



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACION TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TEMA: RECUPERACIÓN DE TÉCNICAS GASTRONÓMICAS  
ANCESTRALES Y SU INCORPORACIÓN EN LA OFERTA DE  
SERVICIOS GASTRONÓMICOS DEL ESTABLECIMIENTO  
“COPPELIA” EN CUENCA.**

**AUTORAS: CAMPOVERDE PICO, JOHANNA ELIZABETH  
MARTÍNEZ HUILCA, MICHELLE ALEJANDRA**

**DIRECTORA: Msc. VELÁSQUEZ SANDOVAL, DORIS  
ALEXANDRA**

**SANGOLQUÍ**

**2016**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, **“RECUPERACIÓN DE TÉCNICAS GASTRONÓMICAS ANCESTRALES Y SU INCORPORACIÓN EN LA OFERTA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS DEL ESTABLECIMIENTO “COPPELIA” EN CUENCA”** realizado por las señoritas **CAMPOVERDE PICO JOHANNA ELIZABETH Y MARTÍNEZ HUILCA MICHELLE ALEJANDRA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas **CAMPOVERDE PICO JOHANNA ELIZABETH Y MARTÍNEZ HUILCA MICHELLE ALEJANDRA**, para que lo sustente públicamente.

**Sangolquí, 29 de enero del 2016**

-----  
Velásquez Sandoval Doris Alexandra

**DIRECTORA**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotras, **CAMPOVERDE PICO JOHANNA ELIZABETH, MARTÍNEZ HUILCA MICHELLE ALEJANDRA** autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“RECUPERACIÓN DE TÉCNICAS GASTRONÓMICAS ANCESTRALES Y SU INCORPORACIÓN EN LA OFERTA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS DEL ESTABLECIMIENTO “COPPELIA” EN CUENCA”** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

**Sangolquí, 3 de Febrero del 2016**

-----  
**CAMPOVERDE PICO JOHANNA ELIZABETH**

C.C 171846111-2

-----  
**MARTÍNEZ HUILCA MICHELLE ALEJANDRA**

C.C: 172031444-0



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras, **CAMPOVERDE PICO JOHANNA ELIZABETH**, con cédula de identidad N° 171846111-2 y **MARTÍNEZ HUILCA MICHELLE ALEJANDRA**, con cédula de identidad N° 172031444-0, declaramos que este trabajo de titulación **“RECUPERACIÓN DE TÉCNICAS GASTRONÓMICAS ANCESTRALES Y SU INCORPORACIÓN EN LA OFERTA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS DEL ESTABLECIMIENTO “COPPELIA” EN CUENCA”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

**Sangolquí, 3 de Febrero del 2016**

CAMPOVERDE PICO JOHANNA ELIZABETH

C.C 171846111-2

MARTÍNEZ HUILCA MICHELLE ALEJANDRA

CC.172031444-0

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación se lo dedico con todo el amor del mundo a Dios y a mi familia por haberme guiado por el camino del bien y darme fuerzas para seguir adelante a pesar de los percances que tiene la vida.

Sin ellos nada tendría sentido.

**Johanna Elizabeth Campoverde Pico**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo primero a Dios, por otorgarme la voluntad, la paciencia y la constancia que me ha servido para culminar mis estudios con éxito, siempre bajo sus infinitas bendiciones, demostrándome que cada reto que me impone lo puedo superar y que son para hacerme una mejor persona.

A mis padres, quienes han sido mi guía, mi apoyo y sobretodo mis modelos a seguir, ya que con su ejemplo han inculcado en mi los mejores hábitos y valores, exigiéndome para entregar lo mejor de mí en cada etapa y nuevo proyecto en mi vida.

A mis hermanas Andrea y María Cristina quienes unas a otras nos hemos impulsado a buscar nuestras metas, siempre pensando en la excelencia y en la retribución a nuestros padres buscando ser profesionales y excelentes seres humanos.

A mi amor Dennis, quien ha sido un gran apoyo en mi vida, siempre a mi lado alentándome para alcanzar cada objetivo propuesto.

A mis ingenieros, ya que gracias a su educación y vocación por la enseñanza me han ayudado a llegar a esta etapa de mi vida, quienes no solo han desempeñado su papel de docentes, sino de amigos, siempre velando por mi bienestar y por mi éxito.

**Michelle Alejandra Martínez Huilca**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer primero a Dios que me ha permitido llegar al lugar en el que me encuentro.

A mis padres, Jhony y Nancy, que me han brindado su apoyo incondicional.

A mis ángeles, Anita y Josselin, que a más de ser mis hermanas son mis mejores amigas.

Gracias a ellos por enseñarme el significado del verdadero amor.

**Johanna Elizabeth Campoverde Pico**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios quien me protege y me cuida, ya que fue él quien me otorgó tan maravillosos padres, incondicionales y amorosos, por otorgarme la salud y la inteligencia para alcanzar tan ansiada meta.

A mi familia, mis tíos, mi abuelito y mis hermanas por compartir conmigo este triunfo.

A mi tutora Msc. Doris Velásquez por ser una guía fundamental para el cumplimiento de la presente investigación, y facilitó la culminación del mismo.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, por otorgarme docentes de calidad y con calidez a quienes considero parte de mi familia.

Al restaurante Coppelia, por ofrecernos todas las facilidades para realizar la investigación, proceso que permitió garantizar la calidad de los resultados y por ende la confiabilidad del presente estudio.

**Michelle Alejandra Martínez Huilca**



## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORIZACIÓN</b> .....	<b>iii</b>
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xvi</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xix</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b> .....	<b>1</b>
1.1    Introducción.....	1
1.2    Antecedentes.....	2
1.3    Definición del problema.....	2
1.4    Justificación.....	3
1.5    Objetivos.....	5
1.5.1    Objetivo general.....	5
1.5.2    Objetivos específicos.....	5
1.6    Metodología.....	5
1.7    Idea a defender.....	6
1.8    Marco teórico.....	6
1.8.1    Perspectivas teóricas existentes.....	6

1.8.2	Estructuración de la teoría que sustenta la investigación .....	7
1.8.3	Componentes Teóricos .....	13
1.9	Antecedentes investigativos que sustenten el trabajo de investigación.....	14
1.9.1	Investigaciones cualitativas. ....	14
1.9.2	Investigaciones cuantitativas .....	15
1.10	Marco conceptual .....	16
<b>CAPÍTULO II .....</b>		<b>20</b>
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....</b>		<b>20</b>
2.1	Análisis externo .....	20
2.1.1	Macroambiente .....	20
2.1.1.1	Renta per cápita .....	20
2.1.1.2	Tasa de desempleo.....	20
2.1.1.3	Tasa de inflación .....	21
2.1.1.4	Análisis del PIB.....	22
2.1.1.2	Entorno Sociocultural.....	22
2.1.1.2.1	Factores demográficos .....	22
2.1.1.2.2	Tamaño de la población y distribución .....	23
2.1.1.2.3	Distribución por edades.....	23
2.1.1.2.4	Niveles de formación .....	24
2.1.1.2.5	Niveles de ingresos .....	25
2.1.1.2.6	Grupos étnicos.....	26
2.1.1.3	Entorno Geográfico .....	26
2.1.1.3.1	Ubicación geográfica .....	26
2.1.1.3.2	Hidrografía .....	27
2.1.1.3.3	Orografía .....	28
2.1.1.3.4	Clima.....	28
2.1.1.3.5	Infraestructura vial .....	28
2.1.1.4	Entorno Tecnológico .....	29
2.1.1.4.1	Conectividad .....	29
2.1.1.4.2	Sistemas informáticos utilizados en el sector .....	30
2.1.1.5	Entorno Político.....	31

2.1.1.5.1	Forma de gobierno .....	31
2.1.1.5.2	Estabilidad política.....	31
2.1.1.5.3	Planes y programas gubernamentales .....	32
2.1.1.5.4	Convenios y programas de cooperación internacional.....	33
2.1.1.6	Entorno Legal .....	33
2.1.1.6.1	Constitución de la República del Ecuador .....	33
2.1.1.6.2	Leyes y reglamentos en temas: laboral, tributario, social y ambiental .....	34
2.1.1.6.3	Permisos de operación y funcionamiento .....	34
2.2	Análisis interno.....	35
2.2.1	Atractivos Turísticos de la ciudad de Cuenca.....	35
2.2.2	Turistas.....	42
2.2.3	Competencia .....	42
2.2.4	Organismos Reguladores del Turismo en la ciudad de Cuenca.....	43
2.2.4.1	Gerencia Regional del Austro .....	43
2.2.4.2	Fundación Municipal de Turismo para Cuenca .....	44
2.2.4.3	Cámara de Turismo del Azuay.....	44
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>45</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>		<b>45</b>
3.1	Estudio de la Oferta .....	45
3.1 1	Descripción del producto y/o servicio .....	45
3.1 2	Instrumento de recolección de información.....	45
3.1 3	Situación de la oferta actual.....	45
3.1 4	Análisis de la competencia a nivel local y/o regional.....	46
3.1 5	Análisis FODA de la competencia.....	47
3.2	Estudio de la Demanda.....	48
3.2 1	Determinación del Universo o población de estudio de la demanda.....	48
3.2 2	Determinación de la muestra .....	48
3.2 3	Técnicas de muestreo .....	49
3.2 4	Instrumento de recolección de información.....	49

3.2 5	Situación de la Demanda actual.....	50
3.2 6	Definición del perfil del cliente .....	51
3.2 7	Análisis de datos .....	55
3.2 8	Proyección de la demanda .....	67
3.2 1	Determinación de la política de precios.....	68
3.4.1	Canales de distribución .....	69
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>70</b>
<b>PROPUESTA .....</b>		<b>70</b>
4.1	Datos informativos .....	70
4.1.1	Establecimiento.....	70
4.1.2	Beneficiarios .....	70
4.1.3	Ubicación .....	70
4.2	Antecedentes de la propuesta .....	71
4.3	Justificación.....	71
4.4	Objetivos .....	71
4.4.1	Objetivo general.....	71
4.4.2	Objetivo específico .....	72
4.5	Fundamentación .....	72
4.5.1	Ingredientes, utensilios y técnicas de cocción de origen ancestral .....	72
4.5.1.1	Descripción de los alimentos ancestrales de la ciudad de Cuenca.....	72
4.5.1.2	Técnicas de cocción .....	74
4.5.1.3	Utensilios .....	75
4.5.2	Descripción del recetario de platos típicos de la ciudad de Cuenca .....	76
4.5.2.1	Entradas.....	76
4.5.2.2	Sopas .....	77
4.5.2.4	Postres .....	79
4.6	Metodología.....	81
4.6.1	Estandarización de recetas .....	81
4.6.2	Ingeniería del menú .....	96

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>105</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de la competencia .....	46
Tabla 2 FODA de los restaurantes de la competencia .....	47
Tabla 3 Género encuestados.....	56
Tabla 4 Edad encuestados .....	56
Tabla 5 Nacionalidad encuestados .....	57
Tabla 6 Reconocimiento del restaurante Coppelia.....	58
Tabla 7 Preferencia de asistencia del cliente.....	59
Tabla 8 Días de asistencia .....	59
Tabla 9 Horario de preferencia .....	60
Tabla 10 Aceptación de la oferta actual .....	61
Tabla 11 Plato del menú tradicional de menor agrado.....	63
Tabla 12 Aceptación del nuevo menú.....	64
Tabla 13 Tiempo de preparación de la orden.....	65
Tabla 15 Rango de precios .....	65
Tabla 15 Medio de difusión .....	66
Tabla 16 Datos ingresos turistas a Cuenca 2014 y 2015.....	67
Tabla 17 Proyecciones ingresos turistas a Cuenca 2016 al 2018.....	67
Tabla 18 Tortillas de Maíz .....	81
Tabla 19 Tortillas de Trigo .....	82
Tabla 20 Tortillas de choclo.....	83
Tabla 21 Habas con queso.....	84
Tabla 22 Mote casado .....	85
Tabla 23 Caldo de patas .....	86
Tabla 24 Sopa de poroto tierno .....	87
Tabla 25 Hornado con mote.....	88
Tabla 26 Cuy con papas .....	89
Tabla 27 Mote pillo.....	90
Tabla 28 Chanco a la barbosa .....	91
Tabla 29 Alfajor .....	92
Tabla 30 Quesadillas .....	93
Tabla 31 Cocada.....	94

Tabla 32 Dulce de higos con panela .....	95
Tabla 33 Rentabilidad menú actual.....	96
Tabla 34 Popularidad platos menú actual .....	98
Tabla 35 Tabla resumen platos .....	99

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución anual PIB .....	20
Figura 2 Composición PET .....	21
Figura 3 Tasa de inflación.....	21
Figura 4 PIB .....	22
Figura 5 Factores demográficos .....	22
Figura 6 Población de Cuenca.....	23
Figura 7 Alfabetismo en Cuenca.....	25
Figura 8 Ocupación en Cuenca .....	25
Figura 9 Grupos étnicos .....	26
Figura 10 Ubicación geográfica .....	27
Figura 11 Hidrografía de Cuenca.....	28
Figura 12 Infraestructura vial.....	29
Figura 13 Telefonía .....	30
Figura 14 Uso de internet.....	30
Figura 15 Uso de computadoras.....	31
Figura 16 Museo Banco Central .....	35
Figura 17 Museo Remigio Crespo .....	36
Figura 18 Museo de las culturas.....	36
Figura 19 Galería Eduardo Vega.....	37
Figura 20 Pase del niño .....	37
Figura 21 Día de los inocentes .....	38
Figura 22 Fundación de Cuenca.....	38
Figura 23 Cruces de Mayo .....	39
Figura 24 Iglesia Sagrado Corazón .....	39
Figura 25 Iglesia del Carmen .....	39
Figura 26 Plaza de las flores .....	40
Figura 27 Catedral de la Inmaculada .....	40
Figura 28 Parque Calderón.....	41
Figura 29 Catedral vieja .....	41



Figura 30 Mirador de Turi.....	42
Figura 31 Tiestos Café .....	42
Figura 32 Guajibamba.....	42
Figura 33 Villa Rosa .....	43
Figura 34 El Maíz.....	43
Figura 35 Género.....	56
Figura 36 Edad Encuestados .....	57
Figura 37 Nacionalidad encuestados.....	58
Figura 38 Reconocimiento restaurante Coppelia .....	58
Figura 39 Preferencia de asistencia del cliente .....	59
Figura 40 Días de asistencia.....	60
Figura 41 Horario de preferencia .....	60
Figura 42 Aceptación de la oferta actual.....	62
Figura 43 Plato del menú tradicional de menor agrado .....	64
Figura 44 Aceptación del nuevo menú .....	65
Figura 45 Tiempo de preparación de la orden .....	65
Figura 46 Rango de precios.....	66
Figura 47 Medio de difusión .....	66
Figura 48 Proyección de la demanda 2014-2015.....	67
Figura 49 Rango de precios .....	69

## **RESUMEN**

Para la elaboración del primer capítulo del presente proyecto de investigación se tomó en cuenta la teoría de varios autores basada en la búsqueda de bibliografía relacionada con el tema, que será la base sobre la cual se desarrolla el presente documento, la que involucra una idea general del tema elegido, el planteamiento del problema, los objetivos del estudio, las preguntas de investigación, la justificación y las hipótesis consecuentes que surgen en el proceso en un estudio cualitativo; es primordial la fundamentación teórica y estadística basada en datos oficiales otorgados por entidades públicas y privadas que indiquen un panorama general a nivel macro y micro ambiental, este estudio estipula diferentes aspectos importantes como la inflación, el producto interno bruto (PIB), las tasas entre otros índices económicos generales que influyen en la población objeto de estudio, en cuanto al trabajo de campo implica el involucrarse directamente con el ambiente o lugar de estudio en la ciudad de Cuenca, al igual que la identificación de los informantes para que aporten con datos primordiales y secundarios, que ayuden a inmiscuirse y compenetrarse con la situación de investigación, además de verificar la factibilidad del estudio, en este espacio se definen las técnicas de recolección de los datos, en este caso la aplicación de encuestas que permite seleccionar los factores a desarrollar en la propuesta final, los mismos que son sustentados en los resultados de la encuesta, que incluye información específica sobre la aplicación de la gastronomía ancestral en el restaurante a través del menú.

### **Palabra clave:**

- **GASTRONOMÍA**
- **ANCESTRAL**
- **RESCATE**
- **MENÚ**
- **CUENCA**

## **ABSTRACT**

For the elaboration of the first chapter of this research project the theory of various authors was taken into account to develop this chapter based on literature pertaining to the topic, which will be the basis on which is elaborated the present document, the same that involves a general idea of the chosen topic; the approach of the problem, the objectives of the study, the research questions, the justification and consistent hypotheses that arise in the process in a qualitative study, the theoretical and statistical basis is based on official data provided by public and private entities that offered an overview is essential macro- and micro-environmental, this study provides different issues like inflation , the gross domestic product (GDP), the rates among other general economic indices that influence in the population under study, in terms of the field work involves engaging directly with the environment or place of study in the city of Cuenca, as well as the identification of respondents so that they contribute with primary and secondary data that help to interfere and empathize with the situation of research as well as verify the feasibility of the study, in this space are defined the techniques of data collection, in this case the implementation of surveys that allows you to identify the factors developed in the proposed final which are supported by the results of the survey, which includes specific information on the implementation of ancestral gastronomy in the restaurant through the menu.

### **Key word:**

- **GASTRONOMY**
- **ANCESTRAL**
- **RESCUE**
- **MENU**
- **CUENCA**

# **RECUPERACIÓN DE TÉCNICAS GASTRONÓMICAS ANCESTRALES Y SU INCORPORACIÓN EN LA OFERTA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS DEL ESTABLECIMIENTO “COPPELIA” EN CUENCA**

## **CAPITULO I**

### **MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

#### **1.1 Introducción**

El presente proyecto de investigación cuenta con un enfoque dirigido a los nuevos lineamientos que se encuentran establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir, ya que el turismo es un punto estratégico dentro del desarrollo de la economía del país, por esta razón es importante que los proyectos de investigación tengan este tipo de visión en cuanto a la planificación y ejecución de los mismos.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se recopilará información de diferentes fuentes bibliográficas especialmente de historiadores gastronómicos que permitan la obtención de información veraz para el progreso y avance del proyecto. Es importante analizar el ambiente tanto interno como externo del lugar en el que se encuentra la naturaleza del proyecto, como es el caso del turismo gastronómico de la ciudad de Cuenca, para conocer y establecer los factores que influyen directamente en el desenvolvimiento de estas actividades y cómo ha sido su evolución.

A fin de verificar de la información que se obtenga durante el desarrollo del proyecto será necesario utilizar técnicas y herramientas de investigación como la observación de campo, se determinará la población objetiva y la muestra para llegar a conocer el número de encuestados que se requerirá para determinar las diferentes características del cliente objetivo para el establecimiento de alimentos y bebidas en el cual se desea incorporar y aplicar los resultados de la investigación.

Con la recopilación de las técnicas gastronómicas ancestrales de la ciudad de Cuenca y una vez determinado el perfil del posible cliente objetivo, se procederá al diseño de una carta menú innovadora que contenga toda la información necesaria sobre los platos típicos de la zona, con su respectiva aplicación de técnicas gastronómicas para que de ésta manera se logre captar la atención de los turistas.

## **1.2 Antecedentes**

El Ecuador, en los últimos años ha identificado a la actividad turística en conjunto con todas sus variaciones como una oportunidad de desarrollo económico, el mismo que permitirá mejorar la calidad de vida de los habitantes, por lo que se ha considerado como eje primordial de la matriz productiva a la vez que se lo ha desarrollado en el Plan Nacional del Buen Vivir.

La gastronomía del país es tan variada e innovadora que ha permitido que el Ecuador incursione dentro de esta actividad turística productiva con el fin de abarcar este nuevo mercado, y una de las ciudades íconos que se destaca en esta actividad es Cuenca, ubicada en la provincia del Azuay.

Las técnicas gastronómicas ancestrales son lo suficientemente variadas e importantes para ser resaltadas dentro de la cocina ecuatoriana y a su vez incorporarlas dentro de la comida ecuatoriana con el objetivo de enriquecer la oferta que ayudará a mejorar e impulsar la economía de la ciudad de Cuenca

## **1.3 Definición del problema**

El turismo en la ciudad de Cuenca, en los últimos años, se ha impulsado como fuente económica de gran relevancia debido a que el Municipio de la ciudad de Cuenca ha decidido desarrollar una oficina especial denominada “Fundación Turismo Cuenca”, para poder impulsar esta actividad, motivo por el cual se han ido desarrollando distintas actividades turísticas tales como ecoturismo, turismo de

aventura, histórico-cultural, turismo de salud e incluso el turismo gastronómico; sin embargo, esta última actividad carece de su esencia ancestral y ha dejado de lado las técnicas propias para la elaboración de los platos típicos.

Para la elaboración del presente trabajo se ha considerado que en la ciudad de Cuenca la información referente a la aplicación de las técnicas ancestrales dentro de la oferta de servicios gastronómicos en los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas es muy limitada, dificultando posicionarla como destino turístico-gastronómico, para poder incorporarla dentro de la oferta de los establecimientos de alimentos y bebidas.

La zona está perdiendo su identidad, debido a que no existe el conocimiento generalizado de las técnicas culinarias y su influencia en el desarrollo de la gastronomía local, motivado por los factores que influyen interna y externamente el desarrollo de la actividad, lo que ha dificultado la implementación de estrategias que se ajusten a los requerimientos y necesidades del sector.

La actividad gastronómica en la ciudad de Cuenca, a pesar de ser considerada como un producto primordial dentro de su oferta turística en la ciudad de Cuenca, se ha visto limitada, debido a que los prestadores de servicios no tienen conocimiento sobre la misma por lo que no la han desarrollado de la manera más adecuada, y como consecuencia de esta falencia no se ha puesto interés en determinar el perfil del turista objetivo.

Para que un producto gastronómico ancestral sea posicionado en el ámbito turístico, necesita cumplir con ciertos parámetros, pero debido a la falta de información en cuanto a la estandarización y aplicación de las técnicas gastronómicas en la ciudad de Cuenca, se ha propuesto realizar el rescate del Turismo Gastronómico Ancestral de la localidad.

#### **1.4 Justificación**

Se ha determinado que la ciudad de Cuenca posee una gran oferta gastronómica-ancestral que puede ser aprovechada para el impulso de esta como atractivo turístico y potenciar a la ciudad como un destino innovador. El realizar un rescate de técnicas gastronómicas ancestrales de cada lugar es de gran importancia, por medio de la presente investigación no solo se busca fomentar el turismo en la localidad, sino también se va potenciar la conservación de la cultura gastronómica que identifica a esta zona.

Para poder cumplir con la presente investigación es trascendental la búsqueda y recopilación de información que permita el análisis de los datos otorgados por expertos y personas vinculadas a la actividad gastronómica para delimitar el alcance y la orientación de las técnicas culinarias ancestrales y su potencial para plasmar su posicionamiento gastronómico, y de esta manera poder lograr con los objetivos planteados, tomando en cuenta que la búsqueda tiene que mantener su enfoque original.

Para contar con la información necesaria para el presente proyecto resulta importante realizar el diagnóstico de la situación actual de todos los factores internos y externos que influyen sobre la actividad turística y gastronómica, para la aplicación de estrategias que se ajusten a los requerimientos de los establecimientos de alimentos y bebidas, es primordial determinar un estudio de mercado que permita entre otras cosas determinar la competencia de establecimientos de alimentos y bebidas, determinar el perfil del cliente, establecer los canales mediante los que se puede comercializar los nuevos productos dentro del mercado turístico y gastronómico.

Se considera importante y prioritario el aporte al rescate del Turismo gastronómico mediante, el mismo que servirá para aplicar en establecimientos de alimentos y bebidas, de la zona y fuera de misma, a su vez ayudará a personas que quieran invertir en nuevos negocios que presten servicio de alimentación para que se orienten sobre nuevas opciones de platillos ancestrales, la elaboración de los mismos, a su vez dicha información también podrá ser transmitida de generación en generación, esta también es una oportunidad para la generación de ingresos económicos para aquellos que se dediquen a esta actividad.

Es importante reconocer que el conocimiento de las técnicas gastronómicas ancestrales en la producción de platos típicos, permite posicionar al establecimiento de alimentos y bebidas “Coppelia”, proponer un nuevo menú con los resultados de la investigación, determinar los canales promocionales acorde a los requerimientos

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo general**

Recuperar las distintas técnicas gastronómicas ancestrales de la ciudad de Cuenca, mediante el análisis y la recopilación de datos con el fin de incorporarlas en la oferta de servicios gastronómicos del restaurante Coppelia” en Cuenca.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Fundamentar la actividad gastronómica y su incidencia en el mercado turístico con la finalidad de definir el alcance y la delimitación del trabajo de investigación
- Determinar recursos tangibles e intangibles que presente el lugar, a fin de obtener un diagnóstico del lugar.
- Analizar el mercado turístico de la ciudad de Cuenca, con el fin de establecer el perfil del turista y determinar la demanda gastronómica que rodea al restaurante “Coppelia”
- Identificar las técnicas gastronómicas más viables para su aplicación en la oferta de establecimientos de alimentos y bebidas.

## **1.6 Metodología**

### **Enfoque Sistémico**

El enfoque sistémico es, sobre todo, una combinación de filosofía y de metodología general, engranada a una función de planeación y diseño. El análisis de sistema se basa en la metodología interdisciplinaria que integra técnicas y



conocimientos de diversos campos fundamentalmente a la hora de planificar y diseñar sistemas complejos y voluminosos que realizan funciones específicas.

Se lo aplicará para el restaurante como un ente integrado, conformado por partes que se interrelacionan entre sí a través de una estructura que se desenvuelve en un entorno determinado, se estará en capacidad de poder detectar con la amplitud requerida tanto la problemática, como los procesos de cambio que de manera integral, es decir a nivel humano, de recursos y procesos, serían necesarios de implantar en la misma, para tener un crecimiento y desarrollo sostenibles y en términos viables en un tiempo determinado.

### **1.7 Idea a defender**

A través de los resultados obtenidos en la presente investigación acerca de la recuperación de técnicas gastronómicas ancestrales, se puede re posicionarse al restaurante “Coppelia”, incorporando como nueva alternativa dentro de su carta-menú a los platos típicos de la ciudad de Cuenca, proporcionando de esta manera una nueva opción para el consumidor.

### **1.8 Marco teórico**

#### **1.8.1 Perspectivas teóricas existentes**

La recuperación de técnicas gastronómicas ancestrales y su incorporación en la oferta de servicios gastronómicos, debido a su desarrollo se lo puede considerar con lo expresado por William Newman, sobre la “La Dinámica Administrativa”, puesto que las técnicas que se pretenden recuperar involucraría lo que él manifiesta como “Un proceso social, que comprende una serie de actos que llevan a conquistar objetivos implicando y refiriéndose a que esta tiene con las personas”, sin embargo, las nuevas tendencias y aplicaciones en producción nos permitiría pensar en Henry Fayol, referente a la “Administración industrial y General”, comparando lo referente a que; “administrar es prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar”

Refiriéndose a lo antes expresado se podría designar o comparar una serie de características con sus respectivas definiciones en cuanto a la Teoría Administrativa,

que ayudaría a manejar la demanda objetiva, dentro de la cual se apunta a cumplir con el requerimiento de la satisfacción del cliente, por lo que se concentra en la producción y el servicio que se proporciona con el fin de conseguir una correcta aplicación de las mismas.

Siendo el presente caso, la oferta de servicios gastronómicos del establecimiento “Coppelia”, y debido a las nuevas demandas de competitividad podríamos incrementar lo expresado por Edward Deming, acompañado con su denominado “ciclo de Deming”, conocido como círculo PDCA (plan-do-check-act), se incluye a este autor ya que el negocio antes mencionado a más de querer contar una buena administración también tiene pensado implementar un buen sistema gestión, tanto interno como externo.

Como se puede apreciar la administración debe ir fusionada con la gestión, para poder cumplir con los requisitos actuales que permiten a las organizaciones ser competentes basándose en la satisfacción del cliente; esto no deja de lado los otros componentes como, el personal, el ambiente, los procesos de producción y el servicios, si no que implica a su vez la aplicación de factores tales como la vigilancia, control y la retroalimentación, tanto a nivel de materia prima como en la valoración de los proveedores; y la búsqueda de certificaciones de calidad.

En definitiva, el presente documento destaca la interacción de la administración con la gestión, ya que ambas se unen en el propósito de recuperar la gastronomía ancestral, con el uso de acciones que tengan buenos resultados, exactitud y cumplimiento de especificaciones sin dejar de lado el elemento del mejoramiento continuo.

### **1.8.2 Estructuración de la teoría que sustenta la investigación**

Se ha seleccionado al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos por la base de datos que se maneja dentro de esta organización, debido a que se ha apreciado que cuenta con datos relevantes que sirven de apoyo para el presente proyecto de investigación.

“En marzo de 2015, la incidencia de la pobreza en la población nacional urbana del país se situó en el 15.1%; mientras que en marzo de 2014 fue del 16.8%, es decir, hubo una reducción de la tasa de pobreza de 1.7%” (Banco Central del Ecuador, 2015)

El Índice de la Actividad Económica Coyuntural (IDEAC) se construye en base a 12 indicadores que representan un 70% del total de la producción real del país.

“Este índice muestra un incremento sostenido en los años 2011 y 2012. En el año 2013 frena su ritmo de crecimiento, y mantiene la misma tendencia en 2014 y lo que va de 2015, alcanzando en abril un nivel de 532.8 puntos” (Banco Central del Ecuador, 2015)

En abril de 2015, el Ciclo del Índice de Confianza Empresarial (ICE) se encontró 1.4% por debajo del crecimiento promedio de corto plazo. Además, en el gráfico se presenta la relación de este índice con la tasa de crecimiento anual del PIB trimestral, la cual fue de 3.5% para el cuarto trimestre de 2014. (Banco Central del Ecuador, 2015)

Como antecedentes se puede citar proyectos realizados en Europa y los Estados Unidos, es decir en los países más desarrollados como por ejemplo la Edición “Doña Petrona” de Carrizo (1960), con el objetivo de promover la Gastronomía de un lugar y mantenerla a pesar de los grandes cambios que ocurren en una sociedad, generando recetas con muchos detalles y de esta manera aprovechar los productos que se dan en una zona.

“La cocina y otros espacios domésticos” de Deulonder (2009), el objetivo de este proyecto es ofrecer una información práctica y detallada para todas las personas responsables de la Gastronomía de un lugar, para que a su vez ellos puedan ofrecer al visitante productos de calidad y garantizar la permanencia de visitantes.

“Guía Gastronómica y un libro de recetas de la zona” de García (2010). En donde ya se descubrió la necesidad de editar textos que simplifican el impulso hacia la actividad económica turística de estas regiones.

Específicamente en España se edita la Guía Gastronómica, con la finalidad de promover e impulsar la actividad económica del lugar, para motivar las visitas del turismo regional y nacional, este proyecto ha sido tan importante porque fue el pilar fundamental que permitió el trabajo a muchas personas, por tal motivo fue galardonado por el Presidente del Parlamento considerándolo "Interesante y muy Útil", por esto se ha recuperado las recetas típicas de la zona, "que de otra forma hubieran desaparecido, destacamos que se han editado 2000 ejemplares, cuyo financiamiento lo realizó el Parlamento de Cantabria y El Plan de Dinamización Turístico de los Valles Pasiegos, entre otros".

En Chile el "Manual Gastronómico" de Professional, en donde destaca los tipos de cocción tradicionales más relevantes de la gastronomía, tipos de corte y vocabulario gastronómico.

Es importante destacar que en la actualidad el Ecuador, ha presentado un avance importante en el ámbito turístico, y es posible identificar textos relacionados a la gastronomía nacional y local, que han permitido desarrollar el flujo de visitantes tal es el ejemplo del libro "La Cocina Ecuatoriana". (Lexus, 2011)

Otro suplemento gastronómico desarrollado en el Ecuador es la Guía gastronómica de Manabí, que complementa a la Ruta Spondylus, dentro del texto se puede ubicar la elaboración de determinados alimentos, con el fin de incentivar la visita del turismo nacional e internacional.

La "Creación de una Guía virtual Turística Gastronómica típica ancestral del cantón General Villamil Playas de la Provincia del Guayas", esta investigación se ha enfocado en rescatar y dar a conocer a los turistas la gastronomía típica ancestral que posee este cantón y difundirlo a nivel nacional e internacional.

La investigación de "Puesta en valor del recurso gastronómico del Ecuador Cantón Sigsig" de Espinoza, en donde manifiesta que "por medio de esta investigación se pretende recuperar y mejorar el turismo gastronómico de la región y el país, presentando a los visitantes una gran diversidad de platos típicos, tradicionales o ancestrales".

La “Investigación de la cultura gastronómica del cantón Arenillas, Provincia del Oro para el fortalecimiento del sector turístico” permitió dar a conocer las técnicas gastronómicas ancestrales, mostrándolas a través de esta un recetario gastronómico.

En la Provincia del Carchi existe el libro “Culturas Vivas”, de Lomas (2011), en donde da a conocer una pequeña parte de la comida típica de la Provincia del Carchi de manera general y no especifica la comida de cada cantón.

En Colombia el proyecto “El gran libro de la cocina colombiana” de Polo (1984), hace mención al rescate de los aspectos culturales más importantes que tiene un país, que es su tradición gastronómica y mediante este proyecto mantener la tradición ancestral y su difusión a nivel nacional e internacional, en aras de incrementar el flujo de turistas.

El texto De la Tulpa a la mesa, en el cual habla sobre la comida típica que tiene Pasto Y Nariño, es considerado como un aporte para contribuir al rescate y mantenimiento de la gastronomía y así recordar, valorar y dar a conocer su propia identidad, para quienes habitan en este país y para las personas que lo visitan. (Guerrero, 2007).

Para que estos ejemplos de proyectos sirvan como aporte, es necesario realizar la Investigación Bibliográfica, la cual ayudará a resolver el problema de la investigación.

Se considera importante que en la provincia de Azuay existieron múltiples recetas en los diferentes cantones de la Provincia, que de no ser rescatadas a tiempo podrían desaparecer y se perdería la tradición gastronómica del lugar.

### *Gastronomía*

#### *Historia de la Gastronomía*

Para Blanco (2009) “La gastronomía es el elemento para conformar la imagen de un destino turístico”. Estos documentos dan a conocer la importancia de la gastronomía como parte de un lugar turístico.

La historia de la gastronomía o alimentación tiene una estrecha relación con la evolución del hombre; como todos los seres vivos, el hombre necesita alimentarse para vivir, por lo que adquiere distintas costumbres y hábitos alimentarios que han contribuido para poder persistir. (Millan, 1999).

Desde épocas remotas el hombre comenzó a trasladarse de un lugar a otro, con la finalidad de conseguir alimento para su sobrevivencia. Este hecho de trasladarse de un punto hacia otro se lo conoce como Turismo y para conseguir alimento se lo conoce como Turismo Gastronómico.

### *Turismo Gastronómico*

El Turismo Gastronómico se ha constituido en una de las principales actividades turísticas, consiste en el desplazamiento de personas cuyo motivo principal es la gastronomía, que va desde desplazamiento del lugar de residencia hacia un sitio donde pueda degustar un plato típico del lugar visitado; a estas personas se las llama Turistas Gastronómicos; siendo la gastronomía, en este caso el principal atractivo y el recurso primario del destino visitado y a la vez se convierte en un medio para acercarse a la cultura, tradición y costumbres de una región. (Oliveira, 2011).

El Turismo Gastronómico registra una historia alrededor de 4000 años de antigüedad, con características especiales basadas en productos de una calidad pura y única.

Durante siglos el arte culinario fue desconocido, todo este conocimiento de cocina sale a la luz gracias a la aparición de libros de gastronomía, a partir de ese momento las costumbres gastronómicas de las culturas de las diferentes regiones van tomando fuerza cuando utilizan ingredientes que se cultivan específicamente en una determinada zona o región.

Desde aquí ya se empiezan a generar recetas con muchos detalles como el modo y el tiempo de preparación y especialmente los ingredientes utilizados. En la actualidad existen libros, revistas o cualquier otro medio de información del arte culinario de países, ciudades, los cuáles brindan información sobre lo típico que tiene

una Región; un ejemplo es la “Guía Gastronómica” de España, en donde destaca aspectos importantes sobre la comida típica de este lugar.

Para Oliveira (2011), “La comida es una parte importante de la cultura. Implica unión con el pasado, es un legado de otras civilizaciones, forma parte de la identidad y refleja la vida de las personas”, queda muy en claro que esta afirmación es fácilmente identificable en el país, la gastronomía es un legado generacional dentro de las costumbres del país.

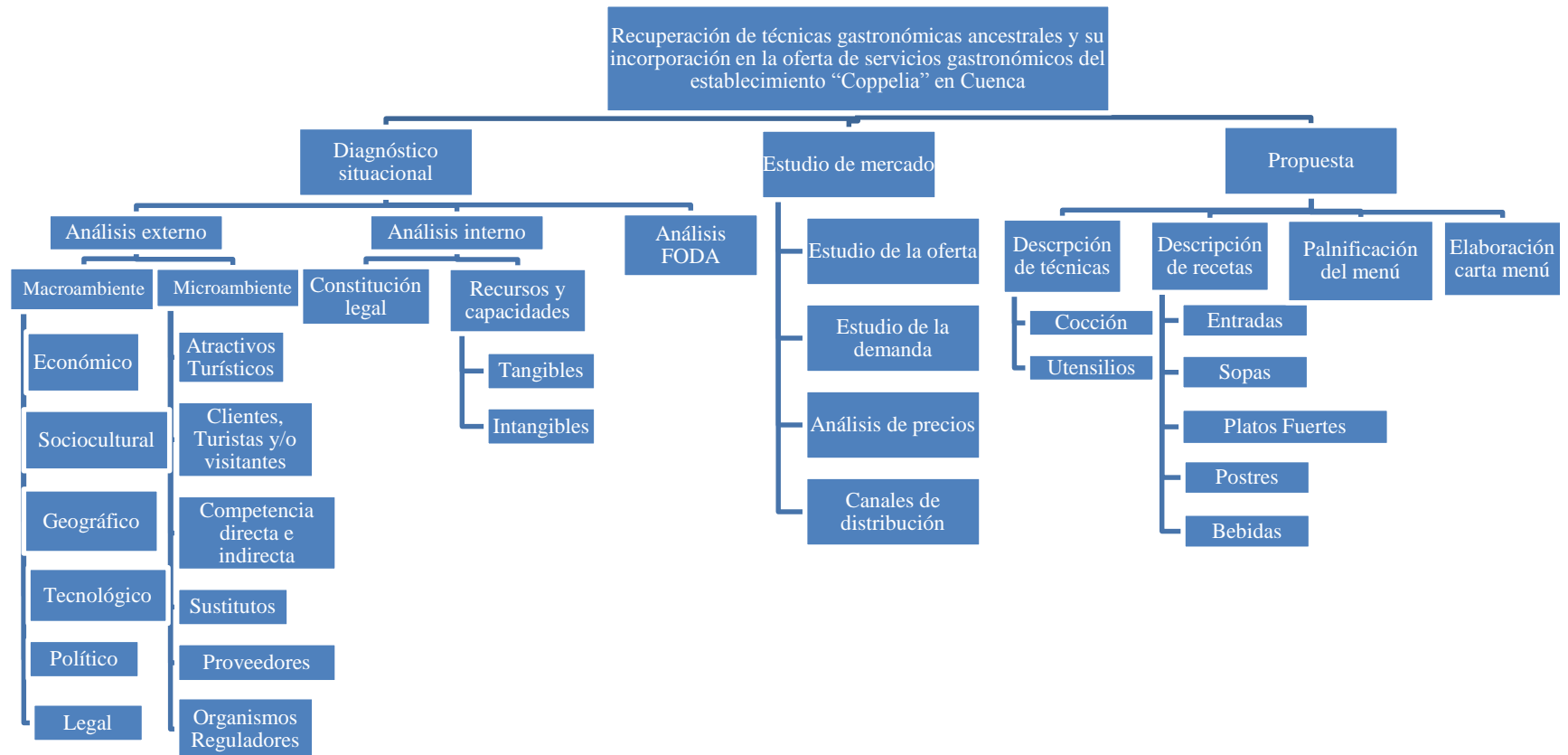
Gómez (1999), menciona que “La cultura de una región, es el conjunto de todas las formas de vida y expresiones que caracterizan a una sociedad, como la vestimenta, alimentación, religión, rituales, normas de comportamiento y creencias.”, en el caso del Ecuador en general la gastronomía forma parte esencial de la cultura ya que es una muestra histórica del arte culinario.

De Luna (2001), indica que “La tradición es algo que se hereda de generación en generación y que forma parte de la identidad de una región.”, este tema se relaciona de manera estrecha con el patrimonio intangible que forma parte de la riqueza, en especial en la ciudad de Cuenca.

“La costumbre, cuando todas las personas en general que integran una sociedad actúan de una manera uniforme, por un largo tiempo, ahí se puede decir que existe una costumbre”. (González, 2002), la cocina ancestral es una costumbre que está perdiendo fuerza en la ciudad de Cuenca, debido a que se está olvidando y dejando de lado prácticas por lo tanto desapareciendo de la sociedad.

Por lo tanto se puede decir que las tradiciones y costumbres de la gastronomía ancestral de la ciudad de Cuenca se deben seguir manteniendo y transmitiendo de generación en generación par que esta sea conocida y difundida, de esta manera lograr mantenerla e impulsarla para lograr el posicionamiento del turismo gastronómico.

### 1.8.3 Componentes Teóricos



**Realizado por:** Johanna Campoverde, Michelle Martínez.



## **1.9 Antecedentes investigativos que sustentan el trabajo de investigación**

### **1.9.1 Investigaciones cualitativas.**

La investigación cualitativa es un método de investigación utilizado ampliamente por los científicos e investigadores que estudian el comportamiento y los hábitos humanos, e utiliza para generar posibles pistas e ideas que se pueden utilizar para formular una hipótesis. (Shuttleworth, 2008)

Luego del análisis de datos bibliográficos, se ha identificado que previamente se han desarrollado investigaciones, las mismas que incluyen dentro de su temática, datos que se acoplan a la realidad del tema,

- “Investigación y puesta en valor de los recursos gastronómicos del Ecuador cantón Cuenca”, elaborado por Juana Pesántez, (2010), estudiante de la Universidad Técnica Particular de Loja, su propuesta se basa en la implementación de la investigación en el desayuno escolar.
- “Proyecto de elaboración de una Panadería en Cuenca”, elaborado por Campoverde Mario, (2008), estudiante de la Universidad de Cuenca, la propuesta se desarrolla en la elaboración de panes tradicionales de la ciudad.
- “Manual de procedimientos operativos para restaurantes de comida rápida”, elaborado por Bermeno, Verónica; Caldas, Claudia, (2014), estudiantes de la Universidad de Cuenca.
- “Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Típica que oferta el cantón Cuenca para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca”, elaborado por Romero, Diana (2012), estudiante de la Universidad Tecnológica Israel.
- “Estudio investigativo de la cultura gastronómica de la ciudad de Cuenca, análisis e influencia de la misma en el desarrollo de la zona”, elaborado por Velasco, José, (2012), estudiante de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

- “Elaboración de una guía de los platos tradicionales de la ciudad de Cuenca”, elaborado por, Hidalgo, Juan, (2014), estudiante de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Publicación del libro “Recetas de cocina”, publicado por Coronel, Alisva.
- Publicación del libro “Chefs del Ecuador”, publicado por Pazos, Julio, (2011).
- Publicación del libro “Sopa de Letras”, diccionario de la comida Ecuatoriana, publicado por Sánchez, Jorge; Molina, Jairo, (2014).
- Recetario “Fanescas”, elaborado por la UDLA, (2011).
- Recetario “Recetas de gastronomía Ecuatoriana”, elaborado por estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas, (2014).
- “Guía Gastronómica de Cuenca”, elaborado por Fundación turismo de Cuenca, (2014).
- “Recetario de Carnaval, al rescate de las tradiciones”, elaborado por Fundación Turismo de Cuenca, (2014)

### **1.9.2 Investigaciones cuantitativas**

El método cuantitativo es aquella investigación que se vale de los números para examinar datos o información, se usa a menudo por la ciencia, la toma de medidas es central en la investigación ya que aporta la conexión fundamental entre la observación empírica, y la expresión matemática, que permite mostrar en números y gráficos lo que se ha observado. (SINAPSIT, 2010)

Los datos que proporciona esta investigación, serán primordiales para su análisis, ya que servirán de base para identificar la demanda insatisfecha y la proporcionalidad de la cobertura que se puede alcanzar con este proyecto.

- Estadísticas poblacionales, obtenidas en el Censo del 2011, obtenidos por el INEC.
- Publicaciones turísticas obtenidas en la biblioteca del Ministerio de Turismo, desde el año 2006.
- Estadísticas económicas, obtenidas del Banco Central del Ecuador.
- Datos estadísticos del ingreso de turistas, obtenidos de Ecuador en cifras.
- Estadísticas de la ciudad de Cuenca, obtenidas de la Fundación Turismo para Cuenca.

### **1.10 Marco conceptual**

La Gastronomía ancestral es la conjunción de aspectos culinarios con aspectos culturales que hacen a cada sociedad o comunidad. Es por esto que la gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con la consumición de las preparaciones culinarias.

Es el término que indica a un conjunto de datos organizados que internan importantes antecedentes histórico-ancestrales sobre el arte de preparar una buena comida característica o ancestral de un grupo, país, región, época etc.; de tal manera que aportan un significado esencial y necesario en todo proceso comunicativo.

Según ESPINOZA, Pablo (2011) Universidad Técnica Particular de Loja con el tema “Puesta en valor del recurso gastronómico del Ecuador” menciona que: “Como se pudo apreciar, la comida tradicional se mantiene con el pasar de los años, pero

lamentablemente somos nosotros los que no conservamos esta costumbre gastronómica, al permitir que cambien algunos aspectos de su preparación o simplemente dejando que de a poco vayan desapareciendo, muchas veces influenciados por costumbres de otras regiones del país o del extranjero, cuando son nuestros migrantes que al retornar al país, traen consigo otro estilo de vida” “Platos como el hornado, el cuy, el mote pillo, llapingachos, caldo de gallina criolla, podrán mantenerse por mucho tiempo como platos tradicionales siempre y cuando nosotros podamos conservar su preparación y sobretodo que inculquemos en nuestras familias el amor y respeto por nuestras costumbres tanto culturales como gastronómicas.”

“La gastronomía de la región, es tradicional, deliciosa y saludable, pues es elaborada con ingredientes originarios de la zona, tanto vegetales como animales, mismos que se han cultivado y criado de manera natural. Se debe conservar estos procesos de cultivo y crianza de forma tal que los ingredientes y productos que se obtengan, sean apreciados y solicitados en toda la región. Son las instituciones 15 financieras las que a través de créditos accesibles podrán colaborar con los comuneros para aprovechar sus tierras y ganados con el propósito de obtener productos de muy buena calidad, mejorando así su gastronomía.”

Las técnicas ancestrales hacen referencia a todas las técnicas, procesos, métodos y utensilios que utilizaban los antepasados para la preparación de sus platos típicos. La Matriz FODA Es una evaluación que permite conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una organización, proyecto o persona. En cada una de ellas se mencionan los puntos destacados a favor y en contra, de modo de poder trabajar en ellos.

La investigación de mercados es un proceso a través del cual se recolecta determinada información procedente del mercado, se analiza dicha información y, en base a dicho análisis, se toman decisiones o se diseñan estrategias.

La profundidad de una investigación de mercados así como la necesidad de ésta pueden ser diversas, pudiendo ir desde una investigación un tanto informal que nos permita conocer mejor a nuestros clientes a través de pequeñas encuestas, hasta una

investigación formal, costosa y de varios meses de duración que nos permita comprobar una hipótesis de mercado.

El marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales.

El Marketing de Servicios es un área del Marketing, que adapta algunas de sus prácticas a las peculiaridades propias de los Servicios. Frente al tradicional enfoque del Marketing en torno a productos,<sup>1</sup> el Marketing de servicios es un área de reciente desarrollo, que ha cobrado especial importancia por el peso económico de estos servicios.

En cuanto a la ingeniería del Menú es la relación de los diferentes platos que componen una comida ofrecida por un establecimiento hotelero por un precio fijo y determinado en el que va incluido pan, agua ó vino, servicio e impuesto. Es elaborado por el jefe de cocina de acuerdo con los precios de mercados. Cada establecimiento confeccionara libremente los menús conforme con el tipo de cocina que practica. Una vez confeccionado con sus grupos correspondientes, el jefe de cocina lo envía al maitre quien después de estudiarlo lo enviara a la imprenta y es costumbre en la mayoría de los hoteles hacer la impresión en varios idiomas.

“El menú es la oferta básica de un restaurante. Su composición suele ser variada y más o menos amplia y agrupa, por lo general, toda la oferta del establecimiento. Cuando esta relación escrita de platos se realiza en grupos homogéneos y cada uno de ellos incluye un número relativamente alto de platos, puede denominarse Carta”.

La carta – menú tal y como indica su nombre, se trata de una oferta gastronómica que participa de las tendencias del menú y de la carta; es decir, por un lado se ofrece al cliente una serie de elaboraciones a precio fijo, como ocurre con un menú convencional; y, por otra parte, todas esas elaboraciones aparecen aglutinadas en dos o más grupos de platos que, sin ser tan amplios como los de la carta, presentan al menos al cliente una oferta mucho más grande y una mayor posibilidad de elección. Como se ha dicho, pues, el menú-carta suele constar de dos o más grupos y

en cada uno de ellos deben aparecer, por lo menos, de seis a ocho platos o más. Esta modalidad de menú se utiliza, en ocasiones, para promocionar entre la clientela los platos de la carta del restaurante.

“La carta del restaurante representa la máxima oferta de platos del establecimiento de restauración, los cuales aparecen estructurados en series y todos ellos figuran con su precio correspondiente. He aquí, pues, una de las grandes diferencias entre el menú y la carta. La otra gran diferencia, obviamente, es que la carta permite al cliente una mayor posibilidad de elección en función de sus propios gustos, necesidades y economía”.

La carta, al igual que el menú, no sólo constituye una tarjeta de bienvenida y presentación para el cliente sino que además supone un instrumento de comunicación entre aquél y el establecimiento. La carta informa de la comida, bebida y otros servicios ofrecidos por el restaurante, facilita la elección del cliente y ello lo hace presentando diversas opciones equilibradas y atractivas que motivan la decisión del comensal.

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 2.1 Análisis externo

##### 2.1.1 Macroambiente

##### 2.1.1.1 Renta per cápita

El ingreso per cápita o renta per cápita es el aquella variable económica que indica la relación que existe entre el Producto Bruto Interno (PBI) y la cantidad de habitantes de un país, en el caso de Ecuador, como se puede observar en el siguiente gráfico al año 2014 hubo un ascenso del 3.3%, siendo una ventaja positiva en la economía del país.

Evolución anual PIB Per capita Ecuador		
Fecha	PIB Per C.	Var. Anual
2014	4.733€	5,0%
2013	4.509€	2,7%
2012	4.391€	17,7%
2011	3.732€	6,9%
2010	3.492€	14,7%
2009	3.046€	5,0%
2008	2.900€	10,8%
2007	2.618€	-1,9%
2006	2.669€	9,9%
2005	2.428€	11,8%

**Figura 1 Evolución anual PIB**

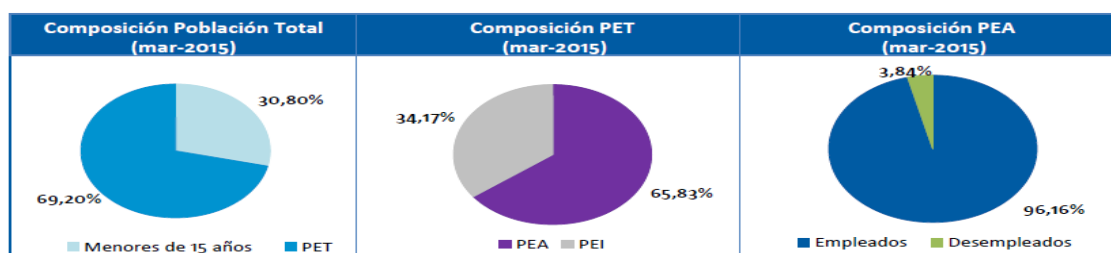
##### 2.1.1.2 Tasa de desempleo

Según datos obtenidos en el Instituto de Estadísticas y Censos, a través de su portal web “Ecuador en Cifras”, se ha logrado determinar que hasta el mes de marzo del 2015 a nivel nacional luego del análisis de los datos se han identificado lo siguientes datos:

- De la población total del país, el 69,20% está en el rango de edad para trabajar.

- El 65,83% de la población dentro del rango para poder trabajar son económicamente activos.
- De la PEA, el 96,16% son personas con empleo.

Por lo que se puede identificar al resultado de la investigación como una opción de empleo para el alto porcentaje que forma parte de la PEA.



**Figura 2 Composición PET**

### 2.1.1.3 Tasa de inflación

En el caso de la inflación anual en febrero de 2015 fue de 4,05%, en el mes anterior fue de 3,53% y la de febrero de 2014 se ubicó en 2,85%. La inflación acumulada en febrero de 2015 se ubicó en 1,21%; en febrero de 2014 se ubicó en 0,83%. En febrero de 2015 el índice de precios al consumidor se ubicó en 101,86; lo cual representa una variación mensual de 0,61%. El mes anterior dicha variación fue de 0,59%, mientras que en febrero de 2014 se ubicó en 0,11%.

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
feb-14	97,89	0,11%	2,85%	0,83%
mar-14	98,57	0,70%	3,11%	1,53%
abr-14	98,86	0,30%	3,23%	1,83%
may-14	98,82	-0,04%	3,41%	1,79%
jun-14	98,93	0,10%	3,67%	1,90%
jul-14	99,33	0,40%	4,11%	2,31%
ago-14	99,53	0,21%	4,15%	2,52%
sep-14	100,14	0,61%	4,19%	3,15%
oct-14	100,35	0,20%	3,98%	3,36%
nov-14	100,53	0,18%	3,76%	3,55%
dic-14	100,64	0,11%	3,67%	3,67%
ene-15	101,24	0,59%	3,53%	0,59%
feb-15	101,86	0,61%	4,05%	1,21%

**Figura 3 Tasa de inflación**



### 2.1.1.4 Análisis del PIB

A pesar de los problemas económicos que han afectado al país, tales como la disminución de los precios del petróleo y la depreciación que sufrió el dólar en los 3 primeros meses del año, se registró un incremento en un 3% según análisis de los datos económicos recopilados.

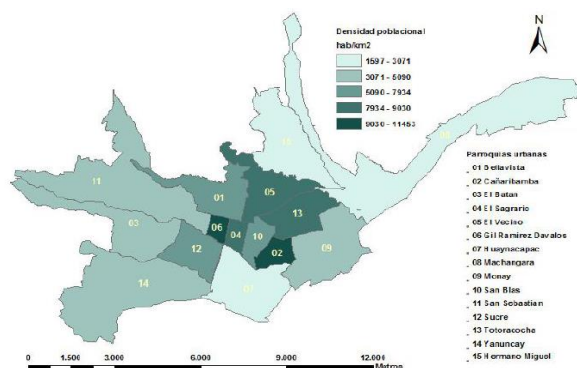


**Figura 4 PIB**

### 2.1.1.2 Entorno Sociocultural

#### 2.1.1.2.1 Factores demográficos

El análisis demográfico de la ciudad de Cuenca se basa en los datos recopilados por el INEC, en el año 2010, entre los cuales se puede identificar los siguientes resultados. Se ha identificado que Cuenca “tiene que en la zona urbana de 70.59km<sup>2</sup> de superficie existen 331.885 habitantes, es decir 4701hab/km<sup>2</sup>; y en la zona rural se tiene 173.697 habitantes en un área de 3119,95 km<sup>2</sup> que nos da una densidad de 56hab/km<sup>2</sup>”.



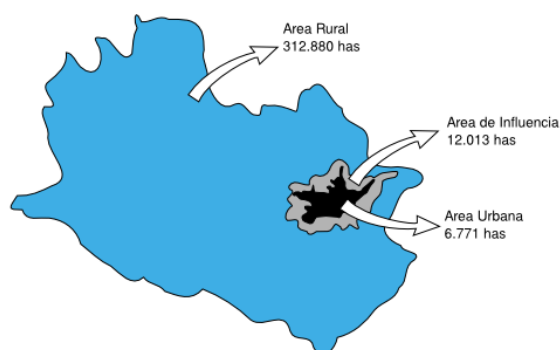
**Figura 5 Factores demográficos**

### 2.1.1.2.2 Tamaño de la población y distribución

El análisis de la población por rangos de edad permite identificar tres principales grupos:

- 1) Población joven, de 0 a 14 años, que en el cantón representa el 29%.
- 2) Población adulta entre 15 a 64 años, este grupo en el cantón representa el 64%.
- 3) Población adulta mayor (anciana o de la tercera edad) mayor a 65 años, en el cantón este grupo representa el 7%.

La población del cantón Cuenca es joven, ya que la edad media es de 25 años. El análisis poblacional por género determina que en el cantón, el 47,3 % de los habitantes son hombres y el 52.7 % son mujeres. Según una proyección, basada en los datos de los Censos de Población y Vivienda del INEC de los años 2001 y 2010, proyección realizada por el equipo técnico del PDOT(2011), para el 2030 el cantón tendría una población de 773107 habitantes, de los cuales el 63% residiría en el área urbana y el 37% en el área rural.



**Figura 6 Población de Cuenca**

### 2.1.1.2.3 Distribución por edades

En el territorio se interrelaciona el quehacer de los niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores, es el escenario de historias de hombres y mujeres, de desarrollo de sus potencialidades y también reducto de las inequidades

resultado de las crisis económicas que han dejado un profundo deterioro en el tejido social.

La población, en el tema social, se organiza por rangos de edad que permite identificar cinco principales grupos (Código de la Niñez y adolescencia):

- 1) Población de niños-niñas, de 0 a 11 años, que en el cantón representa el 23%
- 2) Población de adolescentes entre 12 a 18 años, este grupo en el cantón representa el 14%
- 3) Población joven entre 19 a 29 años, en el cantón este grupo representa el 21%
- 4) Población adulta, de 30 a 64 años, que en el cantón representa el 34%
- 5) Población adulta mayor entre 65 años y más, este grupo en el cantón representa el 7%.

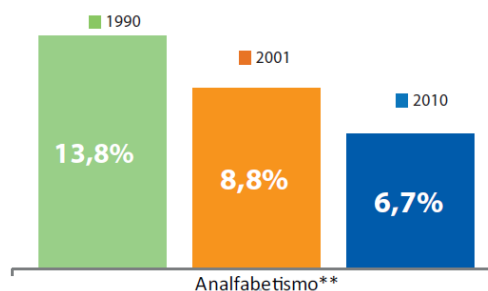
#### **2.1.1.2.4 Niveles de formación**

Según datos del INEC y comparando los resultados de 2001 y de 2010 observamos una disminución del porcentaje de estudiantes en los niveles primario, secundario y educación básica. En el 2001, en este sector se encontraba el 70,74% de estudiantes, para el 2010, se redujo al 58,42%. Contrario a esto, en los sectores de educación media (Bachillerato), Post Bachillerato, Superior y postgrado, los porcentajes aumentaron en 16 puntos porcentuales. Lo que indica que cada vez más personas se integran a la educación superior.

El 16,63% de la población mayor a 24 años tiene educación superior con títulos de ciclo corto, post bachillerato, superior o posgrado. Las mujeres son las que más acceden (51,15%). El 90,40% radica en la zona urbana y el 9,60% en la rural. Las disciplinas con mayor número de estudiantes son: Ciencias de la Educación y Conocimiento (11,61%); Ingeniería Industrial (10,36%), y Medicina (9,47%).

En cuanto al analfabetismo en el siguiente cuadro se identifica a la población mayor de 15 años que no saben ni leer ni mucho menos escribir, se visualiza un porcentaje de 6,7% que es relativamente bajo.

### ¿CUÁL ES EL ANALFABETISMO EN AZUAY?



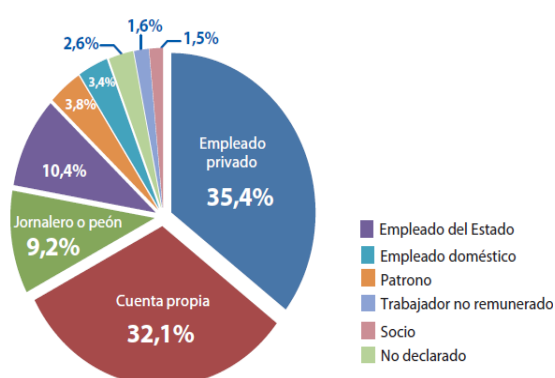
**Figura 7 Alfabetismo en Cuenca**

#### 2.1.1.2.5 Niveles de ingresos

La economía del cantón depende del desarrollo industrial basado en las destrezas manuales de sus habitantes y en el comercio por ser un punto medio entre la costa y la Amazonía.

Entre las primeras actividades productivas sobresale la confección de sombreros de paja toquilla o jipijapa, conocidos como "Panama Hats" en Estados Unidos y otras partes del mundo, y significaron el desarrollo de la economía local. Otras actividades son la artesanía como la joyería, la producción de cerámica y de muebles.

### ¿EN QUÉ TRABAJAN LOS AZUAYOS?

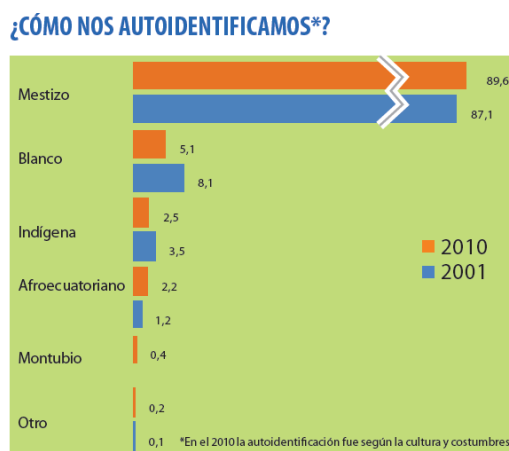


Ocupación*	Hombre	Mujer
Empleado privado	66.695	41.907
Cuenta propia	48.816	49.707
Jornalero o peón	23.664	4.707
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	18.057	13.969
No declarado	3.375	4.570
Empleada doméstica	403	9.880
Patrono	6.782	4.858
Trabajador no remunerado	2.325	2.687
Socio	3.053	1.600
<b>Total</b>	<b>173.170</b>	<b>133.885</b>

**Figura 8 Ocupación en Cuenca**

El 35,4% de la población son empleados de carácter privado, con el 32,1% se ubica el segundo grupo poblacional con empleos propios o trabajo de manera autónoma.

### 2.1.1.2.6 Grupos étnicos



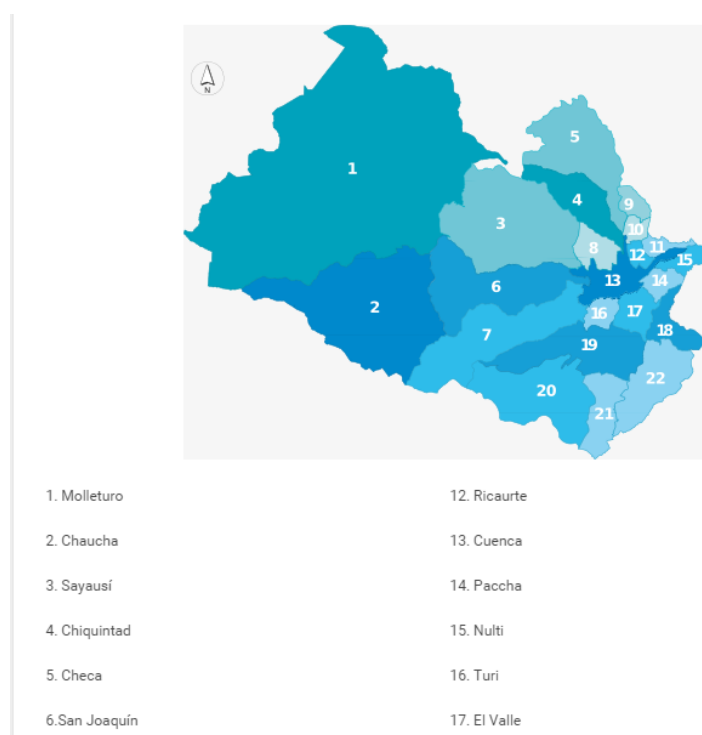
**Figura 9 Grupos étnicos**

En el análisis de los datos del censo poblacional 2010, la población de la provincia del Azuay se identifica en su mayoría como mestizo con un porcentaje del 89,6%, presentando un incremento del 2,5% sobre los datos del censo 2001.

### 2.1.1.3 Entorno Geográfico

#### 2.1.1.3.1 Ubicación geográfica

Situada entre los 2.350 y 2.550 metros sobre el nivel del mar, en el sector sur de la Cordillera Andina Ecuatoriana, la antigua Guapdondélic de los cañaris; luego Tomebamba, segunda capital del Imperio Inca, fue conquistada en 1533 por los españoles y, en el sitio, el 12 de abril de 1557, se fundó una villa con el nombre de Cuenca, en honor a la ciudad natal del Virrey del Perú, don Andrés Hurtado de Mendoza, que ordenó su fundación a Gil Ramírez Dávalos, (Cuenca GAD Municipal, 2010). La zona urbana se encuentra a una altitud de 2560 msnm aproximadamente. Limita al norte con la Provincia del Cañar, al sur con los Cantones Camilo Ponce Enríquez, San Fernando, Santa Isabel y Girón, al oeste con las Provincias del Guayas y hacia el este con los Cantones Paute, Gualaceo y Sígfig.



**Figura 10 Ubicación geográfica**

### 2.1.1.3.2 Hidrografía

El río Tomebamba se forma a partir de las lagunas de origen glacial del Parque Nacional El Cajas ubicado a 30 km al oeste de la ciudad y destaca por su belleza paisajística y la limpieza de sus aguas las que entre otras cosas se debe (al igual que en los otros tres ríos que surcan la ciudad: Yanuncay, Tarqui y Machángara) a un moderno sistema de recolección y tratamiento de las aguas servidas de la ciudad, que evita que las mismas sean receptadas en dichos ríos de forma directa. El Parque Nacional El Cajas, por su parte, es conocido como un importante centro natural, arqueológico y de biodiversidad del Ecuador.



**Figura 11 Hidrografía de Cuenca**

### 2.1.1.3.3 Orografía

Se encuentra en la Región Interandina del Ecuador (Región Sierra) en la parte sur. Está dividida naturalmente en tres terrazas y subdividida en dos partes por el río Tomebamba, resaltando el centro histórico, en el cual se encuentra la terraza media, el Barranco que es accidente natural y límite entre el centro histórico y la parte moderna de Cuenca, que se localiza en la terraza baja en donde se ubican modernos edificios, barrios residenciales, etc.

### 2.1.1.3.4 Clima

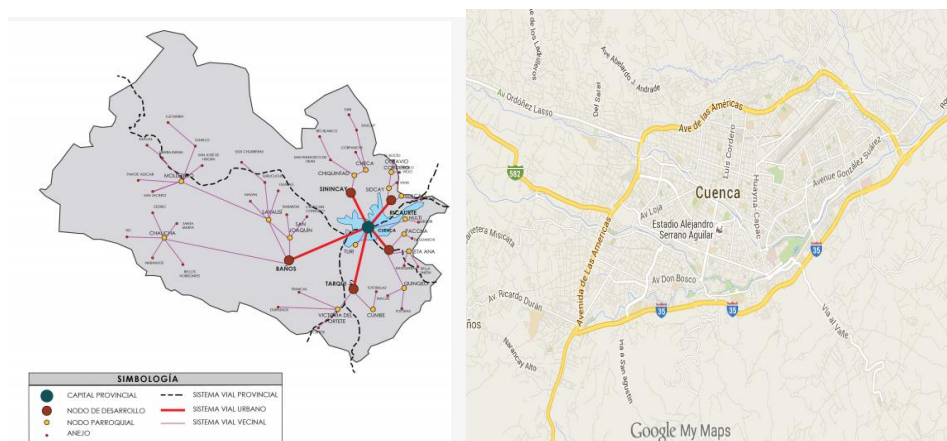
La ciudad de Cuenca, al estar localizada en la Sierra ecuatoriana, goza de un clima templado durante todo el año, los días son cálidos mientras que las noches son frías.

“La temperatura diaria promedio es de 14,6 grados C. (58 grados F). La estación lluviosa coincide con la de Quito y por lo general dura desde mediados de octubre hasta inicios de mayo. Durante esta época, las mañanas suelen ser soleadas y las tardes nubladas con lluvias ligeras periódicas” (Mora, 2015).

### 2.1.1.3.5 Infraestructura vial

El Gobierno Provincial es responsable de las redes viales intercantonales, interparroquiales y de toda la vialidad con excepción de la vialidad urbana que corresponde a los gobiernos municipales. La longitud de vías a cargo del Gobierno Provincial del Azuay es de 3515 Km.

La ciudad de Cuenca se encuentra rodeada por dos vías primordiales del país, la vía principal E35 o “Troncal de la Sierra” y la vía secundaria E582 o “Vía Colectora Cuenca-Puerto Inca”, las mismas que ayudan a delimitar a la ciudad, además se puede identificar una avenida que atraviesa la ciudad conocida como Avenida de las Américas.



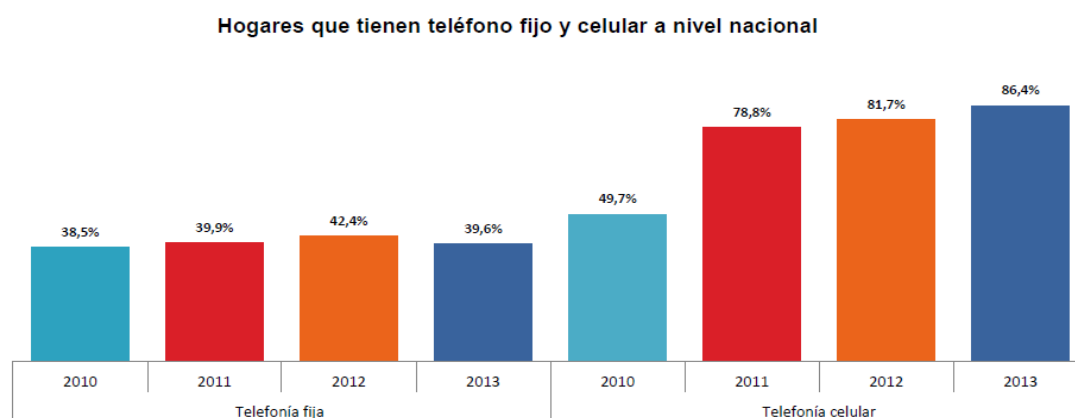
**Figura 12 Infraestructura vial**

## 2.1.1.4 Entorno Tecnológico

### 2.1.1.4.1 Conectividad

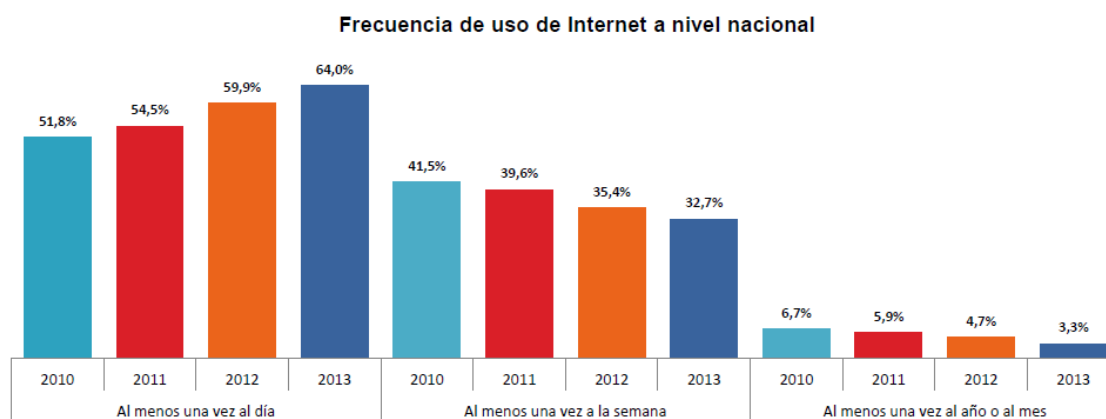
En cuanto a la conectividad se puede identificar que al 2013, la telefonía fija disminuyó en un 2,8% con un porcentaje global de 39,6%, todo lo contrario sucedió en cuanto a la telefonía celular que incrementó en un 4.7% dando un total del 86,4%, lo que permite evidenciar la tendencia preferencial hacia los celulares, lo que a su vez implica la complementación con planes pueden ser sólo de telefonía y mensajería instantánea o a su vez planes de datos, las facilidades y la variedad de ofertas en el mercado han influido en estas estadísticas.





**Figura 13 Telefonía**

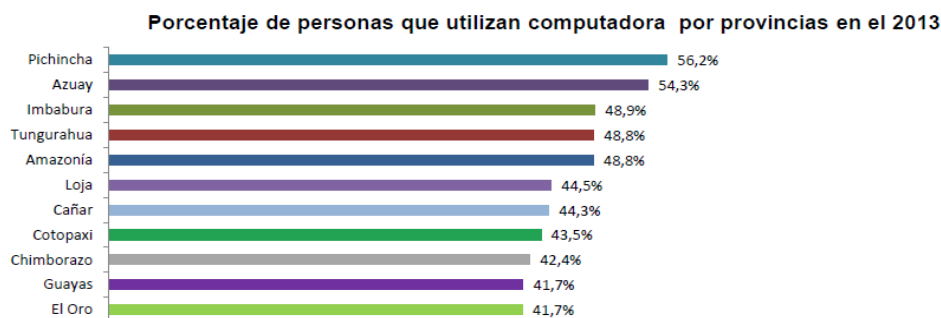
Otro factor de conectividad se puede evidenciar en la frecuencia de uso de internet, en este caso a nivel nacional se puede observar que al 2013, el 64% de la población ecuatoriana usa al menos una vez al día cualquier dispositivo con acceso a la red.



**Figura 14 Uso de internet**

#### 2.1.1.4.2 Sistemas informáticos utilizados en el sector

En el presente cuadro estadístico, tomado del reporte de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC’S) 2013”, publicado por el portal web de Ecuador en Cifras, se puede visualizar de manera global que en el Ecuador, específicamente en la provincia del Azuay el sistema informático más usado con el 54,3% es la computación, ya que es un medio actualmente muy usado.



**Figura 15 Uso de computadoras**

## **2.1.1.5 Entorno Político**

### **2.1.1.5.1 Forma de gobierno**

El gobierno de Ecuador está organizado de la siguiente manera:

El Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial, el Poder Electoral y el poder de participación ciudadana.

- El poder ejecutivo está a cargo del Presidente y el vicepresidente. Es el Jefe de Estado y de Gobierno, es responsable de la administración pública.
- El poder Judicial está conformado por el Consejo de la Judicatura como su ente principal y por la Corte Nacional de Justicia.
- El Poder Ciudadano está conformado por El Consejo de Participación Social y Control Ciudadano, la Defensoría del Pueblo, la Contraloría General del Estado y las superintendencias.
- El Poder Electoral funciona y entra en autoridad solo cada 4 años o cuando hay elecciones o consultas populares.

### **2.1.1.5.2 Estabilidad política**

La llegada del Presidente Rafael Correa a la Primera Magistratura, desde enero del 2007, inició un período de estabilidad política sin precedentes que, seis años más tarde, se consolida de 9 victorias electorales, que incluyen dos reelecciones en primera vuelta y tres consultas populares ganadas. Durante su discurso como Presidente de la República en el período constitucional 2013 – 2017, Rafael Correa, sostuvo que la consecuencia lógica de este proceso social, en el cual existe una supremacía del ser humano sobre el capital, se superó una etapa de terrible

inseguridad jurídica y política. En el último proceso electoral la Revolución Ciudadana venció en 33 de las 34 circunscripciones electorales, dentro y fuera del país, por tal motivo, ahora el Movimiento Alianza PAIS obtuvo 100 de 137 miembros de la Asamblea Nacional.

### **2.1.1.5.3 Planes y programas gubernamentales**

#### **Planes y proyectos gubernamentales**

- Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017
- Plan Nacional de Desarrollo 2007- 2010
- Plan Nacional de Descentralización
- Plandetur 2020
- Zonas, distritos y circuitos

#### **Proyectos:**

- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad)
- Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

#### **Planes gubernamentales**

- Programa de turismo comunitario
- Programa de turismo cultural
- Programa de turismo de naturaleza
- Programa de agroturismo
- Programa de deportes y aventura
- Turismo de descanso
- Turismo de salud
- Programa especializado para negocios turísticos

#### 2.1.1.5.4 Convenios y programas de cooperación internacional

- Programas de microcrédito
- Programa de que beneficia algunos refugiados con necesidades especiales de protección
- Asistencia legal, social y psicológica a los refugiados a través de la asociación Hebrea de apoyo al Inmigrante (HIAS)
- Distribución de la asistencia humanitaria básica
- Registro ampliado para la determinación de La condición de Refugiado de Población Colombiana

#### 2.1.1.6 Entorno Legal

##### 2.1.1.6.1 Constitución de la República del Ecuador

- **Art. 23.-** Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:
  - 20. El derecho a una calidad de vida que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, saneamiento ambiental; educación, trabajo, empleo, recreación, vivienda, vestido y otros servicios sociales necesarios.
- **Art. 62.-** La cultura es patrimonio del pueblo y constituye elemento esencial de su identidad. El Estado promoverá y estimulará la cultura, la creación, la formación artística y la investigación científica. Establecerá políticas permanentes para la conservación, restauración, protección y respeto del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza artística, histórica, lingüística y arqueológica de la nación, así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica. El Estado fomentará la interculturalidad, inspirará sus políticas e integrará sus instituciones según los principios de equidad e igualdad de las culturas.
- **Art. 80.-** El Estado fomentará la ciencia y la tecnología, especialmente en todos los niveles educativos, dirigidas a mejorar la productividad, la competitividad, el manejo sustentable de los recursos naturales, y a satisfacer las necesidades básicas de la población.

- **Art. 92.-** La ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos.

#### **2.1.1.6.2 Leyes y reglamentos en temas: laboral, tributario, social y ambiental**

- Ley de régimen de tributario interno.
- Ley de compañías del Ecuador.
- Ley Orgánica para la Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar.
- Ley Orgánica de los Consejos Nacionales para la Igualdad
- Ley de gestión ambiental, codificación.
- Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental.
- Ley de calidad ambiental

#### **2.1.1.6.3 Permisos de operación y funcionamiento**

- Certificado de aprobación MSP
- Planilla de Inspección MSP
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo. (Restaurantes, bar-restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
- Certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Nombre del propietario o representante legal.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o
- Identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.

- Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.
- Licencia Única de Actividades Económicas.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bombero
- Certificado del IEPI

## **2.2 Análisis interno**

### **2.2.1 Atractivos Turísticos de la ciudad de Cuenca**

#### **Museo del Banco Central**

El museo del Banco Central se encuentra cerca del centro de la ciudad de Cuenca y está dividido en cinco salas. El museo religioso, arqueológico, etnográfico, numismático y el museo de sitio llamado Pumapungo, son los que conforman el gran museo del Banco Central.



**Figura 16 Museo Banco Central**

#### **Museo Remigio Crespo Toral**

El museo Remigio Crespo Toral se encuentra ubicado en la antigua casa del mencionado personaje, Don Remigio, quien fue considerado como patriarca de las letras cuencanas del siglo XX. Este museo es uno de los más completos del país, por esta razón constituye una importante reserva de patrimonio cultural. Cuenta con un total de aproximadamente 30.000 piezas tanto donadas como adquiridas.



**Figura 17 Museo Remigio Crespo**

### **Museo de las Culturas Aborígenes**

El museo fue creado en el año de 1992, muestra la antropología y arqueología ecuatoriana. Sus exposiciones permanentes de piezas halladas en diferentes sitios del país y la presentación de información sobre los hechos que marcaron cada etapa de desarrollo de las comunidades aborígenes, el museo está conformado por aproximadamente 5.000 piezas de arqueología ecuatoriana, catorce salas repartidas en orden cronológico. (Solis, 2011, p.11).



**Figura 18 Museo de las culturas**

### **Galerías**

#### **Galería Eduardo Vega**

Eduardo Vega es un escultor ceramista que tiene su propio taller en el cual elabora piezas utilitarias y de ornamento, sus obras son únicas. Cada una de ellas ha sido distribuida a nivel internacional. “El Árbol de la Vida” es una de sus más importantes obras y se encuentra ubicada en la Universidad de Cuenca.



**Figura 19 Galería Eduardo Vega**

### **Galería de Arte Álvarez Herrera**

Es una galería nueva en la ciudad, aquí se exponen obras de arte plástica que han sido elaboradas por diferentes autores como Edgar León y Cristina Quinde. Una de sus exposiciones más destacadas es un Cristo hecho con varillas metálicas de cama, lo que ha llamado la atención de varios turistas. A su vez se exhiben trabajos de paja toquilla y mármol, y sus autores son artesanos de la localidad, todos estos productos están a expendio del público.

### **Festividades**

#### **Pase del Niño Viajero**

El Pase del Niño Viajero es una tradición que surgió gracias a la iniciativa de la Señora Rosa Pulla Palomeque, ella junto al Vicario de la Arquidiócesis de Cuenca fueron los fundadores de esta festividad celebrada el último 24 de Diciembre, se la realiza cada año y por la importancia que representa esta celebración, se ha convertido es un atractivo turístico relevante para la ciudad de Cuenca.



**Figura 20 Pase del niño**



### **Día de los Inocentes**

El 6 de enero se desarrolla el desfile de comparsas por la fiesta de Reyes Magos más conocida como “El Día de los Inocentes” en donde participan diferentes instituciones estudiantiles e independientes con curiosas coreografías y disfraces que representan a personajes políticos, famosos y temas que salen de la originalidad de los participantes y que llaman mucho la atención de los espectadores que acuden al evento.



**Figura 21 Día de los inocentes**

### **Fiestas de Fundación de Cuenca**

Cada 12 de abril se recuerda como un hecho histórico muy importante para la ciudad, se realizan varias actividades culturales, cívicas y urbanas que son organizadas por el Municipio de Cuenca, organizaciones barriales y estudiantes tanto escolares como colegiales.



**Figura 22 Fundación de Cuenca**

### **Fiesta de las Cruces de Mayo**

Es una celebración antigua que se celebra desde la colonización y se la realiza en honor a la naturaleza, es conocida también como la fiesta de la Santa Cruz.



**Figura 23 Cruces de Mayo**

## **Atractivos**

### **Iglesia Sagrado Corazón de Jesús**

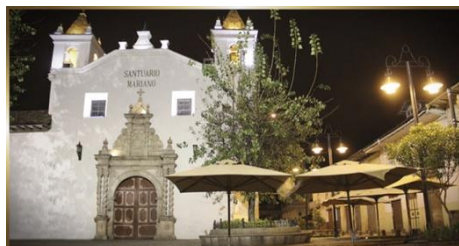
La iglesia Sagrado Corazón de Jesús es una iglesia que fue restaurada por varios años y su culminación fue en el año 2010. Es una de las más visitadas por los turistas ya que se encuentra en un lugar de fácil acceso.



**Figura 24 Iglesia Sagrado Corazón**

### **Iglesia del Carmen de la Asunción**

La iglesia del Carmen de la Asunción está situada junto a la Plaza de las Flores es una de las más antiguas de la ciudad y constituye la representación de la arquitectura religiosa colonial en la ciudad.



**Figura 25 Iglesia del Carmen**

### **Plaza de las Flores**

Plaza de las Flores es conocida también como el Mercado de las Flores, es una plaza tradicional que se encuentra junto a la Catedral Nueva y frente a la Iglesia del Carmen de la Asunción. Es un espacio abierto que se dedica al comercio de las flores y la venta de agua de rosas elaborada por las monjas del convento de la plaza.



**Figura 26 Plaza de las flores**

### **Catedral de la Inmaculada Concepción o Catedral Nueva**

La Catedral Nueva inicia su construcción en 1885. Esta edificación combina varios estilos arquitectónicos, pero predomina el románico en su forma general. Es uno de los atractivos más importantes de la ciudad puesto que capta la atención de numerosos turistas.



**Figura 27 Catedral de la Inmaculada**

### **Parque Calderón**

Es uno de los lugares más visitados de la ciudad de Cuenca ya que se encuentra en el centro de importantes edificaciones como son la Catedral Nueva, La catedral Vieja, la Fundación Turismo para Cuenca, que se encuentran ubicados en el centro histórico.



**Figura 28 Parque Calderón**

### **Catedral Vieja**

La Catedral Vieja durante la época colonial fue la Iglesia Mayor. La Iglesia Mayor llega a ser catedral con el obispado a fines del siglo XVIII. En la actualidad la iglesia mantiene su estructura básica colonial a pesar de varias remodelaciones realizadas en los siglos XIX y XX. (Fundación Turismo para Cuenca, 2015).



**Figura 29 Catedral vieja**

### **Mirador de Turi**

Desde el mirador de Turi podemos tener una vista panorámica de la ciudad, se pueden ver las cúpulas de las iglesias, Cuenca tiene aproximadamente un templo cada tres cuadras es por eso que se va a ver muchas iglesias dentro de la ciudad.



### Figura 30 Mirador de Turi

#### 2.2.2 Turistas

Cuenca se ha convertido en una de las ciudades más visitadas del país en los últimos años, la visitan turistas especialmente jubilados que con el tiempo prefieren residirse en la ciudad.

#### 2.2.3 Competencia

##### Tiestos Café – Restaurant

Tiestos Café - Restaurant ofrece a sus comensales comida tradicional y fusión de la ciudad de Cuenca, se encuentra ubicado en el centro histórico de la ciudad en las calles Juan Jaramillo 4-89 y Mariano Cueva.



Figura 31 Tiestos Café

##### Guajibamba Cuyes Restaurant

Guajibamba Cuyes Restaurant ofrece comida típica cuencana y se encuentra ubicado en las calles Luis Cordero 12-32 entre Sangurima y Vega Muñoz.



Figura 32 Guajibamba

### **Restaurante Villa Rosa**

El Restaurante Villa Rosa se encuentra localizado en las calles Gran Colombia y Tarquí, ofrece a sus comensales comida tradicional y una amplia carta de vinos.



**Figura 33 Villa Rosa**

### **Restaurante el Maíz**

El Restaurante El Maíz se encuentra ubicado en la Calle Larga y subida de Los Molinos, se caracteriza por la elaboración de platillos de la gastronomía ecuatoriana. Es considerado uno de los restaurantes más tradicionales de la ciudad.



**Figura 34 El Maíz**

## **2.2.4 Organismos Reguladores del Turismo en la ciudad de Cuenca**

### **2.2.4.1 Gerencia Regional del Austro**

La Gerencia Regional del Austro es una institución gubernamental que se encarga de la promoción, administración y reglamentación turística en el Austro del país, con jurisdicción sobre las provincias de Azuay, Cañar y El Oro. El Ministerio de Turismo tiene la regional Austro que involucra la articulación del trabajo en las tres provincias de la zona 6 que están conformados por Azuay, Cañar y Morona Santiago, en total son 32 municipios a los que van a atender; actualmente están consolidadas ya tres direcciones provinciales: una que funciona en Cañar otra en

Morona Santiago y la que de paso siendo regional funciona en Cuenca como parte céntrica de la administración. (Solis, 2011)

#### **2.2.4.2 Fundación Municipal de Turismo para Cuenca**

Es una institución cuyo objetivo es el desarrollo integral del sector turístico, promoción turística y la conservación y protección del patrimonio turístico natural, cultural, arqueológico y ambiental dentro de la jurisdicción del cantón Cuenca, para lo cual, planificará estratégicamente las diferentes actividades turísticas y estimulará las mismas a escala cantonal o regional, bajo conceptos de seguridad del turista y garantías del consumidor, planificación que debe ser concordante con la planificación nacional, dentro de lo cual, promocionará al cantón Cuenca como un importante destino turístico dentro del país, manteniendo información turística permanente y actualizada sobre recursos y productos turísticos, incluido el turismo artesanal, a fin de enseñar dichos productos, activar los recursos disponibles y sobre todo crear una conciencia colectiva sobre la importancia de la práctica turística, el respeto a la naturaleza y la cultura de cada pueblo. (FTPC, 2012)

#### **2.2.4.3 Cámara de Turismo del Azuay**

La Cámara Provincial de Turismo del Azuay, es un organismo sin fines de lucro, con una proyección tanto nacional como internacional que representa a los sectores turísticos y hoteleros. Esta entidad es la que regula el desarrollo de la actividad turística y conoce de los beneficios que se generan como es el caso de fuentes de trabajo, que a su vez esto permite mejorar la calidad de vida de la población de la localidad.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Estudio de la Oferta**

##### **3.1 1 Descripción del producto y/o servicio**

La gastronomía típica es la más grande demostración de lo que representa una cultura, su pasado, sus costumbres y tradiciones. La ciudad de Cuenca cuenta con una amplia gama de platos típicos que son ofertados en ciertos restaurantes y son un potencial turístico sin embargo, muchos de ellos ya no son preparados utilizando las técnicas gastronómicas ancestrales por lo que su sazón ha variado en la actualidad.

##### **3.1 2 Instrumento de recolección de información**

###### **Entrevista**

Es una técnica que se realiza mediante una conversación profesional para poder adquirir información acerca de lo que se investiga. Para poder adquirir la información necesaria se deberá realizar una entrevista a un segmento de personas que dominen el tema de gastronomía ancestral como es el caso de los adultos mayores, quienes desde sus antepasados han elaborado los platos típicos con la adecuada aplicación de técnicas gastronómicas ancestrales.

##### **3.1 3 Situación de la oferta actual**

El mercado gastronómico es muy extenso en la ciudad de Cuenca, sin embargo, son pocos los que se encuentran posicionados en la mente del consumidor. Cada uno de los restaurantes más importantes de la ciudad se ha destacado por diferentes aspectos que lo han hecho ser exitoso. La calidad del servicio, la variedad en la oferta de sus productos, la ambientación, entre otras características, han marcado la diferencia para que los establecimientos ocupen un lugar especial en la mente del consumidor y sean elegidos al momento de su compra.

Es necesario mencionar que el mercado actual es cada vez es más exigente y por esta razón los establecimientos de alimentos y bebidas buscan la manera de ser escogidos por los consumidores por ejemplo, establecen promociones cada ciertos días, incluyen nuevos aderezos en sus platos, actualizan su carta constantemente, otro



aspecto fundamental es la capacitación a sus empleados puesto que son ellos los que tienen el contacto directo con los clientes y serán parte de la experiencia que cada uno de los comensales tendrá.

### 3.1 4 Análisis de la competencia a nivel local y/o regional

**Tabla 1**

#### Descripción de la competencia

Restaurante	Platos	Ambientación	Precios	Servicio
<b>El Tiesto</b>	Comida tradicional cuencana y fusión servida en tiestos de barro	Rústica	Relativamente cómodos	Personalizado y de excelencia, el dueño atiende a sus clientes para sugerir platos de la casa
<b>El Maíz</b>	Comida tradicional cuencana	Rústica	Cómodos	Personalizado pero con falta de capacitación
<b>Guajibamba</b>	Comida tradicional cuencana	Rústica	Relativamente cómodos	Personalizado pero con bajo número de meseros
<b>Villa Rosa</b>	Comida tradicional ecuatoriana y comida internacional en estilo gourmet	Clásica	Elevados	Personalizado, capacitado, bilingüe y de excelencia

### 3.1 5 Análisis FODA de la competencia

**Tabla 2**

#### **FODA de los restaurantes de la competencia**

El Tiesto	El Maíz
<p><b>F: Receta tradicional servida en tiestos de barro.</b></p> <p><b>O: Clientela insatisfecha por parte de la competencia.</b></p> <p><b>D: Precios muy inferiores a la competencia.</b></p> <p><b>A: Competidores con la misma oferta de servicios gastronómicos.</b></p>	<p><b>F: Innovación constante en sus platos.</b></p> <p><b>O: Amplio mercado para poder cubrir.</b></p> <p><b>D: Falta de capacitación en el personal.</b></p> <p><b>A: Competidores con la misma oferta de servicios gastronómicos.</b></p>
Guajibamba	Villa Rosa
<p><b>F: Promociones en platos cada semana.</b></p> <p><b>O: Fidelidad de los clientes.</b></p> <p><b>D: Escaso número de trabajadores.</b></p> <p><b>A: Falta de constancia de las personas.</b></p>	<p><b>F: Rapidez en el servicio.</b></p> <p><b>O: Cuentan con un número representativo de clientes fijos.</b></p> <p><b>D: Precios muy elevados.</b></p> <p><b>A: Limitado poder adquisitivo de los compradores.</b></p>
Coppelia	
<p><b>F: Personal ágil y capacitado.</b></p> <p><b>O: Buena ubicación.</b></p> <p><b>D: Presupuesto limitado.</b></p> <p><b>A: Competidores con la misma oferta de servicios gastronómicos.</b></p>	

### 3.2 Estudio de la Demanda

#### 3.2.1 Determinación del Universo o población de estudio de la demanda

Al 2015 la Fundación Turismo para Cuenca, otorga dentro de sus estadísticas sobre la demanda de turistas que ingresaron a la ciudad los siguientes datos, al 2014 (63,354 turistas), y al año 2015 (119,079).

Debido a que las estadísticas de año 2015 aún son incompletas la población de estudio de la demanda será:

Turistas nacionales y extranjeros del año 2014

$$N = 830,000$$

#### 3.2.2 Determinación de la muestra

$$\frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

<b>Valor de <math>k</math></b>	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58
<b>Nivel de confianza</b>	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%

$N$  = tamaño de la población

$k$  = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

$e$  = Límite aceptable de error muestral

$p$  = proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio

$q$  = proporción de individuos que no poseen esa característica

$N = 830.000^*$

$k = 1,96 = 95\%$

$e = 10\% = 0,1$

$p = 0,5$

$q = 1 - p = 0,5$

$$n = \frac{1,96^2 \times 830,000 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2(830,000 - 1) + (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5)} \qquad n = \frac{797132}{8300,95}$$

$$n = 96,03$$

$$n = 96 \qquad n = 100$$

\* (Eljuri, 2014)

### 3.2 3 Técnicas de muestreo

Una muestra es un subgrupo de la población, que se selecciona para participar en el estudio. Después se utilizan las características de la muestra, llamadas estadísticos, para hacer inferencias sobre los parámetros de la población. (Malhotra K., 2008) (p.335)

Se ha elegido el **Muestreo Probabilístico**, ya que las unidades del muestreo se seleccionan al azar. Se usa para investigaciones de naturaleza concluyente, la variabilidad de la población es altamente heterogénea, y las consideraciones estadísticas son favorables. (Malhotra K., 2008) (p.335)

Se utiliza el muestreo probabilístico en estudios de rastreo del mercado nacional gracias a que “proporcionan información sobre categorías de productos y tasas de uso de marcas, así como "perfiles psicográficos y demográficos de los usuarios”. (Malhotra K., 2008) (p.356)

### 3.2 4 Instrumento de recolección de información

#### Encuesta

Uno de los instrumentos más populares y utilizados es el de la encuesta, el mismo que permite obtener un sondeo real y directo con aquellas personas que visitan o residen en la ciudad de Cuenca, con el fin de determinar el perfil del cliente objetivo.

La técnica de encuesta para obtener información se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida. Estas preguntas se pueden hacer verbalmente, por escrito, mediante una computadora, y las respuestas se pueden obtener en cualquiera de estas formas. (Malhotra K., 2008) (p.183)

### **3.2 5 Situación de la Demanda actual**

Según la Sra. Gladys Eljuri, quien fuera expresidenta de la Fundación Turismo para Cuenca al año 2014, menciona que la Fundación Turismo para Cuenca, logra hasta dicho año un incremento de 276% en el turismo tanto nacional, como internacional, todo gracias al arduo trabajo de promoción y publicidad.

Estos datos se evidencian en los datos que se pueden ubicar en el diario El Mercurio, “las últimas cifras revelan que 610.000 turistas nacionales y 220.000 turistas extranjeros, es decir 830.000 turistas en total, visitan anualmente la ciudad” (Eljuri, 2014)

Cabe recalcar que los datos seleccionados para el 2015, se han tomado desde el 1 enero hasta el 31 de octubre de 2015, y los del 2014 implican los 12 meses completos.

Además que se ha identificado que los países de origen de los turistas extranjeros son de: Francia, Reino Unido, EE.UU, Italia, Alemania, China.

### 3.2 6 Definición del perfil del cliente

#### Estructura de la encuesta

## UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE

### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Determinar el perfil del cliente objetivo al que se dirigirá el nuevo menú del restaurante “Coppelia”, mediante el análisis de las respuestas obtenidas en la presente encuesta.

**Marque con una X en los cuadros y sobre las líneas complete la información requerida.**

#### 1) Género

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

#### 2) Edad

21-25 años	<input type="checkbox"/>
26-30 años	<input type="checkbox"/>
31-35 años	<input type="checkbox"/>
36-40 años	<input type="checkbox"/>
41-45 años	<input type="checkbox"/>
46-50 años	<input type="checkbox"/>
51-55 años	<input type="checkbox"/>
56-60 años	<input type="checkbox"/>
61- 65años	<input type="checkbox"/>
+ 65 años	<input type="checkbox"/>

### 3) Nacionalidad

Ecuatorianos	<input type="checkbox"/>
Estados Unidos	<input type="checkbox"/>
Francia	<input type="checkbox"/>
Italia	<input type="checkbox"/>
Chile	<input type="checkbox"/>
Australia	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

### 4) ¿Conoce usted el restaurante Coppelia?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

Si la respuesta es negativa aquí culmina la encuesta, sí es positiva continuar con la pregunta 5.

### 5) ¿Cuándo visita el restaurante Coppelia, lo hace?

Solo	<input type="checkbox"/>
Acompañado	<input type="checkbox"/>

### 6) ¿Qué días visita usted el restaurante Coppelia?

Lunes	<input type="checkbox"/>
Martes	<input type="checkbox"/>
Miércoles	<input type="checkbox"/>
Jueves	<input type="checkbox"/>
Viernes	<input type="checkbox"/>
Sábado	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>

### 7) ¿En qué horario visita el restaurante?

Tarde	<input type="checkbox"/>
Noche	<input type="checkbox"/>

8) De la oferta actual califique del 1 (siendo el más bajo) al 5 (siendo el más alto), la oferta actual del restaurante

<b>Ponderación</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Hamburguesa					
Salchipapa					
Pollo con papas					
Carne con papas					
Chuleta con papas					
Hamburguesa con papas					
Seco de carne con moros					
Moros con corvina					
Moros con res					
Moros con pollo					
Moros con chuleta					
Churrasco					
Ejecutivo corvina					
Ejecutivo res					
Ejecutivo pollo					
Ejecutivo chuleta					
Guatita					
Corvina con seco					
Seco con menestra					
Seco con Guatita					
Seco de carne					
Momia					
Guatita con menestra					
Guatita con moros					
Todos					



9) El restaurante “Coppelia”, como propuesta, se ha planteado la incorporación del siguiente menú tradicional ¿Estaría de acuerdo?

**ENTRADAS**

- Tortillas de Maíz
- Tortillas de Choclo
- Tortillas de Trigo
- Habas con queso
- Humitas

**SOPAS**

- Locro de chuqui maqui (pata)
- Locro de poroto tierno con sambo
- Sopa de morocho
- Mote casado

**PLATOS FUERTES:**

- Hornado
- Mote Pillo acompañado con carne de cerdo asada
- Cuy Asado (arroz, papas ahogadas, lechuga y huevo)
- Chanco a la Barbosa o chanco muerto
- Sancocho de cerdo

**POSTRE**

- Quesadillas
- Cocadas de leche
- Alfajor
- Dulce de higos

SI

NO


¿Cuál no es de su agrado? \_\_\_\_\_

10) ¿Si el restaurante “Coppelia”, incluye un menú de comida típica de Cuenca, estaría dispuesto a consumirla?

SI

NO


**11) ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar mientras se elabora su orden?**

De 5 a 10 minutos	<input type="checkbox"/>
De 11 - 15 minutos	<input type="checkbox"/>
De 16 - 20 minutos	<input type="checkbox"/>

**1) Tomando en cuenta la calidad y el servicio que prestaría el restaurante con su nuevo menú, cuanto estaría dispuesto a pagar:**

De \$5 a \$10	<input type="checkbox"/>
De \$11 a \$15	<input type="checkbox"/>
De \$16 a \$20	<input type="checkbox"/>

**2) ¿Mediante qué medio de difusión le gustaría recibir información sobre el nuevo menú?**

Internet	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Pancartas	<input type="checkbox"/>
Hojas volantes	<input type="checkbox"/>

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

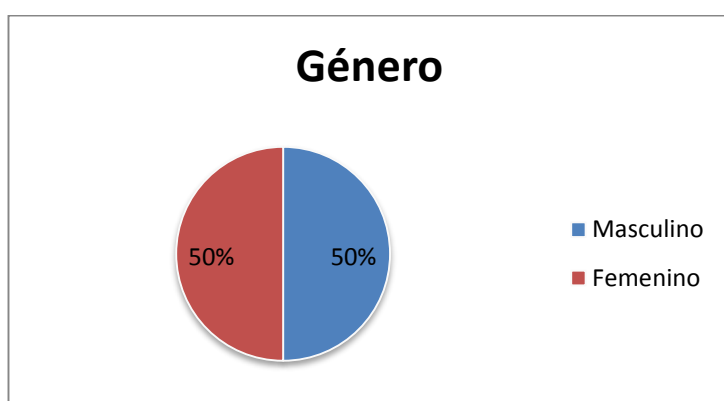
### 3.2.7 Análisis de datos

#### 1. Género

**Tabla 3**

**Género encuestados**

<b>Masculino</b>	50
<b>Femenino</b>	50



**Figura 35 Género**

De las 100 persona encuestadas para determinar el 50% son de género masculino y el mismo porcentaje se presenta para género femenino.

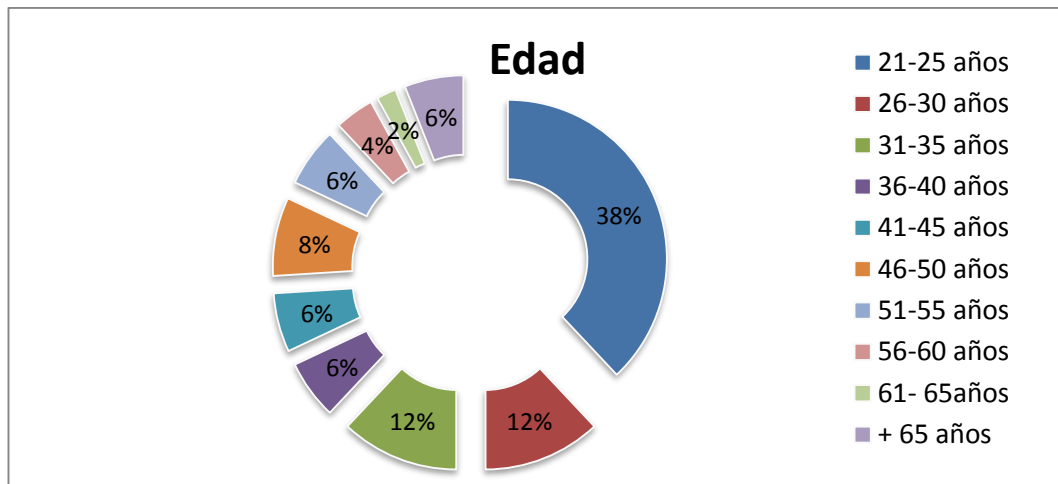
#### 2. Edad encuestados

**Tabla 4**

**Edad encuestados**

<b>21-25 años</b>	38
<b>26-30 años</b>	12
<b>31-35 años</b>	12
<b>36-40 años</b>	6
<b>41-45 años</b>	6
<b>46-50 años</b>	8
<b>51-55 años</b>	6
<b>56-60 años</b>	4
<b>61- 65años</b>	2

+ 65 años	6
-----------	---



**Figura 36 Edad Encuestados**

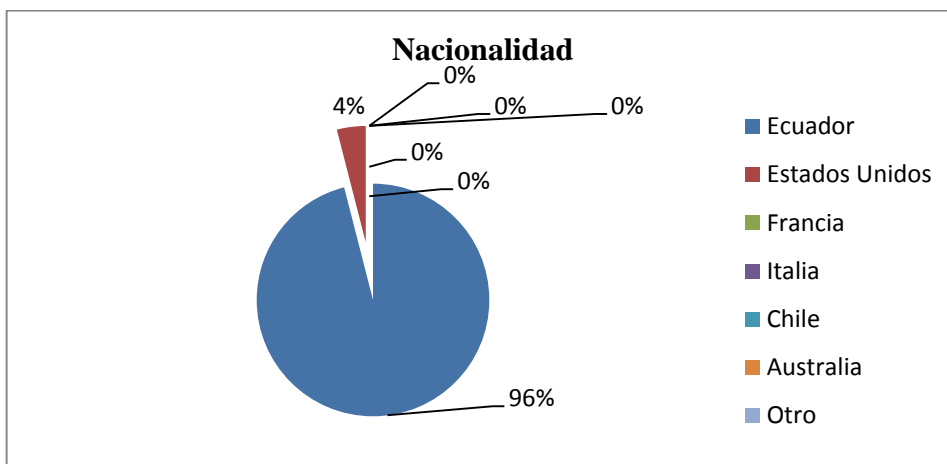
De los clientes encuestados de la población económica activa, se las eligió el rango de edades de entre 21 a más de 65 años, de los resultados con un mayor porcentaje se ubica al grupo entre 21 a 25 años con el 38%, en segundo lugar a edades entre 21 a 30 años y 31 a 35 años con 12% para cada categoría, se identifica estas personas como el target al que se dirige el lugar.

### 3. Nacionalidad

**Tabla 5**

**Nacionalidad encuestados**

<b>Ecuador</b>	96
<b>Estados Unidos</b>	4
<b>Francia</b>	0
<b>Italia</b>	0
<b>Chile</b>	0
<b>Australia</b>	0
<b>Otro</b>	0



**Figura 37 Nacionalidad encuestados**

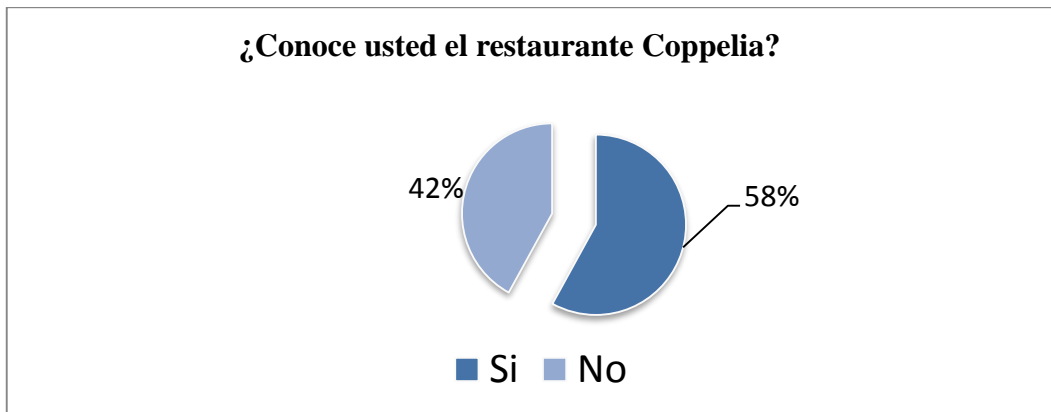
Referente a la nacionalidad de la clientela que frecuenta el local, se logró identificar que, la que mayor frecuentas son las de nacionalidad Ecuatoriana con un 96% y un porcentaje menor del cuatro por ciento de Estados Unidos, se recomienda dirigir mayores esfuerzos publicitarios para atraer al mercado extranjero.

**4. ¿Conoce usted el restaurante Coppelia?**

**Tabla 6**

**Reconocimiento del restaurante Coppelia**

Si	58
No	42



**Figura 38 Reconocimiento restaurante Coppelia**

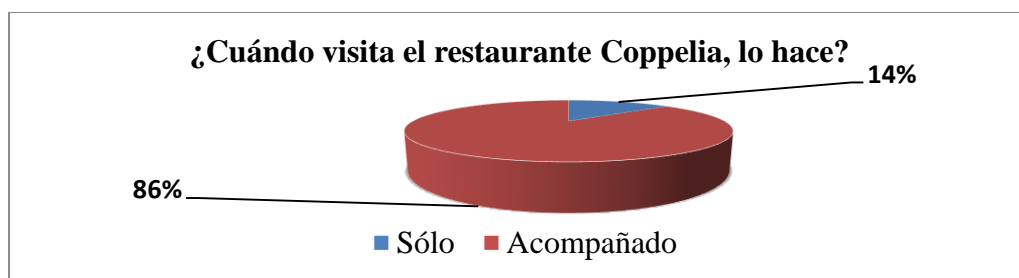
El 58% de los encuestados conoce el sitio, el resto de los encuestados, es decir el 42% no sabe o no conoce el establecimiento por ende es necesario girar esta realidad con trabajos de publicidad masiva.

### 5. ¿Cuándo visita el restaurante Coppelia, lo hace?

**Tabla 7**

#### Preferencia de asistencia del cliente

<b>Sólo</b>	8
<b>Acompañado</b>	50



**Figura 39 Preferencia de asistencia del cliente**

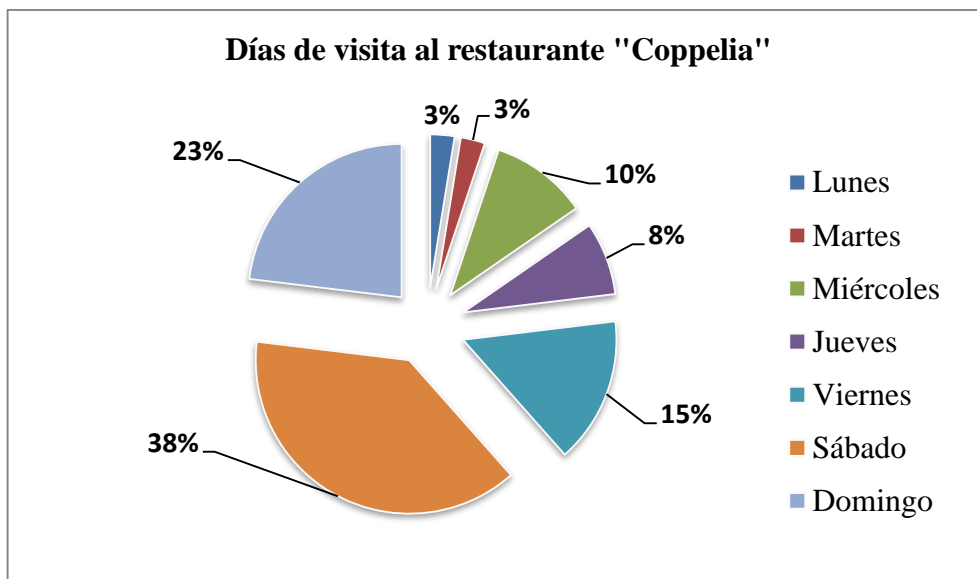
De los visitantes al local un total del 86% por ciento acuden al mismo acompañados, el resto lo visita solo, por lo que se puede proyectar al lugar como un espacio familiar.

### 6. Días de visita al restaurante "Coppelia"

**Tabla 8**

#### Días de asistencia

<b>Lunes</b>	2
<b>Martes</b>	2
<b>Miércoles</b>	8
<b>Jueves</b>	6
<b>Viernes</b>	12
<b>Sábado</b>	30
<b>Domingo</b>	18



**Figura 40 Días de asistencia**

Se puede determinar que los días con mayor afluencia es el día sábado con un 38%, seguido por el domingo con un 23%, un menor porcentaje el viernes con un 15%, el resto de días, tienen menor asistencia.

### 7. Horario de visita al restaurante

**Tabla 9**

**Horario de preferencia**

Tarde	52
Noche	6



**Figura 41 Horario de preferencia**

El horario de preferencia de para asistir al restaurante, es en la tarde con un 90%, el 10% asiste en las noches, se puede determinar que esta tendencia se presenta porque este horario es del almuerzo.

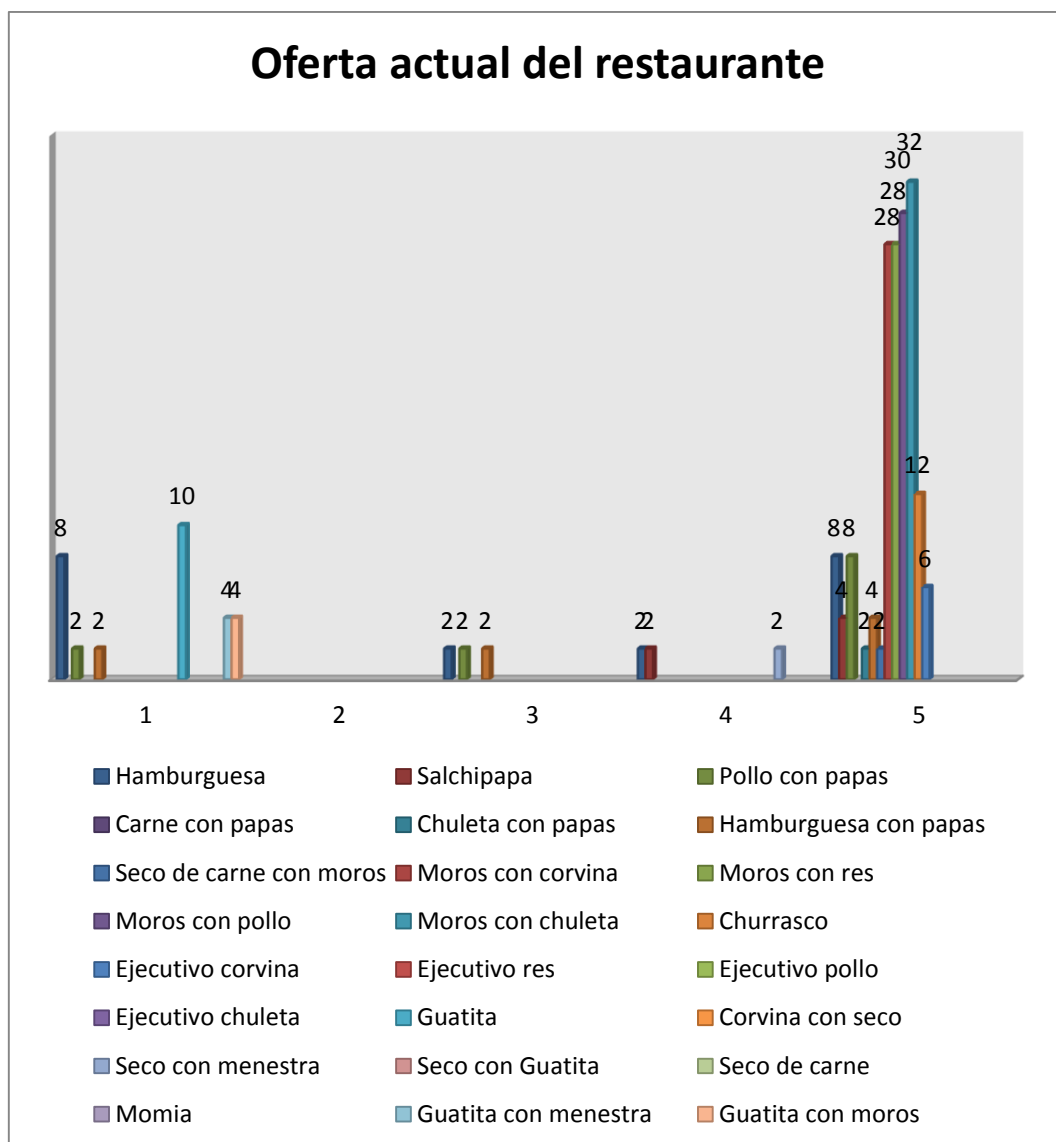
## 8. Oferta actual del restaurante

**Tabla 10**

### Aceptación de la oferta actual

ORD.	Producto Ofertado	1	2	3	4	5
1	Hamburguesa	8		2	2	8
2	Salchipapa				2	4
3	Pollo con papas	2		2		8
4	Carne con papas					
5	Chuleta con papas					2
6	Hamburguesa con papas	2		2		4
7	Seco de carne con moros					2
8	Moros con corvina					28
9	Moros con res					28
10	Moros con pollo					30
11	Moros con chuleta					32
12	Churrasco					12
13	Ejecutivo corvina					6
14	Ejecutivo res					
15	Ejecutivo pollo					
16	Ejecutivo chuleta					
17	Guatita	10				
18	Corvina con seco					
19	Seco con menestra				2	
20	Seco con Guatita					
21	Seco de carne					
22	Momia					
23	Guatita con menestra	4				
24	Guatita con moros	4				





**Figura 42 Aceptación de la oferta actual**

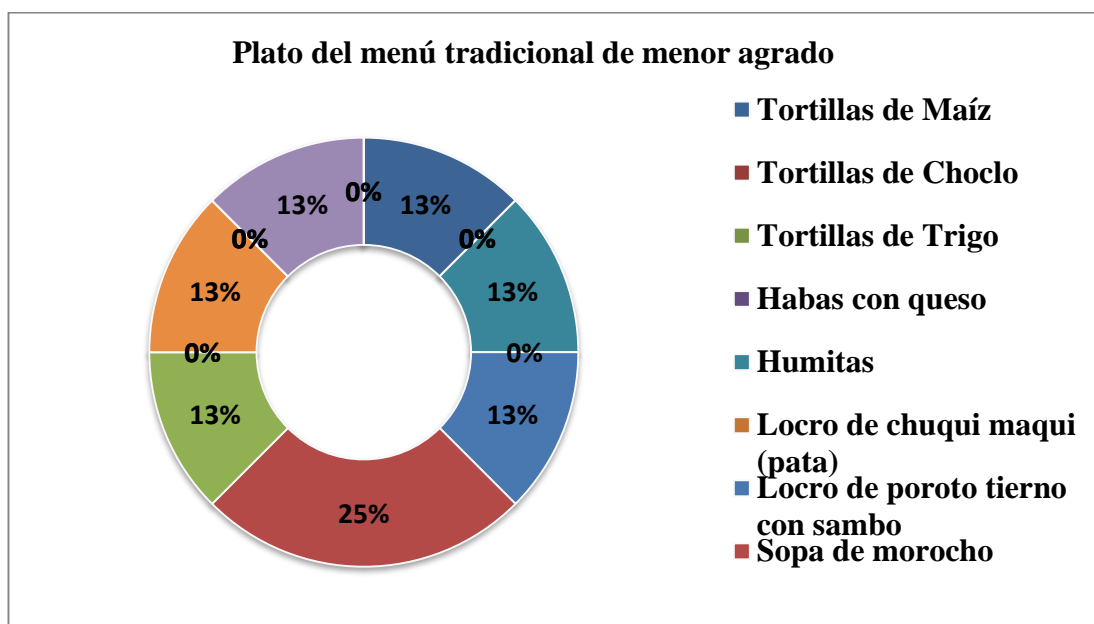
De los 24 productos ofertados por el restaurante, se puede observar que la mayor referencia son las diversas combinaciones de los moros, es decir con chuleta, con pollo, con corvina y con res; los de menor demanda son churrasco, hamburguesa, pollo con papas y el ejecutivo corvina, y lo de muy poca demanda son salchipapas y las guatitas, el resto de platos no han sido mencionados por ningún encuestado.

## 9. Plato del menú tradicional de menor agrado

**Tabla 11**

### Plato del menú tradicional de menor agrado

ORD.	Plato/producto	Cant.
1	Tortillas de Maíz	2
2	Tortillas de Choclo	0
3	Tortillas de Trigo	0
4	Habas con queso	0
5	Humitas	2
6	Locro de chuqui maqui (pata)	0
7	Locro de poroto tierno con sambo	2
8	Sopa de morocho	4
9	Mote casado	2
10	Hornado	0
11	Mote Pillo con carne de cerdo asada	0
12	Cuy Asado	2
13	Chanco a la Barbosa	0
14	Sancocho de cerdo	0
15	Quesadillas	0
16	Cocadas de leche	2
17	Alfajor	0
18	Dulce de higos	0



**Figura 43 Plato del menú tradicional de menor agrado**

De los 18 platos tradicionales ofrecidos por el restaurante, los que no son de agrado con el 25% por ciento es la sopa de morocho y un 13% por ciento los de Tortillas de Maíz, Humitas, Locro de poroto tierno con sambo, Mote casado, Cuy Asado y las Cocadas de leche.

## 10. Disposición al consumo del nuevo menú

**Tabla 12**

**Aceptación del nuevo menú**

<b>Si</b>	<b>58</b>
<b>No</b>	<b>0</b>



### Figura 44 Aceptación del nuevo menú

De la propuesta realizada a los clientes sobre el nuevo menú, se determinó que el 100% consumiría del mismo, por lo que es una buena oportunidad de ampliar la carta.

#### 11. Tiempo de espera por la orden

Tabla 13

##### Tiempo de preparación de la orden

De 5 a 10 minutos	42
De 11 - 15 minutos	12
De 16 - 20 minutos	4

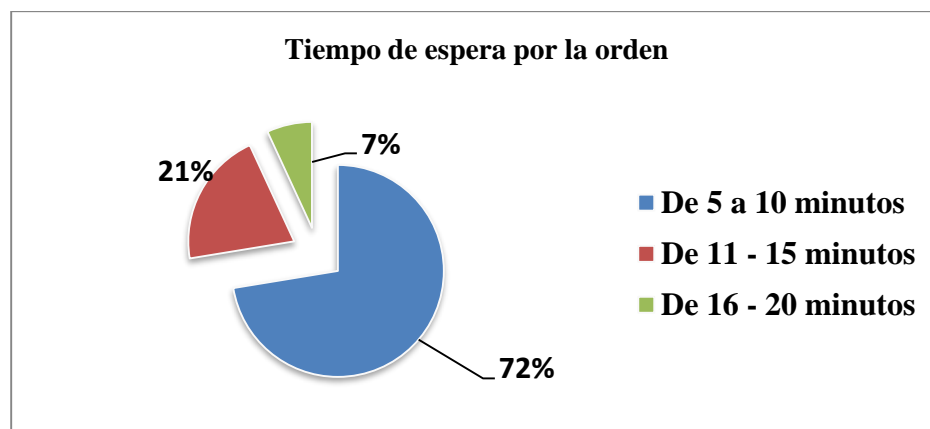


Figura 45 Tiempo de preparación de la orden

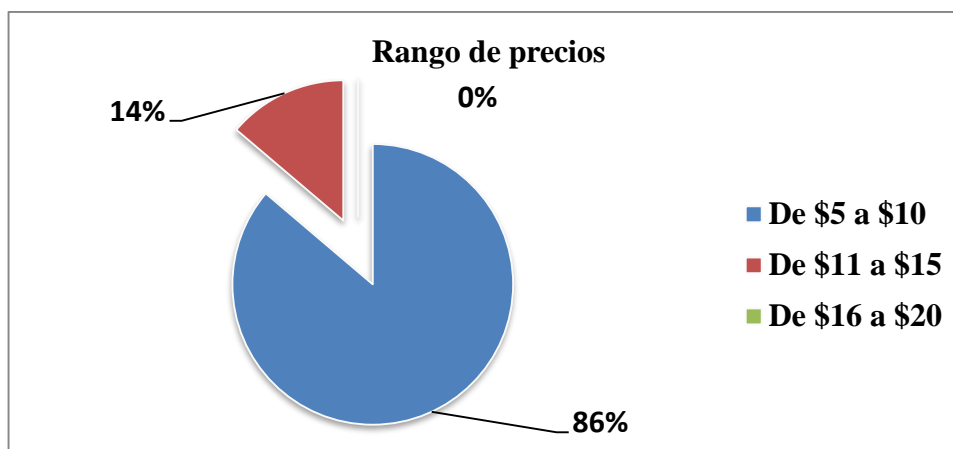
El 72% de las personas encuestadas manifestaron que el tiempo de espera por el plato sería entre 5 a 10 minutos, los otros rangos de tiempo no tuvieron porcentajes significativos.

#### 12. Rango de precios

Tabla 14

##### Rango de precios

De \$5 a \$10	50
De \$11 a \$15	8
De \$16 a \$20	0



**Figura 46 Rango de precios**

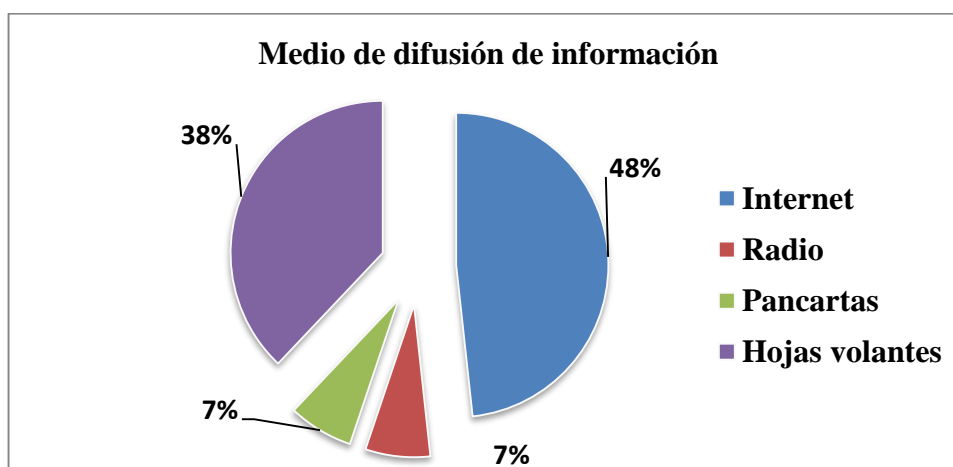
Del rango de los precios se identifica al rango entre \$5 a \$10 como muy aceptable con un 86%, los otros valores no tienen popularidad ente los encuestados.

### 13. Medio de difusión de información

**Tabla 15**

**Medio de difusión**

Internet	28
Radio	4
Pancartas	4
Hojas volantes	22



**Figura 47 Medio de difusión**

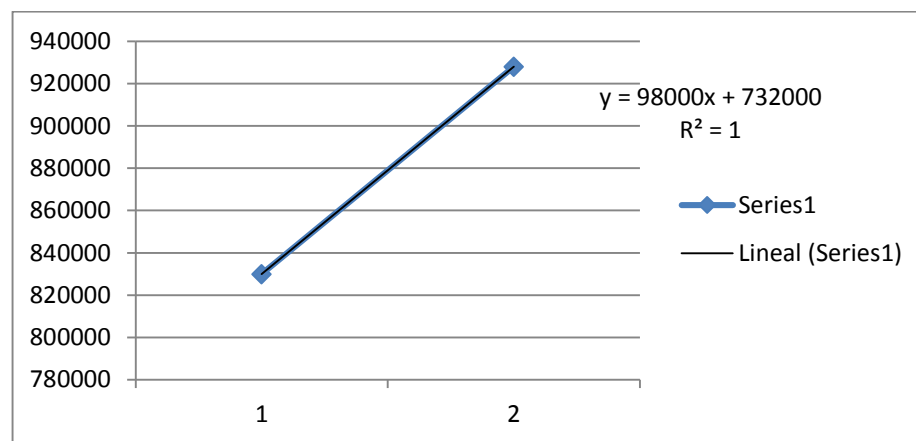
En cuanto a la difusión y publicidad, el 48% de personas, prefiere recibirla por internet y un 38% por medio de hojas volantes, por lo que se considera necesario trabajar más en este aspecto que va ligado con la popularidad de restaurante.

### 3.2 8 Proyección de la demanda

**Tabla 16**

**Datos ingresos turistas a Cuenca 2014 y 2015**

2014	610000	220000	1	830000	
2015	683000	245000	2	928000	12%
Tasa promedio					3%



**Figura 48 Proyección de la demanda 2014-2015**

**Proyección:**

**Tabla 17**

**Proyecciones ingresos turistas a Cuenca 2016 al 2018**

	Monto	Lineal	Tasa de crecimiento
	$C*(i+1)^n$	$y = 9800x + 732000$	
<b>2016</b>	955392,77	110885	3%
<b>2017</b>	983594,12	125165	3%
<b>2018</b>	1012627,93	139445	3%
<b>2019</b>	1042518,75	153725	3%
<b>2020</b>	1073291,89	168005	3%

Según los datos obtenidos y luego de las proyecciones realizadas, se ha podido determinar que a partir del año 2016 al año 2020, la tendencia de ingreso de turistas a la ciudad se mantendrá en crecimiento, con una tasa promedio de crecimiento del 3%, lo que demuestra que el mercado de alimentos y bebidas de la ciudad de Cuenca, será dinámico.

### 3.3 Análisis de Precios

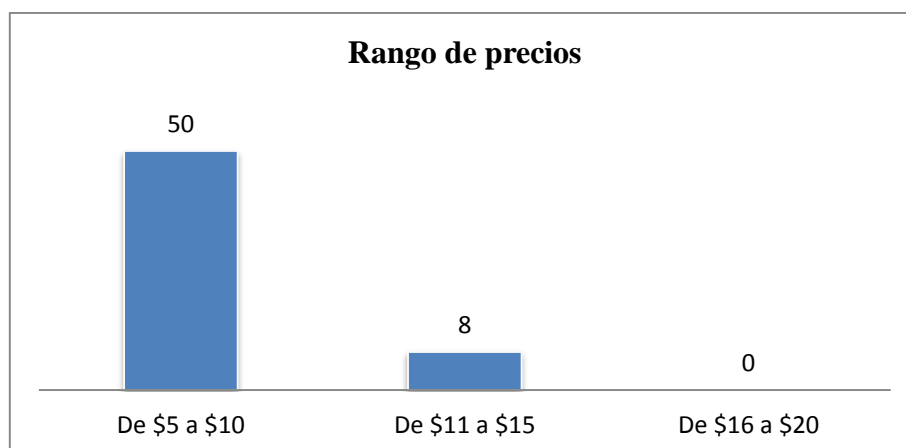
#### 3.2 1 Determinación de la política de precios

##### Fijación del precio por volumen

El precio afecta a la demanda del producto, así como a su posicionamiento en el mercado.

La fijación de precios por volumen, consiste en estimar el precio para vender lo máximo posible, de manera que un mayor volumen de producción reducirá los costes unitarios; esto ayudará a que se pueda disminuir el precio, incrementando así los beneficios a largo plazo y ganar un target de mercado. (Vallardo, 2009)

Según la encuesta el rango de los precios aceptados por el cliente objetivo, indica al rango de \$5 y \$10 como el de mayor aceptabilidad al obtener el 86%, por lo que el precio a fijarse se dará en base a las recetas estándar a describirse en el siguiente capítulo y será un solo precio estándar para los comensales que ingresen:



## Figura 49 Rango de precios

### 3.4 Canales de Distribución

#### 3.4.1 Canales de distribución

El canal de distribución es un sistema interactivo escogido por cada empresa para poder llevar sus productos al consumidor.

Implica a todos los componentes; el fabricante, y el consumidor, según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal que a su vez de ser completo, eficiente y lo más económico posible. (Marketing XXI, 2011)

Para la presente investigación se ha decidido la aplicación del siguiente canal de distribución.

**Canal directo-tradicional:** “consta de sólo dos entidades, fabricante y consumidor final. De uso frecuente en el sector de servicios” (Gestiopolis, 2002), en este caso es el canal ideal, ya que el sólo se procederá a la intervención sin intermediarios entre “Coppelia” y el cliente objetivo, además de ser una opción tradicional que se considera como amigable, ya que al no estar incluida aún la tecnología puede ser usada por personas de cualquier edad.



## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1 Datos informativos**

Recuperación de técnicas gastronómicas ancestrales y su incorporación en la oferta de servicios gastronómicos del establecimiento “Coppelia” en Cuenca.

##### **4.1.1 Establecimiento**

Restaurante “Coppelia”

##### **4.1.2 Beneficiarios**

La recuperación de las técnicas gastronómicas ancestrales beneficiará a la sociedad en conjunto puesto que permitirá el desarrollo de un turismo innovador en cuanto al ámbito gastronómico, captando así la atención de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Por otro lado como beneficiarios directos estará tanto el propietario del establecimiento de alimentos y bebidas “Coppelia”, ubicado en la ciudad de Cuenca, como los clientes que se dirijan a este establecimiento, puesto que al ofertar platos típicos elaborados con la aplicación de técnicas ancestrales captará la atención de los comensales y de esta manera se posicionará en el mercado con una temática innovadora que mejorará notablemente sus ingresos.

Este presente proyecto de investigación estará expuesto para disposición de las personas que necesiten información sobre las técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en los platos típicos de la ciudad de Cuenca y de ésta manera puedan ser beneficiados con la realización de este proyecto

##### **4.1.3 Ubicación**

Provincia de Azuay, cantón Cuenca, parroquia Cuenca, en las calles Borrero 5-83 y Juan Jaramillo.

## **4.2 Antecedentes de la propuesta**

Una vez investigada la temática elegida para el desarrollo de la presente investigación, se pudo determinar que las técnicas gastronómicas ancestrales, pueden ser aplicadas en la actualidad, en especial los platos elegidos para la nueva propuesta en el menú, ya que se los visualiza como una nueva alternativa posible de elegir por los clientes del restaurante Coppelia, además que esta oferta puede ser tomada como una ventaja competitiva frente a otros establecimientos de alimentos y bebidas alrededor de la zona.

Cabe recalcar que se ha identificado la importancia de rescatar, practicar y mantener la gastronomía típica de una zona determinada, ya que de esta manera se puede impulsar una nueva tendencia turística dirigida al arte culinario propio del lugar y a su transmisión de manera generacional.

## **4.3 Justificación**

La presente propuesta tiene como fin la sinergia de la información teórica con la práctica, ya que basadas en ambas proposiciones se puede determinar la factibilidad de aplicación del proyecto en el restaurante auspiciante.

Esta investigación no sólo ayudará al establecimiento involucrado, sino también al impulso turístico a través de esta tendencia desarrollando e impulsando al turismo gastronómico como otra actividad productiva, que ayudará al aumento de ingresos económicos en la zona; para poder concluir en resultados positivos y aplicables de esta investigación, fue primordial el análisis de información bibliográfica y del estudio sobre el mercado objetivo que otorgaron directrices para una correcta aplicación dentro del nuevo menú propuesto.

## **4.4 Objetivos**

### **4.4.1 Objetivo general**

Desarrollar un menú nuevo y más atractivo para el cliente, mediante la ingeniería y el diseño del mismo con el fin de otorgarle al restaurante una ventaja competitiva y diferenciadora.

#### **4.4.2 Objetivo específico**

Identificar nuevos platos para su inclusión en la nueva carta a través del análisis de cada uno.

### **4.5 Fundamentación**

Es necesario realizar una ingeniería del menú para determinar que platos deben permanecer en el restaurante y que platos deben ser eliminados, de igual manera es importante desarrollar un análisis concluyente para llegar a la elección adecuada sobre los platos que deben ser reemplazados por una mejor oferta, en este caso los típicos de la ciudad de Cuenca.

La gastronomía cuencana cuenta con una gran aceptación por parte de los posibles comensales y por esta razón muchos de los platos típicos serán incorporados en la oferta de servicios gastronómicos del restaurante Coppelia.

#### **4.5.1 Ingredientes, utensilios y técnicas de cocción de origen ancestral**

##### **4.5.1.1 Descripción de los alimentos ancestrales de la ciudad de Cuenca**

###### **4.5.1.1.1 Ingredientes principales**

Según la autora Vintimilla Eulalia, en la cocina cuencana se usó como ingrediente primordial para sus preparaciones el maíz, la mayoría de sus preparaciones eran con maíz molido y preparaciones en envueltos o a su vez en tortillas; la quinua era consumida de manera similar al mote con sal y ají.

Otro de los alimentos que se registran sobretodo en la época incaica, es el consumo de la papa, un tubérculo muy popular en los Andes, en los estudios de (Vintimilla, 1994), menciona que se descubrieron al menos 23 variedades distintas de este producto, su versátil preparación permitió encontrarla asada, en loco o a

su vez combinada con vegetales y animales, esto también ocurría con los mellocos.

En cuanto al consumo de los animales, los Incas y los Cañaris consumían la llama, que tiene buen sabor hasta los 3 años de edad, ya que pasado este tiempo la carne toma el sabor al pasto, se la consumía fresca o seca, pero no de manera tan frecuente, se consumía también ranas, caracoles, catzos, al igual que el cuy, alimento muy popular y conocido hasta nuestros días, se lo encuentra cocinado o asado, antes este alimento no tenía sabor, ya que no se lo adobaba con ninguna especia extra.

El comercio activo del pueblo Cañari con la costa, permitió el consumo de pescado conservado por sal, este provenía de la zona de Machala y la sal de las salinas marinas de la isla Puná, Puerto Bola y Yaguachi, cerca de Guayaquil, sitios pertenecientes, en su mayoría, a Milagro-Quevedo. (Banco Central del Ecuador, 2010)

#### **4.5.1.1.2 Condimentos y aliños**

Es conocido que uno de los principales ingredientes para otorgar sabor a las comidas, es la sal, en el caso de los Incas y los Cañaris, la obtenían de las minas de la sierra y a su vez gracias al comercio con otras culturas de la costa del país, a su vez gracias a varios estudios arqueológicos se demuestran el uso de la cal y además de la coca con el fin de extraer el alcaloide y descascarar el maíz duro, este trabajo también se lo podía hacer con ceniza de ciertas plantas.

#### **4.5.1.1.3 Cocina Cuencana**

La gastronomía de esta ciudad tiene como elementos principales al maíz que se lo hallan en gran parte de preparaciones, el maíz blanco o morocho, la pepa de zambo que reemplaza en su mayoría al maní y finalmente la carne de cerdo y sus subproductos, existen otros platos importantes como el cuy a la brasa con sus aderezos.

“En la preparación de platos fuertes, es de gran importancia la quinua, el cuy asado servido con papas, el caldo de gallina y la gallina con papas, a la cual, en la

fiesta del Pase del Niño se le suele agregar un ají o un billete en el pico”. (Unigarro, 2010)

#### **4.5.1.2 Técnicas de cocción**

- **Asado:**

La particularidad de esta técnica se basa en que no tiene ningún tipo de grasa para lograr la cocción del alimento y el tiempo es menor, hay que tomar dos aspectos en especial, el primero la exposición directa al fuego y segundo el gramaje y grosor del alimento.

- **Asado a la parrilla:**

Consiste en poner los alimentos sobre parillas y exponerlas al calor producido por carbones, maderas, ramas, etc, en el Ecuador, se asan a la parrilla algunas carnes como el cuy, pescados, plátanos maduros, choclos, etc. (Unigarro, 2010).

Esta técnica es muy popular en la sierra del país, y es un conocimiento generacional.

- **Hervido:**

“Es la técnica más empleada desde el antiguo imperio de los Incas hasta nuestros días”. (Unigarro, 2010). Esta cocción permite la preparación de comidas y bebidas en diferentes variaciones, se usa como elemento principal el agua, ya que ayuda a la cocción de casi todos los alimentos (tubérculos, maíz, sopas, carnes, cereales, etc.)

- **Envueltos**

“Es una técnica cuya utilización se ha generalizado en muchos pueblos andinos” (Unigarro, 2010). Entre las preparaciones más populares de Ecuador, bajo esta técnica se pueden encontrar las humitas y los quimbolitos, es necesario el uso de agua para su cocción.

- **Técnica cocción-soleado:**

Es una técnica que manifiesta dos tipos de cocción, en agua y la exposición solar, se usa para la obtención del mote. Primero se cocina el maíz en agua, para poder pelarlo, se hierva hasta poder eliminar la cutícula. Cuando el maíz esté limpio, se escurre y se deja al sol hasta que adquiera dureza. (Unigarro, 2010).

- Fritura:

Esta técnica usa para la cocción el aceite vegetal, se prepara generalmente la fritada o el sancocho, previamente marinada la carne.

#### 4.5.1.3 Utensilios

- Ollas:

Usualmente eran hechas de cerámica con el fin de utilizarlas a altas temperaturas, con formas cilíndricas usadas para hervir, estofar o cocinar al vapor, el sabor de la comida usando estos instrumentos aportan un sabor diferente a las preparaciones.

“Luis A. Pardo, señala que las de tamaño grande se empleaban para la elaboración del chupe y los guisos. En tanto que las medianas se utilizaban para el transporte de las viandas y las pequeñas para conservar o calentar las comidas" (Unigarro, 2010)

- Tostadoras:

“Se identifican dos tostadoras, la kallana y el ttocoychimu, que se en la preparación de tortillas o pan de maíz y para tostar maíz” (Unigarro, 2010). Actualmente se utiliza una piedra para cocer las tortillas.

- Batanes:

Se forman a partir de dos piedras, usados para moler maíz y otros granos. Se colocan los granos sobre la superficie de la piedra grande y se usa con la mano la más pequeña para pulverizar los granos.

- **Morteros:**  
Similares a los batanes, se usan para moler cantidades más pequeñas de alimentos, usualmente permitían la extracción de harinas.

#### **4.5.2 Descripción del recetario de platos típicos de la ciudad de Cuenca**

##### **4.5.2.1 Entradas**

Las tortillas y los envueltos son bocaditos propios de los meses de cosecha, son preparados con el maíz que no ha madurado de manera completa, se obtienen platillos de otro origen vegetal como el choclo y el trigo.

- **Tortillas:**  
Para obtener la harina que sería el principal ingrediente para preparar cualquiera de estos alimentos, primero se procedía a moler los granos de manera manual, una vez obtenida la materia prima, se continuaba a mezclarla con agua y sal hasta obtener una masa homogénea y consistente, el alimento complementario, es el queso, para poder incluir este era necesario realizar un refrito para adherirlo a la masa principal; usualmente las tortillas se cocinaban en tiestos que otorgan sabores y aromas muy diferentes a la cocción normal en sartenes de teflón.
- **Habas con queso:**  
Las habas con queso es un producto que tradicionalmente se cocina con manteca, la misma que en Cuenca es de origen vegetal, al proceder a la cocción de los alimentos, se sirve con una generosa tajada de queso blanco y una pizca de sal para otorgar mayor sabor, cabe recalcar, que las habas son un gran aporte de hierro, fósforo, magnesio y zinc.
- **Humitas:**  
Según las enciclopedias de historia universal las humitas son un platillo amerindio que también tiene presencia en Venezuela, Colombia, Perú,

Bolivia, Argentina, Chile y hasta Centroamérica, y por tanto forma parte de sus menús tradicionales.

“Humita se deriva de la lengua quechua Humint’a, variante regional del quichua que se habla en el vecino Perú, a pesar de que en Ecuador lleva el nombre de humita, en el sur del país también se la conoce como chumal.” (Reyes, 2007)

#### 4.5.2.2 Sopas

- Locros :

Las papas, se comían cocidas, asadas, en puré o servían de base para platos sabrosos como los llapingachos o los locros.

Según datos históricos mencionados en el guion del museo de la defensa Casa de Sucre, la papa era un tubérculo de bajo consumo en las casas de las altas élites de la sociedad, ya que era considerado un producto para los indígenas y no digno de ser parte de su alimentación.

“Se considera indígena la conservación del agua en la que se efectúa la cocción y la utilización de ingredientes como el achiote, melloco, aguacate, chocho, entre otros” (Unigarro, 2010)

- Sopa de morocho:

Esta preparación a diferencia de las otras se prepara a base de este cereal y un refrito, acompañado con queso para otorgarle mayor texturas y sabor a este platillo muy tradicional.

- Mote casado:

Este platillo tiene como base el famoso mote un cereal muy popular acompañado con carne de cerdo y para su refrito el uso de la manteca de chanco, este ingrediente ha sido muy utilizado durante años, en reemplazo del aceite vegetal, ya que el sabor que aporta es completamente diferente.



#### 4.5.2.3 Platos fuertes

- Hornado, carne de cerdo asada, sancocho de cerdo  
Según la autora (Vintimilla, 1994), se acostumbraba luego de las cosechas a sacrificar un puerco en cada casa campesina, el platillo más común es el sancocho de cerdo fritas en la misma grasa de los chicharrones, lo hacían para aprovechar de manera integral la carne de cerdo.

Antes de la colonia, los pueblos precolombinos, consumían un animal similar al cerdo, conocido como jabalí amazónico, tras la llegada de los españoles con sus embarcaciones llenas de productos del viejo continente, trajeron el chanco, con este animal, los europeos preparaban el cancho hornado, al que lo marinaban con vino, especias y los cocían en hornos de leña; los indígenas se adueñaron de este platillo cambiando ingredientes propios de la zona y transformándolo en una preparación típica del país. (El Universo, 2014)

- Mote Pillo  
Este platillo que, según (Vintimilla, 1994), debería ser llamado “mote pillug” ya que la palabra pillug según (Ministerio de Educación, 2009), esta palabra de origen kichwa proviene de pilluna que significa enrollar, envolver, enredar, este platillo se lo prepara a partir de, el maíz pelado, con cáscara o tierno, la técnica de envolverlo con huevo le ha otorgado este nombre singular, se lo usa generalmente para acompañar a las preparaciones con carne.
- Cuy Asado (arroz, papas ahogadas, lechuga y huevo)  
El cuy es tal vez el legado tradicional más significativo heredado de nuestros ancestros aborígenes, puesto que su domesticación data de miles de años atrás, según investigaciones arqueológicas realizadas en diversos lugares en la zona interandina, los domesticaron y posteriormente de su crianza, lo asaban; en la actualidad, el cuy asado se lo prepara al carbón luego de que haya sido previamente adobado con bastante ajo, sal y aliños

varios e introducido en un palo, que es el que sirve de timón para girarlo. (Unigarro, 2010)

- **Chancho a la Barbosa o chancho muerto**

Conocido de esta manera por la técnica de cocción, la cual consiste en abrir al animal y sujetarlo a una parrilla sobre una brasa, se lo va girando aproximadamente por 4 horas, para obtener una cocción uniforme, se lo aliña con perejil, apio, ajo, vino blanco, licuado de naranja y naranjilla y otras especias que le dan su sabor peculiar, lo que lo ha vuelto muy popular entre los cuencanos y resaltando en su gastronomía tradicional.

#### **4.5.2.4 Postres**

“Corpus Christi es la fiesta de proclamación de fe sobre la presencia del Cuerpo y la Sangre de Cristo en la Eucaristía. Misterio de transustanciación instituido por Jesús el jueves santo, durante la última cena.” (Cordero, 2009)

En esta celebración se presentan distintos dulces que se los realiza para su conmemoración, son bastante cotizados, es por eso que en la actualidad, ya no sólo se los encuentra en estas fechas, sino de manera permanente junto a la plaza de San Blas, o a su vez las famosas cholitas cuencanas los expenden en canastos, con los cuales recorren la ciudad; hay otros dulces o postres que también forman parte de la popular y antigua gastronomía Cuencana.

- **Quesadillas**

Las quesadillas llegaron con la conquista y “vienen tomando las derivaciones de acuerdo al país que visitan, pero que siempre se han mantenido con su principal ingrediente, el queso; la elaboración de esta golosina es totalmente manual y natural, los ingredientes que se utilizan para su preparación son principalmente: huevos, harina, manteca, mantequilla, azúcar y queso sin sal. (Reporteando, 2013)

- Cocadas de leche

Este postre es otro de los preferidos en la fiesta del Corpus Christi, en el cual se utilizan el agua y la pulpa del coco para su preparación, y el arroz de castilla para hacer la “masa”, de esta preparación.

- Alfajor

Los alfajores eran usados como bocaditos en matrimonios, Corpus y primeras comuniones, para obtener una correcta consistencia, es necesario que la masa sea a partir del polvo de ostra, en la actualidad los alfajores que se venden de manera comercial tienen aderezos extras como el uso del dulce de leche uniendo dos alfajores, son similares a los macarrones, de origen francés.

- Dulce de higos

A diferencia de los anteriores postres, a este se lo encuentra en la fiesta del carnaval, este postre muy consumido, ya que usualmente se lo vende acompañado con queso, y este contraste de texturas entre lo suave del queso con lo crujiente lo que lo hace tan apetecible y popular dentro de la gastronomía ancestral Cuencana

## 4.6 Metodología

### 4.6.1 Estandarización de recetas

Para la obtención de resultados que permitan el diseño de la propuesta se realizará el costeo de las recetas estándar de los platos típicos que serán incorporados en el nuevo menú del restaurante “Coppelia” debido a que se reflejará el costo que tendrá elaborar cada plato y el valor que se ofertará al cliente después de la utilidad establecida.

### Entradas

**Tabla 18**

#### Tortillas de Maíz

<b>Clasificación</b>	Entrada	<b>Precio de venta</b>	3,80
<b>Receta</b>	Estándar	<b>Costo unitario</b>	0,95
<b>Origen</b>	Ecuatoriano	<b>% costo</b>	40%
<b>Rendimiento</b>	25%	<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones	<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente	<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
		<b>Costo total</b>	1,52

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
harina de maíz	375	Gr	1,32	100%	375	1,32
sal	20	Gr	0,20	100%	20	0,20
	395					
	98,75					
					Costo total	<b>1,52</b>
					30% gastos administrativos	0,46
					P.V.	<b>1,98</b>
					70% ganancia	1,38
					10% servicio	0,20
					12% I.V.A.	0,24
					P.V.P.	<b>3,80</b>
					P.V.P. unitario	<b>0,95</b>



Tabla 19

## Tortillas de Trigo

<b>Clasificación</b>	Entrada
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	25%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	1.35
<b>Costo unitario</b>	0.19
<b>% costo</b>	33%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	0.44

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
harina de trigo	250	gr	0.83	100%	250	0.83
sal	15	gr	0.05	100%	15	0.05
huevo	50	gr	0.15	80%	40	0.12
mantequilla	20	gr	0.06	100%	20	0.06
queso	80	gr	0.44	100%	80	0.44

415

103.75



<b>Costo total</b>	<b>1.49</b>
30% gastos administrativos	0.45
<b>P.V.</b>	<b>1.93</b>
70% ganancia	1.35
10% servicio	0.19
12% I.V.A.	0.23
<b>P.V.P.</b>	<b>3.71</b>
<b>P.V.P. unitario</b>	<b>0.93</b>

Tabla 20

## Tortillas de choclo

<b>Clasificación</b>	Entrada
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	25%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	1.45
<b>Costo unitario</b>	0.21
<b>% costo</b>	30%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	0.44

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
choclo tierno	250	gr	0.83	100%	250	0.83
sal	15	gr	0.05	100%	15	0.05
huevo	50	gr	0.15	80%	40	0.12
mantequilla	20	gr	0.06	100%	20	0.06
queso	80	gr	0.44	100%	80	0.44
anís	15	gr	0.08	100%	15	0.08
azúcar	30	gr	0.03	100%	30	0.03

460

115



<b>Costo total</b>	<b>1.59</b>
30% gastos administrativos	0.48
<b>P.V.</b>	<b>2.07</b>
70% ganancia	1.45
10% servicio	0.21
12% I.V.A.	0.25
<b>P.V.P.</b>	<b>3.98</b>
<b>P.V.P. unitario</b>	<b>0.99</b>

Tabla 21

## Habas con queso

<b>Clasificación</b>	Entrada
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	25%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	4.81
<b>Costo unitario</b>	1.20
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	1.93

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe	
				%	cantidad		
habas	250	gr	0.55	100%	250	0.55	
queso	250	gr	1.38	100%	250	1.38	
	500					Costo total	<b>1.93</b>
	125					30% gastos administrativos	0.58
						P.V.	<b>2.51</b>
						70% ganancia	1.75
						10% servicio	0.25
						12% I.V.A.	0.30
						P.V.P.	<b>4.81</b>
						P.V.P. unitario	<b>1.20</b>



## Sopas

Tabla 22

## Mote casado

<b>Clasificación</b>	Sopa
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	45%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	13.04
<b>Costo unitario</b>	3.26
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	5.23

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
cebolla paitaña	100	gr	0.13	80%	80	0.11
manteca de color	30	gr	0.13	100%	30	0.13
ajo	25	gr	0.14	100%	25	0.14
comino	20	gr	0.10	80%	16	0.08
culantro	25	gr	0.13	100%	25	0.13
longaniza	250	gr	2.48	100%	250	2.48
poroto tierno	100	gr	0.55	100%	100	0.55
sal	25	gr	0.08	100%	25	0.08
mote	280	gr	1.54	100%	280	1.54

855

213.75



<b>Costo total</b>	<b>5.23</b>
30% gastos administrativos	1.57
<b>P.V.</b>	<b>6.79</b>
70% ganancia	4.76
10% servicio	0.68
12% I.V.A.	0.82
<b>P.V.P.</b>	<b>13.04</b>
<b>P.V.P. unitario</b>	<b>3.26</b>



Tabla 23

## Caldo de patas

<b>Clasificación</b>	Sopa
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	48%
<b>N° Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	<b>9.12</b>
<b>Costo unitario</b>	2.28
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	3.66

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
cebolla paitaña	100	Gr	0.13	80%	80	0.11
manteca de color	30	Gr	0.13	100%	30	0.13
Ajo	25	Gr	0.08	100%	25	0.08
Comino	20	Gr	0.10	100%	20	0.10
manteca de cerdo	25	Gr	0.11	100%	25	0.11
Orégano	80	Gr	0.40	100%	80	0.40
pata de res	250	Gr	1.93	100%	250	1.93
Leche	250	Gr	0.20	100%	250	0.20
Pimienta	10	Gr	0.05	100%	10	0.05
Sal	25	Gr	0.13	100%	25	0.13
Mote	200	Gr	0.66	100%	200	0.66

1015

253.75



Costo total	<b>3.66</b>
30% gastos administrativos	1.10
<b>P.V.</b>	<b>4.75</b>
70% ganancia	3.33
10% servicio	0.48
12% I.V.A.	0.57
<b>P.V.P.</b>	<b>9.12</b>
<b>P.V.P. unitario</b>	<b>2.28</b>

Tabla 24

## Sopa de poroto tierno

<b>Clasificación</b>	Sopa
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	45%
<b>N° Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	12.04
<b>Costo unitario</b>	3.00
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	4.23

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
cebolla paiteña	100	Gr	0.13	80%	80	0.11
manteca de color	30	Gr	0.13	100%	30	0.13
ajo	25	Gr	0.14	100%	25	0.14
comino	20	Gr	0.10	80%	16	0.08
culantro	25	Gr	0.13	100%	25	0.13
papa	500	Gr	0.60	80%	400	0.53
poroto tierno	100	Gr	0.55	100%	100	0.55
sal	25	Gr	0.08	100%	25	0.08

855

213.75



Costo total	<b>4.23</b>
30% gastos administrativos	1.57
<b>P.V.</b>	<b>5.79</b>
70% ganancia	.76
10% servicio	0.68
12% I.V.A.	0.82
<b>P.V.P.</b>	<b>12.04</b>
P.V.P. unitario	<b>3.00</b>

## Platos Fuertes

Tabla 25

## Hornado con mote

<b>Clasificación</b>	Plato fuerte
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	48%
<b>N° Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	19.68
<b>Costo unitario</b>	4.92
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	7.88

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
cerdo	800	gr	5.29	100%	800	5.29
manteca de color	85	gr	0.37	100%	85	0.37
ajo	180	gr	0.59	100%	180	0.59
comino	80	gr	0.40	80%	64	0.32
orégano	80	gr	0.40	100%	80	0.40
sal	50	gr	0.25	100%	50	0.25
mote	200	gr	0.66	100%	200	0.66
	1475					
	368.75					
					Costo total	<b>7.88</b>
					30% gastos administrativos	2.37
					P.V.	<b>10.25</b>
					70% ganancia	7.17
					10% servicio	1.02
					12% I.V.A.	1.23
					P.V.P.	<b>19.68</b>
					P.V.P. unitario	<b>4.92</b>



Tabla 26

## Cuy con papas

<b>Clasificación</b>	Plato fuerte
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	48%
<b>N° Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	19.68
<b>Costo unitario</b>	4.92
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	7.88

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
cerdo	800	gr	5.29	100%	800	5.29
manteca de color	85	gr	0.37	100%	85	0.37
ajo	180	gr	0.59	100%	180	0.59
comino	80	gr	0.40	80%	64	0.32
orégano	80	gr	0.40	100%	80	0.40
sal	50	gr	0.25	100%	50	0.25
mote	200	gr	0.66	100%	200	0.66

1475

368.75



<b>Costo total</b>	<b>7.88</b>
<b>30% gastos administrativos</b>	2.37
<b>P.V.</b>	<b>10.25</b>
<b>70% ganancia</b>	7.17
<b>10% servicio</b>	1.02
<b>12% I.V.A.</b>	1.23
<b>P.V.P.</b>	<b>19.68</b>
<b>P.V.P. unitario</b>	<b>4.92</b>

Tabla 27

## Mote pillo

<b>Clasificación</b>	Plato fuerte
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	50%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	3.03
<b>Costo unitario</b>	0.00
<b>% costo</b>	152%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	4.62

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
manteca de cerdo	15	gr	0.07	100%	15	0.07
manteca de color	15	gr	0.07	100%	15	0.07
leche	75	gr	0.06	100%	75	0.06
comino	10	gr	0.05	100%	10	0.05
huevos	250	gr	0.75	80%	200	0.60
sal	15	gr	0.08	100%	15	0.08
cebolla blanca	100	gr	0.50	80%	80	0.40
mote	600	gr	3.30	100%	600	3.30

1080

270



Costo total	<b>4.62</b>
30% gastos administrativos	1.39
P.V.	<b>6.01</b>
70% ganancia	4.81
10% servicio	0.60
12% I.V.A.	0.72
P.V.P.	<b>12.14</b>
P.V.P. unitario	<b>3.03</b>

Tabla 28

## Chancho a la Barbosa

<b>Clasificación</b>	Plato fuerte	<b>Precio de venta</b>	25.10
<b>Receta</b>	Estándar	<b>Costo unitario</b>	6.28
<b>Origen</b>	Ecuatoriano	<b>% costo</b>	40%
<b>Rendimiento</b>	48%	<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones	<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente	<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
		<b>Costo total</b>	10.06

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
cerdo	850	gr	7.49	100%	850	7.49
manteca de color	85	gr	0.37	100%	85	0.37
ajo	180	gr	0.59	100%	180	0.59
comino	80	gr	0.40	80%	64	0.32
sal	50	gr	0.18	100%	50	0.18
mote	200	gr	1.10	100%	200	1.10

1445

361.25



<b>Costo total</b>	<b>10.06</b>
30% gastos administrativos	3.02
<b>P.V.</b>	<b>13.07</b>
70% ganancia	9.15
10% servicio	1.31
12% I.V.A.	1.57
<b>P.V.P.</b>	<b>25.10</b>
<b>P.V.P. unitario</b>	<b>6.28</b>



Tabla 30

## Quesadillas

<b>Clasificación</b>	Postre
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	13%
<b>Nº Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Fría

<b>Precio de venta</b>	2.21
<b>Costo unitario</b>	0.55
<b>% costo</b>	37%
<b>% utilidad</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	0.82

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario		Rendimiento	Importe
				%	cantidad	
azúcar	15	gr	0.05	100%	15	0.05
huevos	150	gr	0.75	50%	75	0.37
harina	100	gr	0.5	100%	100	0.5
sal	5	gr	0.02	100%	5	0.02
leche	35	gr	0.03	100%	35	0.03
queso crema	30	gr	0.33	100%	30	0.87
mantequilla	20	gr	0.06	100%	20	0.06
manteca	15	gr	0.04	100%	15	0.04

370

92.5



<b>Costo total</b>	<b>1.94</b>
30% gastos administrativos	0.58
<b>P.V.</b>	<b>2.52</b>
70% ganancia	0.75
10% servicio	0.25
12% I.V.A.	0.30
<b>P.V.P.</b>	<b>3.83</b>
<b>P.V.P. unitario</b>	<b>0.96</b>



Tabla 31

## Cocada

<b>Clasificación</b>	Postre
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	50%
<b>N° Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Fría

<b>Precio de venta</b>	3.71
<b>Costo unitario</b>	1.49
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	70%
<b>Costo total</b>	1.49

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
coco maduro	280	gr	1.12	100 %	280	1.12
arroz de castilla	45	gr	0.05	100 %	45	0.05
azúcar	90	gr	0.10	100 %	90	0.10
canela	10	gr	0.03	100 %	10	0.03
huevo	120	gr	0.36	50%	60	0.18

545

136.25



Costo total	<b>1.49</b>
30% gastos administrativos	0.45
P.V.	<b>1.93</b>
70% ganancia	1.35
10% servicio	0.19
12% I.V.A.	0.23
P.V.P.	<b>3.71</b>
P.V.P. unitario	<b>0.93</b>

Tabla 32

## Dulce de higos con panela

<b>Clasificación</b>	Postre
<b>Receta</b>	Estándar
<b>Origen</b>	Ecuatoriano
<b>Rendimiento</b>	25%
<b>N° Porciones</b>	4 porciones
<b>Temperatura de servicio</b>	Caliente

<b>Precio de venta</b>	5.02
<b>Costo unitario</b>	1.25
<b>% costo</b>	40%
<b>% gastos administrativos</b>	30%
<b>Utilidad de servicio</b>	10%
<b>Utilidad de ganancias</b>	100%
<b>Costo total</b>	2.01

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Rendimiento		Importe
				%	cantidad	
higos	300	gr	0.99	100%	300	0.99
panela	250	gr	1.02	100%	250	1.02
	550				Costo total	<b>2.01</b>
	137.5				30% gastos administrativos	0.60
					P.V.	<b>2.61</b>
					70% ganancia	1.83
					10% servicio	0.26
					12% I.V.A.	0.31
					P.V.P.	<b>5.02</b>
					P.V.P. unitario	<b>1.25</b>



#### 4.6.2 Ingeniería del menú

La Ingeniería del menú es una técnica muy importante en la gastronomía ya que es utilizada para establecer la posición de los platos dentro del menú con el fin de determinar su rentabilidad y popularidad para posteriormente tomar decisiones sobre la permanencia o reemplazo de los platos ofertados.

Uno de los métodos para proceder a la recolección de información es la utilización de una matriz denominada BCG (Boston Consulting Group) que categoriza a los platos después de un análisis sobre sus costos, su índice de popularidad y su rentabilidad.

#### Rentabilidad

Para determinar el grado de rentabilidad de un plato se necesita conocer la ganancia bruta promedio que se obtiene de la ganancia bruta total sobre el total de platos vendidos.

**Tabla 33**

#### Rentabilidad menú actual

Plato	Costo	Precio de Venta	Ganancia Bruta	Rentabilidad	N° Ventas	Ganancia Bruta Total
<b>Moros con pollo</b>	\$ 2,35	\$ 3,65	\$ 1,30	Baja	580	\$754
<b>Moros con chuleta</b>	\$ 4,20	\$ 5,35	\$ 1,15	Baja	525	\$604
<b>Moros con corvina</b>	\$ 2,76	\$ 4,00	\$ 1,24	Baja	350	\$434
<b>Moros con res</b>	\$ 2,42	\$ 3,75	\$ 1,33	Baja	500	\$665
<b>Hamburguesa con papas</b>	\$ 1,55	\$ 2,40	\$ 0,85	Baja	475	\$404
<b>Pollo con papas</b>	\$ 2,80	\$ 4,00	\$ 1,20	Baja	450	\$540
<b>Corvina con</b>	\$ 3,23	\$ 5,00	\$ 1,77	Alta	250	\$443

<b>seco</b>						
<b>Seco con Guatita</b>	\$ 2,81	\$ 4,35	\$ 1,54	Alta	210	\$323
<b>Salchipapa</b>	\$ 1,05	\$ 1,90	\$ 0,86	Baja	280	\$241
<b>Carne con papas</b>	\$ 2,26	\$ 4,10	\$ 1,85	Alta	205	\$379
<b>Chuleta con papas</b>	\$ 2,55	\$ 4,45	\$ 1,90	Alta	200	\$380
<b>Seco de carne con moros</b>	\$ 2,89	\$ 5,00	\$ 2,11	Alta	210	\$443
<b>Churrasco</b>	\$ 2,50	\$ 4,40	\$ 1,90	Alta	200	\$380
<b>Ejecutivo corvina</b>	\$ 1,80	\$ 3,60	\$ 1,80	Alta	190	\$342
<b>Ejecutivo res</b>	\$ 1,75	\$ 3,30	\$ 1,55	Alta	190	\$295
<b>Ejecutivo pollo</b>	\$ 1,50	\$ 3,25	\$ 1,75	Alta	175	\$306
<b>Ejecutivo chuleta</b>	\$ 2,20	\$ 4,90	\$ 2,70	Alta	175	\$473
<b>Guatita</b>	\$ 1,40	\$ 2,75	\$ 1,35	Baja	500	\$675
<b>Seco con menestra</b>	\$ 1,60	\$ 3,25	\$ 1,65	Alta	225	\$371
<b>Seco de carne</b>	\$ 1,10	\$ 2,75	\$ 1,65	Alta	200	\$330
<b>Momia</b>	\$ 1,60	\$ 3,50	\$ 1,90	Alta	150	\$285
<b>Guatita con menestra</b>	\$ 1,50	\$ 3,30	\$ 1,80	Alta	350	\$630
<b>Guatita con moros</b>	\$ 2,33	\$ 4,35	\$ 2,02	Alta	400	\$808
<b>Hamburguesa</b>	\$ 1,21	\$ 2,40	\$ 1,19	Baja	375	\$446
<b>Total=</b>					<b>7365</b>	<b>\$10951</b>
<b>Promedio</b>						<b>\$1.48</b>
<b>GB=</b>						

## Popularidad

La popularidad de un plato representa el número de veces que es elegido por los clientes al momento de su compra. Resulta del 100% de las ventas por el número de platos existentes en el menú.

**Tabla 34**

### Popularidad platos menú actual

Plato	Costo	Precio de Venta	N° Ventas	Mix Ideal	Popularidad
<b>Carne con papas</b>	\$ 2,26	\$ 4,10	205	4,17	Alta
<b>Chuleta con papas</b>	\$ 2,55	\$ 4,45	200	4,17	Baja
<b>Churrasco</b>	\$ 2,50	\$ 4,40	200	4,17	Baja
<b>Corvina con seco</b>	\$ 3,23	\$ 5,00	250	4,17	Alta
<b>Ejecutivo chuleta</b>	\$ 2,20	\$ 4,90	175	4,17	Baja
<b>Ejecutivo corvina</b>	\$ 1,80	\$ 3,60	190	4,17	Baja
<b>Ejecutivo pollo</b>	\$ 1,50	\$ 3,25	175	4,17	Baja
<b>Ejecutivo res</b>	\$ 1,75	\$ 3,30	190	4,17	Baja
<b>Guatita</b>	\$ 1,40	\$ 2,75	100	4,17	Baja
<b>Guatita con menestra</b>	\$ 1,50	\$ 3,30	120	4,17	Baja
<b>Guatita con moros</b>	\$ 2,33	\$ 4,35	120	4,17	Baja
<b>Hamburguesa</b>	\$ 1,21	\$ 2,40	375	4,17	Alta
<b>Hamburguesa con papas</b>	\$ 1,55	\$ 2,40	475	4,17	Alta
<b>Momia</b>	\$ 1,60	\$ 3,50	150	4,17	Baja
<b>Moros con chuleta</b>	\$ 4,20	\$ 5,35	525	4,17	Alta
<b>Moros con corvina</b>	\$ 2,76	\$ 4,00	350	4,17	Alta
<b>Moros con pollo</b>	\$ 2,35	\$ 3,65	580	4,17	Alta
<b>Moros con res</b>	\$ 2,42	\$ 3,75	500	4,17	Alta
<b>Pollo con papas</b>	\$ 2,80	\$ 4,00	450	4,17	Alta
<b>Salchipapa</b>	\$ 1,05	\$ 1,90	280	4,17	Alta
<b>Seco con Guatita</b>	\$ 2,81	\$ 4,35	120	4,17	Baja

<b>Seco con menestra</b>	\$ 1,60	\$ 3,25	225	4,17	Alta
<b>Seco de carne</b>	\$ 1,10	\$ 2,75	200	4,17	Baja
<b>Seco de carne con moros</b>	\$ 2,89	\$ 5,00	210	4,17	Alta

Una vez obtenido los resultados de la rentabilidad y la popularidad de cada uno de los platos se puede categorizarlos y tomar la decisión sobre su permanencia en el menú.

**Tabla 35**

**Tabla resumen platos**

Plato	Rentabilidad	Popularidad	Categoría
<b>Hamburguesa</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Hamburguesa con papas</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Moros con chuleta</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Moros con corvina</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Moros con pollo</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Moros con res</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Pollo con papas</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Salchipapa</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Seco con menestra</b>	Baja	Alta	Caballito de batalla
<b>Carne con papas</b>	Alta	Alta	Estrella
<b>Corvina con seco</b>	Alta	Alta	Estrella
<b>Seco de carne con moros</b>	Alta	Alta	Estrella
<b>Ejecutivo res</b>	Baja	Baja	Perro
<b>Guatita</b>	Baja	Baja	Perro
<b>Seco con Guatita</b>	Baja	Baja	Perro
<b>Chuleta con papas</b>	Alta	Baja	Rompecabezas
<b>Churrasco</b>	Alta	Baja	Rompecabezas
<b>Ejecutivo chuleta</b>	Alta	Baja	Rompecabezas
<b>Ejecutivo corvina</b>	Alta	Baja	Rompecabezas
<b>Ejecutivo pollo</b>	Alta	Baja	Rompecabezas
<b>Guatita con menestra</b>	Alta	Baja	Rompecabezas

<b>Guatita con moros</b>	Alta	Baja	Rompecabezas
<b>Momia</b>	Alta	Baja	Rompecabezas
<b>Seco de carne</b>	Alta	Baja	Rompecabezas

Mediante la Matriz BCG se puede determinar que el restaurante Coppelia cuenta con varios platos, entre los más destacados son los denominados estrella, se los llama de esa manera por su alta ganancia bruta y por su popularidad. Estos productos deben mantenerse y potencializarse al máximo, a su vez, deben estar ubicados en la parte más visible de la carta puesto que representan los platos que el establecimiento desea vender en mayor proporción como son: carne con papas, corvina con seco y seco de carne con moros.

Los platos denominados caballito de batalla son platos que tienen una popularidad media y por esta razón deben mantenerse en la carta, a pesar de que no contribuyan equitativamente a la ganancia bruta general son los que permitirán cubrir con los gastos administrativos del establecimiento, como es el caso de hamburguesas, los moros con chuleta de corvina de pollo y de res, pollo con papas, salchipapas y seco con menestra.

Los productos rompecabezas, es decir chuleta con papas, churrascos, guatita con menestra, guatita con moros, momia, seco de carne, y los ejecutivos, son rentables pero no cumplen con la suficiente rotación que necesita el restaurante y por esta razón incrementar la cantidad de clientes que los pidan, se convierte en un desafío.

Los platos denominados perro, ejecutivo res, guatita y seco con guatita, son productos que empiezan a decaer en el restaurante ya que han perdido popularidad y rentabilidad, con el tiempo es mejor que desaparezcan para reemplazarlos por otros platos que generen beneficio tanto para los comensales como para el restaurante.

#### **4.7 Diseño de la propuesta**

Para el diseño de la carta se ha tomado en cuenta varios aspectos relevantes que permitan determinar un estilo acorde al establecimiento como es el color, textura, tipografía, uso de imágenes, tipo de papel, entre otros.

### **Tamaño**

El tamaño de la carta debe ser fácil de manipular y lo suficientemente grande para ser legible.

### **Color**

El color es un aspecto muy importante ya que da variedad al menú e influye en la parte psicológica creando sensaciones y actuando sobre los estados de ánimo. Se ha escogido el color rojo ya que es considerado un estimulador del apetito y a su vez es muy llamativo.

### **Tipografía**

La tipografía o tipo de letra es la parte esencial del menú puesto que la escritura informa directamente los platillos que se ofrecen. Por esta razón se ha escogido el tipo de fuente "Eras Demi ITC" tamaño 13,5, el cual es un estilo claro con números grandes que evitará la confusión en los clientes.

### **Imágenes**

En cuanto a las imágenes, deben ser ubicadas en puntos focales que llamen la atención del cliente y despierten su apetito, en este caso se colocaron los platos estrellas del restaurante puesto que son los más populares y generan una gran rentabilidad al establecimiento.





## POSTRES

- Dulce de higos con panela.....\$ 1.25**
- Cocada.....\$ 1.00**
- Alfajor.....\$ 1.00**
- Quesadilla.....\$ 1.00**



### *Coppelia Restaurante*

Presidente Córdova y Luis Cordero: 2840-340  
Milenium Plaza-Patio de Comidas: 4103-386  
Bolívar 11-78 y Larqui, diagonal al Cenáculo  
2830-176

[www.coppeliarestaurantes.com](http://www.coppeliarestaurantes.com)

**COPPELIA**<sup>®</sup>  
RESTAURANTES





**ENTRADAS**

- Tortillas de maíz.....\$1.00
- Tortillas de choclo.....\$1.00
- Tortillas de trigo.....\$1.00
- Habas con queso.....\$1.25

**SOPAS**

- Caldo de patas.....\$3.50
- Mote casado.....\$2.00
- Sopa de morocho.....\$2.50
- Sopa de poroto tierno.....\$2.00

**PLATOS FUERTES**

- Cuy asado con papas.....\$9.50
- Puerco hornado con mote....\$5.75
- Mote pillo.....\$2.10
- Chancho a la Barbosa.....\$5.50
- Moros con pollo.....\$3.65
- Moros con res.....\$3.75
- Moros con chuleta.....\$5.35
- Moros con corvina.....\$4.00

Ejecutivo pollo.....\$3.25

Ejecutivo chuleta.....\$4.90

Ejecutivo corvina.....\$3.60

Guatita.....\$2.75

Seco con menestra.....\$3.25

Seco de carne.....\$2.75

Momia.....\$3.50

Guatita con menestra.....\$3.30

Guatita con moros.....\$4.35

Hamburguesa.....\$2.40

## **CONCLUSIONES**

- Mediante la investigación realizada se puede concluir que las técnicas gastronómicas ancestrales se han ido perdiendo con el paso del tiempo, sin embargo se pudieron rescatar e incorporar en la oferta de servicios de alimentos y bebidas del restaurante “Coppelia”.
- La ciudad de Cuenca cuenta con infinidad de recursos tangibles e intangibles que hacen del lugar un destino turístico de gran importancia no solamente a nivel nacional sino también internacional.
- El turismo gastronómico es un potencial para la ciudad de Cuenca, lo que facilitó la obtención de información para poder desarrollar el proyecto de investigación.
- La aceptación sobre la incorporación de platos típicos de Cuenca en la oferta de servicios gastronómicos del restaurante Coppelia por parte de los posibles clientes ha sido favorable.
- Mediante la ingeniería del menú se pudo determinar los platos que deben permanecer en la carta y los platos que deben ser reemplazados por los platos típicos de la ciudad de Cuenca.

## **RECOMENDACIONES**

- Poner en ejecución la presente investigación en el restaurante auspiciante para que pueda atraer una mayor y nueva clientela al mismo con el fin de incrementar sus ingresos.
- Tomar en cuenta el análisis en cuanto a la oferta actual que ofrece el restaurante tanto en la encuesta como en la matriz BCG, ya que existen platos que no está rindiendo de la manera más óptima.
- Motivar a la investigación en otras áreas diferentes a la tradicional que sería el turismo, de esta manera se abre más el abanico de opciones y la oportunidad de elección a los estudiantes.
- Implementación de la carta sugerida con las sugerencias que se han desarrollado en la presente investigación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central del Ecuador. (2010). *Las antiguas sociedades precolombinas del Ecuador*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Estadísticas Macroeconómicas*. Quito. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro072015.pdf>
- CÁMARA DE TURISMO AZUAY. (2011). *CÁMARA DE TURISMO AZUAY*. Obtenido de <http://camaradeturismoazuay.blogspot.com/2011/05/acerca-de-la-camara-de-turismo-del.html>
- CODESO. (2009). *CODESO*. Obtenido de [http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa\\_Azuay.html](http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa_Azuay.html)
- Cordero, M. F. (2009). *Cuadernos de cultura popular*. Cuenca: CIDAP.
- Cuenca GAD Municipal. (20 de 07 de 2010). *Cuenca GAD Municipal*. Obtenido de [http://www.cuenca.gov.ec/?q=page\\_situacion](http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_situacion)
- El Universo. (14 de Agosto de 2014). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/08/14/nota/3405581/tradicion-hornado-proviene-espanoles>
- Eljuri, G. (2014). *El Mercurio*. Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/426869-turismo-crecio-267-los-ultimos-5-anos-en-cuenca/#.VndbfRXhDIU>
- FTPC. (2012). *ESTATUTO DE LA FUNDACION MUNICIPAL "TURISMO PARA CUENCA*. Obtenido de [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zKrBp4tf8qgJ:www.cuenca.gob.ec/%3Fq%3Dsystem/files/207\\_ESTATUTO%2520DE%2](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zKrBp4tf8qgJ:www.cuenca.gob.ec/%3Fq%3Dsystem/files/207_ESTATUTO%2520DE%2)

520LA%2520FUNDACION%2520MUNICIPAL.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec

Fundación Turismo para Cuenca. (2015). *Sitios Turísticos Cuenca*. Obtenido de <http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/iglesias>

Gestiopolis. (14 de Abril de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/>

Guerrero, A. (2007). *De la Tulpa a la Mesa*. Pasto.

Lexus. (2011). *La Cocina Ecuatoriana*.

Malhotra K, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México D.F.: Pearson Educación.

Malhotra K., N. (2008). *Investigación de Mercados*. México D.F.: Pearson Education.

Marketing XXI. (2011). *Marketing XXI*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

Millan. (1999). *Compendio de Historia Universal*.

Ministerio de Educación. (2009). *Kichwa, diccionario*. Quito: Ministerio de Educación.

Mora, M. (2015). *Lugares más visitados en el Ecuador y su historia*. Obtenido de <http://turismipais.blogspot.com/>

Municipalidad de Cuenca. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Cuenca*. Cuenca.

Observatorio Turístico de Cuenca. (17 de Noviembre de 2015). *Turismo Cuenca*. Obtenido de <http://www.turismocuenca.com/noticia-hemeroteca/incremento-de-los-turistas-que-visitan-las-OIT>

- Reporteando. (15 de Enero de 2013). *Reporteando* . Obtenido de <http://reporteandocuenca.blogspot.com/2013/01/las-quesadillas-una-tradicion-dulce-en.html>
- Reyes, V. (5 de Octubre de 2007). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2007/10/05/0001/18/7A3274663CDF46A790774242B93F50F6.html>
- Shuttleworth, M. (2008). *Explorable*. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-la-investigacion-cualitativa>
- SINAPSIT. (2010). *SINAPSIT*. Obtenido de <http://www.sinapsit.com/ciencia/que-es-el-metodo-cuantitativo/>
- Solis, M. (2011). *Desarrollo del Turismo Urbano en la ciudad de Cuenca*. Cuenca.
- Unigarro, C. (2010). *Patrimonio cultural alimentario*. Quito: Flacso.
- Vallardo, R. (16 de enero de 2009). Políticas de Precio. Yucatán, Yucatán, México.
- Vintimilla, E. (1994). *Viejos secretos de la cocina Cuencana*. Cuenca.

**FECHA DE PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

Sangolquí, 29 de Enero del 2016

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD**



Johanna Campoverde

ID: L00001680



Michelle Martínez

ID: L00008949