características distintivas del café de especialidad:

Los cafés de especialidad se distinguen por características únicas derivadas de su origen en lugares considerados "especiales". Estos cafés provienen de regiones como Yemen, Colombia, Costa Rica y Guatemala. La singularidad y alta calidad han mantenido a estos cafés en una posición destacada en la industria, siendo apreciados por los amantes del café en todo el mundo. (Osorio V, 2021)

1.1.4 Características

La evaluación de la calidad del café se basa en la consideración tanto de las características físicas del grano como de las cualidades de la infusión, conocidas también como sensoriales o la "taza" de café. Estas características juegan un papel crucial en la calidad final de la taza, “ya que describen las principales características de calidad: granos negros, vinagres, aplastados y sanos, entre otros, y características sensoriales como aroma, cuerpo, acidez.” (Osorio V, 2021)

Este enfoque representa un estándar de excelencia en la industria cafetera. Los criterios abarcan desde las características visuales, aromáticas y gustativas del café hasta su perfil de sabor, acidez, cuerpo y equilibrio. El grado de perfección en cada uno de estos aspectos es lo que define a un café como verdadero café de especialidad. Así, este sistema de puntuación se

ha convertido en un distintivo de calidad, garantizando que solo los cafés más destacados y sobresalientes reciban el prestigioso título de "café de especialidad".

La Specialty Coffee Association (SCA), una reconocida autoridad en el ámbito del café, ha desarrollado un minucioso sistema de evaluación. Este sistema se convierte en una herramienta fundamental para distinguir un café de especialidad excepcional entre la extensa variedad de opciones disponibles. La designación como café de especialidad se otorga exclusivamente a aquellos cafés que cumplen con los exigentes criterios establecidos durante un proceso de degustación dirigido por un profesional debidamente capacitado y certificado por la SCA.

El formulario de cata SCA, un riguroso sistema de análisis sensorial desarrollado por la Specialty Coffee Association (SCA), desempeña un papel fundamental en la identificación y diferenciación de los cafés de especialidad en la amplia variedad de opciones disponibles.

Esta metodología de evaluación establece una escala que va desde la puntuación más baja de 0 hasta la más alta de 100. No obstante, el reconocimiento como "café de especialidad" se reserva exclusivamente para aquellos granos que logran superar los 80 puntos en esta escala. (Marcillo B, 2023)

Bajo el criterio de puntuación SCA, se desglosa una clasificación precisa que permite distinguir la calidad excepcional de cada café. Los cafés se valoran de la siguiente manera:



Puntaje total	Descripción de la especialidad	Clasificación
90-100	Excepcional	
95-89,99	Excelente	Especial
80-84,99	Muy bueno	
<80,0	Debajo de la calidad especial	No especial

clasificación SCA para el café según el puntaje total del análisis sensorial

Fuente de elaboración propia (2023) 1 clasificación según SCA

La minuciosa y precisa clasificación evidencia la relevancia de la excelencia y la calidad en la industria del café de especialidad. Únicamente aquellos granos que sobresalen en aspectos como sabor, aroma, acidez, cuerpo y equilibrio logran la distinción de ser reconocidos como auténticos cafés de especialidad. Esto refuerza la idea de que obtener este codiciado título implica un compromiso y una dedicación destacada hacia la excelencia en todos los aspectos del proceso cafetero.

La meticulosa evaluación mediante el SCA Cupping Form se compone de un análisis detallado que incluye 10 categorías, cada una calificada en una escala máxima de 10 puntos. Estos atributos claves son fundamentales para determinar la calidad y singularidad del café.

		Specialty Coffee Association Arabica Cupping Form		<table border="1"> <tr> <td colspan="2">Quality Scale</td> </tr> <tr> <td>6.00 - GOOD</td> <td>7.00 - VERY GOOD</td> </tr> <tr> <td>8.00 - EXCELLENT</td> <td>9.00 - OUTSTANDING</td> </tr> <tr> <td>6.25</td> <td>7.25</td> </tr> <tr> <td>8.25</td> <td>9.25</td> </tr> <tr> <td>6.50</td> <td>7.50</td> </tr> <tr> <td>8.50</td> <td>9.50</td> </tr> <tr> <td>6.75</td> <td>7.75</td> </tr> <tr> <td>8.75</td> <td>9.75</td> </tr> </table>				Quality Scale		6.00 - GOOD	7.00 - VERY GOOD	8.00 - EXCELLENT	9.00 - OUTSTANDING	6.25	7.25	8.25	9.25	6.50	7.50	8.50	9.50	6.75	7.75	8.75	9.75
Quality Scale																									
6.00 - GOOD	7.00 - VERY GOOD																								
8.00 - EXCELLENT	9.00 - OUTSTANDING																								
6.25	7.25																								
8.25	9.25																								
6.50	7.50																								
8.50	9.50																								
6.75	7.75																								
8.75	9.75																								
Name: _____ Date: _____ Table no: _____																									
Sample No. Roast Level of Sample 	Fragrance/Aroma Dry Qualities Break Score	Flavor Aftertaste Intensity High Low Score	Acidity Intensity High Low Score	Body Level Heavy Thin Score	Uniformity Balance Score	Clean Cup Sweetness Score	Overall Defects (Subtract) Taint - 2 Fault - 4 # of cups Intensity X = Score	Total Score																	
	Notes: _____							Final Score																	
<i>This form is designed and intended to be used in conjunction with the SCA Protocol for Cupping Specialty Coffee.</i>																									

Formulario SCA arabics cupping. 1 tomada de: (Association., 2017)

1.1.5 Criterios de calidad según SCA

El proceso de cata dentro del protocolo SCA se traduce en un minucioso examen sensorial que no solo asigna evaluación, sino que busca definir la esencia y excelencia de cada taza. (De Abreu Correia, 2008)

Fragancia y aroma: Percepción olfativa del café molido en seco y húmedo

Sabor: Sensaciones gustativas y aromas retronasales

Post gusto: Duración de las cualidades del café en la cavidad bucal

Acidez: Sensación gustativa que hace salivar

Cuerpo: Textura, característica, fuerza y sensación de pesadez de la bebida

Equilibrio: Sabor residual, acidez, cuerpo, amargores complementados en un balance

Dulzor: Sensación de dulzor en la taza

Taza limpia: Que no presentan defectos.

Uniformidad: Si las características se mantienen en las 5 tazas del lote

General: Puntuación general subjetiva del catador

Cumplir con estos rigurosos requisitos de calidad representa un desafío en la industria cafetalera, y es por eso que únicamente el 5% del café producido a nivel mundial logra alcanzar la prestigiosa designación de "café especial". Este selecto grupo de cafés de especialidad no solo encarna la excelencia, sino también la pasión y dedicación que cada productor y catador aporta para brindar una experiencia sensorial excepcional en cada taza de café. Estos cafés son verdaderas obras maestras, honrando la diversidad y complejidad de los sabores que el café puede ofrecer.

1.1.6 Métodos de preparación

El café de especialidad está en constante evolución, así como también sus métodos de filtrado, técnicas y equipos que permiten filtrar el café entre los más conocidos está el café filtrado por inmersión y percolación, sin embargo, existen otros métodos como la decocción, filtrado al vacío, infusión e infusión presurizada. (Espin Constante, 2015)

Inmersión: Este método implica sumergir café molido en agua caliente. Ejemplo: cata, prensa francesa

Percolación: Se basa en el flujo del agua caliente a través del café molido. Ejemplo: v60, chemex, kalita.

Decocción: Este proceso implica la extracción de los sabores y esencias del café mediante el hervor del café molido en agua. Ejemplo: café turco.

Filtrado al vacío: Es un método que combina los aspectos de la infusión, decocción y el filtrado. Ejemplo: sifón.

Infusión presurizada: Implica la aplicación de presión al agua que se pasa a través del café molido. Ejemplo: Moka Italiana, aeropress.

1.1.7 Importancia de la formación del barista

El barista desempeña un papel crucial en la industria del café de especialidad, ya que su habilidad y conocimiento impactan directamente en la calidad y consistencia de la bebida. Su formación abarca desde la extracción del café hasta la comprensión profunda de la producción y procesos de secado. El barista se posiciona como el último eslabón en una cadena de profesionales que contribuye a la experiencia del consumidor.

Contribución directa a la calidad del producto:

El barista, al ser el artífice final en la preparación del café de especialidad, tiene un impacto directo en la calidad del producto que llega al consumidor. Su habilidad para realizar una extracción precisa, ajustar parámetros como la molienda y controlar el tiempo de preparación son cruciales para resaltar las características distintivas de los granos y garantizar una experiencia sensorial excepcional.

Experiencia del consumidor:

La formación del barista no solo se centra en aspectos técnicos, sino también en aspectos relacionados con el servicio al cliente y la creación de una experiencia positiva. La habilidad para comunicarse exitosamente con el cliente, entender sus preferencias y ofrecer recomendaciones personalizadas contribuye significativamente a la satisfacción del cliente. La formación en servicio al cliente, sumada al conocimiento técnico, permite que el barista eleve la experiencia del consumidor a través de interacciones significativas.

Conocimiento profundo de la cadena de suministro:

La formación del barista no se limita a la preparación del café, sino que también implica un conocimiento profundo de la cadena de suministro. Entender la producción, cosecha, procesamiento y secado de los granos de café proporciona al barista una apreciación más completa de la bebida que sirve. Esta comprensión contribuye a transmitir la historia y las características únicas de cada café de especialidad a los consumidores, agregando un componente educativo y apreciativo a la experiencia.

Desarrollo de la cultura del café de especialidad:

El barista, al ser un embajador directo del café de especialidad, desempeña un papel esencial en el desarrollo y la difusión de la cultura que rodea a esta categoría de café. Su conocimiento y pasión se traducen en la capacidad de educar a los clientes, promover la apreciación de los perfiles de sabor y contribuir al crecimiento y sostenibilidad de la industria del café de especialidad.

Innovación y adaptación:

La formación continua del barista permite la adaptación a nuevas tendencias y métodos en constante evolución en la industria del café. Desde la incorporación de técnicas de preparación innovadoras hasta la comprensión de perfiles de sabor emergentes, el barista bien capacitado está preparado para liderar y contribuir a la innovación en el mundo del café de especialidad.

1.2 Cambio en la percepción del consumidor

Este cambio en la percepción del café ha marcado una transición significativa en la cultura de consumo, donde los consumidores se han convertido en conocedores ávidos de las complejidades y matices del café de especialidad. La creciente demanda de granos de alta

calidad ha llevado a un aumento en la atención hacia la cadena de suministro, desde la selección de los granos hasta los métodos de cultivo y procesamiento. Los productores y tostadores de café han respondido a este cambio, centrando sus esfuerzos en ofrecer no solo un producto, sino una experiencia completa.

Las cafeterías de especialidad han florecido como espacios donde los amantes del café pueden explorar una variedad de orígenes, perfiles de sabor y métodos de preparación. La capacitación de baristas se ha convertido en un componente crucial, ya que estos expertos se esfuerzan por resaltar las características únicas de cada lote de café y garantizar la calidad en cada taza. Además, la cultura del café de especialidad ha estimulado la creatividad en la elaboración de bebidas, dando lugar a nuevas mezclas, infusiones y presentaciones que elevan aún más la experiencia del consumidor. (Carranza C, 2005)

1.3 Impacto del café de especialidad en el turismo

La influencia del café de especialidad en la industria turística se ha manifestado de manera notable en varios países, donde la rica tradición cafetera se ha convertido en un atractivo único para los visitantes. En naciones como Colombia, Brasil y México, la experiencia cafetera va más allá de la simple degustación de la bebida, convirtiéndose en un elemento integral de la oferta turística.

En Colombia, por ejemplo, las regiones cafetaleras como el Eje Cafetero han desarrollado rutas turísticas que llevan a los visitantes a través de exuberantes plantaciones de café. Estos recorridos ofrecen la oportunidad de sumergirse en el proceso de cultivo, cosecha y producción del café, proporcionando una visión única de la artesanía detrás de cada taza. Además, las haciendas cafeteras se han convertido en destinos turísticos por derecho propio, donde los viajeros pueden disfrutar de la arquitectura histórica, la gastronomía local y, por supuesto, degustar cafés exclusivos.

En Brasil, la región de Minas Gerais ha consolidado su posición como un destino turístico importante gracias a la producción de café de alta calidad. Los visitantes pueden explorar plantaciones, participar en catas especializadas y aprender sobre las diferentes variedades de granos. La conexión entre el turismo y el café se refleja no solo en la experiencia sensorial, sino también en la oportunidad de apreciar la cultura local y la historia detrás de la industria cafetera.

En México, lugares como Chiapas y Veracruz han capitalizado la cultura del café para atraer a turistas interesados en descubrir la diversidad de sabores que ofrece el país. Las ferias y festivales dedicados al café se han convertido en eventos destacados, brindando a los visitantes la oportunidad de interactuar con productores, aprender sobre métodos de cultivo sostenible y disfrutar de diversas preparaciones de café. (Sotomayor E, 2023)

1.4 Cafés especiales en Medellín

1.4.1 Estudio de factibilidad y experiencias únicas

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de cafés especiales del departamento de Antioquia en la ciudad de Medellín es un paso crucial para evaluar la viabilidad y sostenibilidad de este proyecto. En el documento de P. Danello Peralta, se destaca la intención de extender la cultura del café, ofreciendo no solo productos de alta calidad, sino también experiencias únicas para los consumidores.

El énfasis en la oferta de café especial se alinea con la tendencia creciente de consumidores que buscan sabores diferenciados y experiencias más allá de la simple degustación. La diversidad de métodos para la preparación del café señala un enfoque integral para atender a una clientela cada vez más educada y exigente. La inclusión de cursos de preparación, catering, catas de café y tours en fincas cafeteras demuestra una estrategia integral para involucrar a los clientes en todas las facetas del mundo del café.

En cuanto a los cursos de preparación, estos pueden ser un elemento diferenciador clave, ya que no solo se trata de vender café, sino de educar a los consumidores sobre la calidad y el arte detrás de cada taza. El catering y las catas de café brindan oportunidades adicionales para que los clientes experimenten y aprecien la variedad de perfiles de sabor ofrecidos por los cafés especiales. (Danello P, 2023)

1.5 Turismo gastronómico

1.5.1 Definición de turismo gastronómico

(Orgaz Agüera, 2016) sostienen que el fenómeno turístico ha surgido como una de las actividades económicas predominantes con una relevancia significativa en el panorama económico global. El turismo desempeña un papel destacado en la promoción del progreso económico, cultural y social, actuando como catalizador para la sinergia de diversos sectores. Kivela & Crofts (2006) definen y argumentan que la gastronomía es una actividad compleja e interdisciplinaria con raíces profundas en la cultura.

La gastronomía local puede conformar una parte muy importante de la identidad de un destino turístico, destacando aquellos alimentos que se convierten por sí mismos en un recurso turístico para el desarrollo regional al enfatizar sus valores de autenticidad, posicionamiento y diferenciación (Hernández Rojas, 2018). La perspectiva señala que el turismo gastronómico se da en lugares donde los turistas pueden deleitarse con la gastronomía, a incluir no solo restaurantes, sino también otros tipos de establecimientos como festivales culinarios, escuelas de hotelería y lugares que buscan atraer visitantes mediante su oferta de alimentos y bebidas.

No obstante, hay diversas razones que llevan a los turistas a participar en esta actividad. Ritchie (1990), clasifica cuatro tipos de motivaciones gastronómicas vinculadas al turismo, las cuales identifica como motivaciones físicas, culturales, interpersonales y de estatus y prestigio.

La influencia positiva de esta industria se extiende a varios sectores, al fomentar actividades de diversas áreas y propiciar el desarrollo de las comunidades locales, lo que resulta en una mejora en la calidad de vida para las poblaciones rurales, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

1.5.2 Desarrollo del turismo gastronómico en otros países

El turismo gastronómico ha evolucionado como un producto turístico extremadamente versátil, ampliando las oportunidades de disfrutar y aprender sobre productos gastronómicos locales de alta calidad en diversas regiones y las actividades relacionadas con su producción y transformación. Cada vez más destinos turísticos son conocidos por sus alimentos y platos tradicionales, atrayendo a un número creciente de visitantes.

España cuenta con numerosos restaurantes distinguidos con estrellas Michelin, ocupando actualmente el quinto lugar a nivel mundial con un total de 241 estrellas (datos actualizados hasta 2020). El sector gastronómico desempeña un papel fundamental en la economía española, contribuyendo con el 33% del PIB total. Con una producción valorada en 338,00 millones de euros, proporciona empleo a 3,73 millones de personas, representando el 18% del empleo a nivel nacional. Estos indicadores ratifican de manera inequívoca la destacada posición de España en el ámbito gastronómico a nivel internacional.

Perú se destaca en el ámbito gastronómico, siendo reconocido por su cocina que ha generado oportunidades para exportar productos autóctonos. La mayoría de los turistas extranjeros consideran al Perú como un destino culinario, apreciando especialmente la autenticidad de la comida tradicional peruana. La gastronomía del país ha ganado renombre en varios lugares, destacándose entre brasileños, colombianos, franceses, estadounidenses y argentinos.

El turismo gastronómico en Perú está fortaleciendo los centros de producción y comercialización, convirtiéndolos en destinos clave para los recorridos turísticos. Este sector en expansión atrae a diversos segmentos de mercado y se ha convertido en un impulsor fundamental para la atracción turística, la promoción de la cultura local y el fortalecimiento de la economía peruana. (Zapata S, 2019)

En junio de 2022, (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020) reportó un aumento del 24.17% en la actividad de restaurantes. Este crecimiento se atribuyó al rendimiento positivo de tres de los cuatro componentes del sector. Los restaurantes experimentaron un crecimiento del 31.36%, el servicio de bebidas aumentó un 49.13%, y el suministro de comida a través de servicios de entrega registró un impresionante incremento del 202.83%. Sin embargo, otras actividades relacionadas con el servicio de comidas disminuyeron en un 5,48%.

1.6 Principales atractivos y productos culinarios de la región

1.6.1 Guayaquil: Destino turístico emergente

Guayaquil, la ciudad más grande de Ecuador, no solo se destaca por su importancia económica como puerto principal, sino también por su riqueza cultural y atractivos turísticos. El crecimiento de esta metrópoli en la costa del Pacífico ha convertido a Guayaquil en un destino emergente que fusiona la modernidad urbana con la belleza natural y la herencia histórica. El turismo en Guayaquil se ve impulsado por lugares emblemáticos como el Malecón 2000, el Parque Histórico, el Cerro Santa Ana, el Barrio Las Peñas y el Parque de las Iguanas, que ofrecen a los visitantes una experiencia única y diversa. (Pilar Cárdenas, 2015)

➤ Malecón 2000: Centro de actividad y entretenimiento

El Malecón 2000 se erige como uno de los principales atractivos de Guayaquil, un extenso paseo ribereño que no solo ofrece vistas panorámicas del río, sino que alberga también

una variedad de restaurantes, tiendas y eventos culturales. Este espacio se ha convertido en el corazón de la actividad turística y comercial, brindando una experiencia integral que fusiona lo moderno con lo histórico. (Burgos Guerrero, 2016)

➤ **Parque Histórico: Encuentro con la naturaleza e historia**

El Parque Histórico es una joya que combina la riqueza natural y cultural de Ecuador. A través de áreas dedicadas a la naturaleza y la historia, los visitantes pueden sumergirse en la vida del país, desde sus raíces indígenas hasta la época colonial. Este parque es un testimonio vivo de la diversidad ecuatoriana y una oportunidad para comprender la conexión entre la naturaleza y la historia. (Hanna S, 2014)

➤ **Cerro Santa Ana y Barrio Las Peñas: Encanto histórico**

El Cerro Santa Ana, con sus escalinatas coloridas, ofrece impresionantes vistas panorámicas de la ciudad. El Barrio Las Peñas, con sus casas coloniales de colores vibrantes y galerías de arte, agrega un encanto histórico a la visita. Estos lugares permiten a los turistas sumergirse en la arquitectura y la cultura tradicional de Guayaquil. (Valle Reyes, 2015)

➤ **Parque de las Iguanas: Encuentro con la fauna local**

El Parque de las Iguanas proporciona una experiencia única al permitir a los visitantes interactuar con estos reptiles en su entorno natural. Este encuentro con la fauna local agrega un componente único y educativo al turismo en Guayaquil.

➤ **Ruta de los escritores y artistas del cementerio: Historia literaria y artística**

La ruta de los escritores y artistas del cementerio permite a los turistas explorar la rica historia literaria y artística de Guayaquil a través de las tumbas de figuras destacadas en un

cementerio histórico. Este recorrido proporciona una perspectiva única sobre la contribución de la ciudad al ámbito cultural. (Barberán Jiménez, 2019)

➤ **Turismo gastronómico: Diversidad culinaria de Guayaquil**

El turismo gastronómico en Guayaquil abarca diversos aspectos que enriquecen la experiencia turística. La ciudad se destaca por su diversidad culinaria, que refleja la fusión de tradiciones locales con influencias internacionales. Los restaurantes a lo largo del Malecón 2000 y en el Barrio Las Peñas ofrecen opciones que van desde la cocina tradicional ecuatoriana hasta propuestas gastronómicas innovadoras. (Franco Mejia, 2019)

➤ **Turismo gastronómico de producción**

Enfocado en descubrir el origen y la autenticidad de los productos que conforman la gastronomía tradicional, este enfoque resalta la importancia de la denominación de origen para los alimentos.

➤ **Turismo gastronómico de comida tradicional**

Este tipo de turismo gastronómico se centra en disfrutar de los platos típicos de una región, que generalmente se sirven en restaurantes locales conocidos como "huecas". Los visitantes pueden saborear la riqueza de la cocina regional en su forma más auténtica.

➤ **Turismo gastronómico de innovación**

Combina la herencia de la cocina tradicional con originalidad y creatividad, utilizando ingredientes locales como punto de partida para crear platos únicos y novedosos que enriquecen la experiencia culinaria.

Para nuestro análisis, nos enfocaremos en el turismo de comida tradicional y en el turismo gastronómico de innovación. Un estudio específico, conocido como "Las Huecas de

Guayaquil", ha arrojado resultados reveladores sobre las preferencias de los visitantes al degustar los platos característicos de la ciudad de Guayaquil, según (Mina F, 2022) Los datos destacan una inclinación hacia platos tradicionales como el encebollado (54,5%) y el arroz con menestra o moro acompañado de carne, pollo o chuleta (53,6%). Además, los ceviches y los mariscos (41,9%) también gozan de gran popularidad, lo que subraya la preferencia por los pescados y mariscos en la elección de platos típicos. Sin embargo, no se deben pasar por alto los platos a base de arroz, frijoles y carnes, que también son muy solicitados y forman parte esencial de la oferta gastronómica de los restaurantes denominados "huecas" en Guayaquil. Estos establecimientos ofrecen a los visitantes una auténtica experiencia culinaria, donde la tradición y la innovación se unen para deleitar los sentidos y enriquecer la cultura gastronómica de la ciudad.

1.7 Mercado y consumo de café

1.7.1 Tendencias actuales en el consumo de café

En la industria del café, las tendencias de consumo y las prácticas de gestión empresarial juegan un papel crucial. Las preferencias de las nuevas generaciones ejercen una influencia significativa en los patrones de consumo a nivel mundial. Por lo tanto, los productores de café deben adoptar estrategias innovadoras alineadas con estas tendencias para mantener su competitividad en el mercado. (Rizzuto M, 2014)

Según el estudio "Hábitos y preferencias del consumidor de café especial en el Quindío" llevado a cabo en 2016, se observa un aumento en el consumo de café tanto a nivel nacional como internacional en los últimos años. Este crecimiento ha resultado en un incremento tanto en la cantidad como en la diversidad de tiendas de café, generando una preferencia especial entre los consumidores. Como consecuencia, los aficionados al café buscan cada vez más variedades de alta calidad, con orígenes específicos y métodos de preparación distintivos.

La investigación señala que tanto hombres como mujeres, con edades comprendidas entre 18 y 60 años y un nivel de educación superior al bachillerato, tienen conocimientos básicos sobre cafés especiales. Estos consumidores buscan principalmente un buen sabor en su café, aunque no siempre pueden identificar claramente los atributos o características específicas de la bebida.

El blog "Nuevas Tendencias, Hábitos de Consumo y Tecnología" del profesional Horeca 2023 identifica seis tendencias significativas en el ámbito del consumo de café. Estos comprenden la creciente popularidad del café gourmet, destacando las fermentaciones y los cafés congelados, así como la tendencia de los cócteles de café en entornos exclusivos. Además, se resalta la combinación de café con sabores afrutados y el aumento de la demanda de café frío, como el cold brew. El artículo también señala el empleo de sustancias adaptógenas para mejorar el bienestar a través del café.

En cuanto al equipamiento según, (Fernando B, 2020) se observa la adopción de tecnologías avanzadas como el Internet y la inteligencia artificial en las máquinas de café espresso, lo que contribuye a hacer más inteligente y sostenible el trabajo de los baristas. Los consumidores están enfocados en la calidad y la trazabilidad de su café, y se evidencia una creciente atención hacia los cafés de especialidad. La sostenibilidad se destaca como una preocupación, tanto en términos de ahorro energético como en la búsqueda de materiales sostenibles para envases.

1.7.2 Desarrollo de la cultura del café en el país

En la capital de Ecuador, la ciudad de Quito, la escena del café de especialidad se presenta un poco más prominente en comparación con otras ciudades. Dado que Quito es una ciudad de elevada altitud, presenta una mayor accesibilidad a las fincas de café que proporcionan este tipo de café. (Sánchez S. V., 2018) A pesar de que esta industria está

emergiendo, Karina Maldonado comenta que "Si retrocedemos cinco años, hoy en día tenemos una diferencia significativa en la apreciación del cliente por el buen café y en el desarrollo de un paladar. Actualmente, los consumidores están ansiosos por aprender, se dejan aconsejar y desean probar cosas nuevas".

Rafaela Iturralde, una catadora profesional, opina que la evolución en la ciudad de Quito en relación al café ha sido impulsada principalmente por el creciente interés de los consumidores. Estos manifiestan un auténtico interés en conocer el origen del café que están consumiendo, así como los productores, la variedad y la región de cultivo. No obstante, señala que la industria aún tiene margen de mejora en cuanto a la transparencia de las relaciones que mantiene con los caficultores (Iturralde, 2022).

1.7.3 Beneficios económicos y sociales que puede generar esta nueva oportunidad

En Colombia, la calidad del café siempre ha sido una prioridad para los caficultores, y esta dedicación a la excelencia ha consolidado la reputación mundial del país por su café excepcional. A medida que el café de especialidad ha ganado terreno en Colombia y las fincas han adoptado prácticas de cultivo más modernas, la importancia de mantener la calidad del grano ha seguido siendo una preocupación central para los productores. Los organismos reguladores desempeñan un papel crucial al fomentar buenas prácticas agrícolas y facilitar la educación y la adopción de tecnología en las fincas. (Giraldo González, 2020)

La producción de café de especialidad destaca como un ejemplo sobresaliente de excelencia en este sector, y su contribución va más allá de la economía, ya que también impulsa el crecimiento social en el país. Según datos del DANE, el sector cafetero ha experimentado un crecimiento notable, superando en 6,5 veces al PIB agropecuario y en 19,5 veces al PIB nacional. Roberto Vélez Vallejo, Gerente General de la Federación Nacional de Cafeteros

(FNC), subrayó que estas cifras resaltan la importancia del café como un motor clave en la economía colombiana. Además, destacó la necesidad de seguir trabajando en pro del crecimiento tanto social como económico del país.

La contribución del café de especialidad en Colombia se convierte en un componente esencial para impulsar el desarrollo sostenible y la prosperidad del país. Más de 540.000 familias, que residen en más de 600 municipios y 23 departamentos cafeteros, dependen directamente de la producción de café para su subsistencia, mientras que más de dos millones de personas se encuentran vinculadas de forma indirecta a esta industria. Esta realidad resalta la fuerte influencia del café en la vida de diversas personas y comunidades en el país. El café, más allá de ser una simple exportación, juega un papel fundamental en el bienestar de numerosos habitantes de la región. (Gaitán, 2018)

Simultáneamente, se observa un creciente interés por parte de jóvenes en involucrarse en diversas etapas de la cadena de valor del café, asumiendo roles como baristas, catadores o incluso como exportadores a pequeña escala. Resaltar la importancia de su contribución resulta crucial, ya que su labor en la promoción, preparación y exportación del café de especialidad es un pilar fundamental para el continuo éxito de esta industria en el contexto mencionado.

1.8 Caso de éxito

En los últimos años, Colombia ha surgido como un destacado caso de éxito en el turismo gastronómico centrado en el café. Este país, conocido por sus hermosos paisajes y rica cultura cafetera, ha logrado capitalizar su patrimonio cafetero para atraer a viajeros de todo el mundo en busca de experiencias únicas. (Gómez A, 2004)

Contexto: Colombia, reconocido como uno de los mayores productores de café de alta calidad, ha transformado su industria cafetalera en un imán para los amantes del café y los

turistas gastronómicos. Más allá de simplemente exportar granos, el país ha construido una experiencia integral alrededor de la cultura del café.

1.8.1 Factores de éxito:

1. **Rutas cafeteras:** Colombia ha desarrollado rutas turísticas especializadas que llevan a los visitantes a través de pintorescas plantaciones de café en regiones como el Eje Cafetero. Estos recorridos ofrecen una inmersión completa en el proceso de cultivo, cosecha y producción del café.
2. **Experiencias sensoriales:** Se ha puesto énfasis en la creación de experiencias sensoriales, como catas de café, donde los turistas pueden degustar una variedad de sabores y aprender a apreciar las sutilezas de los granos colombianos.
3. **Haciendas cafeteras:** Las antiguas haciendas cafeteras se han convertido en destinos turísticos por derecho propio. Estos lugares no solo ofrecen la oportunidad de disfrutar de café fresco, sino que también permiten a los visitantes sumergirse en la historia y la cultura locales.
4. **Cursos de preparación:** La oferta de cursos de preparación de café agrega valor a la experiencia, permitiendo a los turistas aprender técnicas de preparación y participar activamente en la creación de su propia taza perfecta.

1.8.2 Impacto:

El enfoque integral en el turismo gastronómico de café ha tenido un impacto significativo en la economía local. Se ha generado empleo en las regiones cafetaleras, se han fortalecido las relaciones entre los productores y los turistas, y la narrativa en torno al café colombiano se ha expandido a nivel internacional.

1.8.3 Lecciones aprendidas:

El caso de éxito de Colombia en el turismo gastronómico de café destaca la importancia de no solo ofrecer un producto de calidad, sino de construir experiencias alrededor de la identidad cultural y la pasión por el café. Esta estrategia ha convertido a Colombia en un referente para otros países que buscan aprovechar sus activos gastronómicos para atraer a viajeros exigentes y amantes del café de todo el mundo.

CAPÍTULO II:

METODOLOGÍA DEL PROCESO DE

INVESTIGACIÓN

2.1 Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación que se empleará en este estudio es predominantemente mixto, lo que significa que se utilizarán tanto métodos cuantitativos como cualitativos para abordar la complejidad del fenómeno estudiado. Esta elección se basa en la necesidad de obtener una comprensión global y profunda de las percepciones y preferencias de los consumidores de café de especialidad en Guayaquil, así como de los factores que influyen en su elección y las experiencias de los dueños de las cafeterías de especialidad.

Al combinar estos enfoques, se busca obtener una visión completa y equilibrada de cómo promover el café de especialidad como recurso para el desarrollo del turismo gastronómico en Guayaquil.

Este enfoque mixto es esencial para abordar la complejidad del tema y proporcionar una base sólida para la formulación de estrategias efectivas. Además, al ser Guayaquil, una ciudad en crecimiento con potencial turístico, este enfoque integral se convierte en una herramienta valiosa para comprender en detalle cómo se percibe y valora el café de especialidad en el contexto de la promoción del turismo gastronómico.

2.2 Tipo de investigación

La investigación que se propone es de tipo exploratorio. Se ha optado por esta metodología debido a que se busca entender un fenómeno o situación que, aunque existente, no ha sido exhaustivamente estudiado en el contexto específico del café de especialidad y su potencial para el turismo gastronómico. El carácter exploratorio permite adentrarse en terrenos poco conocidos o investigados, identificando tendencias y posibles relaciones entre estos.

Dada la falta de datos previos sobre la industria del café de especialidad en Guayaquil y la necesidad de identificar variables clave, características de los establecimientos y percepciones de los consumidores, el enfoque exploratorio se convierte en el punto de partida

esencial. Este tipo de investigación nos brinda la flexibilidad necesaria para explorar en profundidad las preferencias de los consumidores y, al mismo tiempo, nos permite desarrollar una estrategia basada en estos hallazgos. En resumen, la elección del enfoque exploratorio se justifica por la singularidad y la falta de información previa en el tema, lo que nos permite adquirir una comprensión sólida desde la cual avanzar hacia investigaciones más específicas y detalladas en el futuro.

También establece las bases para investigaciones futuras. Esta combinación resulta particularmente útil para establecer hipótesis o proyecciones basadas en datos concretos, que posteriormente podrán ser verificadas o refutadas en investigaciones de mayor alcance o profundidad.

2.3 Periodo y lugar en donde se realiza la investigación

La investigación se lleva a cabo en un periodo específico, durante el año 2023. Se ha seleccionado este intervalo temporal para garantizar la actualidad y relevancia de los datos recolectados, así como para reflejar las dinámicas y tendencias más recientes de la industria cafetera de especialidad en Guayaquil.

2.4 Universo y muestra de investigación

Para determinar el tamaño de la muestra necesaria en una población de 2.746.403 personas en Guayaquil, se utilizó una fórmula estándar para cálculos de muestra. La precisión de la muestra depende de factores como el nivel de confianza y el margen de error seleccionado. En este caso, se optó por un nivel de confianza del 95%, lo que significa que se tiene un 95% de confianza en que los resultados de la muestra representarán con precisión a la población total. El margen de error establecido fue del 5%.

- Utilizando un nivel de confianza del 95%
- Valor correspondiente en la tabla Zes aproximadamente 1,96.
- Margen de error del 5%,

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (2.746.403)}{(2.746.403 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

El cálculo resulta en un tamaño de muestra de aproximadamente 384 personas. Esto asegura un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5% en una población de de 2.746.403 personas en Guayaquil. Sin embargo, en la práctica, se puede considerar tomar una muestra más grande para aumentar la precisión de los resultados, teniendo en cuenta factores adicionales como la diversidad en la población, los recursos disponibles y los objetivos específicos de la investigación.

2.5 Definición y comportamiento de las principales variables incluidas en el estudio.

variable	conceptualizacion	indicadores	instrumentos
Turismo gastronómico en la ciudad de guayaquil (VD)	Investiga hechos no evidentes, enfocándose en objetivos específicos, recopilando información propia junto con observaciones externas para la comprensión del mercado. (Laura Díaz-Bravo, 2013)	Comprensión profunda de la dinámica actual del mercado del café de especialidad en Guayaquil	Entrevistas a profesionales del café
Café de especialidad (VI)	Planifica, analiza y comunica de forma sistemática los datos relevantes para abordar la situación específica del mercado (Kotler, 2004)	Obtención de información crucial sobre el consumo de café y café de especialidad en Guayaquil	Encuestas a consumidores

Fuente de elaboración propia (2023) 2

2.6 Métodos empleados

En la futura investigación, se empleará un enfoque empírico que involucrará la realización de encuestas a consumidores y entrevistas a profesionales del café en Guayaquil. Las encuestas se centrarán en la recopilación de datos detallados sobre los hábitos y preferencias de consumo de café y café de especialidad, tanto entre los residentes locales como entre los visitantes. A pesar de que actualmente el turismo gastronómico no se realiza de

manera significativa en Guayaquil, este enfoque permitirá comprender a fondo la dinámica actual del mercado del café en la ciudad y explorar posibles oportunidades para el desarrollo de esta faceta turística

Simultáneamente, se llevarán a cabo entrevistas a profesionales del café, las cuales proporcionarán una valiosa perspectiva al explorar las percepciones y estrategias de expertos en el sector. Estas conversaciones profundizarán en las dinámicas comerciales y turísticas asociadas con el café de especialidad en Guayaquil, identificando posibles vías para potenciar su desarrollo a pesar de las actuales limitaciones en el turismo gastronómico de la ciudad. La combinación de ambos métodos de investigación permitirá construir una base sólida empírica, incluso considerando las particularidades de la situación actual.

2.7 Procesamiento y análisis de datos

El proceso de investigación implica una cuidadosa recolección de datos a través de encuestas y otros métodos de recopilación de datos, como observaciones y entrevistas. Estos datos se ingresan y procesan utilizando software estadístico y herramientas de análisis de datos para garantizar su precisión y limpieza.

En una primera etapa, se llevarán a cabo análisis descriptivos para identificar tendencias y patrones en los datos recopilados. Estos análisis ayudarán a comprender mejor las características de la industria del café de especialidad en Guayaquil

La interpretación de estos datos es fundamental para comprender las implicaciones de la investigación y su relevancia para la propuesta de desarrollo de turismo gastronómico en Guayaquil. Además, la visualización de los resultados a través de gráficos, tablas y otros recursos visuales facilitará la comunicación de los resultados de manera clara y efectiva, proporcionando una base sólida para la formulación de recomendaciones respaldadas por evidencia.

CAPÍTULO III:

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

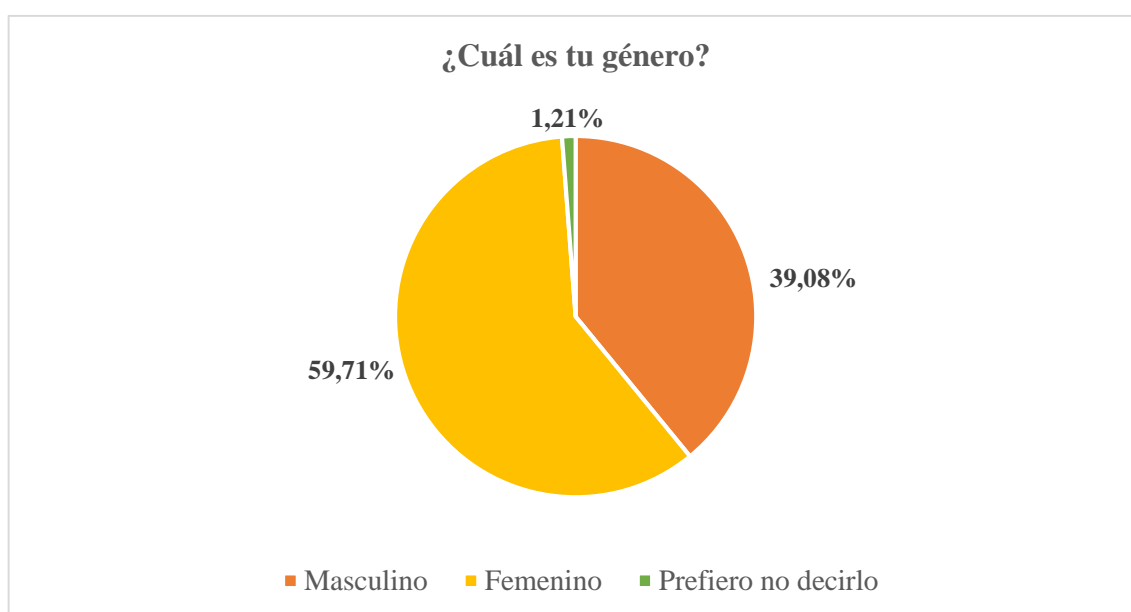
3.1 Encuesta

3.1.1 Introducción a encuesta

La propuesta de esta encuesta tiene como objetivo principal obtener información crucial para el análisis acerca del consumo del café y del café de especialidad en la ciudad de Guayaquil. La recopilación de estos datos se llevará a cabo de manera confidencial y exclusivamente con fines académicos vinculados al desarrollo de esta investigación.

3.1.2 Preguntas y análisis

1. ¿Cuál es tu género?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 1

De las 410 personas que participaron de la encuesta, la mayoría fueron mujeres con una población de 246 que implica el 60%. El 39,3% fueron hombres con un número de 161 participantes. Además, hubo 5 personas, el 1,2%, que prefirió no revelar su género. Estos datos implicarían que hay un mayor porcentaje de población femenina que se interesa por el café de especialidad y que podría optar por este tipo de turismo. Sin embargo, esto no descarta un notable interés masculino el cual podría acrecentarse con productos, promociones o estrategias de marketing especializados.

2. ¿Trabajas actualmente?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 2

Esta pregunta revela que el 73.2% de los encuestados, es decir 300 personas, afirmó trabajar actualmente, mientras que el 28%, 115 personas, indicó no estar empleado en la actualidad. La mayoría de los encuestados están actualmente empleados, lo que sugiere una audiencia potencial con recursos y disposición para participar en experiencias turísticas.

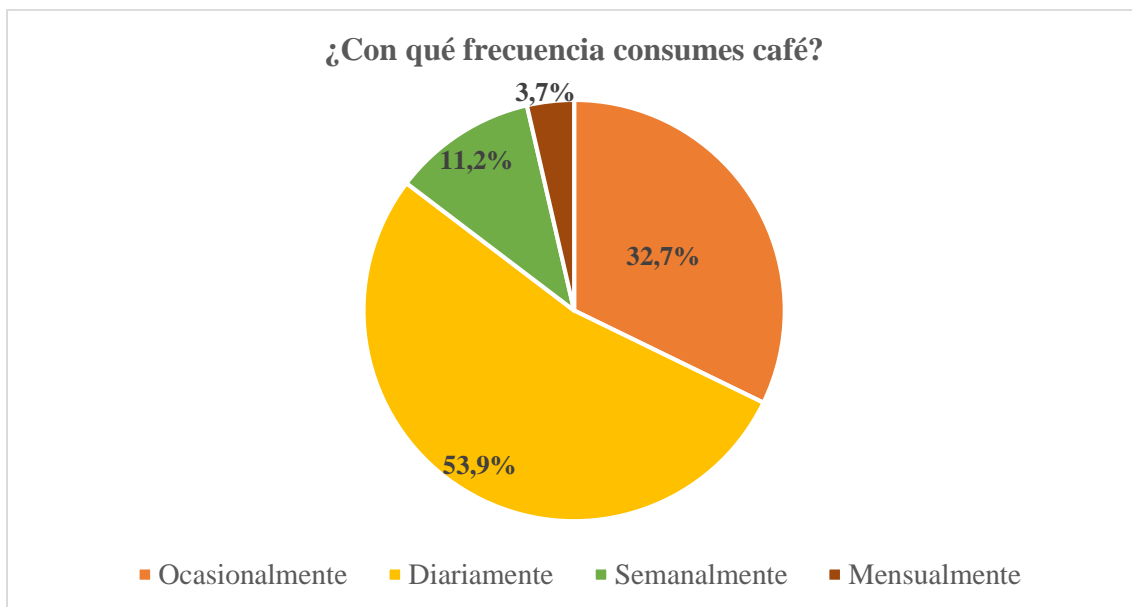
3. ¿Vives en la ciudad de Guayaquil?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 3

Con esta pregunta se demuestra que el 85% de personas encuestadas habita en la ciudad de Guayaquil, mientras que el 15% no lo hace. La mayoría de los encuestados tienen una conexión geográfica con la ciudad, lo que sugiere un público local que podría ser crucial para el éxito de iniciativas turísticas centradas en el café. La proporción destacada de residentes en Guayaquil respalda la relevancia y pertinencia de explorar estrategias específicas de turismo gastronómico en el contexto local. Sin embargo, también es esencial considerar la significativa minoría que no reside en la ciudad, ya que aun así podrían ser parte de estas experiencias en momentos de turismo o vacaciones.

4. ¿Con qué frecuencia consume café?

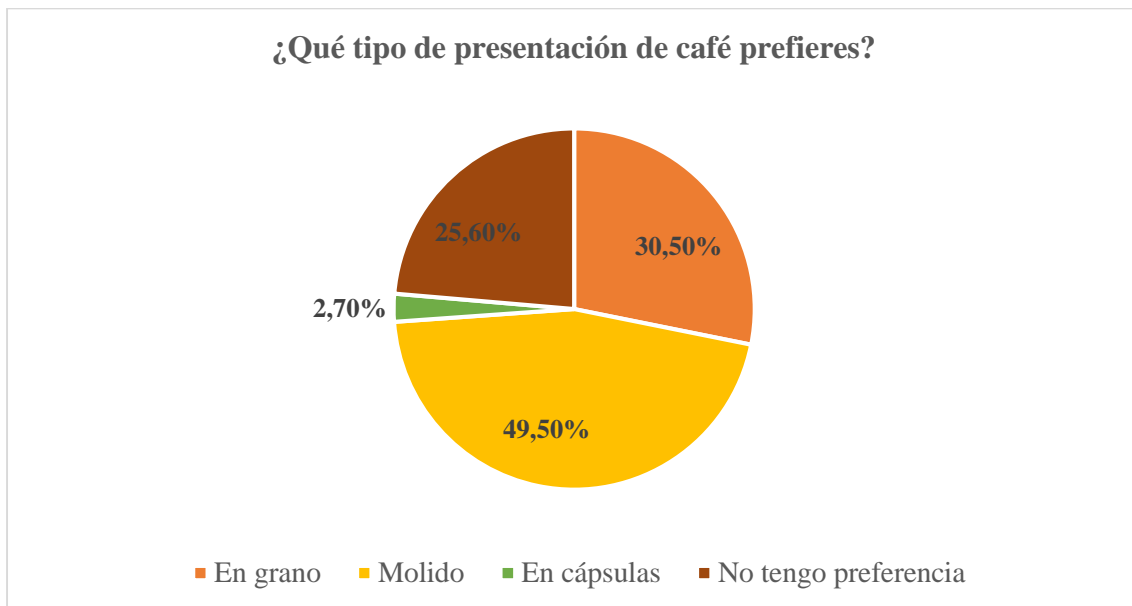


Fuente: Encuesta de elaboración propia. 4

De la muestra de 410 participantes, se observa que el 54% de los encuestados consume café diariamente, seguido por el 32% que lo hace ocasionalmente, el 11% semanalmente y el 4% mensualmente. Estos datos sugieren una prevalencia notable del hábito diario de consumo de café entre los participantes, indicando un interés y aprecio generalizado por esta bebida. Este hallazgo es crucial para la viabilidad de iniciativas de turismo gastronómico centradas en

el café de especialidad, ya que existe una base sustancial de consumidores frecuentes. La proporción de consumidores ocasionales, semanales y mensuales podrían representar estrategias de marketing que fomenten un interés por conocer el café de especialidad en esta población.

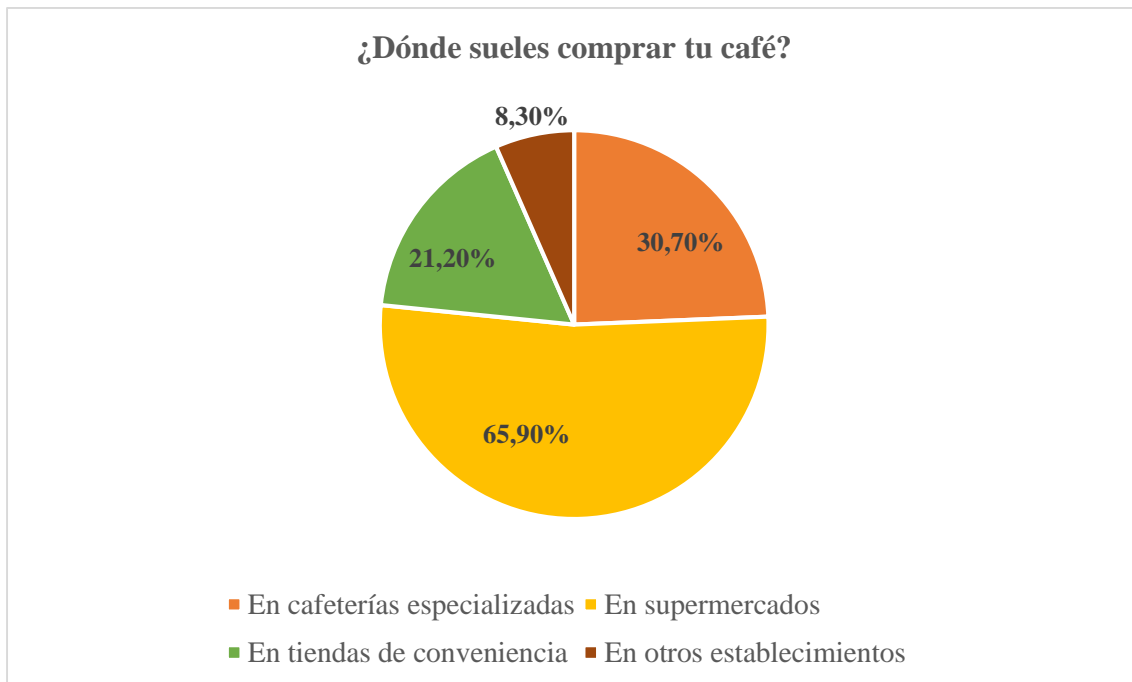
5. ¿Qué tipo de presentación de café prefieres?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 5

De las personas encuestadas el 49% muestra preferencia por el café molido, seguido por el 30% que prefiere el café en grano, el 7% opta por cápsulas, y el 25% no tiene preferencia específica. Estos resultados indican que la presentación de café molido es la opción más popular entre los encuestados, aunque el gusto por el café en grano también es notoria. De tal manera que estas presentaciones podrían ser las indicadas para las propuestas de turismo enfocado en café de especialidad e incluso de la venta de productos relacionados.

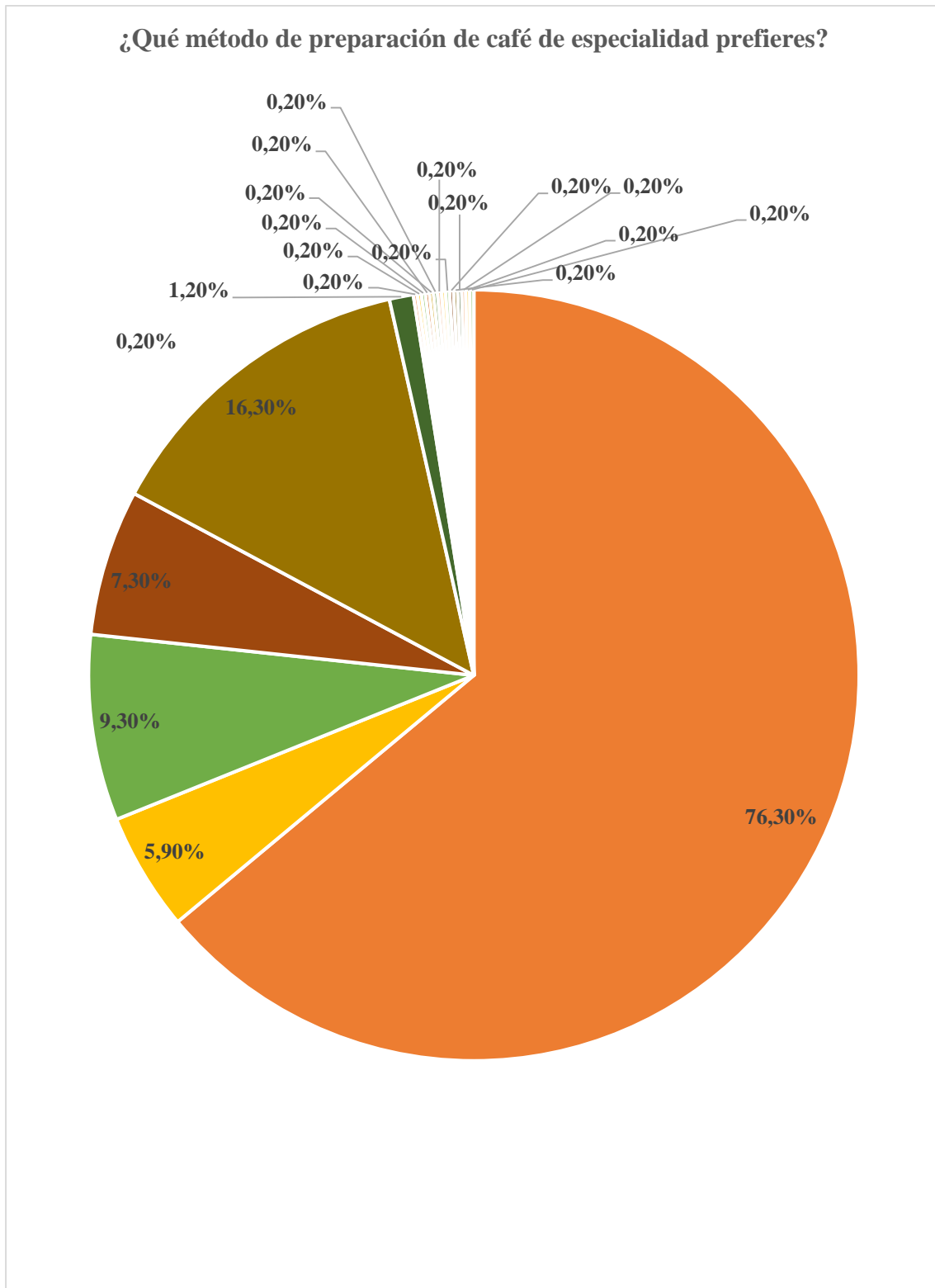
6. ¿Dónde sueles comprar tu café?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 6

El 65.9% de personas encuestadas indica que suele comprar café en supermercados, seguido por el 30.7% que prefiere cafeterías especializadas, el 21.2% en tiendas de conveniencia, y el 8.3% en otros establecimientos. La preferencia por las cafeterías especializadas sugiere un interés significativo en experiencias más exclusivas y personalizadas relacionadas con el café, demostrando que es importante brindar espacios para vivencias más íntimas entre los turistas. El segmento que elige tiendas de conveniencia y otros establecimientos presenta oportunidades para iniciativas que enfatizan la diversificación de puntos de venta y la colaboración con diversas empresas para expandir la presencia del café de especialidad en la ciudad.

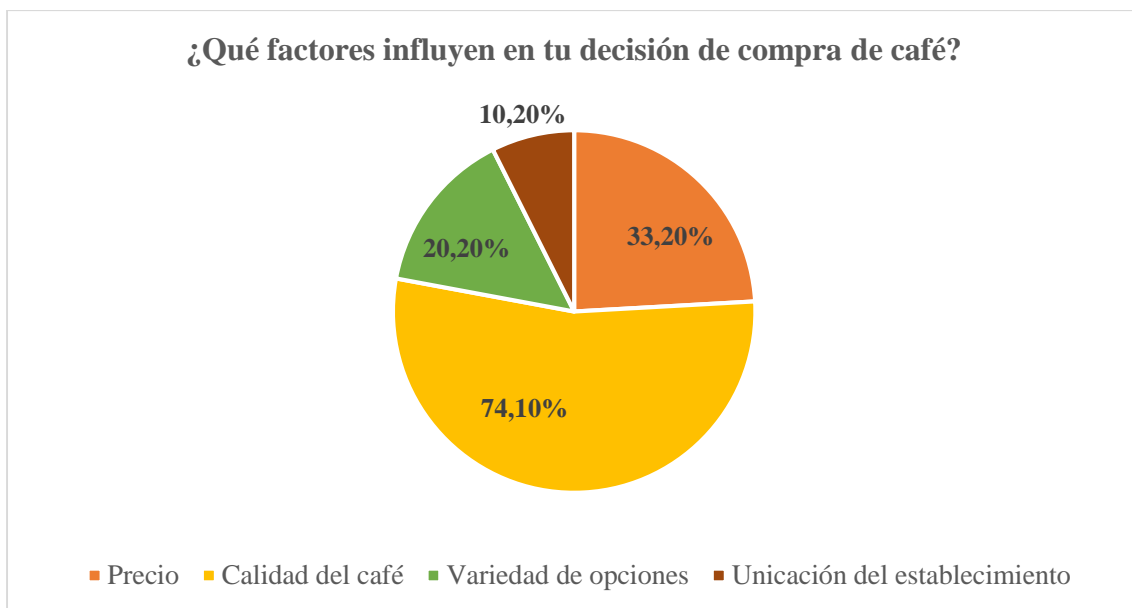
7. ¿Qué método de preparación de café de especialidad prefieres?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 7

Para la mayoría de las personas encuestadas, un 31,3%, es más común el uso de la cafetera tradicional. Este hallazgo refleja la arraigada popularidad de los métodos tradicionales de preparación de café en la población. Asimismo, el expresso se posiciona como una elección relevante, con el 16,3% de preferencia. Este resultado sugiere un interés significativo en métodos de extracción más concentrados y de alta calidad. Resulta interesante observar que otros métodos, como la cafetera de cápsula y la prensa francesa, han sido elegidos por un segmento más reducido de la muestra. La diversidad en las preferencias señala la riqueza y complejidad del gusto del consumidor. Aun así existen otros tipos de métodos que, aunque elegidos por una minoría podrían potenciarse a través de difusión de mayor información de estas preparaciones.

8. ¿Qué factores influyen en tu decisión de compra de café?

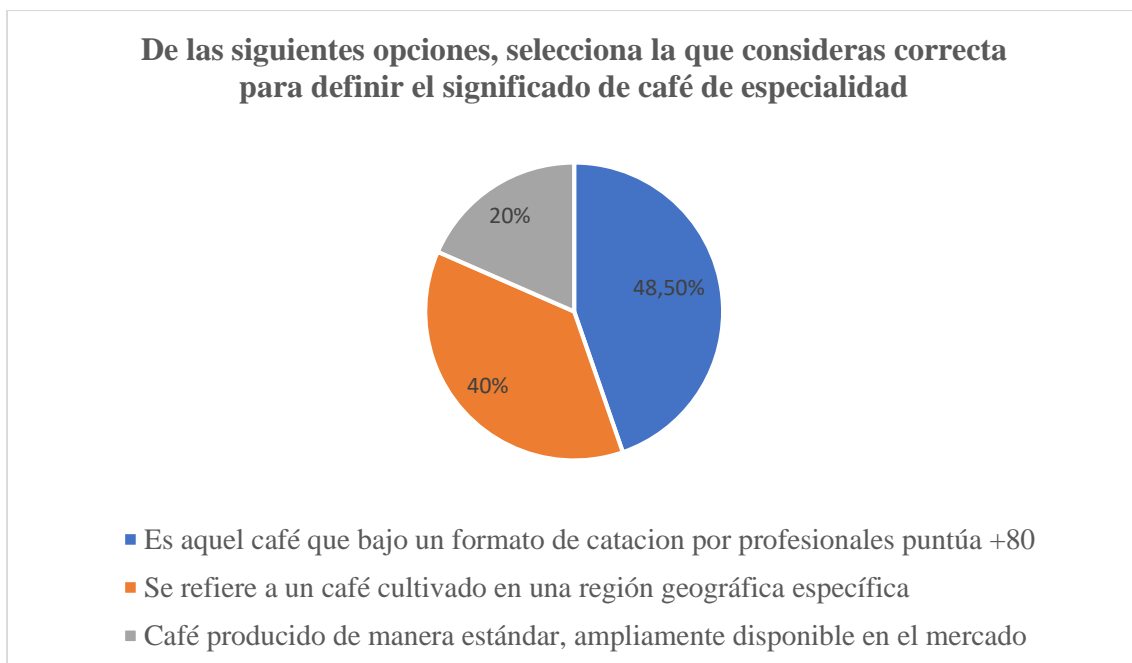


Fuente: Encuesta de elaboración propia. 8

Para la mayor parte de encuestados, 74,1% la calidad del café es el aspecto más fundamental a la hora de comprar el producto, después la decisión recae en el precio para un 33,2%, mientras el 20,2% se va por la variedad de opciones y un porcentaje menor de 10,2%

está más interesado en la ubicación del establecimiento. Este hallazgo sugiere una clara preferencia por la excelencia en la experiencia del café, característica que puede encontrarse en el de especialidad, indicando que la calidad del producto es un determinante clave en la toma de decisiones de compra. El precio, aunque relevante, no es tan predominante como la calidad. Esto puede interpretarse como una disposición del consumidor a pagar un precio más elevado por un café de alta calidad.

9. De las siguientes opciones, selecciona la que consideras correcta para definir el significado de café de especialidad

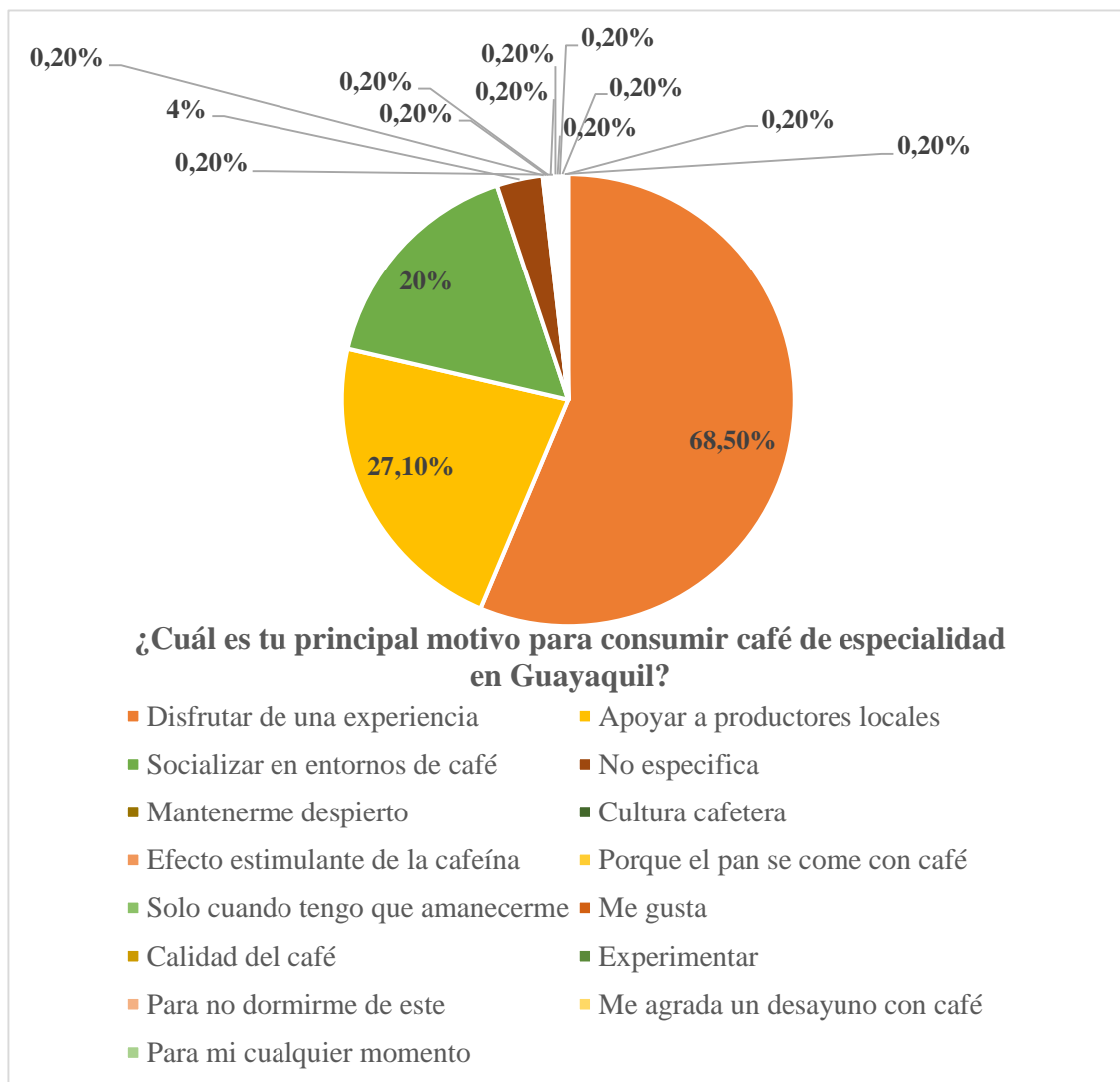


Fuente: Encuesta de elaboración propia. 9

La opción que obtuvo la mayor cantidad de respuestas fue "Es aquel café que bajo un formato de catación por profesionales puntúa +80," con el 48.5% de las preferencias. Esto indica un reconocimiento significativo de la importancia de la calidad evaluada por profesionales en la categorización de café de especialidad. La segunda opción, "Se refiere a un café cultivado en una región geográfica específica," fue seleccionada por el 39.8% de los encuestados. Esto sugiere que una parte considerable de la población asocia la especialidad del

café con su origen geográfico, destacando la relevancia de la procedencia en la percepción del café de alta calidad. La opción "Café producido de manera estándar, ampliamente disponible en el mercado" obtuvo el 20% de las respuestas. Este resultado indica que hay una proporción significativa de encuestados que no asocian el café de especialidad con una producción estándar y ampliamente accesible. Esta información indica la cantidad de información que puede introducirse en las experiencias turísticas con el fin de motivar aún más a las personas por optar por café de especialidad.

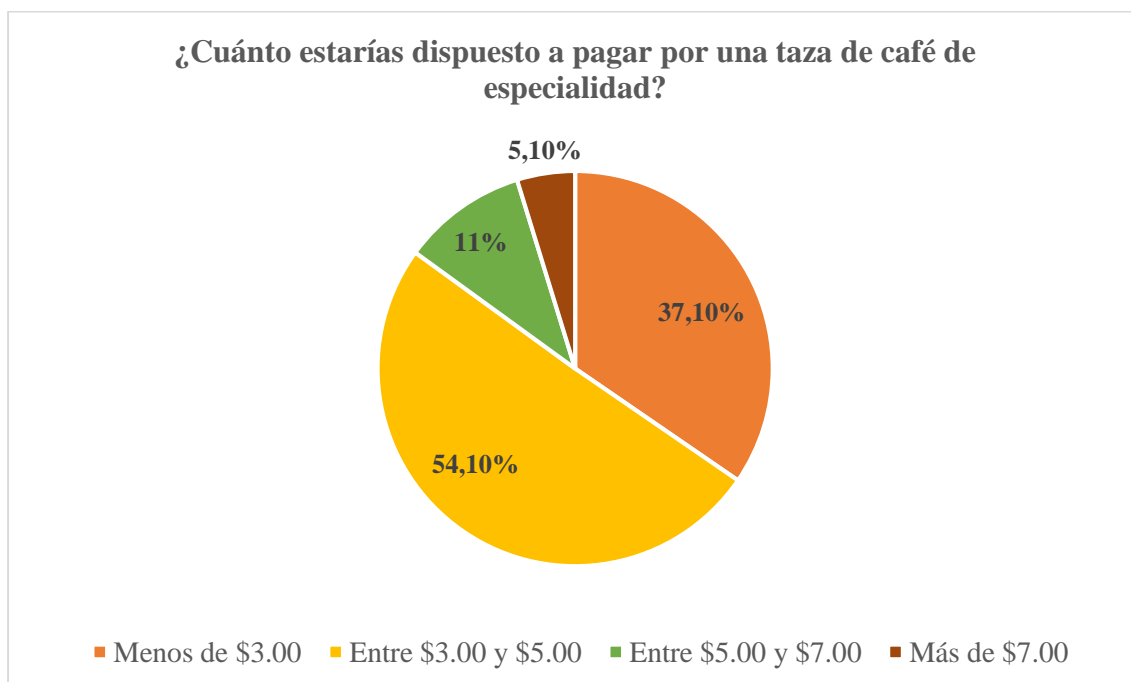
10. ¿Cuál es tu principal motivo para consumir café de especialidad en Guayaquil?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 10

La respuesta "Disfrutar de una experiencia" es el motivo predominante, seleccionado por el 68.5% de los encuestados. Este resultado sugiere que la mayoría de las personas asocian el consumo de café de especialidad en Guayaquil con la búsqueda de experiencias sensoriales y gustativas únicas, destacando el componente experiencial como impulsor principal. La opción "Apoyar a productores locales" fue elegida por el 27% de los participantes. Esto indica que una proporción significativa valora la contribución al apoyo de la producción local como motivo para consumir café de especialidad, destacando la conexión con la comunidad y la sostenibilidad. La categoría "Socializar en entornos de café" obtuvo el 19.8% de las respuestas. Este resultado señala que una parte importante de los encuestados ve el consumo de café de especialidad como una actividad social, resaltando la importancia de los entornos cafeteros como lugares de encuentro. Estas serían las más relevantes por el número de encuestados que las mencionaron, sin embargo, existen otras respuestas.

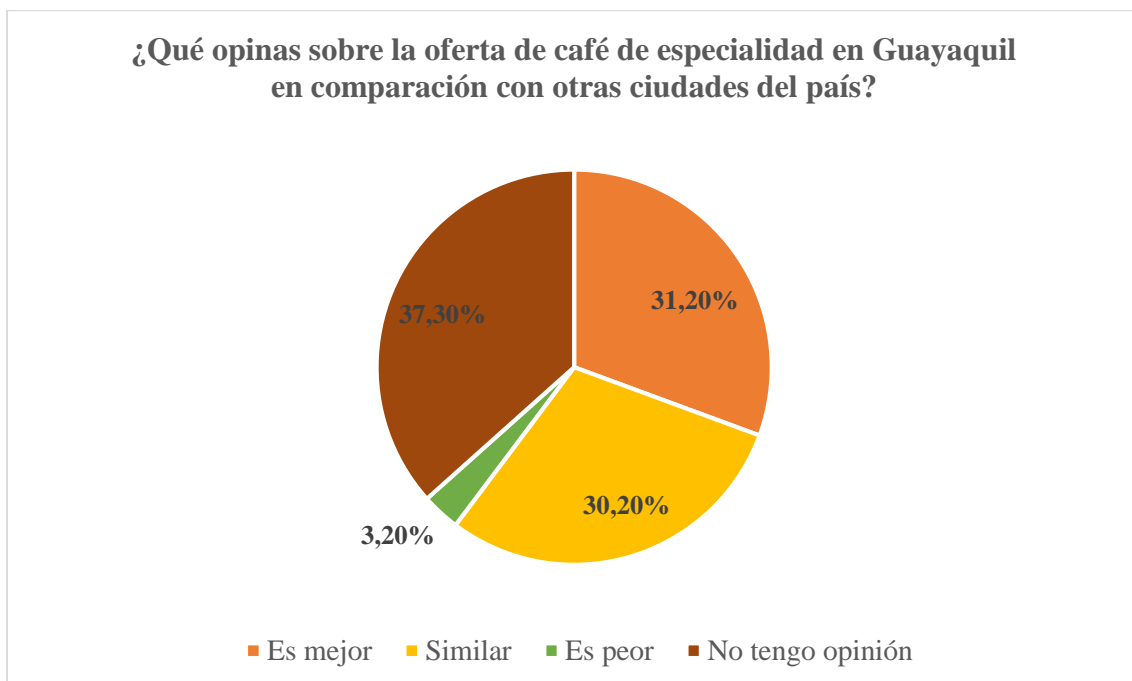
11. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una taza de café de especialidad?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 11

La opción "Entre \$3.00 y \$5.00" fue la elección de la mayoría, representando el 54% de las respuestas. Este rango de precios es el más aceptado, señalando una disposición generalizada a pagar una tarifa moderada por una taza de café de calidad superior. La categoría "Menos de \$3.00" fue seleccionada por el 37.1% de los participantes, indicando que una proporción considerable prefiere precios más bajos para una taza de café de especialidad. La categoría "Entre \$5.00 y \$7.00" recibió el 11% de las respuestas, sugiriendo que una minoría está dispuesta a pagar un precio más elevado por una experiencia de café de especialidad. La opción "Más de \$7.00" fue seleccionada por el 5.1% de los encuestados, indicando que una proporción reducida está dispuesta a pagar precios más altos por una taza de café de especialidad. Esto indica que los precios entre \$3.00 y \$5.00 son los más apropiados para las bebidas de la experiencia turística.

12. ¿Qué opinas sobre la oferta de café de especialidad en Guayaquil en comparación con otras ciudades del país?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 12

El 37.3% de los participantes no expresa una opinión sobre la comparación entre la oferta de Guayaquil y otras ciudades del país, el 31,2% cree que la oferta es mejor en Guayaquil, el 30,2% sostiene que es similar y el 13% que es peor. La percepción positiva sugiere un reconocimiento y aprecio por la calidad y diversidad del café de especialidad disponible en la ciudad. No obstante, falta de opinión de la mayoría de participantes podría sugerir una falta de conciencia o interés en la diversidad y calidad del café de especialidad en diferentes regiones del país. La percepción de calidad inferior es menor sin embargo es un punto a tomar en cuenta para identificar áreas a mejorar en la industria del café de especialidad.

13. ¿Qué importancia le das a la experiencia de consumo a elegir un lugar para tomar café? Siendo 1 (Muy importante), 2 (Importante), 3 (Poco importante), 4 (No es importante)

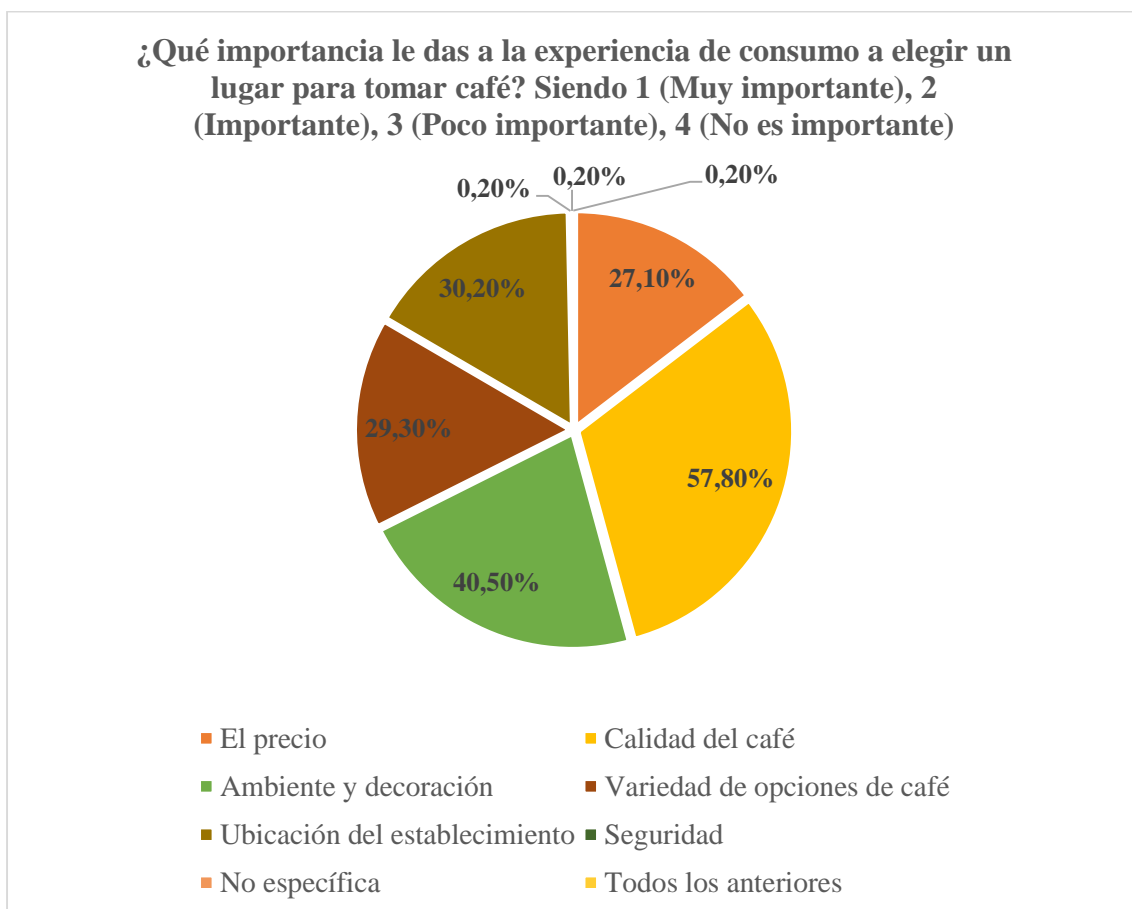


Fuente: Encuesta de elaboración propia. 13

El análisis de la pregunta sobre la importancia otorgada a la experiencia de consumo al elegir un lugar para tomar café revela que una considerable mayoría, 52,4% de encuestados, considera que la experiencia de consumo es muy importante; para el 28,5% es importante, para

un 11,2% es poco importante y para la minoría, un 7,8% no es importante. La experiencia de consumo incluye el servicio, la apariencia del lugar, la higiene y el sabor de los productos. Las cifras de la encuesta demuestran que más del 75% considera en alguna medida relevantes estos aspectos para elegir un lugar, por lo que, en definitiva, se debe procurar mantener la calidad en cualquier experiencia turística de café de especialidad para obtener mayores visitantes y mejores recomendaciones a otros.

14. ¿Qué influencia más en tu decisión de visitar una cafetería en Guayaquil?

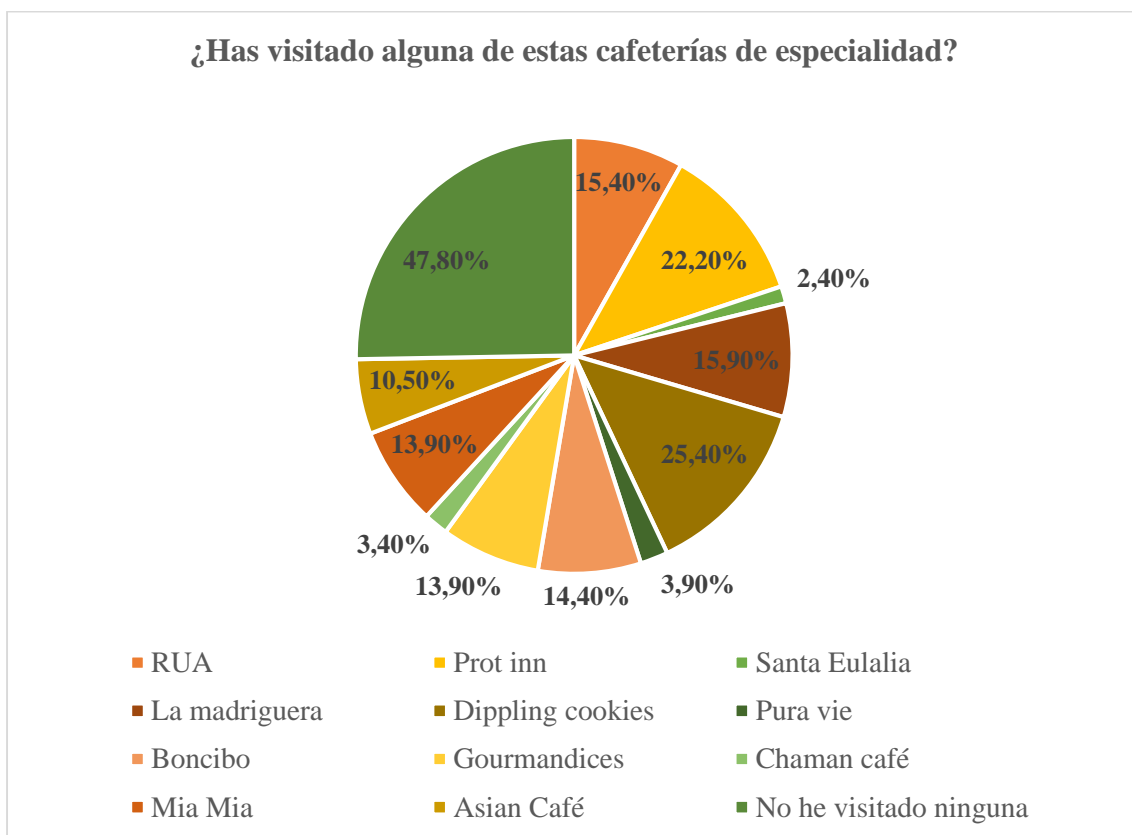


Fuente: Encuesta de elaboración propia. 14

La calidad del café es el factor más importante con un 57.8% de los encuestados indicando que este aspecto es determinante en su decisión de visitar una cafetería. Este hallazgo subraya la importancia de mantener y mejorar los estándares de calidad del café de especialidad para atraer y retener clientes. El ambiente y la decoración también resultan elementos

significativos, con el 40.5%, esto indica que la creación de espacios atractivos y acogedores puede tener un impacto positivo en la atracción de clientes. Esto debe considerar espacios para tomar fotografías y videos para redes sociales ya que resultan novedosos para las generaciones actuales. La ubicación del establecimiento y la variedad de opciones de café también son factores relevantes con el 30.2% y el 29.3% de los encuestados respectivamente, mientras el precio es mencionado por el 27.1% de los participantes.

15. ¿Has visitado alguna de estas cafeterías de especialidad?

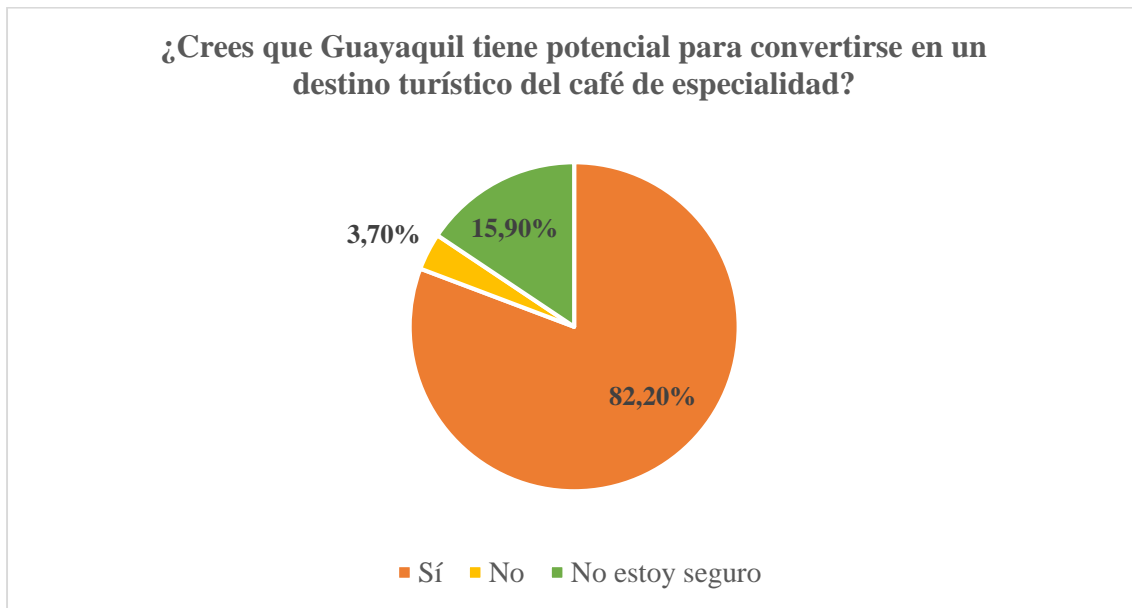


Fuente: Encuesta de elaboración propia. 15

La mayoría de encuestados no ha visitado ninguna de las cafeterías mencionadas, un 47,8%. Esto podría indicar desconocimiento, falta de interés o falta de promoción de los sitios. No obstante, también presenta un potencial de oportunidades para captar nuevos clientes. La cafetería "Dippling Cookies" destaca como la más visitada, con un 25,4% de las visitas. Le sigue "Prot Inn" con el 22,2% y "RUA" con 15,4%. Teniendo en cuenta que estas son las

favoritas de los consumidores se podría tomar en cuenta sus experiencias y aciertos para adoptarlos en propuestas de café de especialidad.

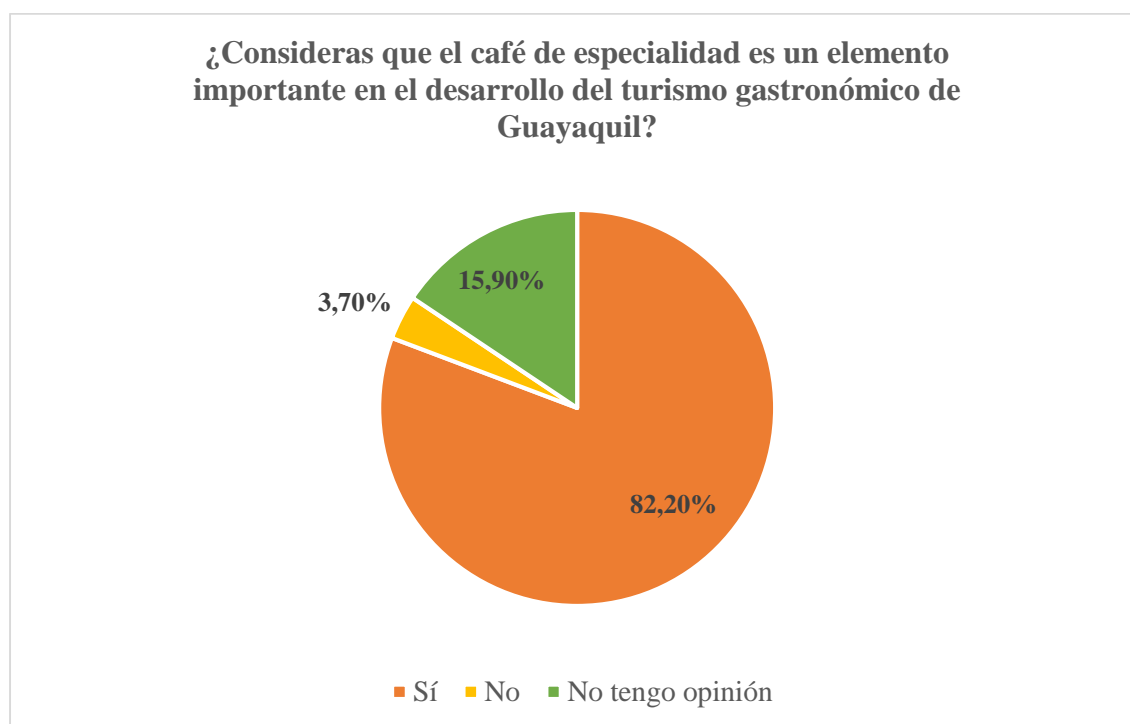
16. ¿Crees que Guayaquil tiene potencial para convertirse en un destino turístico del café de especialidad?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 16

Una vasta mayoría de encuestados, el 82,2%, afirma que Guayaquil tiene potencial de convertirse en destino turístico de café de especialidad; tan solo un 3,7% no le apuesta a este potencial mientras que el 15,9% no está seguro al respecto. Esto muestra las capacidades que tiene la ciudad, así como la apuesta y posible interés de parte de los consumidores para que se lleven a cabo estas propuestas y participar de ellas. La falta de seguridad podría deberse a falta de información, lo que indica la necesidad de realizar actividades de promoción. El grupo minoritario de personas que no le apuestan al potencial de Guayaquil podría servir como una forma de ver otras perspectivas que merecen atención.

17. ¿Consideras que el café de especialidad es un elemento importante en el desarrollo del turismo gastronómico de Guayaquil?



Fuente: Encuesta de elaboración propia. 17

La abrumadora mayoría de los participantes, un 82,4%, reconoce al café de especialidad como un elemento crucial en el desarrollo del turismo gastronómico de Guayaquil. Esto podría indicar que la calidad del café determina la atracción de visitantes interesados en experiencias gastronómicas novedosas. Por otra parte, el 11,7% de participantes indicó no tener una opinión al respecto, quizá debido a una falta de conocimiento y demostrando la importancia de incluir estrategias educativas y publicitarios. Tan solo un 6,6% no está de acuerdo con la importancia de este tipo de café.

3.1.3 Conclusiones:

Los resultados de la encuesta indican un potencial significativo para el desarrollo del Turismo Gastronómico de café de especialidad en Guayaquil. La presencia de una audiencia local interesada, la apreciación de experiencias sensoriales únicas y la valoración de la calidad

del café ofrecen una base sólida. También reveló la importancia de la calidad para los consumidores, aspecto que debe tomarse muy en cuenta, así como la necesidad de que, a la par, se realicen actividades de difusión de información y de promoción del café de especialidad. Así mismo, serán necesarias estrategias de marketing diferenciadas y la creación de experiencias auténticas sería fundamentales para capitalizar este potencial emergente. No obstante, es bastante notorio el potencial de este tipo de actividades dentro de la ciudad de Guayaquil tanto para la población interna como externa.

3.2 Entrevista

3.2.1 Introducción a entrevista

Soy Melisse Faustos Cabello, estudiante de la Universidad Ecotec, y estoy llevando a cabo entrevistas como parte de mi investigación sobre el café de especialidad en Guayaquil. El objetivo de estas entrevistas es conocer más a fondo las experiencias y perspectivas de los profesionales del café de especialidad en la ciudad. Sus opiniones son fundamentales para enriquecer mi trabajo y contribuir a una comprensión más completa de este tema.

3.2.2 Resumen de entrevistas

- 1. ¿Cuál es su percepción sobre la demanda de café de especialidad en Guayaquil en comparación con el café tradicional?**

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
Hay muchísima ignorancia, desconocimiento, lo único que se ve a primera mirada es la diferencia de precio	Un café comercial usualmente no es de muy buena calidad bio un café de especialidad usualmente cuesta mucho más
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
Hubo la “generación muerta” que les dejó de importar el café o la tradición de tomarla todos los días, ahora que hay personas que se	yo sé que el café es muy tradicional y que el concepto ya está instaurado. A nivel de consumo

distinguen en especialidad, puedo valorar más un café bien hecho	en Guayaquil. Porque esta toda la “generación muerta”
--	---

2. ¿Qué estrategias implementa su cafetería para promover y destacar el café de especialidad entre sus clientes?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
Yo creo que la clave es la innovación y es pensar en la comunidad cafetera	Uno de los factores claves fue la educación y la capacitación, la asesoría y el seguimiento, siempre están aprendiendo y corrigiendo.
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
Damos el conocimiento al cliente para que ellos puedan reconocer lo que es un buen producto	Todo es contar la historia de manera distinta, yo te cuento la historia y te hago enamorar de esto, es más o menos “véndele a la mente y no a la gente”

3. ¿Cómo ha evolucionado el consumo de café de especialidad en Guayaquil en los últimos años desde su perspectiva?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
Si hablamos 5 años atrás es increíble la cantidad de cafeterías que hay	La industria del café del Ecuador y por ende de Guayaquil está creciendo, está en auge
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
Capacitado yo creo que en general en estos 10 años ha aumentado significativamente de una manera gigante y ahí creo que dentro de 5 años el boom de especialidad	Mario Idrovo es un embajador de café, fue el único que tuvo la visión del futuro.

4. ¿Qué papel juegan las certificaciones de sostenibilidad y origen ético en la elección de proveedores de café de especialidad para su cafetería?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
Se trata de sostenibilidad y se trata de comercio justo	Usualmente algo bien trabajado y con un comercio justo usualmente te da algo que tiene sostenibilidad
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
Ellos se encargan con el contacto directo, confiamos en nuestro proveedor.	Es la cadena de valor finalmente lo que hace que el café más allá de todas las características buenas. La única manera de hacerlo de forma incentiva para los productores es pagarles lo justo

5. ¿Cuál es su opinión sobre el potencial de Guayaquil como destino turístico del café de especialidad?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
Es una oportunidad enorme, el café de especialidad es una forma de marquetear un restaurante	Todavía no llegamos al punto de que la gente viaje solo por café, pero yo creo que vamos a llegar a eso
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
Me parece que es exponencial hacer una ruta turística de cafeterías en un país productor, el cual hay mucho más contacto directo	Hemos tenido una experiencia porque los guías turísticos normalmente han venido para acá, descubren el tema del café de especialidad, y empiezan a traer a los turistas, nosotros de “refilón “estamos metidos en el tema de turismo “cafetero” porque es una sola agencia que está haciendo este tema, pero veo que funciona

6. ¿Cómo considera que la cultura del café de especialidad en Guayaquil se compara con otras ciudades o regiones?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
A nivel regional no estamos tan mal, guayaquil está mucho más desarrollado que lima	Está creciendo mucho más rápido que en otros países y en otros mercados, incluyendo mercados top como Corea, Japón, Australia
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
Esta en crecimiento, entonces el interés recién esta despertando, es algo que todavía hay que culturizar, educar a todos.	Es vertiginoso porque cuando inicie yo sabía que existía el proceso lavado natural y honey, de aquí en estos años empiezo a descubrir una magia por detrás

7. ¿Cómo percibe el futuro del mercado del café de especialidad en Guayaquil?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
Estoy seguro que el próximo año va a ver el doble del tamaño del mercado	Siempre y cuando continuemos como lo estamos haciendo o mejor aún, porque siempre se puede mejorar, yo creo que va a ser un punto fuerte en café
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
Yo creo que hay más demanda del café de especialidad, tanto en supermercados, bastantes clientes vienen directo solo a comprar café en granos	Estamos en pañales alado del tema, pero es algo a lo que nos estamos encaminando y nos puede ir muy bien porque hay bastante mercado cafetero

8. ¿Cuáles son las oportunidades que visualiza en lo posterior?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
Que hay oportunidades porque es un mercado que no está siendo atendido	creo que hay una oportunidad grande en hacer algo así, un libro, una guía, una franquicia, una página web, una tesis.
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
creo que el café de especialidad está dentro de algo más grande, que es la gastronomía, bebidas, la comida, hotelería, turismo	tengo la esperanza de que aquí a 5 años más adelante Mario Idrovo saque un libro, que a 3 o 4 años más adelante Poliang saque su manual de tueste

9. ¿Cómo se mantiene al tanto de las tendencias y novedades en el mercado del café de especialidad para adaptar su oferta?

JUAN BEGUÉ	MARIO IDROVO
siempre estamos participando en las subastas, participando en los campeonatos, estamos participando también con colegas en otros países	yo creo que el internet, las redes sociales y los correos es algo que es parte de la sociedad ahora
ENA IDROVO	STEVEN ESPINOZA
tengo a mi socio que busca capacitarse por todas partes esa curiosidad me hace querer investigar aparte, uso Instagram, tiktok, las listas de world fivete best.	pague la anualidad de la SCA, me llegan todas las novedades, por mi Instagram también, también por libros.

3.2.3 Interpretación de entrevista

1. ¿Cuál es su percepción sobre la demanda de café de especialidad en Guayaquil en comparación con el café tradicional?

Los cuatro entrevistados reflejan una percepción unánime de que la demanda de café de especialidad en Guayaquil está en un proceso de crecimiento y transformación. Aunque el café tradicional sigue siendo popular debido a su accesibilidad y costumbre arraigada, el café de especialidad está ganando terreno.

2. ¿Qué estrategias implementa su cafetería para promover y destacar el café de especialidad entre sus clientes?

Los entrevistados coinciden en que, para promover el café de especialidad en Guayaquil, las estrategias deben centrarse en la educación del consumidor y la innovación. Resaltan la importancia de crear una cultura del café, donde se enfatice la historia y la calidad detrás de cada taza.

3. ¿Cómo ha evolucionado el consumo de café de especialidad en Guayaquil en los últimos años desde su perspectiva?

Los entrevistados consideran que el crecimiento significativo en el consumo de café de especialidad se caracteriza por un aumento en el interés de los consumidores, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Observan que, en comparación con años anteriores, hay una mayor apreciación y conocimiento sobre la calidad y diversidad del café de especialidad. Resaltan que, aunque el mercado aún está en desarrollo, la tendencia es positiva y rápida.

4. ¿Qué papel juegan las certificaciones de sostenibilidad y origen ético en la elección de proveedores de café de especialidad para su cafetería?

Los entrevistados destacan que el café de especialidad no solo implica una calidad superior, sino también un compromiso con prácticas justas y sostenibles. Las certificaciones son vistas como garantías de que los productores reciben una remuneración justa, lo que a su vez contribuye a la calidad del producto final.

5. ¿Cuál es su opinión sobre el potencial de Guayaquil como destino turístico del café de especialidad?

Los entrevistados ven un gran potencial en Guayaquil como destino turístico del café de especialidad. Coinciden en que la ciudad tiene la capacidad de ofrecer experiencias únicas en torno al café, aprovechando su cultura y ubicación estratégica. Resaltan que el café de especialidad puede ser un atractivo turístico importante, no solo para los entusiastas del café sino también para el turismo general, Sin embargo, destacan que falta mucho por desarrollar en la industria

6. ¿Cómo considera que la cultura del café de especialidad en Guayaquil se compara con otras ciudades o regiones?

Los entrevistados observan que, aunque Guayaquil aún está en una fase de desarrollo en cuanto a la cultura del café de especialidad, se está moviendo rápidamente en la dirección correcta y ya se compara favorablemente con otras ciudades. Destacan que, en comparación con otras regiones, Guayaquil muestra un crecimiento rápido en términos de conocimiento y apreciación del café de especialidad. Señalan que, aunque hay ciudades como Quito y Loja que pueden tener un mayor conocimiento en el tema, Guayaquil no se queda atrás y está avanzando a buen ritmo, con una creciente comunidad de aficionados y profesionales del café. Resaltan la importancia de continuar educando y creando conciencia sobre el café de especialidad para mantener este crecimiento y desarrollo en la ciudad.

7. ¿Cómo percibe el futuro del mercado del café de especialidad en Guayaquil?

Los entrevistados concuerdan que Guayaquil tiene el potencial de convertirse en un referente en el ámbito del café de especialidad, tanto a nivel nacional como internacional.

Destacan la necesidad de innovación continua y de mantener altos estándares de calidad para satisfacer las expectativas de un mercado cada vez más informado y exigente.

8. ¿Cuáles son las oportunidades que visualiza en lo posterior?

Los entrevistados identifican varias oportunidades claves en el mercado del café de especialidad en Guayaquil. Estas incluyen la creación de nuevas experiencias de consumo relacionadas con el café, sugieren que existe espacio para innovaciones en marketing, como el desarrollo de guías o publicaciones sobre cafeterías de especialidad, y la promoción de Guayaquil como un destino turístico centrado en el café. Resaltan la importancia de adaptarse a las tendencias globales y locales, manteniendo una visión progresista y una apertura hacia nuevas ideas y enfoques en el sector del café de especialidad.

9. ¿Cómo se mantiene al tanto de las tendencias y novedades en el mercado del café de especialidad para adaptar su oferta?

Los profesionales destacan la importancia de mantenerse informados, la combinación de redes sociales y plataformas digitales, como Instagram, TikTok y YouTube, emerge como una herramienta vital para seguir tendencias y compartir conocimientos. Además, la participación activa en eventos y ferias internacionales proporciona insights sobre tendencias globales y novedades tecnológicas, mientras que la educación continua son clave para comprender los cambios del sector. La interacción con la comunidad del café, juega un papel crucial en el intercambio de conocimientos y experiencias. Esta combinación de herramientas permite a los profesionales del café no solo estar al día con las tendencias, sino también mejorar y diversificar sus ofertas para satisfacer las expectativas en constante evolución de los consumidores.

CAPÍTULO IV:

PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta

Estrategia para promover el consumo del café de especialidad en Guayaquil.

4.1.1 Antecedentes

La creciente atracción hacia el café de especialidad en Guayaquil no solo refleja un cambio en los patrones de consumo, sino que también destaca la importancia de esta tendencia para el desarrollo socioeconómico y cultural de la ciudad. La preferencia por el café de especialidad en Guayaquil, una ciudad que no es productora, pero sí un importante centro de comercialización y disfrute de esta bebida, es un fenómeno que resuena con las tendencias globales hacia un mayor aprecio por las experiencias gastronómicas de calidad y culturalmente enriquecedoras

El interés en el café de especialidad tiene implicaciones significativas para la economía local. Al integrarlo en la oferta turística, se abre un nuevo segmento de mercado que puede atraer a visitantes tanto nacionales como internacionales, interesados en experiencias gastronómicas auténticas. Esta integración representa una oportunidad de crecimiento económico para los comerciantes y baristas locales, quienes podrían beneficiarse de un aumento en la demanda de sus productos y servicios. Además, la promoción del café de especialidad como parte del turismo gastronómico enriquece la oferta turística de Guayaquil, lo que podría generar un impacto positivo más amplio en el desarrollo turístico y económico de la ciudad

La propuesta para promover el café de especialidad en Guayaquil surge como respuesta a una oportunidad emergente en el ámbito del turismo gastronómico.

Además, al centrarse en el café de especialidad a propuesta busca a posibilidad de educar y sensibilizar tanto a residentes como a visitantes sobre la riqueza y complejidad del café de especialidad, sus métodos de preparación y sus orígenes. (Marcillo B, 2023)

4.1.2 Objetivo general de la propuesta

- Organizar 3 eventos de degustación y educación sobre café de especialidad en lugares clave de Guayaquil, con el fin de aumentar el conocimiento y la apreciación del café de alta calidad entre los consumidores locales.

4.1.3 Objetivo específico

- Asignar roles y responsabilidades
- Planificar el cronograma logístico
- Planificar el cronograma de actividades

4.1.4 Justificación de la propuesta

La organización de eventos de degustación y educación sobre café de especialidad en primer lugar, contribuye a difundir conocimientos sobre el café, promoviendo su calidad y posicionándolo. Además, al elegir lugares estratégicos con alta afluencia, se maximiza la oportunidad de llegar a un amplio espectro de consumidores. La interacción directa con los consumidores durante las degustaciones no solo educa, sino que también crea una experiencia sensorial que contribuye a la apreciación del café de alta calidad. Además, la repetición de eventos en distintos lugares amplifica el alcance y permite consolidar la percepción positiva del café de especialidad en la mente de los consumidores, fomentando su preferencia y contribuyendo al posicionamiento exitoso de este tipo de café en el mercado local.

La realización de eventos ofrece la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con propietarios y administradores de locales interesados, abriendo puertas para futuras inclusiones en menús y promociones.

4.2 Plan estratégico

Para la elaboración de plan estratégico de promoción de café de especialidad se propuso la creación y ejecución de un evento de degustación sobre el café de especialidad en la ciudad de Guayaquil el cual se dará tres veces al año.

Como primer paso se dio la elección del nombre “LEARN WITH COFFEE FEST” y el logo el cual busca no solo ofrecer una experiencia única a los participantes sino también fomentar el conocimiento y la apreciación del café de especialidad en la comunidad transmitiendo la esencia festiva y celebratoria del evento.

Para la organización del evento, se tomó en cuenta la ubicación, en la cual se seleccionó el Malecón 2000, Puerto Santa Ana y el Parque Histórico, conocidos por su alta afluencia de público y su relevancia cultural en Guayaquil, proporcionan entornos agradables y versátiles. La diversidad de espacios en cada ubicación permite la adaptación del evento a diversas actividades.

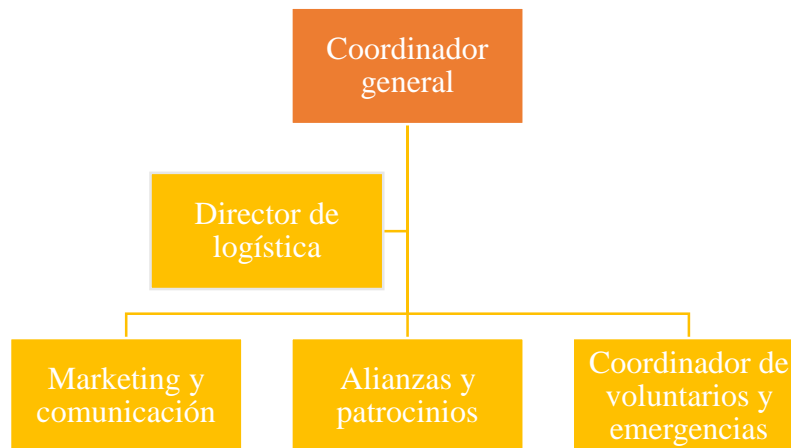
4.2.1 Asignación de roles y responsabilidades

Para el comienzo de las actividades formales de logística del evento y la correcta gestión de comunicación, se implementará:

- La creación de un correo empresarial
- La creación y configuración de redes sociales y plataformas digitales para el implemento de herramientas como Google Ads, Instagram y Facebook para la promoción del evento.
- La creación de grupo de WhatsApp empresarial
- Reuniones virtuales para socializar el contenido, el progreso del evento

- Base de datos de auspiciantes, empresas y/o participantes del evento
- Reuniones virtuales con auspiciantes, empresas y/o participantes del evento

Para el correcto funcionamiento del evento se asignarán roles y sus respectivas responsabilidades:



Fuente de elaboración propia (2023) 3

En la posición de **Coordinador general**, la persona a cargo supervisará y coordinará todos los aspectos del evento, tomando decisiones estratégicas que garanticen su éxito del evento. El **Director de logística** se encargará de la planificación y ejecución de todos los aspectos logísticos del evento. Desde la coordinación con proveedores y la gestión de suministros hasta la disposición física del espacio. La función del **responsable de Marketing** tendrá la responsabilidad del desarrollo de logo y estrategias de marketing para promover el evento, la gestión de la presencia en redes sociales, la creación de contenidos etc. El **encargado de alianzas y patrocinios** se enfocará en la identificación de oportunidades de colaboración, la negociación de acuerdos y contratos, y asegurará la presencia y visibilidad de los patrocinadores en el evento. Finalmente, el **Coordinador de voluntarios, seguridad y emergencias** será responsable de reclutar y gestionar voluntarios, y desarrollar protocolos de

seguridad y emergencia. Esta función es esencial para garantizar una experiencia segura y enriquecedora para todos los participantes.

La planificación y elaboración de este evento requiere de un presupuesto inicial para garantizar de que este se desarrolle de manera eficiente y efectiva, en este proceso se asignan los recursos necesarios proporcionando una guía financiera clara, en este libro de presupuesto se encuentran ítems que, con ayuda de los auspiciantes, participantes, y voluntarios se pueden solventar por lo cual esos ítems no llevan costo.

LIBRO DE PRESUPUESTO DE EVENTOS

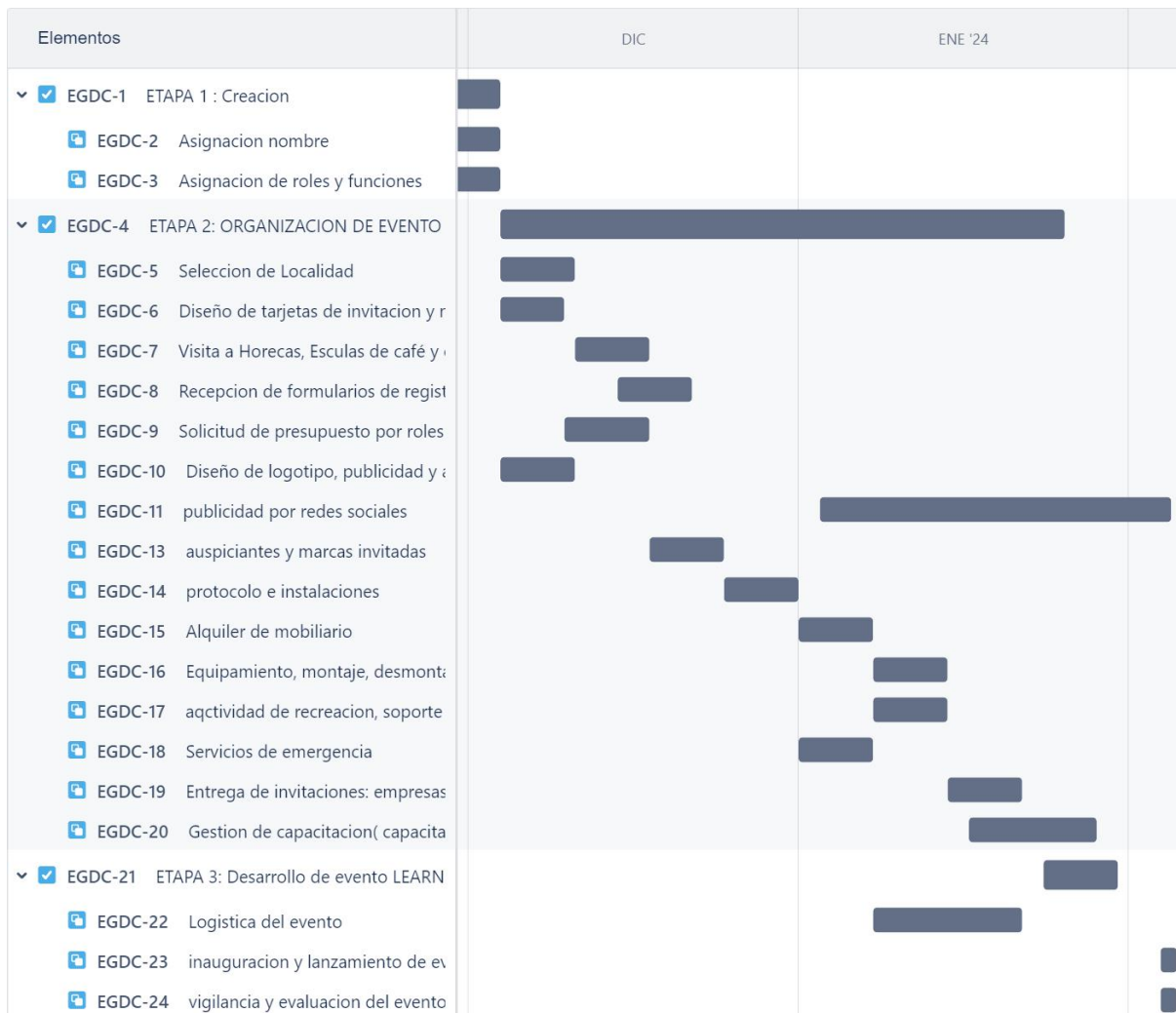
		TOTAL PROYECTADO	#REF!
CATEGORÍA		SUBTOTAL PROYECTADO	
Lugar	SUBTOTAL	\$	1,300.00
Alquiler de ubicación		\$	500.00
Alquiler de equipos de Café		\$	300.00
alquiler de carpas		\$	200.00
Mesas / Sillas adicionales		\$	100.00
Seguridad		\$	200.00
Decoración	SUBTOTAL	\$	450.00
Iluminación		\$	150.00
Señalización adicional		\$	50.00
Artículos decorativos adicionales		\$	250.00
Alimentos / Bebidas	SUBTOTAL	\$	310.00
bebidas		\$	100.00
mantelería		\$	60.00
café		\$	150.00
Programación de eventos	SUBTOTAL	\$	200.00
Altavoces		\$	100.00
Producción de video		\$	100.00
Gráficos de presentación		\$	-
Entretenimiento adicional	SUBTOTAL	\$	150.00

Música / DJ		\$	100.00
Alquileres adicionales		\$	50.00
Servicios para asistentes / invitados	SUBTOTAL	\$	60.00
viaticos		\$	100.00
Transporte		\$	60.00
Comunicaciones	SUBTOTAL	\$	480.00
Impresión / Fabricación		\$	80.00
Volantes (publicidad y educativo)		\$	100.00
Materiales del evento		\$	300.00
Relaciones públicas	SUBTOTAL	\$	200.00
Comunicados de prensa		\$	200.00
Marketing	SUBTOTAL	\$	250.00
Marketing por correo electrónico		\$	-
Producción de video		\$	50.00
Fotografía		\$	100.00
Imprenta		\$	100.00
Redes sociales	SUBTOTAL	\$	200.00
Facebook		\$	100.00
Instagram		\$	100.00
Google+		\$	-
Publicidad	SUBTOTAL	\$	340.00
tv		\$	200.00
Impresión		\$	140.00
Patrocinadores	SUBTOTAL	\$	-
Regalos de agradecimiento		\$	-
Logística	SUBTOTAL	\$	1,750.00
Seguro		\$	150.00
Contratos		\$	1,600.00
Otro	SUBTOTAL	\$	5,690.00

Fuente de elaboración propia (2023) 4

4.2.2 Planificación de cronograma de plan logístico

Para llevar a cabo el evento "LEARN WITH COFFEE FEST", se ha diseñado un cronograma detallado que sirve como guía desde la fase inicial de creación hasta el día del evento, dividiendo las actividades en tres etapas. Este cronograma asegura una coordinación precisa y eficiente para el desarrollo y exitoso de todas las fases del evento.



Fuente de elaboración propia (2023) 5

4.2.3 Planificación de cronograma de actividades

Se realizó la planificación de las actividades del evento, el cual busca educar e incentivar al consumo y participación en la industria cafetera de especialidad de Guayaquil. Esta planificación detalla las etapas del evento, desde que inicia con su apertura e inauguración continuando con el masterclass, demostraciones, y competencia de café hasta la culminación de las actividades y posteriormente la culminación de la feria junto con el agradecimiento

HORA	total de tiempo	TAREAS	NOTAS
06:00 AM	1hr	montar tarima, prueba de sonido y de aparatos electronicos, conexiones, etc.	intalacion de carpas y mesas
07:00 AM			maquinas de café
08:00 AM	1hr	arreglo de stands para feria	unicacion de auspiciantes e invitados
09:00 AM			ubicacion de puestos de venta.
10:00 AM	20 min	Inauguracion y lanzamiento del evento y feria	Palabras de agradecimiento, cronograma de actividades
10:20 AM	10 min	Apertura del evento	apertura oficial del evento al publico
10:30 AM	10 min	Incripciones para competencia de brewing amateur	de 10:30 a 12:40 se cierran inscripciones
10:40 AM	20 min	Café comercial vs café de especialidad	charla, diferencias
11:00 PM	20 min	Importnacia de los productores	papel que juegan los productores en el café de especialidad
11:20 PM	20 min	Demostracion de cata de café	porque se cata?
11:40 PM	20 min	Masterclass de gestion de cafeterias	errores de gestion
12:00 AM	20 min	Demostracion de barismo	que se hace un una barra de barismo?
12:20 AM	20 min	Que es el espreso y como tomar un espreso	charla
12:40 AM	20 min	Demostracion de cocteleria con café	masterclass de cocteleria
01:00 PM	30min	Competencia de brewing amateur	
01:30 PM	15 min	premiacion	entega de premios
04:00 PM	5 min	cierre y agradecimiento	

Fuente de elaboración propia (2023) 6

4.2.4 Feria para integración

Para una mayor integración aparte del cronograma se estará dando una feria en la cual habrá al menos 10 stands en donde se darán a conocer los productos y/o servicios que ofrecen las marcas participantes, 4 de los puestos estarán ubicados estratégicamente para promocionar información sobre el café. Los temas a tratar de cada stand son:

- **Historia del café:** Se hablará brevemente del inicio hasta la evolución del café de especialidad
- **Proceso del grano de café:** se hablará de la trazabilidad del café y sus características en su faceta en grano, se mostrarán los granos es sus etapas.
- **Brewing:** se explicará cómo hacer una buena taza de café
- **Cold Brew:** se enseñará brevemente como realiza un café filtrado en frio



Fuente de elaboración: Canva, Melisse f. 1

CONCLUSIONES

- Esta investigación ha proporcionado un conocimiento valioso sobre la industria cafetera, sus desafíos y oportunidades, a través de casos de éxito en la industria se logró identificar patrones y prácticas que han contribuido al éxito en otras regiones.
- El estudio del mercado de café de especialidad en la ciudad de Guayaquil reveló que existe una creciente demanda y un interés significativa en el café de especialidad. Esto resalta la importancia de desarrollar estrategias que aprovechen esta tendencia emergente.
- La propuesta no solo busca estimular el consumo y proporcionar una experiencia gastronómica, sino que también pretende fomentar el aprendizaje y la creación de una cultura en torno al café, con la aspiración de integrar activamente a las personas en la industria. Contribuyendo de manera significativa al desarrollo económico y turístico de Guayaquil.

RECOMENDACIONES

- Considerando la ubicación estratégica y su potencial impacto en la industria del café de especialidad, se sugiere ampliar futuras investigaciones para incluir a Samborondón como un área de interés cercana a la ciudad de Guayaquil. La proximidad geográfica y su potencial relevancia en la promoción del café de especialidad hacen de Samborondón buen candidato para exploraciones más detalladas.
- Se recomienda la implementación de una herramienta de evaluación continua para la estrategia propuesta, asegurando una medición efectiva de su impacto y permitiendo ajustes dinámicos según la evolución del entorno. Este enfoque garantizará la efectividad y sostenibilidad a largo plazo de las iniciativas relacionadas con la promoción del café de especialidad en Guayaquil.

BIBLIOGRAFIA

- Arévalo, A. (2022). *Rutas Temáticas Alternativas a la Ruta del Café en Loja como Estrategia de Diversificación y Reactivación de la Oferta Turística Post-COVID 19: Caso de Estudio: Parroquias Malacatos y Vilcabamba*. . Universidad de Barcelona.
- Ascanio, A. (2009). *Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema*. PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural, 7(2), 321-325.
- Association., S. C. (2017). *Acerca de SCA*. . <https://sca.coffee/about> .
- Barberán Jiménez, D. C. (2019). *Exposición del arte arquitectónico del cementerio general de Guayaquil como patrimonio cultural (Bachelor's thesis)*.
- Barrera & Bringas. (2008). *Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos*. *Gastronomic sciences*, 3(706), 1-11.
- Burgos Guerrero, T. J. (2016). *Modelo de Gestión cultural para el desarrollo de actividades de entretenimiento en las calles Loja y panamá de la ciudad de Guayaquil*. (Bachelor's thesis).
- Camacho Gómez, M. (2022). *Marketing turístico de las rutas del café en México*. . Revista de Administração da UNIMEP , 19(11), 41-56.
- Cárdenas Rossi, A., & Najarro Flores, P. A. (2021). *Dark Kitchen como medio de reactivación económica en el sector gastronómico en Lima Metropolitana, 2020*.
Obtenido de Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola: chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglefindmkaj/https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b6af582b-e051-435e-b8ac-ec50e315e106/content

- Carranza C, F. &. (2005). *Percepción de La Demanda en las Cadenas Agroalimentarias: Casos de Café, Chayote Y Melón en Costa Rica*. *Economía y Sociedad*, 10(27), 73-98.
- Castro, P. C. (2004). *Café de especialidad: alternativa para el sector cafetalero peruano*. *Journal of Economics. Finance and Administrative Science*, 9(17), 61-84.
- Ceballos-Ramírez, S. (2021). *Hábitos de consumo del café en el oriente antioqueño*. *Repositorio Institucional Universidad Católica de Oriente, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*. .
<https://repositorio.uco.edu.co/handle/20.500.13064/857>.
- Cruz Vicente, M. A. (2019). *Ruta ecoturística del café, sol y playa en la Costa Grande de Guerrero. Propuesta para el turismo colaborativo y el desarrollo económico local*. .
<http://ru.iiec.unam.mx/4727/1/4-036-Cruz-Agaton-Anor>.
- De Abreu Correia, J. A. (2008). *Evaluación del efecto de sustitución del material de empaque metalizado para la marca Cheese tris® 54g de la empresa PepsiCo alimentos SCA*. (Doctoral dissertation).
- delitbee. (2022). *El origen de las Dark Kitchens*. Obtenido de delitbee:
<https://delitbee.com/blog/el-origen-de-las-dark-kitchen/>
- Espin Constante, Y. L. (2015). *Manual de conocimiento de métodos alternativos en la preparación de café (Bachelor's thesis)*.
- Fernando B. (2020). *“Diseño y construcción de una máquina de café con asistencia virtual controlada por IoT*. (Master's thesis, Quito).
- Franco Mejia, W. C. (2019). *Caso ‘Las Huecas’ de Guayaquil [Ecuador]*. *Rosa dos Ventos*, 9(2), 200-215.

- Gaibor Flor, M. J. (noviembre de 2021). *Modelo de Negocio. "Dark Kitchen": gerencia de estudio financiero*. Obtenido de Universidad Casa Grande Repositorio Digital: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/3044/1/Tesis3108GAIm.pdf
- Gaitán, A. (. (2018). *¿Una taza de café? Colombia, tierra de café y caficultores*. En *Servicio Geológico Colombiano & Centro Nacional de Investigaciones de Café (Eds.), . De la Geología al Café (págs. 17–40)*. Imprenta Nacional de Colombia.
- García Delgado, M. (2022). *Los Cafés del Centro Histórico de la Candelaria, una oportunidad*.
- Giovannucci, D. (2001). *Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte*.
- Giraldo González, L. P. (2020). *Retos y oportunidades para la adopción de un modelo de desarrollo sostenible en el sector cafetero colombiano dentro del marco de las exigencias de la Alianza del Pacífico*.
- González Rodríguez, P. (2022). *Plan de negocio de la start - up Point-Kitchen. Cocinas orientadas al mercado de reparto a domicilio*. Obtenido de Repositorio Comillas Universidad Pontifica: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/58526/TFG%20-%20Gonzalez%20Rodriguez%20Tarduchy%2c%20Pablo.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- González, M. (2023). *"La Nueva Ola del Café en Guayaquil: Retos y Oportunidades"*. Universidad de Guayaquil.

- Hanna S. (2014). *Segregación social y políticas de la memoria en el Parque Histórico Guayaquil. Procesos*. Revista Ecuatoriana de Historia, 85-114.
- Hernández Rojas, R. &. (2018). *Turismo gastronómico: La gastronomía tradicional de Córdoba (España)*. *Estudios y Perspectivas en Turismo* , 27(2),. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 16p. .
- Hernández, E. &. (2022). *El consumo de café de especialidad en Medellín por parte de los jóvenes adultos*. <http://hdl.handle.net/20.500.11912/10285>. .
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Actividad en restaurantes*.
- Marcillo B, .. F. (2023). *Influencia de la cosecha de café maduro y verde sobre la calidad física y organoléptica del café (Coffea arábica L.)*. . *Agrosilvicultura y Medioambiente*, 1(1), 14-25.
- Márquez, Á. (27 de mayo de 2021). *Ventajas de montar una cocina fantasma*. Obtenido de Tu Bar Online: <https://tubaronline.com/blog/ventajas-de-montar-una-cocina-fantasma/>
- Millán & Agudo. (2010). *El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España*. *Oleoturismo*. Un estudio de caso.
- Mina F, &. A. (2022). *TURISMO GASTRONÓMICO Y SU AVANCE TURÍSTICO EN EL PUERTO SANTA ANA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2022*. (Bachelor's thesis, Quevedo).
- Mogrovejo, J. M. (2019). *Estrategias para impulsar el agroturismo rural en Municipio de Gramalote Norte de Santander*. . *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 4(7), (188-205) .

- Navarrete Torres, M. d., Muñoz Aparicio, C., & Sánchez Rosado, O. B. (2022). Nuevo modelo de negocios gastronómico. Las Dark Kitchen. Ventajas y desafíos. *Vincula Tégica*, 9. Obtenido de <https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/222/310>
- Ordóñez Herrera, M. I. (2019). *Café de especialidad La Jabita*. *Organización Mundial del Turismo (OMT)* . (El turismo: un fenómeno económicosocial). 2023: <https://www.unwto.org/es/turismo> .
- Orgaz Agüera, F. &. (2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo*. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable* , 31. .
- Osorio V, .. (2021). *La calidad del Café. Libros y Manuales*.
- Pedrajas, R. F. (2014). *El Mundo del café. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Centro de Publicaciones*.
- Pérez Buenaño, J. (2019). *Diseño de una ruta turística temática del Eje Cafetero en la provincia de Zamora Chinchipe, Ecuador*. . Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES". Ambato-Ecuador.
- Pérez, J. (2022). *"Evolución del Consumo de Café en las Grandes Ciudades Ecuatorianas"*. *Revista Ecuatoriana de Gastronomía*.
- Pilar Cárdenas, M. N. (2015). *Ecuador como destino turístico emergente: orígenes y evolución reciente de la actividad*.
- Rizzuto M, .. L. (2014). *El mercado mundial del café: tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad*. *Visión gerencial*, (2), 291-307.

- Sánchez S. V., B. D. (2018). *La realidad Ecuatoriana en la producción de café*.
RECIMUNDO: . Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento, 2(2),
72-91.
- Sanmartín Rodríguez, L. (2021). *Ecuador Tiene El Mejor Café Del Mundo*.
<https://srradio.com.ec/ecuador-tiene-el-mejro-cafe-del-mundo/> .
- Satlari. (2010). *Análisis del impacto de la tercera ola de café en el Gran Mendoza*
(Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias
Económicas).
- Satlari, G. (2021). *Análisis del impacto de la tercera ola de café en el Gran Mendoza*.
Universidad Nacional de Cuyo. Recuperado de.
http://videlarivero.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/16851/satlari-fce.pdf .
- Torres Bernier. (2023). *El turismo residenciado y sus efectos en los destinos turísticos*.
Estudios turísticos, 45-70.
- Valle Reyes, A. S. (2015). *Diseño de una ruta turística colonial encantos del cerrito verde*
como medio de interpretación del patrimonio cultural en el cerro Santa Ana de la
ciudad de Guayaquil provincia del Guayas.
- Alzate Melo, M. P., Castaño Ramirez, C., & Marín Giraldo, J. (2021). *Estudio de*
viabilidad para desarrollar el modelo de negocio Cocinas Fantasma en la ciudad de
Pereira. Obtenido de Repositorio Universidad Católica de Pereira: chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/9432/1/DDMNI199.pdf>

ANEXO

1. Entrevistas Completas

1.1 Transcripción de Entrevistado # 1: Juan Begué

1. ¿Cuál es su percepción sobre la demanda de café de especialidad en Guayaquil en comparación con el café tradicional?

La percepción definitivamente es que no se conoce, hay muchísima ignorancia, desconocimiento, no hay cultura, entonces lo único que se ve a primera mirada es la diferencia de precio, pero de ahí a tener un conocimiento más de calidad es verdaderamente el desafío del café de especialidad, de cómo comunicas esa calidad, de cómo comunicas que es la especialidad y como llegas a este consumidor sin que tenga una percepción de que simplemente esta caro y ya.

2. ¿Qué estrategias implementa su cafetería para promover y destacar el café de especialidad entre sus clientes?

Yo creo que La clave es la innovación y es pensar en la comunidad cafetera, más que en el producto que estamos vendiendo o en el margen que nos queda, porque aquí lo que vendemos siempre la mente nuestra esta hacia como va creciendo la comunidad y como va creciendo la cultura del café de especialidad en la zona en donde estamos actuando, siempre nos desarrollamos con eventos catas, con bastante material educativo y centramos toda nuestra comunicación a crear cultura.

3. ¿Cómo ha evolucionado el consumo de café de especialidad en Guayaquil en los últimos años desde su perspectiva?

Actualmente podría decirte que ha crecido bastante comparándolo con los años anteriores está creciendo muy rápido, si hablamos 5 años atrás es increíble la cantidad de cafeterías que hay y la cantidad de usuarios interesados por el café de especialidad

4. ¿Qué papel juegan las certificaciones de sostenibilidad y origen ético en la elección de proveedores de café de especialidad para su cafetería?

El café de especialidad se trata de sostenibilidad y se trata de comercio justo , el tema de la sostenibilidad significa de que para el productor es rentable sembrar el café es rentable vender el café, hay un mercado que está dispuesto a pagar por ese café y por ende nosotros como compradores de los productores de café podemos pagar los precios que ellos pides, que muchas veces competimos con compradores internacionales y se está desarrollando muy bien el mercado que nos permita a nosotros poder pujar para comprar a esos precios elevados

5. ¿Cuál es su opinión sobre el potencial de Guayaquil como destino turístico del café de especialidad?

Siempre he dicho que es una oportunidad enorme, el café de especialidad es una forma de markeatear un restaurante de forma silenciosa porque son los que van al restaurante que se tomaron un buen café los que recomiendan y dicen en tal lugar el café es rico, y por el café a veces llega clientes a comer a cenar a almorzar, a lo que sea entonces, es una parte más a la experiencia que lo tienes que cerrar con broche de oro. Es turro y hay muchísimos casos que la comida es riquísima y el café esta terrible y realmente se te daña todo el buen sabor, el post gusto rico de la comida o del vino lo que sea con un mal café

6. ¿Cómo considera que la cultura del café de especialidad en Guayaquil se compara con otras ciudades o regiones?

Si lo comparamos con otras ciudades no estamos tan mal tampoco a veces pensamos que Guayaquil estamos atrasados, no necesariamente, si hay otras ciudades que nos lideran, otras ciudades en Colombia, pero a nivel regional no estamos tan mal, guayaquil está mucho más desarrollado que lima, aun que lima es una ciudad muy internacional y gastronómica no hay opciones de café de especialidad, hay muy poquitos por poner un ejemplo

donde más especialidad hay es en quito y guayaquil es en donde más especialidad hay en tamaño de mercado, si hablamos de conocimiento la ciudad de Loja es la ciudad que más me ha sorprendido en el Ecuador porque hay mucha gente bien informada sobre el café.

7. ¿Cómo percibe el futuro del mercado del café de especialidad en Guayaquil?

Estoy seguro que el próximo año va a ver el doble del tamaño del mercado y el año que viene el triple, porque sí que está siendo bien rápido.

8. ¿Cuáles son las oportunidades que visualiza en lo posterior?

Definitivamente creo que hay oportunidades porque es un mercado que no está siendo atendido, es un mercado que está creciendo mucho, es algo que está en auge y va a crecer muy rápido y cada vez está creciendo más rápido.

9. ¿Cómo se mantiene al tanto de las tendencias y novedades en el mercado del café de especialidad para adaptar su oferta?

Nosotros siempre estamos participando en las subastas, participando en los campeonatos, estamos participando también con colegas en otros países, bastantes colegas en Colombia, también compañeros amigos en estados unidos, y realmente el mundo del café de especialidad es bastante unido, como no tiene fronteras, la gente es super abierta y toda la información y todos los papers de investigación que salen y todos los canales de YouTube de

investigación y de actualización de lo último que hay, están disponibles, simplemente están para el que los quiera ver, para el que los quiera buscar y siempre estamos al día con eso porque estamos al tanto de querer comunicar, de querer educar, de querer crear cultura y esta es la vía que nos mantiene informados para poder comunicar.

1.2. Transcripción Entrevistado # 2 : Mario Idrovo

1. ¿Cuál es su percepción sobre la demanda de café de especialidad en Guayaquil en comparación con el café tradicional?

Un café comercial usualmente no es de muy buena calidad, no muy buen tueste, no se le paga usualmente bien al productor, no hay trazabilidad y eso obviamente abarata costos y el cliente se toma un café no tan caro, en cambio un café de especialidad usualmente cuesta mucho más porque el productor invirtió en tecnología, en infraestructura, en educación, hace mejor las cosas, el tostador le paga mejor a su café, la cafetería le pagan más su tostador. Creo que esta diferencia a veces todavía es difícil de romper porque hay un café de especialidad cuesta más.

2. ¿Qué estrategias implementa su cafetería para promover y destacar el café de especialidad entre sus clientes?

Yo creo que soy un caso un poco particular, porque la gente literalmente me asocia con café, mucha gente a veces no sabe ni mi apellido pero me conoce como barista Mario, por mis redes sociales yo creo que para mi, no es tan difícil porque literalmente mi vida es café, pero para mis clientes, creo que algo que los ayuda a diferenciarse entre la competencia, justamente eso, utilizar café de especialidad, tener baristas entrenados, demostrarle eso al cliente, porque la calidad, la buena educación, le da confianza a tu barista, la persona que trabaja contigo, para ofrecer el producto, para comunicarle al consumidor, entonces yo creo que son herramientas

que a veces se utilizan para diferenciarse, Hay muchas estrategias, tener a personas capacitadas, tener a dueños eso genera confianza. Uno de los factores claves fue la educación y la capacitación, la asesoría y el seguimiento, siempre están aprendiendo y corrigiendo.

3. ¿Cómo ha evolucionado el consumo de café de especialidad en Guayaquil en los últimos años desde su perspectiva?

Para hablar de Guayaquil hablaría también del Ecuador, pero lo vamos a centrar en Guayaquil yo creo yo creo que la industria del café del Ecuador y por ende de Guayaquil está creciendo, está en auge

yo he visto el cambio como tengo 14 años en el mundo del café, yo he visto la transformación de algo que era un mini Nicho, casi que había 10 personas que sabían de café de especialidad a algo que ahora hay gente que yo he escuchado que quiere dedicar su vida al café cosa que no ocurría antes, he escuchado a niños que quieren ser baristas, jóvenes que quieren dejar las universidades por perseguir sus sueños cafeteros. Entonces yo sí creo que está en auge Yo creo que la especialidad está creciendo, está siguiendo las tendencias mundiales y seguimos creciendo, yo he tenido miles de estudiantes estos últimos 6 años y ellos se han dedicado también a transmitir conocimientos y ayudar a crecer Esto, entonces yo creo que hablaste

4. ¿Qué papel juegan las certificaciones de sostenibilidad y origen ético en la elección de proveedores de café de especialidad para su cafetería?

Son partes claves ya que hacer Un buen café requiere de muchísimas cosas, más recursos, más educación, más trabajo, más esfuerzo, más infraestructura y todo eso implica un costo mayor, cuesta más hacer todas esas cosas, por ende, necesitas un cliente que esté

dispuesto hacer un trato de comercio justo, y pagarte más por ese esfuerzo, usualmente algo bien trabajado y con un comercio justo usualmente te da algo que tiene sostenibilidad

5. ¿Cuál es su opinión sobre el potencial de Guayaquil como destino turístico del café de especialidad?

Siento que se han llevado una grata sorpresa porque ven que hay café y cafeterías que podrían fácilmente estar en Japón, corea, Australia, entonces se han llevado un grato recuerdo, y cuando hay tiempo les encanta visitar, si nos toca viajar por trabajo, por vacaciones, por estudio por lo que sea, parte a otro país aparte de visitar los atractivos turísticos y la gastronomía siempre visitamos cafeterías, marcas de café, empresas, entonces yo creo que también hay un potencial gigante en lo que es turismo, no solo para la gente que están en café, mucha gente me escribe “Mario donde tomo café en México, donde tomo café en Colombia, en Madrid, en Budapest” son preguntas que me hacen a diario

Todavía no llegamos al punto de que la gente viaje solo por café, pero yo creo que vamos a llegar a eso, más o menos bajo el concepto Michelin, yo creo que hoy por hoy en el café estamos viviendo in poquito primero la excelencia, antes de que ocurra eso tiene que pasar otras cosas que es mejorar el café, mejorar la atención, crear más cultura, tener más gente que sepa de café, que lo valore, que lo pague, pero eventualmente pero no es el momento, todavía falta mucho camino

6. ¿Cómo considera que la cultura del café de especialidad en Guayaquil se compara con otras ciudades o regiones?

En Guayaquil específicamente yo si he visto que está creciendo mucho más rápido que en otros países y en otros mercados, incluyendo mercados top como corea, Japón, Australia, pero en guayaquil está creciendo rápido y yo creo que ese ritmo va a seguir creciendo

7. ¿Cómo percibe el futuro del mercado del café de especialidad en Guayaquil?

Creo que en guayaquil Ecuador siempre y cuando continuemos como lo estamos haciendo o mejor aún, porque siempre se puede mejorar, yo creo que va ha ser un punto fuerte en café, yo he tenido la suerte de viajar por el mundo y si el café está creciendo en todo el mundo, la especialidad está creciendo en todo el mundo,

8. ¿Cuáles son las oportunidades que visualiza en lo posterior?

Creo que hay una oportunidad grande en hacer algo así, un libro, una guía, una franquicia, una página web, una tesis.

9. ¿Cómo se mantiene al tanto de las tendencias y novedades en el mercado del café de especialidad para adaptar su oferta?

Hace poco tuve la suerte de irme un mes a Europa pagado por el tiempo que trabaje por el ministerio de turismo, visite una feria en Londres LATAM, Ecuador había contratado la estación central de café y postres ahí promocionamos el chocolate y el café ecuatoriano, todos los operadores turísticos los hoteles de todos los países incluyendo los Europeos se deleitaron con café de especialidad, Fui a una feria de café, la más grande Europa worl of coffee, Cada año cambia de ciudad, pero este año fue en Atenas tuve la suerte de ver algunos campeonatos mundiales, ver las tendencias, la tecnología, innovaciones, toparme con amigos.

Yo creo que el internet, las redes sociales y los correos es algo que es parte de la sociedad ahora

, atribuyo mucho mi éxito a las redes sociales, yo me dedico mucho tiempo a crear contenido, tengo un canal de YouTube, tengo un podcast, no solo yo creo contendió para que

la gente se mantenga informado, si no también yo la recibo, recibo emails de ferias, hi me entero de todo, yo creo que las personas personas que más saben son personas que se siguen educando, que siguen estudiando, porque así tu sepas todo el mundo cambia, el café cambia, son tendencias, tienes que actualizarte, yo a pesar de que soy profesor SCA y doy certificaciones SCA yo todavía sigo obteniendo títulos SCA, estudiando

1.3 Transcripción Entrevistado # 3 : Ena Idrovo

1. ¿Cuál es su percepción sobre la demanda de café de especialidad en Guayaquil en comparación con el café tradicional?

Ecuador es un país productor, nosotros tuvimos a nuestros abuelos que iban al centro, había café recién tostado y lo preparaban ahí, tenían esa experiencia del día a día, de ahí hubo una generación a lo que mi hermano le llama “generación muerta” que les dejo de importar el café o la tradición de tomarla todos los días, muchos niquiera lo toman, desaparecio por un tiempo, no era relevante. Ahora que hay personas que se distinguen en especialidad, puedo valorar mas un café bien hecho

2. ¿Qué estrategias implementa su cafetería para promover y destacar el café de especialidad entre sus clientes?

Recomendamos a los clientes probar en distintas maneras, les contamos acerca de donde viene, porque lo preparamos de esta manera, cual es la diferencia entre un espresso y le damos el conocimiento al cliente para que ellos puedan reconocer lo que es un buen producto

3. ¿Cómo ha evolucionado el consumo de café de especialidad en Guayaquil en los últimos años desde su perspectiva?

El café de especialidad empecé a notar que es un mundo complejo hace 12 años en la cafetería de mis papas hasta ahora es una diferencia gigante, las cafeterías la mayoría tenían máquinas de Nescafé en donde solo aplastabas un botón y te salía un cappuccino con la espuma gigante y ahora es mucho más aceptado o le da un valor a las cafeterías y restaurantes cuando tienen estos mejores métodos de preparación, personal capacitado yo creo que en general en estos 10 años ha aumentado significativamente de una manera gigante y ahí creo que dentro de 5 años el bum de especialidad. Fue de poco a poco y de ahí de una creció.

4. ¿Qué papel juegan las certificaciones de sostenibilidad y origen ético en la elección de proveedores de café de especialidad para su cafetería?

Mi socio, que es mi hermano, él tiene su propia marca de café, yo confié en el trabajo de la marca que nosotros compramos que es HUMA, ellos se encargan con el contacto directo, confiamos en nuestro proveedor.

Tú quieres darle una buena calidad de vida a las personas que ponen tanto esfuerzo a través de esto, si no, no fuera sustentable, no tendrías un buen resultado.

5. ¿Cuál es su opinión sobre el potencial de Guayaquil como destino turístico del café de especialidad?

Me parece que es exponencial hacer una ruta turística de cafeterías en un país productor, el cual hay mucho mas contacto directo, yo puedo irme a Francia y probar el café de Ecuador, Colombia, Kenia, pero tiene un valor mucho mas emocional y las personas quieren esas conexiones con alguien que hay un grado de separación.

6. ¿Cómo considera que la cultura del café de especialidad en Guayaquil se compara con otras ciudades o regiones?

Lo puedo comparar con otras ciudades de otros países, Yo veo que guayaquil está un poco subdesarrollado, esta en crecimiento, entonces el interés recién esta despertando, es algo que todavía hay que culturizar, educar a todos.

7. ¿Cómo percibe el futuro del mercado del café de especialidad en Guayaquil?

Yo creo que hay más demanda del café de especialidad, tanto en supermercados, bastantes clientes vienen directo solo a comprar café en granos

8. ¿Cuáles son las oportunidades que visualiza en lo posterior?

Creo que el café de especialidad esta dentro de algo mas grande, que es la gastronomía, bebidas, la comida, hotelería, turismo, eso es mucho mas grande, si aumenta la calidad de los restaurantes, le va mejor al café de especialidad, mientras eso crece todo puede ir creciendo.

9. ¿Cómo se mantiene al tanto de las tendencias y novedades en el mercado del café de especialidad para adaptar su oferta?

Tengo a mi socio que busca capacitarse por todas partes, yo soy un resultado de curiosa también, esa curiosidad me hace querer investigar aparte, uso intragram, tiktok, las listas de WORLD FIVETE BEST.

1.4 Transcripción Entrevistado # 4 : Steven Espinoza

1. ¿Cuál es su percepción sobre la demanda de café de especialidad en Guayaquil en comparación con el café tradicional?

Tengo una situación particular que yo puedo medir el antes y después porque mi familia es de Zaruma que es consumidora adicta de café, yo se que el café es muy tradicional y que el concepto ya esta instaurado. Mi publico objetivo en mi cafetería es el publico objetivo que esta consumiendo café de especialidad, millenians, centenials. A nivel de consumo en guayaquil, si nos vamos a las ventas de sweet and coffee creo que son los que mas venden a nivel comercial. Porque esta toda la “generación muerta”

2. ¿Qué estrategias implementa su cafetería para promover y destacar el café de especialidad entre sus clientes?

Todo es contar la historia de manera distinta, yo te cuento la historia y te hago enamorar de esto, es más o menos “véndele a la mente y no a la gente”, le hacemos homenajes con historias, como con el principito. El dinamismo de hablar y de encantar al cliente con el café es lo que me limpia la percha.

El concepto madriguera no te vendemos cosas, te vendemos experiencias. Que te den ganas de volver.

3. ¿Cómo ha evolucionado el consumo de café de especialidad en Guayaquil en los últimos años desde su perspectiva?

Vamos a crecer, tenemos una nueva camada de oportunidades, Mario Idrovo es un embajador de café, fue el único tuvo la visión del futuro. En cuestión de tiempo van a ver un montón de Mario

4. ¿Qué papel juegan las certificaciones de sostenibilidad y origen ético en la elección de proveedores de café de especialidad para su cafetería?

Es la cadena de valor Finalmente lo que hace que el café más allá de todas las características buenas que detener, hay este tema detrás de ser justos de hacer un comercio justo

en donde todos ganamos, porque es el esfuerzo que hay detrás. La única manera de hacerlo de forma incentiva para los productores es pagarles lo justo, tu sabes que si pagaste lo justo al siguiente año va a decir si funciona, voy a volver sembrar, y voy a experimentar y se inspiran hacer algo mejor.

Incluso nuestras tasas tienen un concepto social, el chico que las hace da cursos gratuitos de orfebrería para sacarlos de la calle y alejarlos de las drogas, creas este concepto, creas esta rueda de ayudarnos entre todos a crecer como negocio, como marca.

Nosotros para nuestros envíos o piden para llevar nunca usamos porta cafés, cogemos nuestras cajitas de leche que utilizamos para los cappuccino las hacemos lavar, las tenemos almacenadas, tenemos un pedido, las abrimos con estilete y ese mismo le hacemos un porta vasos

5. ¿Cuál es su opinión sobre el potencial de Guayaquil como destino turístico del café de especialidad?

Hemos tenido una experiencia porque los guías turístico normalmente han venido para acá, descubren el tema del café de especialidad, y empiezan a traer a los turistas, nosotros de “refilón “estamos metidos en el tema de turismo “cafetero” porque es una sola agencia que esta haciendo este tema, pero veo que funciona, porque el gringo entra y dice “esto no he visto”, hicimos una degustación a los guías turísticos, hemos intentado posicionarlo el tema del café, es una industria tan pequeña que hay cama para todo el mundo

6 ¿Cómo considera que la cultura del café de especialidad en Guayaquil se compara con otras ciudades o regiones?

Es vertiginoso porque cuando inicie yo sabía que existía el proceso lavado natural y honey, de aquí en estos años empiezo a descubrir una magia por detrás, tiene un crecimiento

vertiginoso además del consumo del café, esta conciencia de los jóvenes, que quiere tomar un café bueno, y ese le dice al otro y así va creciendo vertiginosa el tema del café y se reflejan en mis ventas

He viajado pero mi motivo principal no es el café de especialidad, sin embargo no me puedo ir de ese lugar hasta no visitar al menos una cafetería de especialidad

7. ¿Cómo percibe el futuro del mercado del café de especialidad en Guayaquil?

Estamos en pañales alado del tema, pero es algo a lo que nos estamos encaminando y nos puede ir muy bien porque hay bastante mercado cafetero

8. ¿Cuáles son las oportunidades que visualiza en lo posterior?

Tengo la esperanza de que aquí a 5 años más adelante Mario Idrovo saque un libro, que a 3 o 4 años más adelante Poliang saque su manual de tueste

9. ¿Cómo se mantiene al tanto de las tendencias y novedades en el mercado del café de especialidad para adaptar su oferta?

Pague la anualidad de la SCA, me llegan todas las novedades, por mi Instagram también, también por libros

1 Fotos de entrevistas



Entrevistdo # 1 Juan Begué dueño de HUMA



Entrevistdo # 4 Ena Idrovo dueña de MIA MIA

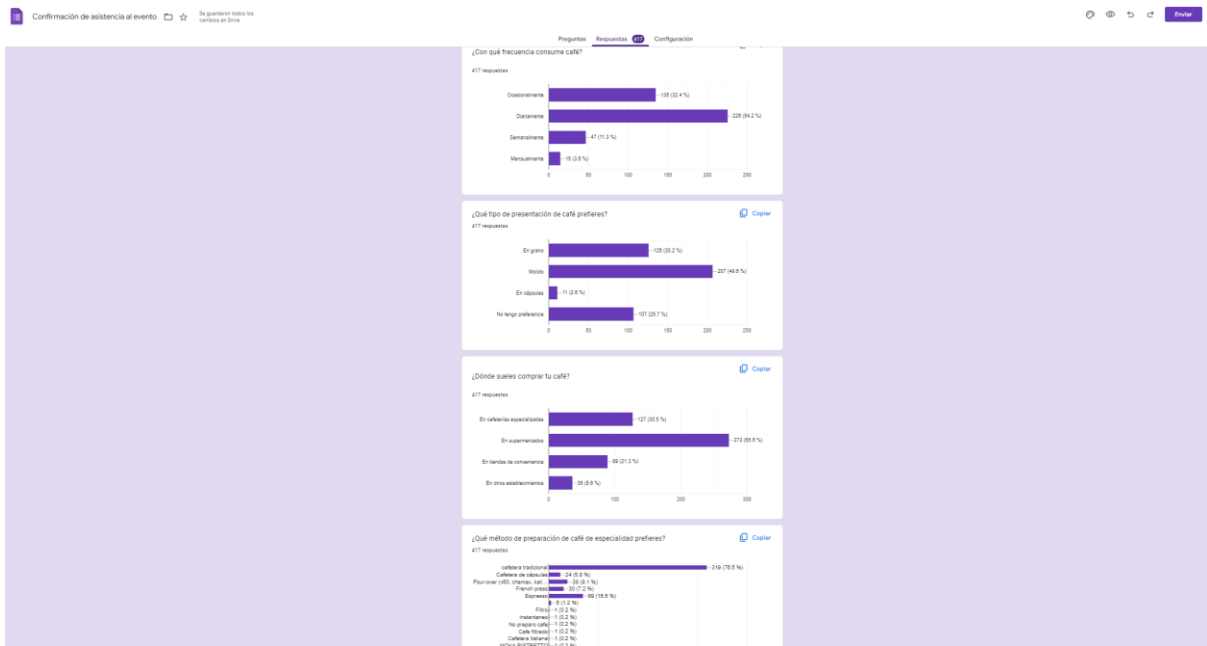


Entrevistdo # 2 Mario Idrovo dueño de Mici, Mia Mia, Cafering, Clean machine, Huma.

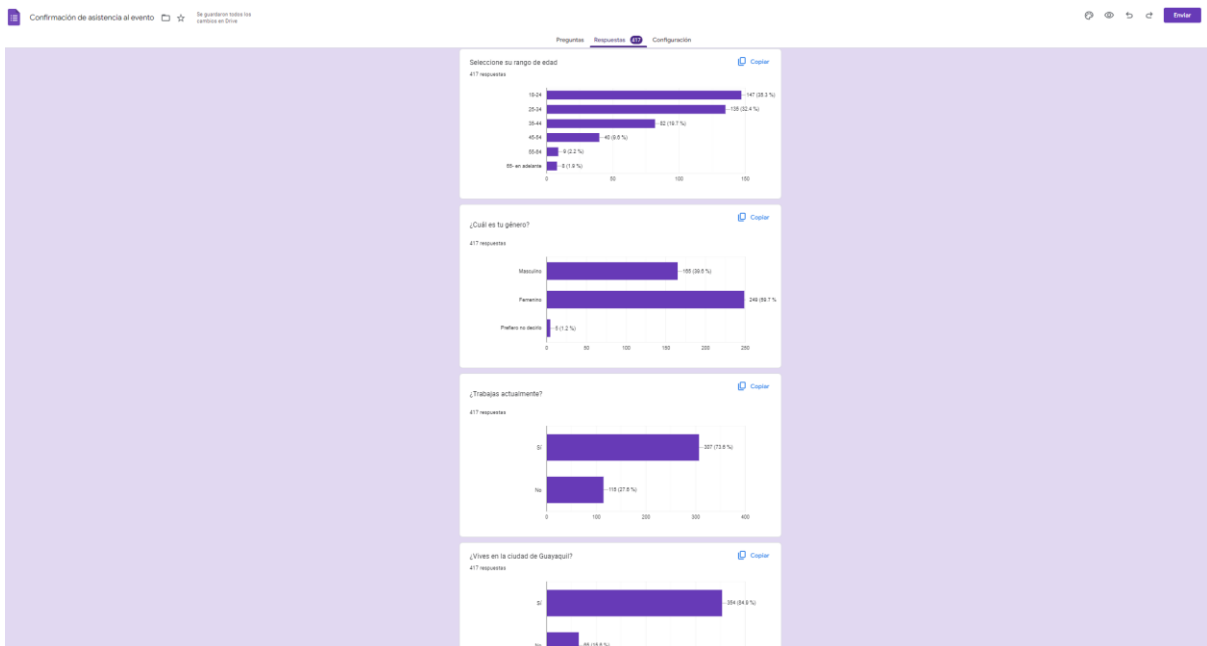


Entrevistdo # 3 Steven Eespinoza dueño de La madriguera

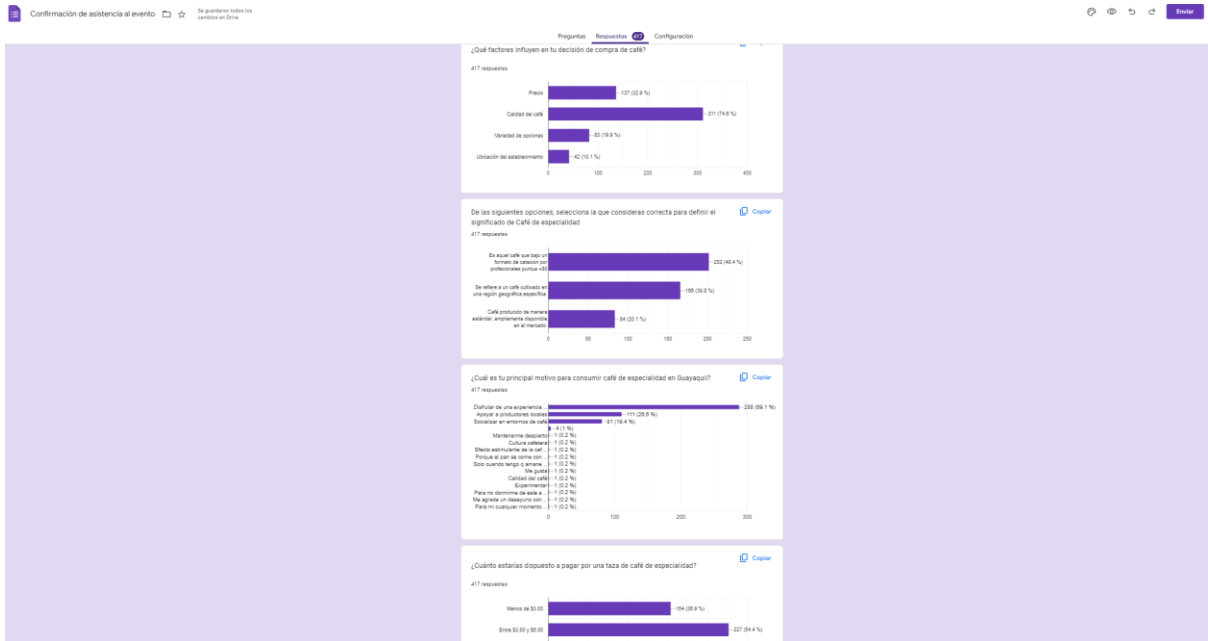
2 Formulario de encuestas



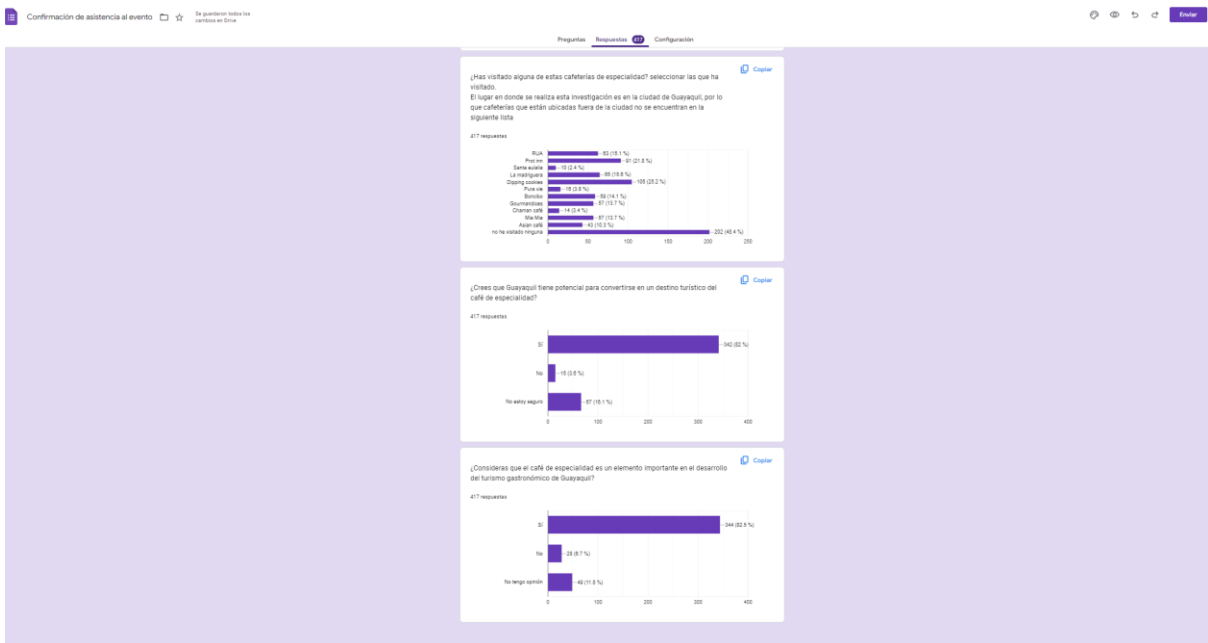
Plataforma usada para encuesta 1



Plataforma usada para encuesta 2



pataforma usada para encuesta 3



Plataforma usada para encuesta 4