

INNOVACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS  
OFERTADOS POR LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA PARA  
EL PERIODO OCTUBRE 2019 - MARZO 2020: MESTIZA: SABOR Y  
TRADICIÓN.

**ESTUDIANTES INVESTIGADORES:**

- Estudiantes de las carreras de Gastronomía y Tecnología Superior en Gastronomía

**DOCENTES INVESTIGADORES:**

- Lic. Carlos Andrés Valdivieso Meneses
- Lic. Saúl Andrés Bolagay Larrea
- Ing. René Andrés Jaramillo Gamboa
- Ing. Enith Salomé Martínez Morales
- Lic. Nancy Marina Guzmán Villa
- Lic. David Fabrizio Pauta Ordoñez

**PERIODO ACADÉMICO:**

Octubre 2019- marzo 2020

**DÍA, MES Y AÑO DE ENTREGA:**

Loja, 5 febrero de 2020

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	2
ÍNDICE DE FIGURAS.....	4
ÍNDICE DE TABLAS .....	5
1. INTRODUCCIÓN .....	6
2. ANTECEDENTES .....	7
3. PROBLEMÁTICA .....	9
4. JUSTIFICACIÓN .....	12
5. OBJETIVOS .....	13
5.1. OBJETIVO GENERAL.....	13
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
6. MARCO TEÓRICO.....	14
6.1. ¿Qué es empresa?.....	14
6.2. Importancia de una empresa .....	14
6.3. Factores que intervienen en una empresa .....	14
6.3.1. Aspecto psicológico.....	14
6.3.2. Motivación .....	14
6.3.3. Concentración.....	14
6.3.4. Seguridad .....	15
6.3.5. Activación .....	15
6.3.6. Competitiva .....	15
6.3.7. Cohesión o pertenencia.....	15
6.3.8. Situaciones laborales .....	15
6.3.9. Falta de trabajo en equipo.....	15
6.3.10. Falta de comunicación.....	16
6.3.11. Compañeros tóxicos .....	16
6.3.12. Jefes tóxicos .....	16
6.3.13. Entorno social .....	16
6.3.14. Cultural.....	16
6.4. Tipos de empresas.....	16
6.4.1. Empresas del sector primario .....	16
9.4.2 Según el tamaño se clasifican en .....	17

9.4.3	Según la propiedad del capital .....	18
6.5.	Innovación.....	18
7.	METODOLOGÍA .....	19
7.1.	Métodos de investigación.....	19
7.1.1.	Fenomenológico.....	19
7.1.2.	Método hermenéutico .....	19
7.1.3.	Método práctico proyectual .....	19
7.2.	Técnicas de investigación .....	20
7.2.1.	Observación .....	20
7.2.2.	Encuestas.....	20
7.2.3.	Entrevista .....	20
8.	PROPUESTA DE ACCIÓN .....	21
8.1.	Tabulación.....	21
8.2.	Producción y comercialización de productos.....	33
8.3.	Cronograma de actividades .....	49
8.4.	Recursos .....	53
8.5.	Resultados alcanzados.....	53
9.	RESPONSABLES Y PARTICIPANTES .....	55
10.	EVALUACIÓN DE PROPUESTA .....	63
11.	CONCLUSIONES .....	66
12.	RECOMENDACIONES .....	67
13.	BIBLIOGRAFÍA .....	68
14.	ANEXOS .....	69
14.1.	Anexos Poster científico .....	69
14.2.	Cronograma de actividades.....	70
14.3.	Presupuesto .....	72
14.4.	Acta de cumplimiento .....	73
14.5.	Seguimiento de actividades cumplidas .....	75
14.6.	Evidencias fotográficas y de video .....	83
14.7.	Recetas estándar .....	89
14.8.	Ingresos y egresos .....	95
14.9.	Encuesta .....	102

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Aplicación de encuestas.....	63
Figura 2: Degustaciones de platos.....	63
Figura 3: poster científico .....	69
Figura 4: logo de mestiza .....	83
Figura 5: diseño de publicidad de mestiza .....	83
Figura 6: preparación de los productos 1 de mestiza.....	84
Figura 7: preparación de los productos 2 de mestiza.....	85
Figura 8: preparación de los productos 3 de mestiza.....	86
Figura 9: preparación de los productos 4 de mestiza.....	87
Figura 10: preparación de los productos 5 de mestiza.....	88

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: matriz FODA proyecto integrador .....	8
Tabla 2: Tabulación de la información demográfica de la edad .....	21
Tabla 3: tabulación del genero .....	22
Tabla 4: características de comprar un producto gastronómico .....	23
Tabla 5: factibilidad de productos en cocina ecuatoriana.....	24
Tabla 6: preferencias del consumidor en cocina ecuatoriana .....	25
Tabla 7: factibilidad de productos de curso cortos de gastronomía.....	26
Tabla 8: preferencias del consumidor en un curso corto de gastronomía.....	27
Tabla 9: capacidad de pago para el curso corto de gastronomía .....	28
Tabla 10: preferencias del consumidor en repostería .....	29
Tabla 11: preferencias en el servicio de producto de repostería.....	30
Tabla 12: factibilidad de pan navideño .....	31
Tabla 13: preferencias de promoción de productos y servicios gastronómicos.....	32
Tabla 14: producción y comercialización de productos /postres navideños.....	33
Tabla 15: producción y comercialización de productos /pan navideño .....	35
Tabla 16: producción y comercialización de productos /festival de cocteles .....	37
Tabla 17: producción y comercialización de productos /cocina nacional .....	41
Tabla 18 : producción y comercialización de productos /feria gastronómica .....	43
Tabla 19: producción y comercialización de productos /talleres prácticos .....	45
Tabla 20: Cronograma de actividades.....	49
Tabla 21 Recursos empleados .....	53
Tabla 22 Resultados esperados relacionados con los objetivos.....	53
Tabla 23: Lista de docentes investigadores .....	55
Tabla 24: lista de estudiantes .....	55
Tabla 25: cronograma de actividades .....	70
Tabla 26: recursos económicos .....	72
Tabla 27:Seguimiento de actividades.....	75
Tabla 28: Matriz resumen evaluativa .....	79

## 1. INTRODUCCIÓN

En el siguiente documento se estará ofreciendo la innovación y comercialización de productos servicios por los estudiantes q forman parte de la carrera de gastronomía y tecnología superior en gastronomía, con esto se demuestra que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios, los cuales estarán siendo comercializados por la empresa “MESTIZA: sabores y tradiciones”.

Esta empresa fue creada con el fin de que los estudiantes del ISTS adquieran conocimientos necesarios para llevar acabo las distintas técnicas de servicio y la producción gastronómica.

Gracias a la creación de la empresa “MESTIZA: sabores y tradiciones” el estudiante podrá experimentar de primera mano el trajín del mundo laboral. El estudiante que está culminando o que ya culmino su formación profesional estará limitado de trabajo, ya que esta es nuestra realidad ocupacional, es por ello que se forma o crea dicha empresa, para que el estudiante forme su espíritu emprendedor y sea el quien de oportunidades de trabajo.

A los estudiantes se los capacita con anterioridad para que tengan conocimiento de lo que van a brindar a la ciudadanía lojana, dando productos de calidad utilizando métodos y técnicas culinarias para que el cliente cubra sus necesidades y expectativas, los estudiantes podrán difundir el producto o servicio realizado por medio de publicidad y utilizando mecanismos de promoción por medio de redes sociales para así empoderar la marca MESTIZA: sabor y tradición.

Para la elaboración y fabricación de los productos, los estudiantes serán asesorados por el docente encargado, y posterior a eso serán evaluados, para reforzar los conocimientos adquiridos y aumentar más conocimientos, así el estudian podrá desenvolverse y demostrar lo aprendido en clases para entregar un producto o servicio de calidad y para que el cliente quede totalmente satisfecho y pueda dar muy buenos comentarios acerca del producto o servicio que ha recibido.

## 2. ANTECEDENTES

Al analizar detenidamente los proyectos integradores realizados con anterioridad tales como “Gastronomía emprende” o “Cooking outside” se ha logrado definir que las principales fortalezas a destacar se centran en la calidad del producto y el servicio brindado por los estudiantes durante el desarrollo de los mismos, cabe resaltar que al experimentar de primera mano el trajín del mundo laboral los futuros tecnólogos adquieren los conocimientos necesarios para llevar a cabo distintas técnicas de servicio y producción gastronómica con el fin de satisfacer la oferta laboral local.

En cuanto a las oportunidades reflejadas durante la ejecución y producción previa de dichos proyectos es imperioso considerar la posible apertura a distintos segmentos de mercado a través de preparaciones innovadoras propuestas por los estudiantes dando pie a futuros emprendimientos personales o colectivos que dinamizan el panorama gastronómico de la ciudad.

En cuanto a las debilidades es oportuno mencionar ciertos aspectos que afectan directamente al desarrollo del proyecto, en los que se destacan de manera primordial puntos tales como; la ausencia de una marca que englobe todos los productos y servicios prestados, también es preciso señalar la baja capacidad de producción de los proyectos.

Como punto final es preciso mencionar también las amenazas que aquejaron proyectos precedentes poniendo especial énfasis en el alto nivel de competencia existente en el mercado local sumado a la mentalidad conservadora del público al cual está destinado, no necesariamente constituyéndose en un aspecto negativo dado que dicha situación ínsita a una superación e innovación continua para mejorar.

## MATRIZ FODA

Tabla 1: matriz FODA proyecto integrador

<b>MATRIZ FODA PROYECTO INTEGRADOR OCTUBRE 2019- MARZO 2020</b>	
<p style="text-align: center;"><b><i>FORTALEZAS</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Producto original y novedoso.</li><li>- Trabajo en equipo.</li><li>- Experiencia en el campo del emprendimiento</li><li>- Organización.</li><li>- Calidad de producto.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b><i>OPORTUNIDADES</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Generar emprendimiento.</li><li>- Realidad en producción y servicio.</li><li>- Promocionar la potencialidad de carrera.</li><li>- Apertura de nuevos segmentos de mercado.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b><i>DEBILIDADES</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Baja capacidad de producción.</li><li>- Falta de compromiso de determinados estudiantes</li><li>- Ausencia de una marca.</li><li>- Difusión de los productos.</li><li>- Falta de comodidad para el cliente.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b><i>AMENAZAS</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Alto nivel de competencia.</li><li>- Preferencias del mercado (cantidad sobre calidad).</li><li>- Mentalidad conservadora del público objetivo.</li><li>- Escaso tiempo para el cumplimiento de las actividades planificadas.</li></ul>



### 3. PROBLEMÁTICA

La formación tecnológica cuenta con una de las principales alternativas de desarrollo profesional, a través de la generación de conocimientos técnicos y habilidades que van a crear fortalezas personales y laborales. En la actualidad, existe un nivel considerable de desempleo, lo que ha evitado la inserción inmediata de profesionales jóvenes altamente capacitados que formen parte del sector productivo del país, esta situación está siendo cada vez más preocupante y, nosotros como academia, responsables de la formación profesional y generación de competencias laborales, buscamos alternativas que amplíen el campo ocupacional de los futuros profesionales en el área gastronómica.

Tomando en consideración nuestra realidad en cuanto a campo ocupacional, los estudiantes al culminar su formación profesional se ven limitados en las posibilidades de acceso a un empleo inmediato, seguro y estable; razón por la cual, se genera en ellos un alto nivel de desmotivación y falta de sentido de superación. Por lo tanto, la idea de aumentar el porcentaje de emprendedores jóvenes en la sociedad resulta indispensable e inmediata (Formichella, 2004; Rovayo, 2009).

En este contexto, en la ciudad de Loja existen varias entidades públicas y privadas dedicadas a capacitar y promover una de las mejores alternativas de desarrollo económico y social como lo es el EMPRENDEMIENTO. La Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo, en conjunto con el Municipio de Loja da un espacio direccionado al emprendimiento y capacitación para aumentar las opciones laborales en la población (Líderes, 2017). Varios estudios indican que en Loja una de las principales actividades económicas es la comercialización de productos de alimentación, de esta manera se han generado establecimientos en donde la oferta gastronómica es amplia y diversa, como restaurantes de comida rápida y elaborada, servicios móviles y establecimientos de alimentos procesados que han resultado exitosos, siempre y cuando se apliquen procesos gastronómicos estandarizados y de calidad.

En relación a lo mencionado, los docentes y estudiantes de la Tecnología Superior en Gastronomía del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano (ISTS) han

logrado identificar problemas concretos en los que es necesario trabajar, tales como la carencia de una oferta gastronómica de nivel alto y la necesidad de incursionar en el emprendimiento como fuente de empleo, razón por la cual desde hace un año la Carrera de Gastronomía se ha enfocado en potenciar la actitud emprendedora en sus estudiantes, brindándoles herramientas de gestión y espacios para la comercialización de productos mediante proyectos integradores que cumplen un rol fundamental, a través de las disciplinas del conocimiento que oferta la institución en las diferentes áreas de desarrollo profesional.

En el periodo académico octubre 2018-marzo 2019, la Carrera de Gastronomía dio un primer paso para promover el emprendimiento como una alternativa laboral, con ello, nació la idea de llevar a cabo una Feria Gastronómica denominada “GASTRONOMIA EMPRENDE”, en donde los estudiantes de todos los ciclos de la carrera participaron poniendo en práctica las habilidades y destrezas adquiridas en su nivel de formación. Dentro de nuestra feria de emprendimiento se desarrollaron productos de repostería, panadería, coctelería, cocina nacional y cocina internacional; mostrando así una alta gama de alternativas culinarias que se comercializaron de manera interna y externa en el mercado lojano. La acogida fue muy buena, sin embargo, existieron debilidades que no permitieron superar las proyecciones de venta, ya que al no pensar en una filosofía del producto (marca identificadora) el consumidor no se identificó con nuestra oferta gastronómica innovadora y de calidad, por lo tanto, no se consiguió su posicionamiento en el mercado. A pesar de estos inconvenientes, se logró que los estudiantes participantes se empoderen de su creación gastronómica y sean conscientes de la importancia de generar habilidades operativas y administrativas que les permitan manejar de manera correcta los recursos utilizados en la producción de una oferta gastronómica.

Dando continuidad a nuestro modelo educativo, la Carrera de Gastronomía en el periodo académico abril-septiembre 2019 ejecutó un nuevo modelo de gestión en la producción y comercialización de alimentos y bebidas; retroalimentando procesos que buscan el perfeccionamiento, la innovación y la calidad en su producción. Para solventar las debilidades identificadas en el proyecto anterior, se generaron marcas para posicionar nuestros productos en el mercado a través del uso de herramientas de promoción y publicidad que llegaron a captar un alto número de consumidores. Otra

de las finalidades del proyecto del ciclo antes mencionado fue que la comunidad local identifique a la Carrera de Gastronomía del ISTS como ente generador de propuestas y productos gastronómicos a través de modelos de emprendimiento representados por eventos temáticos como “COOKING OUTSIDE”, “FESTIVAL DEL DULCE” y “FESTIVAL DE COCTELES” en donde figuran las siguientes marcas “DONIMETRIX”, “QUINU”, “HAK’U” y “SABORES DE MI TIERRA”.

Con los antecedentes expuestos y considerando una evaluación de resultados, para el presente periodo académico se busca fortalecer la producción independiente de cada ciclo académico, a través de la creación de una incubadora de emprendimientos gastronómicos, que resulta de la unión de los productos generados en los diferentes ejes de formación de los futuros profesional en gastronomía.

En este contexto, es imperativo generar los espacios adecuados para impulsar en los profesionales en formación el espíritu emprendedor, generando en ellos la habilidad para percibir dificultades y oportunidades de la competencia en el mercado laboral actual, de esta manera, también se pretende dinamizar las ofertas gastronómicas, comercio y economía de la población lojana. Por lo que, bajo la marca *MESTIZA: sabor y tradición*, se comercializarán productos de repostería y panadería navideña, pernil artesanal empacado al vacío, se realizarán ferias gastronómicas de cocina nacional y cocina de autor y se ofertarán talleres prácticos de cocina navideña a la ciudadanía lojana.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

“MESTIZA: sabores y tradiciones”, surge con la finalidad de promover conocimientos y practicas gastronómicas a los estudiantes de la carrera de gastronomía del ISTS, permitiendo adquirir conocimientos necesarios para llevar acabo las distintas técnicas de servicio y producción, mediante la innovación y comercialización de productos y servicios en los diferentes escenarios.

Considerando el alto grado de desempleo que existe en la ciudad y Provincia de Loja en general, es necesario que se desarrollen alternativas de empleo que satisfagan las necesidades económicas de la ciudadanía. Por lo tanto, debemos mirar a la empresa privada como una alternativa de solución a este problema, es por ello que nace MESTIZA, con la finalidad de permitir que los estudiantes puedan ir adquiriendo destrezas de emprendimiento para al finalizar su carrera formativa, puedan crear su negocio propio.

El presente proyecto propone la satisfacción de las necesidades alimenticias de la colectividad lojana, al mismo tiempo que ayudará a fortalecer el campo gastronómico el cual ha tenido un incremento significativo en los últimos tiempos, haciendo que nuestra población exija buena calidad y servicio.

La propuesta de creación MESTIZA, es con el afán de cubrir las necesidades de un determinado sector, desarrollando las destrezas y habilidades de la gastronomía ecuatoriana y así deleitar a propios y extraños con una variedad de platos, postres y bebidas, elaborada por personal profesional calificado. El presente trabajo también busca posicionar a la cocina ecuatoriana como una cocina contemporánea que se destaque dentro del mapa culinario de Latinoamérica. Siendo la alimentación y nutrición uno de los pilares de la salud para la calidad de vida de todo ser humano.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1.OBJETIVO GENERAL**

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión de ofertas comerciables para las empresas de servicios.

### **5.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado, por medio de la observación directa y encuestas aplicadas a la ciudadanía lojana, para determinar productos y servicios gastronómica con mayor demanda.
- Desarrollar productos y servicios gastronómicos de calidad, utilizando métodos y técnicas culinarias, para cubrir las necesidades y expectativas del cliente potencial.
- Capacitar a los estudiantes en emprendimientos gastronómicos y comercialización de productos y servicios, por medio de charlas magistrales y talleres para fomentar en el estudiante el espíritu emprendedor.
- Difundir los productos y servicios gastronómicos por medio de mecanismos de promoción y publicidad para empoderar la marca MESTIZA: sabor y tradición y maximizar el valor de la oferta.
- Comercializar servicios gastronómicos mediante la ejecución de talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas.
- Evaluar los resultados obtenidos del Proyecto Integrador, en base a la utilidad obtenida para medir el grado de satisfacción del estudiante y del consumidor final.
- Indicar los resultados del proyecto integrador del ejercicio académico octubre 2019 – marzo 2020 a los estudiantes de la Carrera de Gastronomía y Tecnología Superior en Gastronomía, mediante una socialización para transparentar todos los ingresos y egresos económicos y que el estudiante se sienta motivado para ser un futuro emprendedor.

## **6. MARCO TEÓRICO**

### **6.1.¿Qué es empresa?**

Es una entidad conformada básicamente por personas que tienen aspiraciones, realizaciones y bienes materiales y financieras donde involucra un conjunto de trabajo a diario donde su labor común es un esfuerzo personal o colectivo e inversiones para poder lograr un fin determinado para poder prestar los servicios para poder satisfacer necesidades y deseos que existen en nuestra sociedad con el fin de obtener una utilidad o beneficio. (Thompson, 2019)

### **6.2.Importancia de una empresa**

Es donde generar rentabilidad y se adelanta a las necesidades futuras del cliente y que incluye muchas cosas como el diseño del producto, precio, distribución y así se podrá la empresa a lograr conocer y entender al consumidor al cual se dirige. (Morante Asesores, 2016)

### **6.3. Factores que intervienen en una empresa**

#### ***6.3.1. Aspecto psicológico***

Son los responsables de la actitud concreta con la que nos enfrentamos a los retos del trabajo diario y están relacionados íntimamente con la manera en que las personas se ven a sí misma y como percibe su papel dentro del equipo o en la organización que forma parte y los aspectos son los siguientes:

#### ***6.3.2. Motivación***

Se caracterizan por poseer un firme deseo de conseguir algo ya sea un bien o servicio para sí mismo.

#### ***6.3.3. Concentración***

Es capaz de focalizar su atención sobre los elementos relevantes de la tarea y suele contribuir al rendimiento.

#### **6.3.4. Seguridad**

Es una persona segura de sí mismo y que confía en sus propias habilidades y competencias para poder lograr el éxito en la tarea que se propone ya que la actitud es muy importante.

#### **6.3.5. Activación**

Una persona activa es capaz de ajustar su estado mental a las demandas de las tareas que se dispone a realizar independientemente de si personalmente es de naturaleza tranquila o inquieta.

#### **6.3.6. Competitiva**

A una persona competitiva puede no importarles el objetivo final y en cambio desear intensamente salir victoriosamente y se conceptúa con otros aspectos psicológicos como la actitud, convicción, y la autoconfianza.

#### **6.3.7. Cohesión o pertenencia**

Nos dice que una persona no puede dar el máximo rendimiento y es consciente de que no camina sola sino es parte de una entidad mayor como un equipo o una organización. (Blanco, 2019)

#### **6.3.8. Situaciones laborales**

En toda empresa es importante controlar y comprobar que la actividad de gestión que se realiza en el departamento de recursos humanos ya que cumplen con la legalidad que además responde a requisitos de eficiencia, eficacia y económica y este entorno también se dan conflictos en el trabajo los cuales son habituales como:

#### **6.3.9. Falta de trabajo en equipo**

Es una de las competencias más valoradas por los reclutadores porque un empleado que trabaja en equipo, creatividad y aprendizaje y su nivel de estrés se reduce y el desempeño y la productividad aumentan.

### **6.3.10. Falta de comunicación**

Es una causa que pueden provocar conflictos serios en el trabajo y la mala comunicación puede presentarse como desinformación o mala información.

### **6.3.11. Compañeros tóxicos**

En los conflictos laborales pueden aparecer sin ninguna intención y en otras veces las personas o compañeros tóxicos crean un mal ambiente por donde van y suelen ser conocidas como las típicas personas falsas o criticonas.

### **6.3.12. Jefes tóxicos**

Pueden ocurrir que no sean los compañeros de trabajo los que intoxiquen el ambiente de trabajo, sino que los jefes ya sea por mala gestión o por su personalidad te hagan la vida imposible. (Corbin, 2019)

### **6.3.13. Entorno social**

Está formado por sus condiciones de vida y de trabajo y los estudios que ha cursado a su nivel de ingresos y la comunicación de la que forma parte de cada uno de estos factores influyentes en la salud del individuo y entre los entornos sociales de los distintos países crean disparidades en materia de salud. (Porto, 2008- 2019)

### **6.3.14. Cultural**

Ha sido una mezcla de rasgos y distintivos espirituales y afectivos que se caracterizan a una sociedad en un periodo determinado y que además engloba modos de vida, ceremonias, artes, tecnología, traiciones y creencias. (Juan, Castillo, Jose, Laneza, Javier, & Martinez, Maria, 2001-2003-2006- 2009)

## **6.4. Tipos de empresas**

Se dividen según el sector de Actividad:

### **6.4.1. Empresas del sector primario**

Que la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, agua, minerales, petróleo.



- **Empresa del sector secundario o industrial**

Es un proceso de transformación de la materia prima donde abarca las actividades tan diversas como la construcción, la óptima, la madera la textil.

- **Empresa del sector terciarios o de servicio**

Es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales y además comprende una variedad de empresas como bancos, comercio, seguros, hostería, educación, restaurantes.

#### ***9.4.2 Según el tamaño se clasifican en***

- **Grandes empresas**

Manejan capitales y financiamientos grandes ya que cuentan con instalaciones propias, tienen miles de empleados de confianza y cuenta con un sistema de administración y operación muy avanzado y hacen préstamos importantes como instituciones financieras nacionales e internacionales.

- **Medianas empresas**

Intervienen en varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles y tienen áreas bien definidas como responsabilidad, funciones y procedimientos automatizados.

- **Pequeñas empresas**

Son entidades independientes creadas para ser rentables cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.

- **Microempresas**

Son de propiedad individual son los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, maquinaria y con la producción, ventas y finanzas son elementales y puede atenderlos personalmente.

### 9.4.3 Según la propiedad del capital

- **Empresa privada**

Se toma generalmente que una empresa cuyas acciones o participaciones no cotizan en bolsa y a menudo son propiedades de los fundadores de la empresa o familiares o herederos o un pequeño grupo de los fundadores.

- **Empresa pública.**

Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al estado y que puede ser nacional, provincial o municipal.

- **Empresa mixta**

Es el tipo de empresa en la que la propiedad es compartida entre el estado y los particulares (Thompson, Promonegocios.net, 2019)

## 6.5. Innovación

Esto proviene del latín “**INNOVATIO**” que quiere decir “**CREAL ALGO NUEVO**” y consta de utilizar conocimientos para poder construir un nuevo camino y que en cada proceso de innovación y nos permite poder modificar elementos que ya existen y con el único fin de poderlos mejorar y permite también la implementación de nuevos elementos que esto consiste en un mejoramiento de la gestión empresarial con los nuevos procedimientos que se utilizan en la tecnología ya que con esto podemos mejorar la calidad y de esta poder satisfacer a nuestros clientes.

Pero no es gratis tiene un costo la innovación y no solo en lo económico sino también en la gestión cuyos resultados son imprevisibles y que para mejorar la situación actual hay que hacer algo diferente y que el futuro puede ser mejor que el presente. (INNOVACION, 2015)

## **7. METODOLOGÍA**

### **7.1. Métodos de investigación**

#### **7.1.1. Fenomenológico**

El Método Fenomenológico estudia los fenómenos tal como son experimentados y percibidos por el hombre y, por lo tanto, permite el estudio de las realidades cuya naturaleza y estructura peculiar solo pueden ser captadas desde el marco de referencia interno del sujeto que las vive y experimenta (Dudamel, 2009, p. 3).

Este método consistió en la realización de encuestas y entrevistas a la población de Loja con la finalidad de adquirir la información de la aceptabilidad de la elaboración de varios productos gastronómicos para el emprendimiento denominado “MESTIZA” Sabor y tradición.

#### **7.1.2. Método hermenéutico**

La hermenéutica posee una naturaleza profundamente humana, puesto que es al ser humano a quien le toca interpretar, analizar o comprender el significado de pensamientos, acciones, gestos y palabras, entre otras formas de manifestaciones, dada su naturaleza racional (Ruedas et al, 2008, p. 4).

A través de este método investigativo se logró obtener información de sitios bibliográficos para las elaboraciones de los productos y así de esta manera ofertarlos al consumidor.

#### **7.1.3. Método práctico proyectual**

El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo (Blasco, 2011).

En este método se utilizó, técnicas de cocción y las buenas prácticas de manufactura para la realización de los distintos productos innovadores gastronómicos y así poder determinar el grado de aceptabilidad de los ciudadanos.

## **7.2. Técnicas de investigación**

### **7.2.1. Observación**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis, así mismo la observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos (Puente, 2011).

Se realizó un análisis acerca de distintas elaboraciones gastronómicas, servicio al cliente y emplatado con la finalidad de obtener la apreciación de los consumidores después de degustar cada una de los productos.

### **7.2.2. Encuestas**

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito (Puente, 2011).

Se realizó un listado de preguntas a la ciudadanía de Loja con el objetivo de conocer la aceptabilidad de los distintos productos gastronómicos que se ofertan en el emprendimiento denominado “MESTIZA” Sabor y tradición.

### **7.2.3. Entrevista**

La entrevista se define como la conversación de dos o más personas en un lugar determinado para tratar un asunto. Técnicamente es un método de investigación científica que utiliza la comunicación verbal para recoger informaciones en relación con una determinada finalidad (Deslauriers, 2011, páag. 3).

Después de haber culminado la feria gastronómica se procedió a entrevistar a distintas personas que consumieron cada uno de los diferentes productos, con ello se obtuvo un mayor grado de apreciación.

## 8. PROPUESTA DE ACCIÓN

### 8.1.Tabulación

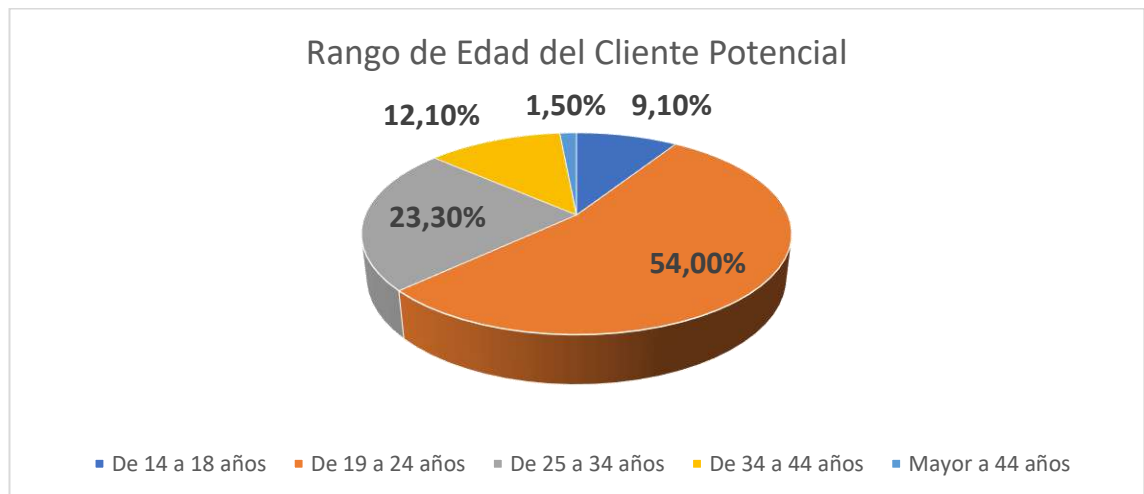
#### Información Demográfica

#### Rango de Edad

Tabla 2: Tabulación de la información demográfica de la edad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 14 a 18 años	35	9,1 %
De 19 a 24 años	207	54,0 %
De 25 a 34 años	89	23,3 %
De 34 a 44 años	46	12,1 %
Mayor a 44 años	7	1,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Grafica 1: Tabulación de la información demográfica de la edad

Elaborado por: estudiantes de la carrera

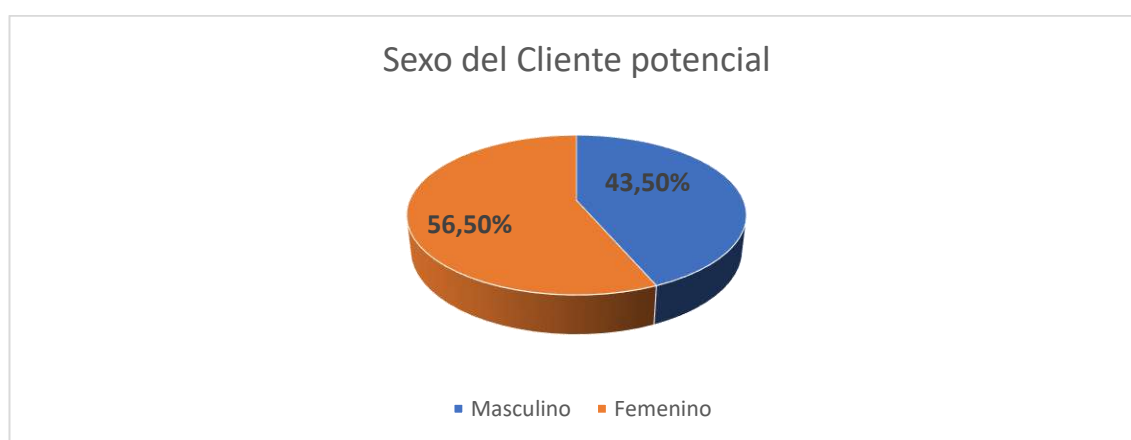
En este cuadro podemos observar que la mayor cantidad de encuestados se encuentran en el rango de 19 a 24 años y son nuestros clientes potenciales.

## Sexo

Tabla 3: tabulación del genero

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	167	43,5 %
Femenino	217	56,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Gráfica 2: tabulación del genero

Elaborado por: estudiantes de la carrera

Dentro de la población encuestada podemos observar que un 56.5 % es de sexo femenino y un 43.5% del sexo masculino, tomando en cuenta que un mayor porcentaje de nuestros clientes potenciales son del sexo femenino.

## Situación del Mercado

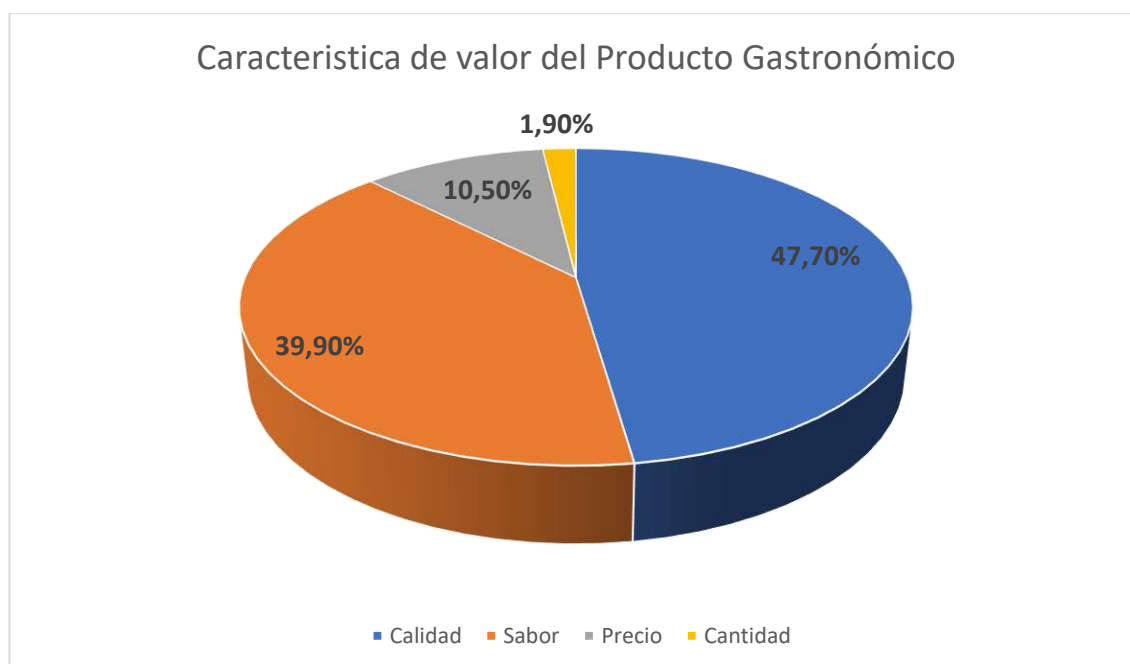
### Pregunta 1

¿Qué característica es la que más valorada al momento de comprar un producto gastronómico?

Tabla 4: características de comprar un producto gastronómico

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	183	47,7 %
Sabor	153	39,9 %
Precio	40	10,5 %
Cantidad	48	1,9 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Gráfica 3: características de comprar un producto gastronómico

Elaborado por: estudiantes de la carrera

Las dos variables más importantes son la calidad con el 47.70% y sabor con el 39.90% que nos demuestra que no se tiene ningún problema en la elaboración de los productos ya que se pone énfasis en la calidad y sabor.

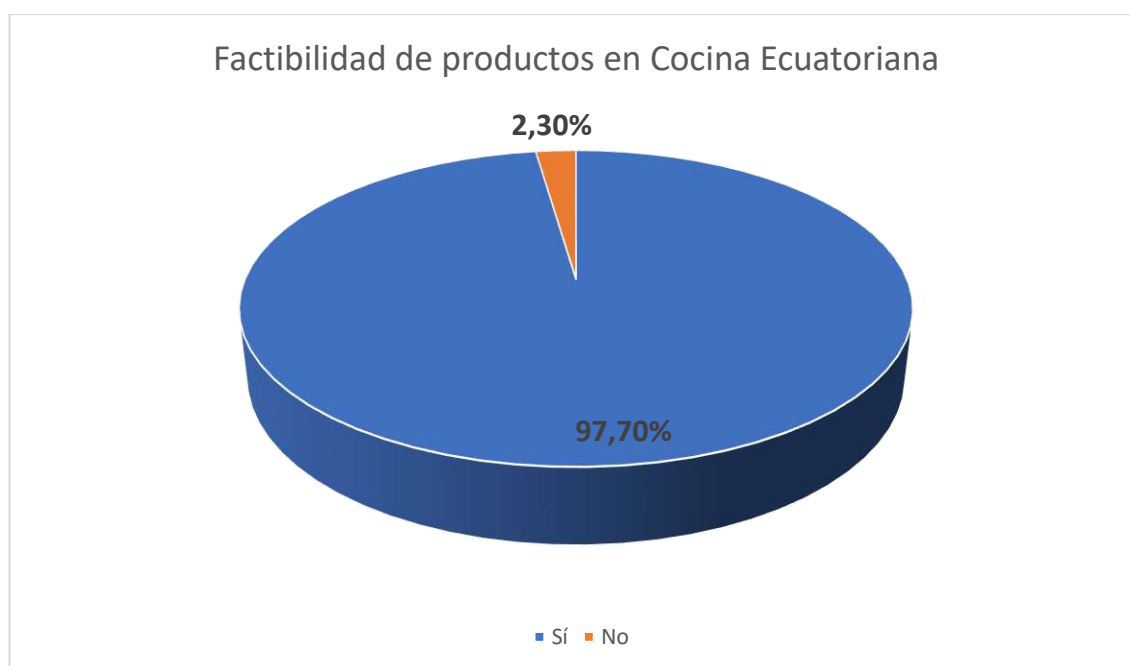
## Pregunta 2

¿Le gustaría adquirir productos gastronómicos de cocina ecuatoriana en una feria gastronómica?

Tabla 5: factibilidad de productos en cocina ecuatoriana

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	375	97,7 %
No	9	2,3 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Gráfica 4: factibilidad de productos en cocina ecuatoriana  
Elaborado: estudiantes de la carrera

En estas variables es totalmente notorio que el cliente potencial estaría muy gustoso de adquirir productos de cocina ecuatoriana en una feria gastronómica, con una aceptabilidad del 97.70%.



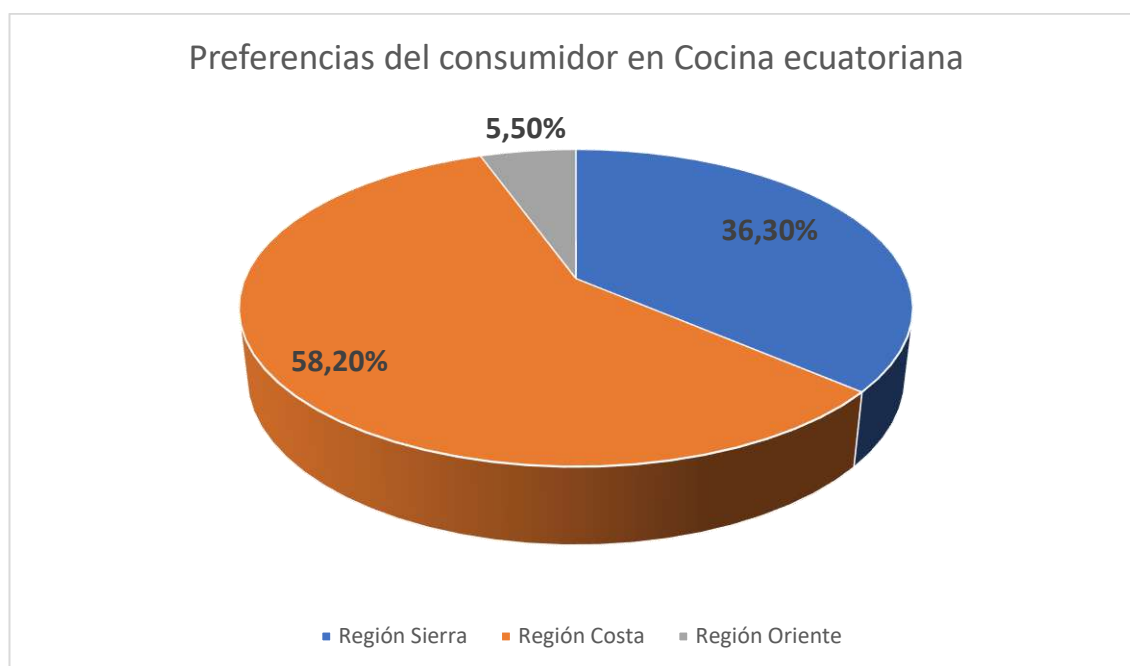
### Pregunta 3

¿Le gustaría consumir los platos típicos de alguna región del Ecuador?

Tabla 6: preferencias del consumidor en cocina ecuatoriana

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Región Sierra	139	36,3 %
Región Costa	223	58,2 %
Región Oriente	22	5,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Gráfica 5: preferencias del consumidor en cocina ecuatoriana

Elaborado por: estudiantes de la carrera

En el análisis de estas variables nos dice que los platos típicos más requeridos serían los de la costa con el 58.20% y de la sierra con 36.30% siendo muy factible la elaboración de platos típicos de estas regiones.

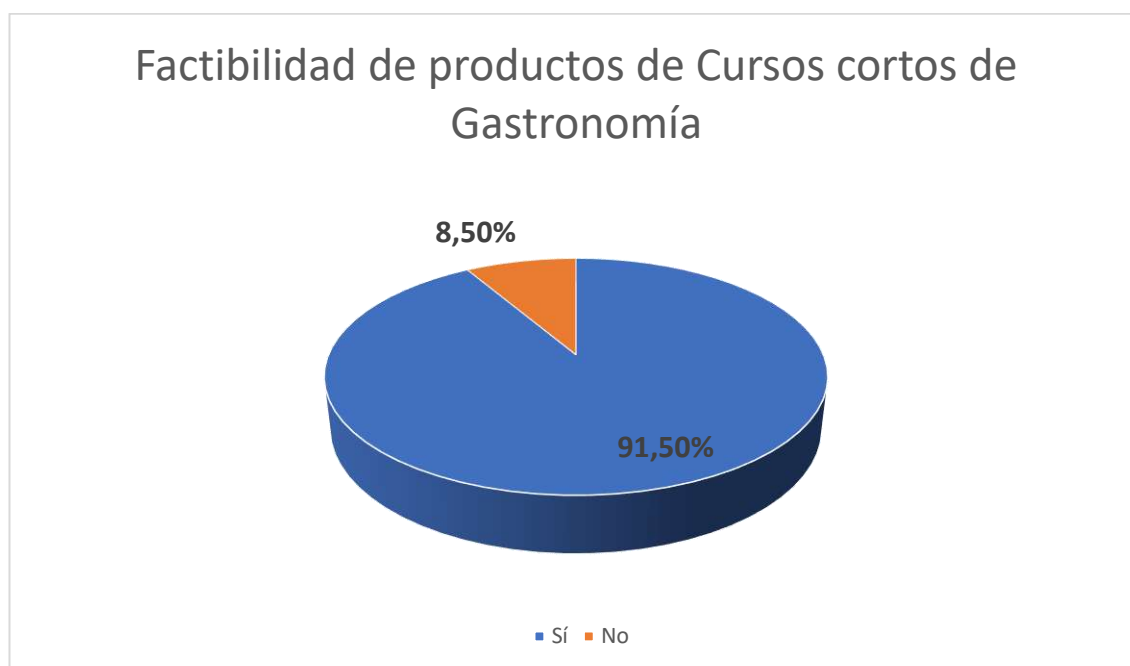
#### Pregunta 4

¿Le interesaría asistir a cursos cortos de cocina en la ciudad de Loja?

Tabla 7: factibilidad de productos de curso cortos de gastronomía

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	351	91,5 %
No	33	8,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Grafica 6: factibilidad de productos de curso cortos de gastronomía

Elaborado por: estudiantes de la carrera

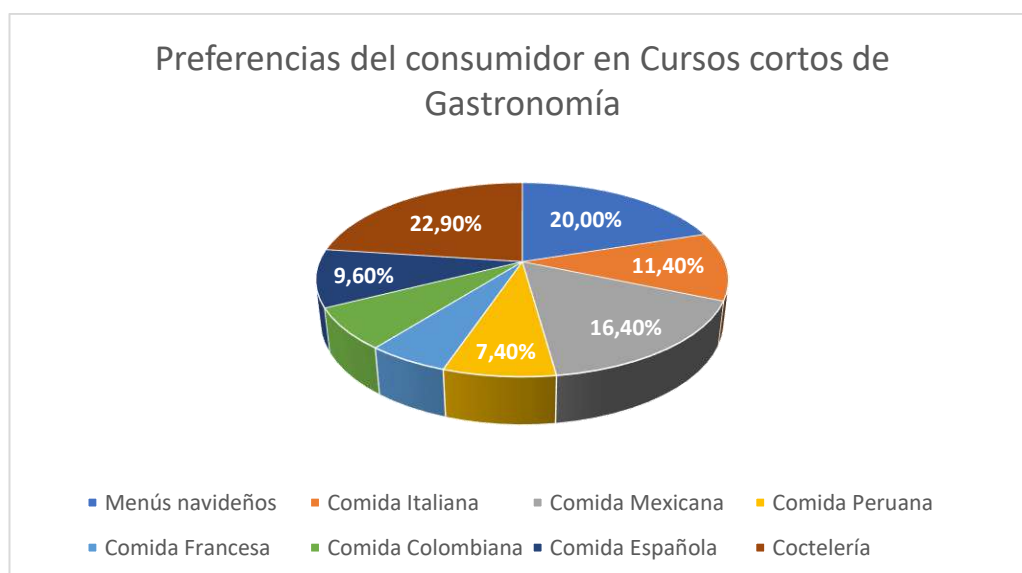
En esta pregunta las variables son muy marcadas, nos indica que el 91.50% de la población encuestada estaría muy gustosa de asistir a un curso corto de gastronomía, siendo esto totalmente factible.

## Pregunta 5

¿Cuál de los siguientes temas, le gustaría que se impartan en un curso de cocina?

Tabla 8: preferencias del consumidor en un curso corto de gastronomía

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menús navideños	77	20,0 %
Comida Italiana	44	11,4 %
Comida Mexicana	63	16,4 %
Comida Peruana	28	7,4 %
Comida Francesa	21	5,4 %
Comida Colombiana	26	6,9 %
Comida Española	37	9,6 %
Coctelería	88	22,9 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>



Grafica 7: preferencias del consumidor en un curso corto de gastronomía

Elaborado por: estudiantes de la carrera

En estas variables nos indica que los temas mas destacados son menús navideños con el 20% y coctelería con el 22.90%, siendo factible la realización de los cursos en cualquiera de estos temas.

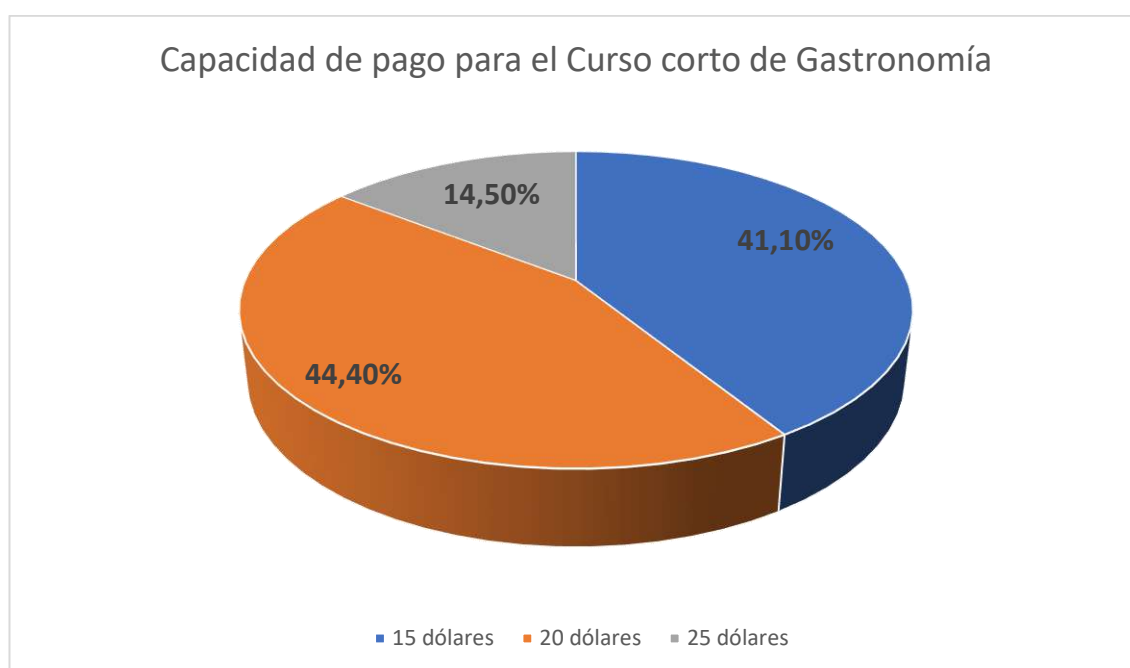
## Pregunta 6

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una capacitación gastronómica?

Tabla 9: capacidad de pago para el curso corto de gastronomía

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 dólares	158	41,1 %
20 dólares	170	44,4 %
25 dólares	56	14,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Grafica 8: capacidad de pago para el curso corto de gastronomía

Elaborado por: estudiantes de la carrera

Al analizar estas variables nos indica que el rango del valor que el cliente potencial podría pagar es del 20 dólares con un 44,40%, el cual se encuentra dentro de los rangos que se piensa cobrar en los cursos cortos de cocina.

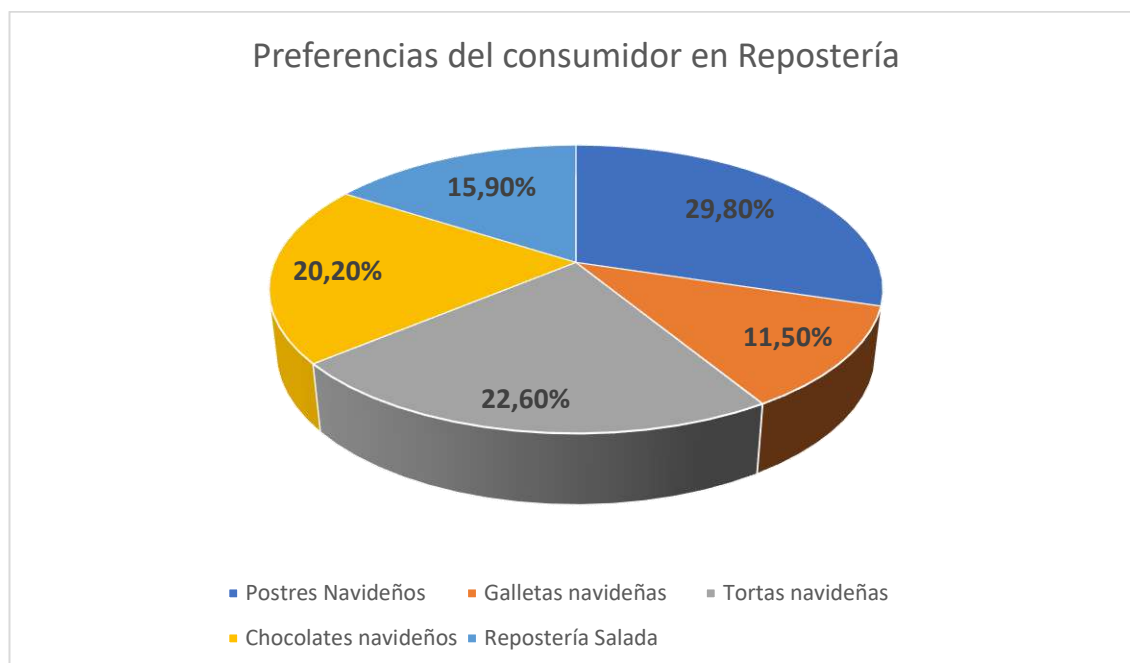
### Pregunta 7

¿Qué tipo de producto de repostería le gustaría probar?

Tabla 10: preferencias del consumidor en repostería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Postres Navideños	114	29,8 %
Galletas navideñas	44	11,5 %
Tortas navideñas	87	22,6 %
Chocolates navideños	78	20,2 %
Repostería Salada	61	15,9 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Gráfica 9: preferencias del consumidor en repostería

Elaborado por: estudiantes de la carrera

Dentro de estas variables se destaca con un rango amplio los postres navideños con un 22.60% de preferencia, siendo totalmente factible la realización de estos productos.

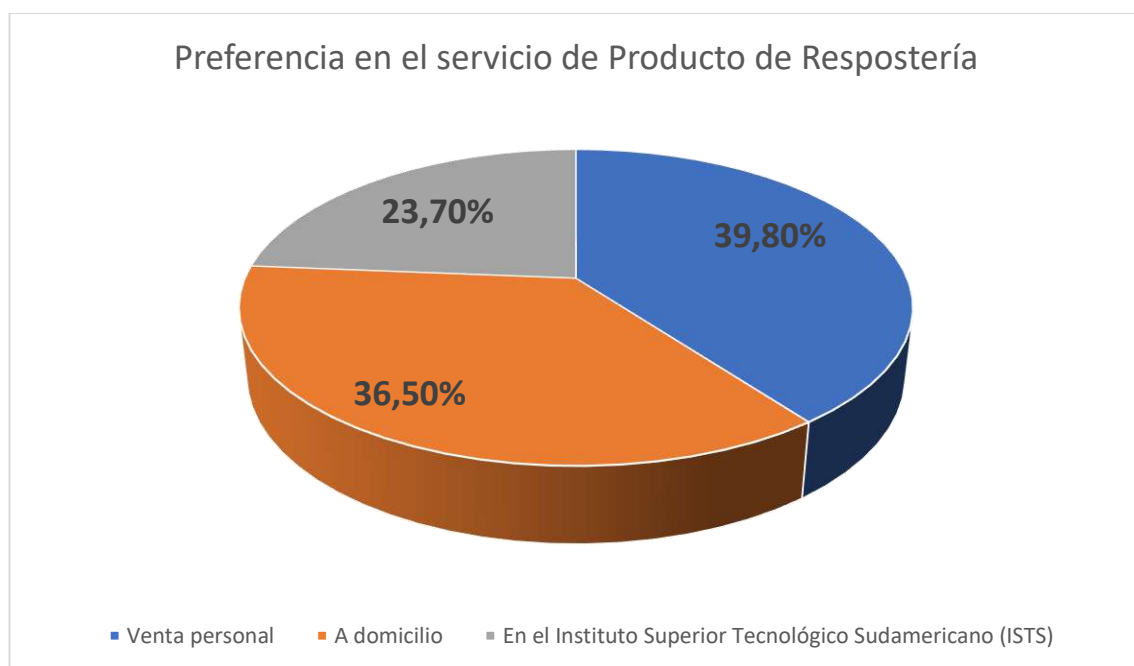
### Pregunta 8

¿Cómo le gustaría adquirir los productos de repostería?

Tabla 11: preferencias en el servicio de producto de repostería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Venta personal	153	39,8 %
A domicilio	140	36,5 %
En el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano (ISTS)	88	23,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Gráfica 10: preferencias en el servicio de producto de repostería

Elaborado por: estudiantes de la carrera

En esta pregunta se destacan las variables de venta personal con un 39.80% y a domicilio con un 36.50%, con lo cual podemos analizar que nuestros productos los podemos comercializar con estos dos métodos.

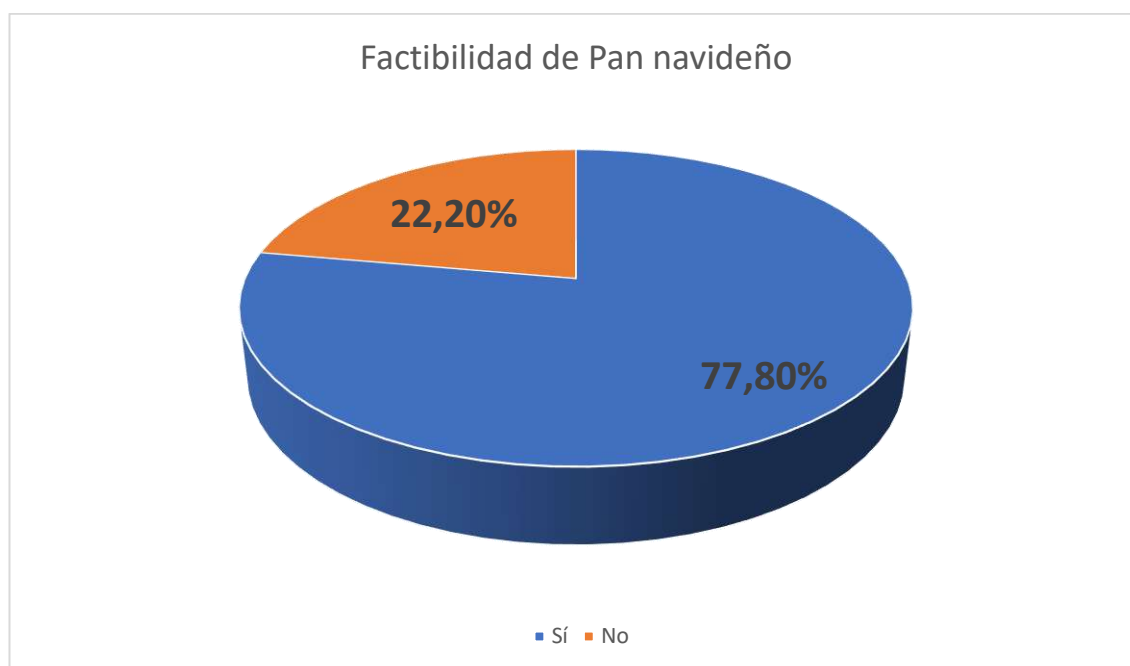
### Pregunta 9

¿Le interesaría adquirir algún tipo de pan navideño?

Tabla 12: factibilidad de pan navideño

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	299	77,8 %
No	85	22,2 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Grafica 11: factibilidad de pan navideño

Elaborado por: estudiantes de la carrera

Se analiza que en estas variables la factibilidad de que nuestro cliente potencial adquiriera el pan navideño es del 77.80%, indicándonos que se puede elaborar este producto sin ningún problema.

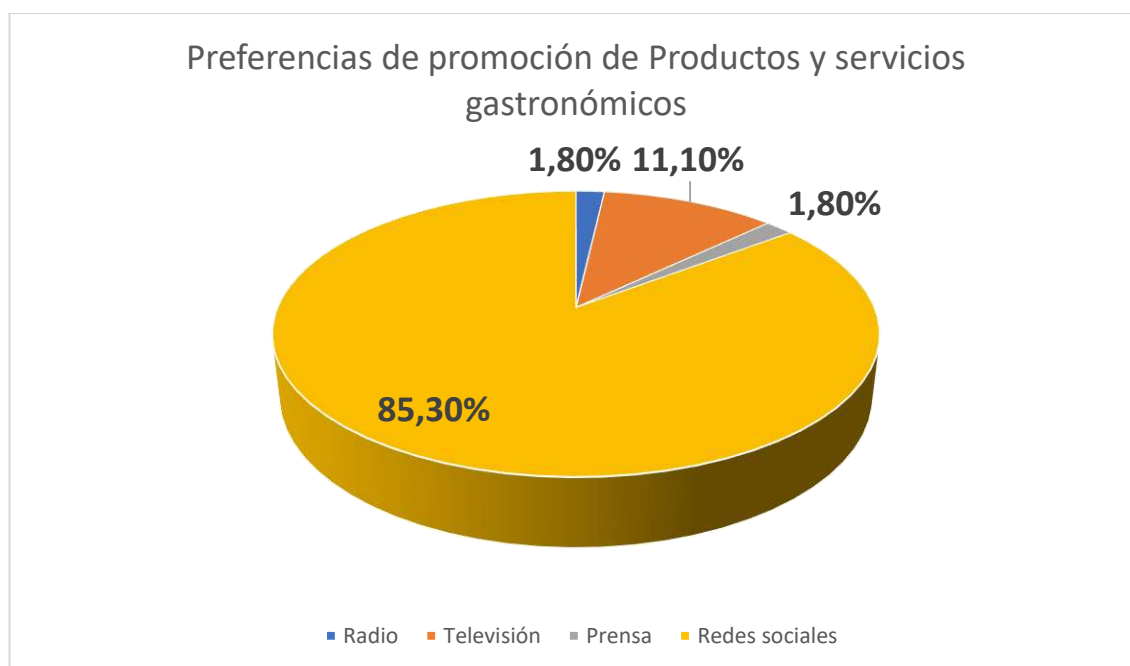
### Pregunta 10

¿Por qué medio de comunicación desearía enterarse de los productos y servicios gastronómicos que oferta el Instituto Sudamericano?

Tabla 13: preferencias de promoción de productos y servicios gastronómicos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	6	1,8 %
Televisión	43	11,1 %
Prensa	6	1,8 %
Redes sociales	329	85,3 %
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: estudiantes de la carrera



Gráfica 12: preferencias de promoción de productos y servicios gastronómicos

Elaborado por: estudiantes de la carrera

En la actualidad el medio de comunicación más importante son las redes sociales como nos indican estas variables de preferencia de promoción siendo las redes sociales la más destacada con un 85.30%.



## 8.2. Producción y comercialización de productos

Tabla 14: producción y comercialización de productos /postres navideños

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS																													
CICLO	RESPONSIBLE		PRODUCTOS																										
PRIMERO DIURNO/FIN DE SEMANA	Lic. Saúl Bolagay Larrea		POSTRES NAVIDEÑOS																										
DESARROLLO DE ACTIVIDADES.																													
RECETA	<p>Las recetas que se elaboraron en el proyecto de “Postres Navideños” fueron resultado de la propuesta de los estudiantes de primer ciclo de la sección diurna y Fin de semana, en la asignatura de Repostería y Chocolatería, siendo las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mousse de Maracuya</li> <li>• Torta mojada</li> <li>• Cake de banano</li> </ul> <p>Las recetas se encuentran en el Anexo X</p>																												
COSTOS	<p>El reto era elaborar un producto que no supere el coste de 1 dólar, para ello se realizó una selección de proveedores con materias primas de calidad a bajo costo, logrando un equilibrio de costo para cada receta:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Numero</th> <th>Ciclo</th> <th>Nombre de la receta</th> <th>Costos unitario</th> <th>Costos total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">320</td> <td style="text-align: center;">1ro Diurno</td> <td style="text-align: center;">Mousse de Maracuyá</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,89</td> <td style="text-align: center;">\$ 284,80</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">320</td> <td style="text-align: center;">1ro Diurno</td> <td style="text-align: center;">Torta mojada</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,89</td> <td style="text-align: center;">\$ 284,80</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">74</td> <td style="text-align: center;">1ro Fin de Semana</td> <td style="text-align: center;">Cake de banano</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,89</td> <td style="text-align: center;">\$ 65,86</td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: right;"><b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b></td> <td style="text-align: center;"><b>\$ 635,46</b></td> </tr> </tbody> </table>				Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitario	Costos total	320	1ro Diurno	Mousse de Maracuyá	\$ 0,89	\$ 284,80	320	1ro Diurno	Torta mojada	\$ 0,89	\$ 284,80	74	1ro Fin de Semana	Cake de banano	\$ 0,89	\$ 65,86	<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 635,46</b>
Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitario	Costos total																									
320	1ro Diurno	Mousse de Maracuyá	\$ 0,89	\$ 284,80																									
320	1ro Diurno	Torta mojada	\$ 0,89	\$ 284,80																									
74	1ro Fin de Semana	Cake de banano	\$ 0,89	\$ 65,86																									
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 635,46</b>																									

<p><b>PRODUCCIÓN</b></p>	<p>El proyecto de “Postres Navideños” consiste en la venta de sus productos desde el 2 al 21 de diciembre del 2019. Para el desarrollo del proyecto se tomó en consideración varios aspectos, mismos que se detallan a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Conformación de grupos, para desarrollar dos alternativas de postres.</li> <li>2) Desarrollo de dos alternativas en Repostería, para evaluar los productos por afectividad en la composición del plato y el costo, por acogida de los mismos estudiantes.</li> <li>3) Compra de la materia prima por grupos desde el 2 de diciembre y según lo requiera en cada producción durante las tres semanas siguientes.</li> <li>4) Desarrollo del mise en place y producción los martes desde el 2 de diciembre.</li> <li>5) Venta del producto a los consumidores de la ciudad de Loja, con buenos resultados durante la venta.</li> <li>6) Limpieza y organización de los talleres de cocina</li> <li>7) Cierre de costos, por receta gastronómica desarrollada</li> </ol>
<p><b>PRODUCTO FINAL</b></p>	<p>Las propuestas gastronómicas se desarrollaron bajo normas BPM, materia prima de calidad con métodos, técnicas y temperaturas adecuadas, factores que determina un producto de características sensoriales equilibradas con alta apreciación por parte del consumidor.</p> <p>Las ofertas gastronómicas presentaron buena acogida con el cliente potencial.</p>
<p><b>COMERCIALIZACIÓN</b></p>	<p>Uno de los objetivos principales que prevalece en el desarrollo del Proyecto Integrador es vender las diferentes alternativas de reposterías, por tal motivo la comercialización que se utilizó un sistema de preventa a la ciudadanía. Decisiones enfocadas a vender el producto en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir mejores resultados posibles.</p>

Tabla 15: producción y comercialización de productos /pan navideño

<b>PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS</b>																													
<b>CICLO</b>	<b>RESPONSIBLE</b>			<b>PRODUCTOS</b>																									
SEGUNDO DIURNO	Lic. Saúl Bolagay			PAN NAVIDEÑO																									
DESARROLLO DE ACTIVIDADES.																													
RECETA	<p>Las recetas que se elaboraron en el proyecto de “Pan Navideño” fueron resultado de la propuesta de los estudiantes de segundo ciclo de la sección diurna en la asignatura de Panadería, siendo las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pan navideño relleno de chispas dde chocolate</li> <li>• Pan Navideño relleno con fruta confitada y pasas</li> </ul> <p>Las recetas se encuentran en el Anexo X</p>																												
COSTOS	<p>El reto era elaborar un producto acorde a vísperas de navidad con materias primas de calidad, para ello se realizó una selección de proveedores con materias primas de calidad, logrando un equilibrio de sabor en cada receta:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Numero</th> <th>Ciclo</th> <th>Nombre de la receta</th> <th>Costos unitario</th> <th>Costos total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">354</td> <td style="text-align: center;">2do Diurno</td> <td>Panetón Chispas</td> <td style="text-align: center;">\$ 1,77</td> <td style="text-align: center;">\$ 626,58</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">192</td> <td style="text-align: center;">2do Diurno</td> <td>Panetón Fruta Confitada</td> <td style="text-align: center;">\$ 1,28</td> <td style="text-align: center;">\$102,40</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">80</td> <td style="text-align: center;">2do Diurno</td> <td>Panetón Versión reducida</td> <td style="text-align: center;">\$ 1,66</td> <td style="text-align: center;">\$ 318,72</td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: center;"><b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b></td> <td style="text-align: center;"><b>\$ 1047,70</b></td> </tr> </tbody> </table>				Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitario	Costos total	354	2do Diurno	Panetón Chispas	\$ 1,77	\$ 626,58	192	2do Diurno	Panetón Fruta Confitada	\$ 1,28	\$102,40	80	2do Diurno	Panetón Versión reducida	\$ 1,66	\$ 318,72	<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 1047,70</b>
Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitario	Costos total																									
354	2do Diurno	Panetón Chispas	\$ 1,77	\$ 626,58																									
192	2do Diurno	Panetón Fruta Confitada	\$ 1,28	\$102,40																									
80	2do Diurno	Panetón Versión reducida	\$ 1,66	\$ 318,72																									
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 1047,70</b>																									
PRODUCCIÓN	<p>El proyecto de “Postres Navideños” consiste en la venta de sus productos desde el 2 al 21 de diciembre del 2019. Para el desarrollo del proyecto se tomó en consideración varios aspectos, mismos que se detallan a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Conformación de grupos, para desarrollar dos alternativas de pan navideño.</li> <li>2) Desarrollo de dos alternativas de pan navideño, para evaluar los productos por afectividad según la degustacion de autoridades y porfesionales gastronómicos e criterios de sabor, apariencia y presentación.</li> <li>3) Compra de la materia prima por grupos desde el 2 de diciembre y según lo requiera en cada producción durante las tres semanas siguientes.</li> </ol>																												

	<p>4) Desarrollo del mise en place y producción los martes desde el 2 de diciembre.</p> <p>5) Venta del producto a los consumidores de la ciudad de Loja, con buenos resultados durante la venta.</p> <p>6) Limpieza y organización de los talleres de cocina</p> <p>7) Cierre de costos, por receta gastronómica desarrollada</p>
PRODUCTO FINAL	<p>Las propuestas gastronómicas se desarrollaron bajo normas BPM, materia prima de calidad con métodos, técnicas y temperaturas adecuadas, factores que determinan un producto de características sensoriales equilibradas con alta apreciación por parte del consumidor.</p> <p>Las ofertas gastronómicas presentaron buena acogida con el cliente potencial.</p>
COMERCIALIZACIÓN	<p>Uno de los objetivos principales que prevalece en el desarrollo del Proyecto Integrador es vender las diferentes alternativas de pan navideño, por tal motivo la comercialización que se utilizó un sistema de pre-venta y venta bajo pedido dirigido a la ciudadanía. Decisiones enfocadas a vender el producto en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir mejores resultados posibles.</p>

Tabla 16: producción y comercialización de productos /festival de cocteles

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS																																																	
CICLO	RESPONSABLE		PRODUCTOS																																														
TERCERO DIURNO/NOCTURNO	Tlngo. Carlos Valdivieso		Festival de Cocteles.																																														
DESARROLLO DE ACTIVIDADES.																																																	
RECETA	<p>Los cocteles que se elaboraron en festival de cocteles fueron elaboradas a base de licores con ron, vodka y tequila mismas que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destornillador</li> <li>• Camaleón</li> <li>• Laguna Azul</li> <li>• Mojito</li> <li>• Viagra</li> <li>• Gin tonic</li> <li>• Margarita</li> <li>• Tequila sunrise</li> </ul> <p>Las recetas se encuentran en el Anexo N 10</p>																																																
COSTOS	<p>Para la elaboración de estos cocteles se uso materia prima de calidad, a continuación, se detallan los costos de cada receta:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Numero</th> <th>Ciclo</th> <th>Nombre de la receta</th> <th>Costos unitarios</th> <th>Costos totales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Destornillador</td> <td style="text-align: right;">\$ 1.03</td> <td style="text-align: right;">\$77.25</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Camaleón</td> <td style="text-align: right;">\$ 1.03</td> <td style="text-align: right;">\$77.25</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Laguna azul</td> <td style="text-align: right;">\$ 1.06</td> <td style="text-align: right;">\$58.3</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Mojito</td> <td style="text-align: right;">0.95</td> <td style="text-align: right;">\$142.5</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Viagra</td> <td style="text-align: right;">0.68</td> <td style="text-align: right;">\$ 40.8</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Gin Tonic</td> <td style="text-align: right;">1.11</td> <td style="text-align: right;">\$61.05</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">7</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Margarita</td> <td style="text-align: right;">0.73</td> <td style="text-align: right;">36.5</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">8</td> <td style="text-align: center;">3ro</td> <td>Tequila Sunrise</td> <td style="text-align: right;">1.16</td> <td style="text-align: right;">63.8</td> </tr> </tbody> </table>				Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales	1	3ro	Destornillador	\$ 1.03	\$77.25	2	3ro	Camaleón	\$ 1.03	\$77.25	3	3ro	Laguna azul	\$ 1.06	\$58.3	4	3ro	Mojito	0.95	\$142.5	5	3ro	Viagra	0.68	\$ 40.8	6	3ro	Gin Tonic	1.11	\$61.05	7	3ro	Margarita	0.73	36.5	8	3ro	Tequila Sunrise	1.16	63.8
Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales																																													
1	3ro	Destornillador	\$ 1.03	\$77.25																																													
2	3ro	Camaleón	\$ 1.03	\$77.25																																													
3	3ro	Laguna azul	\$ 1.06	\$58.3																																													
4	3ro	Mojito	0.95	\$142.5																																													
5	3ro	Viagra	0.68	\$ 40.8																																													
6	3ro	Gin Tonic	1.11	\$61.05																																													
7	3ro	Margarita	0.73	36.5																																													
8	3ro	Tequila Sunrise	1.16	63.8																																													
PRODUCCIÓN	<p>El festival de cocteles se lo realizo el día viernes 24 de enero del 2020 en las instalaciones del ISTS, en el horario 15h00 hasta las 20h00.</p> <p>Para el desarrollo del proyecto de tomo en consideración varios aspectos que se detallan a continuación:</p>																																																

	<ol style="list-style-type: none"> <li>8) Conformación de equipos de trabajo que se encargaban de la elaboración de cocteles y del servicio en la mesa.</li> <li>9) Desarrollo de las diversas alternativas de cocteles para seleccionar las más idóneas en sabor y precio.</li> <li>10) Compra de la materia prima el día 22y 23 de enero.</li> <li>11) Desarrollo del mise en place el jueves 23 de enero desde las 15h00, hasta las 21h00, de la materia prima que requiere mayor tiempo de elaboración.</li> <li>12) Producción y elaboración de los cocteles el viernes 24 de enero del 2020, ofertas que fueron expuestas a los consumidores de la ciudad de Loja, con buenos resultados durante la venta.</li> <li>13) Limpieza y organización de los talleres de cocina</li> <li>14) Cierre de costos, por receta gastronómica desarrollada.</li> </ol>
PRODUCTO FINAL	<p>Las propuestas de bebidas alcohólicas se desarrollaron bajo normas BPM, materia prima de calidad con métodos, técnicas adecuadas, factores que determina un producto de características sensoriales equilibradas con alta apreciación por parte del consumidor.</p> <p>Las ofertas de bebidas alcohólicas presentaron buena acogida con el cliente potencial.</p>
COMERCIALIZACIÓN	<p>Uno de los objetivos principales que prevalece en el desarrollo del Proyecto Integrador es vender las diferentes alternativas gastronómicas, por tal motivo la comercialización que se utilizo es la venta anticipada de los productos culinarios a la ciudadanía. Decisiones enfocadas a vender el producto en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir mejores resultados posibles.</p>

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS																								
CICLO	RESPONSABLE		PRODUCTOS																					
CUARTO DIURNO	Ing. Rene Jaramillo		Cocina Nacional.																					
DESARROLLO DE ACTIVIDADES.																								
RECETA	<p>Las recetas que se desarrollaron en la feria gastronómica fueron elaboradas a base de la cocina ecuatoriana, mismas que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fritada</li> <li>• Hornado Riobambeño</li> <li>• Llapingachos</li> </ul> <p>Las recetas se encuentran en el Anexo N 11</p>																							
COSTOS	<p>El desarrollo de las alternativas gastronómicas se hizo a base de materias prima de calidad, a continuación, se detallan los costos de cada receta:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Numero</th> <th>Ciclo</th> <th>Nombre de la receta</th> <th>Costos unitarios</th> <th>Costos totales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">4to</td> <td style="text-align: center;">Fritada</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,94</td> <td style="text-align: center;">\$ 106,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">4to</td> <td style="text-align: center;">Hornado Riobambeño</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,94</td> <td style="text-align: center;">\$ 102,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">4to</td> <td style="text-align: center;">Llapingachos</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,94</td> <td style="text-align: center;">\$ 98,00</td> </tr> </tbody> </table>				Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales	1	4to	Fritada	\$ 0,94	\$ 106,00	2	4to	Hornado Riobambeño	\$ 0,94	\$ 102,00	3	4to	Llapingachos	\$ 0,94	\$ 98,00
Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales																				
1	4to	Fritada	\$ 0,94	\$ 106,00																				
2	4to	Hornado Riobambeño	\$ 0,94	\$ 102,00																				
3	4to	Llapingachos	\$ 0,94	\$ 98,00																				
PRODUCCIÓN	<p>El desarrollo de la feria gastronómica fue el día jueves 16 de enero del 2020 en las instalaciones del ISTS, en el horario 09h00am hasta las 16h00pm.</p> <p>Para el desarrollo del proyecto de tomo en consideración varios aspectos que se detallan a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>15) Conformación de grupos, para desarrollar dos alternativas gastronómicas.</li> <li>16) Desarrollo de dos alternativas gastronómicas de cocina ecuatoriana, para evaluar los productos por afectividad en la composición del plato y el costo, por los docentes de gastronomía.</li> <li>17) Compra de la materia prima por grupos el día 14,15 de enero.</li> <li>18) Desarrollo del mise en place el miércoles 15 de enero desde las 15h00, hasta las 21h00, de la materia prima que requiere mayor tiempo de elaboración.</li> <li>19) Producción de las diferentes alternativas gastronómicas de cocina de autor el jueves 16 de enero del 2020, ofertas que fueron expuestas a los consumidores de la ciudad de Loja, con buenos resultados durante la venta.</li> <li>20) Limpieza y organización de los talleres de cocina</li> <li>21) Cierre de costos, por receta gastronómica desarrollada.</li> </ol>																							

PRODUCTO FINAL	<p>Las propuestas gastronómicas se desarrollaron bajo normas BPM, materia prima de calidad con métodos, técnicas y temperaturas adecuadas, factores que determina un producto de características sensoriales equilibradas con alta apreciación por parte del consumidor.</p> <p>Las ofertas gastronómicas presentaron buena acogida con el cliente potencial.</p>
COMERCIALIZACIÓN	<p>Uno de los objetivos principales que prevalece en el desarrollo del Proyecto Integrador es vender las diferentes alternativas gastronómicas, por tal motivo la comercialización que se utilizo es la venta anticipada de los productos culinarios a la ciudadanía. Decisiones enfocadas a vender el producto en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir mejores resultados posibles.</p>



Tabla 17: producción y comercialización de productos /cocina nacional

<b>PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS</b>																								
<b>CICLO</b>	<b>RESPONSABLE</b>		<b>PRODUCTOS</b>																					
CUARTO DIURNO	Ing. Rene Jaramillo		Cocina Nacional.																					
DESARROLLO DE ACTIVIDADES.																								
RECETA	<p>Las recetas que se desarrollaron en la feria gastronómica fueron elaboradas a base de la cocina ecuatoriana, mismas que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fritada</li> <li>• Hornado Riobambeño</li> <li>• Llapingachos</li> </ul> <p>Las recetas se encuentran en el Anexo N 11</p>																							
COSTOS	<p>El desarrollo de las alternativas gastronómicas se hizo a base de materias prima de calidad, a continuación, se detallan los costos de cada receta:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Numero</th> <th>Ciclo</th> <th>Nombre de la receta</th> <th>Costos unitarios</th> <th>Costos totales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">4to</td> <td style="text-align: center;">Fritada</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,94</td> <td style="text-align: center;">\$ 106,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">4to</td> <td style="text-align: center;">Hornado Riobambeño</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,94</td> <td style="text-align: center;">\$ 102,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">4to</td> <td style="text-align: center;">Llapingachos</td> <td style="text-align: center;">\$ 0,94</td> <td style="text-align: center;">\$ 98,00</td> </tr> </tbody> </table>				Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales	1	4to	Fritada	\$ 0,94	\$ 106,00	2	4to	Hornado Riobambeño	\$ 0,94	\$ 102,00	3	4to	Llapingachos	\$ 0,94	\$ 98,00
Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales																				
1	4to	Fritada	\$ 0,94	\$ 106,00																				
2	4to	Hornado Riobambeño	\$ 0,94	\$ 102,00																				
3	4to	Llapingachos	\$ 0,94	\$ 98,00																				
PRODUCCIÓN	<p>El desarrollo de la feria gastronómica fue el día jueves 16 de enero del 2020 en las instalaciones del ISTS, en el horario 09h00am hasta las 16h00pm.</p> <p>Para el desarrollo del proyecto de tomo en consideración varios aspectos que se detallan a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>22) Conformación de grupos, para desarrollar dos alternativas gastronómicas.</li> <li>23) Desarrollo de dos alternativas gastronómicas de cocina ecuatoriana, para evaluar los productos por afectividad en la composición del plato y el costo, por los docentes de gastronomía.</li> <li>24) Compra de la materia prima por grupos el día 14,15 de enero.</li> <li>25) Desarrollo del mise en place el miércoles 15 de enero desde las 15h00, hasta las 21h00, de la materia prima que requiere mayor tiempo de elaboración.</li> <li>26) Producción de las diferentes alternativas gastronómicas de cocina de autor el jueves 16 de enero del 2020, ofertas que fueron expuestas a los consumidores de la ciudad de Loja, con buenos resultados durante la venta.</li> <li>27) Limpieza y organización de los talleres de cocina</li> <li>28) Cierre de costos, por receta gastronómica desarrollada.</li> </ol>																							

PRODUCTO FINAL	<p>Las propuestas gastronómicas se desarrollaron bajo normas BPM, materia prima de calidad con métodos, técnicas y temperaturas adecuadas, factores que determina un producto de características sensoriales equilibradas con alta apreciación por parte del consumidor.</p> <p>Las ofertas gastronómicas presentaron buena acogida con el cliente potencial.</p>
COMERCIALIZACIÓN	<p>Uno de los objetivos principales que prevalece en el desarrollo del Proyecto Integrador es vender las diferentes alternativas gastronómicas, por tal motivo la comercialización que se utilizo es la venta anticipada de los productos culinarios a la ciudadanía. Decisiones enfocadas a vender el producto en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir mejores resultados posibles.</p>

Tabla 18 : producción y comercialización de productos /feria gastronómica

<b>PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS</b>																													
<b>CICLO</b>	<b>RESPONSIBLE</b>			<b>PRODUCTOS</b>																									
QUINTO DIURNO A y B Y FIN DE SEMANA	Lic. Nancy Guzmán Ing. Rene Jaramillo			Feria Gastronómica.																									
<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES.</b>																													
<b>RECETA</b>	<p>Las recetas que se desarrollaron en la feria gastronómica fueron elaboradas a base de la cocina de autor, denotando la influencia de cocinas internacionales, mismas que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tortillas de verde al camarón con un toque de cilandro.</li> <li>• Lasaña Hawaiana</li> <li>• Alitas Búfalo</li> <li>• Tacos desmechados al gratín</li> <li>• Shawarman mediterráneo</li> <li>• Raviolis de cangrejo</li> <li>• Pad thai artesanal</li> </ul> <p>Mismas que d se encuentran en el Anexo N° 10</p>																												
<b>COSTOS</b>	<p>El desarrollo de las alternativas gastronómicas es a base de materias prima de calidad, a continuación, se detallan los costos de cada receta que de desarrollo:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Numero</th> <th>Ciclo</th> <th>Nombre de la receta</th> <th>Costos unitarios</th> <th>Costos totales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>5to A</td> <td>Alitas Búfalo</td> <td>\$ 1,50</td> <td>\$ 180,00</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>5to A</td> <td>Raviolis de cangrejo</td> <td>\$ 1,30</td> <td>\$ 155,67</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>5to A</td> <td>Shawarman mediterráneo</td> <td>\$ 1,10</td> <td>\$ 130,00</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>5to B</td> <td>Tortillas de verde al camarón con un toque de cilandro.</td> <td>\$ 1,23</td> <td>\$ 147,00</td> </tr> </tbody> </table>				Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales	1	5to A	Alitas Búfalo	\$ 1,50	\$ 180,00	2	5to A	Raviolis de cangrejo	\$ 1,30	\$ 155,67	3	5to A	Shawarman mediterráneo	\$ 1,10	\$ 130,00	4	5to B	Tortillas de verde al camarón con un toque de cilandro.	\$ 1,23	\$ 147,00
Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales																									
1	5to A	Alitas Búfalo	\$ 1,50	\$ 180,00																									
2	5to A	Raviolis de cangrejo	\$ 1,30	\$ 155,67																									
3	5to A	Shawarman mediterráneo	\$ 1,10	\$ 130,00																									
4	5to B	Tortillas de verde al camarón con un toque de cilandro.	\$ 1,23	\$ 147,00																									

	5	5to B	Lasaña Hawaiana	\$ 1,33	\$ 159,00
	6	5to B	Tacos desmechados al gratín	\$ 1,30	\$ 156,05
	7	5to FDS	Pad thai artesanal	\$ 1,33	\$ 158,96
<b>PRODUCCIÓN</b>	<p>El desarrollo de la feria gastronómica fue el día jueves 16 de enero del 2020 en las instalaciones del ISTS, en el horario 09h00am hasta las 16h00pm.</p> <p>Para el desarrollo del proyecto de tomo en consideración varios aspectos que se detallan a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Conformación de grupos, para desarrollar dos alternativas gastronómicas.</li> <li>2) Desarrollo de dos alternativas gastronómicas de cocina de autor, para evaluar los productos por afectividad en la composición del plato y el costo, por los docentes de gastronomía.</li> <li>3) Compra de la materia prima por grupos el día 14,16 de enero.</li> <li>4) Desarrollo del mise en place el miércoles 15 de enero desde las 15h00, hasta las 21h00, de la materia prima que requiere mayor tiempo de elaboración.</li> <li>5) Producción de las diferentes alternativas gastronómicas de cocina de autor el jueves 16 de enero del 2020, ofertas que fueron expuestas a los consumidores de la ciudad de Loja, con buenos resultados durante el expendio.</li> <li>6) Limpieza y organización de los talleres de cocina</li> <li>7) Cierre de costos, por receta gastronómica desarrollada.</li> </ol>				
<b>PRODUCTO FINAL</b>	<p>Las propuestas gastronómicas se desarrollaron bajo norma BPM, materia prima de calidad con métodos, técnicas y temperaturas adecuadas, factores que determina un producto de características sensoriales equilibradas con alta apreciación por parte del consumidor.</p> <p>Las ofertas gastronómicas presentaron buena acogida con el cliente potencial.</p>				
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<p>Uno de los objetivos principales que prevalece en el desarrollo del Proyecto Integrador es vender las diferentes alternativas gastronómicas, por tal motivo la comercialización que se utilizo es la venta anticipada de los productos culinarios a la ciudadanía. Decisiones enfocadas a vender el producto en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir mejores resultados posibles.</p>				

Tabla 19: producción y comercialización de productos /talleres prácticos

<b>PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS</b>																			
<b>CICLO</b>	<b>RESPONSABLE</b>		<b>PRODUCTOS</b>																
SEXTO DIURNO Y FIN DE SEMANA	Lcdo. David Fabrizio Pauta Tnlgo. Carlos Valdivieso		Talleres Prácticos.																
DESARROLLO DE ACTIVIDADES.																			
RECETA	<p>Las preparaciones que se elaboraron para los talleres prácticos de cocina fueron netamente creación de los estudiantes de 6to ciclo de la carrera de gastronomía influenciados de manera directa por temas abordados en la asignatura de Cocina del mundo II y bajo la guía del docente encargado, a continuación, en detalle cada uno de ellos.</p> <p style="text-align: center;">Muselina de pollo Lomo de cerdo en salsa balsámica Pavo glaseado con durazno Lomo de cerdo en salsa de vino Rollo de pollo en salsa carbonara Pechuga de pavo en salsa de frutos rojos Rolls de pavo en salsa de maracuyá Lomo de cerdo en salsa de arándanos Pollo en salsa de naranja Galantina de pollo Pavo en salsa de mora Lomo de cerdo al horno Enrollado de pollo Cerdo a la plancha en salsa de maracuyá Medallones de pavo en salsa de vino y miel</p> <p>Dichas recetas se detallan específicamente en el Anexo N° 11</p>																		
COSTOS	<p>La elaboración de dichas alternativas gastronómicas parte como base de productos de calidad, a continuación, se detallan los costos de cada uno de las recetas desarrolladas en la actividad:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Numero</th> <th>Ciclo</th> <th>Nombre de la receta</th> <th>Costos unitarios</th> <th>Costos totales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>6to DIURNO</td> <td>Rollo de pollo en salsa carbonara</td> <td>5,89</td> <td>22,33</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>8,32</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales	1	6to DIURNO	Rollo de pollo en salsa carbonara	5,89	22,33				8,32	
Numero	Ciclo	Nombre de la receta	Costos unitarios	Costos totales															
1	6to DIURNO	Rollo de pollo en salsa carbonara	5,89	22,33															
			8,32																

			Lomo de cerdo en salsa de vino		
			Pechuga de pavo en salsa de frutos rojos	8,12	
2	6to DIURNO		Lomo de cerdo en salsa balsámica	4,07	11,1
			Pavo glaceado con durazno	5,22	
			Muselina de pollo	1,81	
3	6to DIURNO		Rolls de pavo en salsa de maracuyá	6,73	22,27
			Lomo de cerdo en salsa de arándanos	9,98	
			Pollo en salsa de naranja	5,56	
4	6to DIURNO		Rolls de pavo en salsa de maracuyá	6,73	22,27
			Lomo de cerdo en salsa de arándanos	9,98	
			Pollo en salsa de naranja	5,56	
5	6to FINDE		Galantina de pollo	1,68	13,17

			Pavo en salsa de mora	9,90	
			Lomo de cerdo al horno	1,59	
	6	6to FINDE	Enrollado de pollo	3,53	15,35
			Cerdo a la plancha en salsa de maracuyá	3,63	
			Medallones de pavo en salsa de vino y miel	8,19	
PRODUCCIÓN	<p>El desarrollo de la feria gastronómica fue el día jueves 16 de enero del 2020 en las instalaciones del ISTS, en el horario 09h00am hasta las 16h00pm.</p> <p>Para el desarrollo del proyecto de tomo en consideración varios aspectos que se detallan a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Conformación de grupos, para desarrollar diferentes alternativas gastronómicas.</li> <li>2) Desarrollo de tres alternativas gastronómicas de cocina navideña, para evaluar los productos por afectividad en la composición del plato y el costo, por los docentes de la carrera de gastronomía.</li> <li>3) Compra de la materia prima por grupos.</li> <li>4) Desarrollo del mise en place de la materia prima que requiere mayor tiempo de elaboración.</li> <li>5) Producción de las diferentes alternativas gastronómicas de cocina de navideña, elaboraciones que fueron expuestas a los asistentes a cada uno de los cursos ofertados.</li> <li>6) Limpieza y organización de los talleres de cocina</li> <li>7) Cierre de costos, por receta gastronómica desarrollada.</li> </ol>				
PRODUCTO FINAL	<p>Las propuestas gastronómicas se desarrollaron bajo normas BPM, materia prima de calidad con métodos, técnicas y temperaturas adecuadas, factores que determina un producto de características sensoriales equilibradas con alta apreciación por parte del consumidor.</p> <p>Las ofertas gastronómicas presentaron buena acogida con el cliente potencial.</p>				
COMERCIALIZACIÓN	<p>Uno de los objetivos principales que prevalece en el desarrollo del proyecto integrador es capacitar y compartir conocimiento relacionado con la cocina profesional además de la realización de diferentes alternativas gastronómicas, por tal motivo la comercialización que se utilizó es la venta anticipada de cupos para cada uno de los cursos, esto</p>				

	con el objetivo de vender el servicio en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir los resultados esperados.
--	---

Fuente: Proyecto integrador



### 8.3.Cronograma de actividades

Tabla 20: Cronograma de actividades

NRO.	OBJETIVO	ACTIVIDADES	DIA/MES/AÑO	RESPONSABLE
1	Realizar un estudio de mercado, por medio de la observación directa y encuestas aplicadas a la ciudadanía lojana, para determinar productos y servicios con mayor demanda.	- Aplicación y tabulación de encuestas.	14 al 26 de octubre del 2019	Tlga. Estefanía Cárdenas
		- Presentación de resultados. - Determinación de productos y servicios a ofertar.	04 al 09 noviembre del 2019	
2	Desarrollar y comercializar productos y servicios gastronómicos de calidad, utilizando métodos y técnicas culinarias, para cubrir las necesidades y expectativas del cliente potencial.	- Compra de materia prima para elaboración de productos.	Dos días previos a la elaboración de cada producto.	Docentes de la carrera de gastronomía (responsable/s de cada producto o servicio)
		- Degustación de pernil artesanal empacado al vacío para canasta navideña ISTS.	18 al 22 de noviembre de 2019	Ing. Salomé Martínez Ing. René Jaramillo
		- Elaboración y venta de productos de repostería navideña.	02 al 20 de diciembre del 2019	Estudiantes de tercer ciclo fin de semana Lcdo. Saúl Bolagay
		- Elaboración y venta de pan navideño.	02 al 20 de diciembre del 2019	Estudiantes de primer ciclo (todas las secciones) Lcdo. Saúl Bolagay

				Estudiantes de segundo ciclo (todas las secciones)
		- Ejecución de festival de cocteles.	24 de enero del 2020	Tlgo. Carlos Valdivieso Estudiantes de tercer ciclo secciones diurno y nocturno
		- Ejecución de feria gastronómica de cocina nacional.	16 de enero del 2020	Ing. René Jaramillo Estudiantes de cuarto ciclo (todas las secciones)
		- Ejecución de feria gastronómica de cocina de autor.	16 de enero de 2020	Lcda. Nancy Guzmán Estudiantes de quinto ciclo (todas las secciones)
3	Capacitar a los estudiantes en emprendimientos gastronómicos y comercialización de productos y servicios, por medio de talleres para fomentar en el estudiante el espíritu emprendedor.	- Logística para el desarrollo de la capacitación.	14 al 24 de octubre de 2019	Ing. Salomé Martínez
		- Convocar a los estudiantes para la capacitación.	14 al 19 de octubre de 2019	Lic. Nancy Guzmán
		- Ejecución de la capacitación.	25 de octubre de 2019	Ing. Liceth Briceño
4	Difundir y comercializar los productos y servicios gastronómicos por medio de mecanismos de promoción y publicidad	- Elaboración de diseño de la marca, artes para redes sociales y hojas volantes.	29 al 31 de octubre del 2019	Lic. Saúl Bolagay Tlgo. Carlos Ochoa

	para hacer conocer y maximizar el valor de la oferta.	- Elaboración de material didáctico.	29 al 31 de octubre de 2019	Tlgo. Erick Barrazueta
		- Promoción de productos y servicios.	01 al 30 de noviembre de 2019	Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía.
5	Comercializar servicios gastronómicos mediante la ejecución de talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas.	- Compra de materia prima para talleres de cocina navideña.	Dos días previos a la elaboración de cada producto. 20 y 22 de noviembre de 2019	Docentes de la carrera de gastronomía (responsable/s de cada producto o servicio) Lcdo. David Pauta
		- Ejecución de talleres prácticos de cocina.	27 y 29 de noviembre de 2019 04 y 06 de diciembre de 2019	Estudiantes de sexto ciclo (todas las secciones)
6	Evaluar los resultados obtenidos del Proyecto Integrador, en base a la utilidad obtenida para medir el grado de satisfacción del estudiante y del consumidor final.	- Aplicación de encuestas para conocer el grado de satisfacción de los clientes.	27 al 31 de enero 2020	Tlga. Estefanía Cárdenas Estudiantes de 6° ciclo de la Carrera de Gastronomía.
7	Indicar los resultados del proyecto integrador del ejercicio académico octubre 2019 – marzo 2020 a los estudiantes de la Carrera de Gastronomía y Tecnología Superior en Gastronomía, mediante una socialización para transparentar todos los ingresos y egresos	- Exposición de resultados del proyecto integrador.	03 al 07 de febrero de 2019	Estudiantes y docentes de la Carrera de Gastronomía.

---

económicos y que el estudiante se sienta motivado para ser un futuro emprendedor.

---

**Fuente:** Proyecto integrador

## 8.4. Recursos

Tabla 21 Recursos empleados

RECURSO	DETALLE
Humano	Docentes de la carrera de Gastronomía
	1er ciclo diurno y fin de semana
	2do ciclo diurno
	3er ciclo diurno A, B y Nocturno
	4to Diurno
	5to ciclo diurno A, B y fin de semana
Tecnológicos	6to ciclo diurno y fin de semana
	Equipos de cocina
	Utensilios de cocina en general
	Utensilios de coctelería
	Equipos de panadería
Logísticos	Equipos de repostería
	Hall ISTS
	Proyector
	Equipos de amplificación
	Iluminación
	Elementos decorativos

Fuente: Tlgo. Carlos Valdivieso

## 8.5. Resultados alcanzados

Tabla 22 Resultados esperados relacionados con los objetivos

NRO.	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	% DE CUMPLIMIENTO
1	Realizar un estudio de mercado, por medio de la observación directa y encuestas aplicadas a la ciudadanía lojana, para determinar productos y servicios gastronómica con mayor demanda.	Tlgo. Estefanía Cárdenas Estudiantes 6to ciclo Diurno	100%
2	Desarrollar productos y servicios gastronómicos de calidad, utilizando métodos y técnicas culinarias, para cubrir las necesidades y	Lic. Saul Bolagay Lic. Nancy Marina Guzmán Lic. David Fabrizio Pauta Ing. Rene Jaramillo Ing. Salomé Martínez Tlgo. Carlos A. Valdivieso Estudiantes de la carrera de	100%

	expectativas del cliente potencial.	Gastronomía	
3	Capacitar a los estudiantes en emprendimientos gastronómicos y comercialización de productos y servicios, por medio de charlas magistrales y talleres para fomentar en el estudiante el espíritu emprendedor.	Coordinación Carrera de Gastronomía. Estudiantes De la carrera de Gastronomía.	100%
4	Difundir los productos y servicios gastronómicos por medio de mecanismos de promoción y publicidad para empoderar la marca MESTIZA: sabor y tradición y maximizar el valor de la oferta.	Ing. Salomé Martínez Estudiantes De la carrera de Gastronomía.	100%
5	Comercializar servicios gastronómicos mediante la ejecución de talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas.	Lic. David Fabrizio Pauta Tlgo. Carlos A. Valdivieso Estudiantes de sexto ciclo diurno y fin de semana	100%
6	Evaluar los resultados obtenidos del Proyecto Integrador, en base a la utilidad obtenida para medir el grado de satisfacción del estudiante y del consumidor final.	Docentes de la carrera de Gastronomía. Estudiantes de la carrera de Gastronomía.	100%
7	Indicar los resultados del proyecto integrador del ejercicio académico octubre 2019 – marzo 2020 a los estudiantes de la Carrera de Gastronomía y Tecnología Superior en Gastronomía, mediante una socialización para transparentar todos los ingresos y egresos económicos y que el estudiante se sienta motivado para ser un futuro emprendedor.	Coordinador de Carrera. Estudiantes líderes de cada producto elaborado.	100%

Fuente: Proyecto integrador

## 9. RESPONSABLES Y PARTICIPANTES

Tabla 23: Lista de docentes investigadores

<b>INNOVACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS OFERTADOS POR LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA PARA EL PERÍODO OCTUBRE 2019 - MARZO 2020: MESTIZA: SABOR Y TRADICIÓN.</b>			
<b>DOCENTES INVESTIGADORES</b>			
<b>MATERIA ASOCIADA</b>	<b>N° DE HORAS INVESTIGACIÓN</b>	<b>PRODUCTO/ SERVICIO</b>	<b>RESPONSABLES</b>
<b>Repostería</b>	30	Postres Navideños	Lic. Saúl Andrés Bolagay Larrea
<b>Panadería</b>	30	Pan Navideño	Lic. Saúl Andrés Bolagay Larrea
<b>Mixología</b>	30	Festival de Cocteles	Tlgo. Carlos Andrés Valdivieso Meneses
<b>Cocina nacional</b>	30	Cocina Nacional	Ing. René Andrés Jaramillo Gamboa
<b>Cocina del mundo I</b>	30	Feria Gastronómica	Lic. Nancy Marina Guzmán Villa
<b>Org banquetes y catering</b>	30	Talleres Prácticos de Cocina	Tlgo. Carlos Andrés Valdivieso Meneses
<b>Cocina del mundo II</b>	30		Lic. David Fabrizio Pauta Ordoñez

Tabla 24: lista de estudiantes

<b>PRIMER CICLO</b>		
<b>DOCENTE RESPONSABLE:</b>		Lic. Saúl Bolagay
<b>PRODUCTO A COMERCIALIZAR:</b>		Postres Navideños
<b>DIURNO</b>		
<b>N°</b>	<b>NÓMINA DE ESTUDIANTES</b>	<b>HORAS EMPLEADAS</b>
1	ARMIJOS BENITEZ MARIA PAULA	10 horas base
2	BURI BURI FLOR MARIA	10 horas base
3	CALLE VELEZ PRISCILA ALEXANDRA	10 horas base
4	CANGO SOTO KLEBER VICENTE	10 horas base
5	CARRILLO CHUMBE SANTIAGO SAUL	10 horas base

6	CRUZ VIÑAMAGUA ADRIANA LUCIA	10 horas base
7	GUAMAN TORRES JOHAN STALIN	10 horas base
8	HERNANDEZ QUEZADA ADRIAN STEVEN	10 horas base
9	HERRERA VICENTE DANIA MARIUXI	10 horas base
10	HURTADO LOJAN CAMILA STEFANIA	10 horas base
11	JARAMILLO MOROCHO MICHAEL ALEJANDRO	10 horas base
12	JIMENEZ CASTILLO YAJAIRA GABRIELA	10 horas base
13	LANCHE JIMENEZ BYRON MAURICIO	10 horas base
14	OCAMPO MELGAR MICAELA ABIGAIL	10 horas base
15	OCHOA OCHOA RITA GEORGINA	10 horas base
16	PUCHAICELA LOZANO VICTOR ANTHONY	10 horas base
17	QUEVEDO QUEVEDO DAYANA DEL CISNE	10 horas base
18	RAMON MASACHE ANTHONY DAVID	10 horas base
19	RIOFRIO CARAGUAY EDWIN PORFIRIO	10 horas base
20	RIVERA RAMIREZ ANTHONY YHONNELL	10 horas base
21	SANCHEZ CONDOLO TALIA MARISOL	10 horas base
22	SOTOMAYOR CARRION NELSON FERNANDO	10 horas base
23	SUQUILANDA ORDOÑEZ DARWIN JOAQUIN	10 horas base
24	TILLAGUANGO JIMENEZ CRISTHIAN FERNANDO	10 horas base
25	TORRES CASTRO MARIA SOLEDAD	10 horas base
26	ULLOA LOJA DANIEL ALEJANDRO	10 horas base

---

**SEGUNDO CICLO**

**DOCENTES RESPONSABLES:**

Lic. Saúl Bolagay

**PRODUCTO A COMERCIALIZAR:**

Pan Navideño

---

**DIURNO**

N°	NÓMINA DE ESTUDIANTES	HORAS EMPLEADAS
----	-----------------------	-----------------



1	ANGAMARCA ANGAMARCA LENIN STIWAR	10 horas base
2	CALLE VELEZ PRISCILA ALEXANDRA	10 horas base
3	CALVA JIMENEZ JERSON JAVIER	10 horas base
4	CARRION HURTADO JOHNNY DAVID	10 horas base
5	CHANCUSI SAMANIEGO GRETHY NAOMI	10 horas base
6	GANAZHAPA GUAMAN DANNY PAUL	10 horas base
7	GARCIA VELEZ DAVID ISRAEL	10 horas base
8	JARAMILLO MENDOZA ANDRES FELIPE	10 horas base
9	JARAMILLO SIGCHO ANGEL JUNIOR	10 horas base
10	JIMENEZ OCHOA MARIA CRISTINA	10 horas base
11	MOGROVEJO ROMERO JULIA ELVIRA	10 horas base
12	PEREZ BANDA HUGO XAVIER	10 horas base
13	ROMERO VILLALTA PIO RONALDO	10 horas base
14	SUAREZ ATIENCIE MILENA CRYSTEL	10 horas base
15	TACURI LOAIZA CRISTIAN DAVID	10 horas base
16	UYAGUARI SALAZAR YONER ANDRES	10 horas base
17	VALVERDE MATAILO RICHARD ALEXANDER	10 horas base
18	VICENTE ROJAS NIXON ALFREDO	10 horas base

**TERCER CICLO**

**DOCENTES RESPONSABLES:** Tlgo. Carlos Valdivieso

**PRODUCTO A COMERCIALIZAR:** Festival de Cocteles

**DIURNO A**

N°	NÓMINA DE ESTUDIANTES	HORAS EMPLEADAS
1	AÑAZCO TENESACA MARCO VINICIO	10 horas base
2	CALLE VELEZ PRISCILA ALEXANDRA	10 horas base
3	CAMACHO GAONA JOSE ANDRES	10 horas base
4	CANGO CAJAMARCA ERIKA STEFANIA	10 horas base

5	CHUQUIMARCA CARRILO CARLOS OMAR	10 horas base
6	CONDO DELGADO CHRISTOPHER OMAR	10 horas base
7	GANAZHAPA GUAMAN STALIN WILFRIDO	10 horas base
8	GONZALEZ RAMON EDILMA ARIANA	10 horas base
9	GUAMAN ROMERO BRIDEY OLIVER	10 horas base
10	GUTIERREZ CASTILLO LUIS ANTHONY	10 horas base
11	MACAS GUAMAN DIEGO VINICIO	10 horas base
12	PALACIOS JARAMILLO EVELYN ANTONELLA	10 horas base
13	RODAS GALVEZ DIEGO PAUL	10 horas base
14	RUIZ ACARO BRYAN DAVID	10 horas base
15	SARANGO RIBERA ERIKC FERNANDO	10 horas base
16	SISALIMA MEDINA JIPSON DANIEL (A)	10 horas base
17	TORO RAMIREZ EDWIN DAVID	10 horas base

**DIURNO B**

Nº	NÓMINA DE ESTUDIANTES	HORAS EMPLEADAS
1	CARTUCHE GUALAN NANCY CECIBEL	10 horas base
2	CHAMBA BARRETO YESSICA LIZBETH	10 horas base
3	GARCES AGUIRRE JONATHAN VALENTIN	10 horas base
4	HIDALGO ORDOÑEZ DANIELA DEL CISNE	10 horas base
5	MERINO ORTIZ SOFIA ABIGAIL	10 horas base
6	MOROCHO CURIPOMA DANNY STALIN	10 horas base
7	OCHOA NARVAEZ BRAYAND JAVIER	10 horas base
8	PACHAR SALINAS KAREN IVANOVA	10 horas base
9	POMA GUALAN NATHALY GABRIELA	10 horas base

**TERCER CICLO**

**DOCENTES RESPONSABLES:**

Ing. René Jaramillo

Ing. Salomé Martínez

<b>PRODUCTO A COMERCIALIZAR:</b>		Pernil artesanal empacado al vacío
<b>FIN DE SEMANA</b>		
N°	NÓMINA DE ESTUDIANTES	HORAS EMPLEADAS
1	AGILA MINGA GLENDA JANETH	10 horas base
2	CHAVEZ UREÑA ADRIAN ISRAEL	10 horas base
3	ESPARZA LAVANDA SONIA ENITH	10 horas base
4	HERRERA VEGA LUIS FELIPE	10 horas base
5	LEON MEDINA ERICK ALEXANDER	10 horas base
6	OCAMPO JIMENEZ FABIAN AUGUSTO	10 horas base
7	PACCHA UCHUARI JANETH LOURDES	10 horas base
8	QUISHPE SACA MAYRA ALEXANDRA	10 horas base
9	SARANGO CORDERO BEATRIZ BERZABED	10 horas base
10	YAGUANA CORREA NIXON BYRON	10 horas base

<b>CUARTO CICLO</b>		
<b>DOCENTE RESPONSABLE:</b>		Ing. René Jaramillo
<b>PRODUCTO A COMERCIALIZAR:</b>		Cocina Nacional
<b>DIURNO</b>		
N°	NÓMINA DE ESTUDIANTES	HORAS EMPLEADAS
1	AMAY PUGLLA BYRON ANDRES	10 horas base
2	BRICEÑO CASTILLO JOHN DANILO	10 horas base
3	CASTILLO VALDEZ BELEN FERNANDA	10 horas base
4	CRIOLLO GRANDA JHON NEFI	10 horas base
5	GUALAN SACA JICKSSON ANDRES	10 horas base
6	LIMA RIVERA STALIN HUMBERTO	10 horas base
7	OCHOA RIVAS JORGE JEAMPHIER	10 horas base
8	ORDOÑEZ RAMON JORDAN DAVID	10 horas base

9	PRIETO GARCIA DARIO FERNANDO	10 horas base
10	QUIZHPE CARAGUAY WILSON HERNAN	10 horas base
11	SUQUILANDA CUEVA DAVID ALEXANDER	10 horas base
12	TACURI PARDO JOSE DAVID	10 horas base
13	VEGA JIMENEZ CINTHIA JANINA	10 horas base
14	VILLEGAS ERAZO CRISTIAN DAVID	10 horas base

### QUINTO CICLO

**DOCENTE RESPONSABLE:** Lic. Nancy Guzmán

**PRODUCTO A COMERCIALIZAR:** Feria Gastronómica

### DIURNO A

Nº	NÓMINA DE ESTUDIANTES	HORAS EMPLEADAS
1	ABARCA JARAMILLO GENESIS JHANOVA	10 horas base
2	ARAUJO RELICA LEIDY BEATRIZ	10 horas base
3	BRAVO CELI MARIA STEFANIA	10 horas base
4	CABRERA JAPON JEFFERSON ALEXANDER	10 horas base
5	CUENCA CONDOY CARLA MARITZA	10 horas base
6	GRANDA PRADO BRYAN ANDRES	10 horas base
7	JIMBO ESPINOSA CRISTIAN ANDRES	10 horas base
8	MEJIA VIZÑAY FRANKLIN EFRAIN	10 horas base
9	OJEDA BAZARAN RICKY MAURICIO	10 horas base
10	PACCHA CHAMBA MELINA CECIBEL	10 horas base
11	PARDO ALBERCA JENNIFER ELIZABETH	10 horas base
12	PERALTA ZHONDO JHOAN EMANUEL	10 horas base
13	RIOFRIO ANDRADE MARLON FREDDY	10 horas base
14	SACA LOAYZA EDWIN JOSE	10 horas base
15	TORRES TORRES JAIME FERNANDO	10 horas base
16	VELEZ DIANA MARIA	10 horas base

17	VALLE SOLORZANO CARLOS ADRIAN	10 horas base
18	ZUMBA TOLEDO TEYRI GISCEL	10 horas base

**DIURNO B**

1	ALDAZ MERCHAN BRYAN VIDAL	10 horas base
2	AMBULUDI HUALPA JUAN DIEGO	10 horas base
3	CABRERA MONTALVAN JESSIKA ELIANA	10 horas base
4	CALVA CAPA LUIS ALFREDO	10 horas base
5	CARDENAS BENITEZ KAREN JULYSA	10 horas base
6	DELGADO GUALAN LUIS ALFONSO	10 horas base
7	HIDALGO VASQUEZ LUCAS FABIAN	10 horas base
8	JIMENEZ CELI BRAYAN FERNANDO	10 horas base
9	LLIVIGANAY FEBRES SHIRLEY JANINA	10 horas base
10	MINGA PUCHAICELA ERIKA JAMILET	10 horas base
11	SARAGURO ARMIJOS BRAYAN DANIEL	10 horas base
12	SARMIENTO JAPA MARIA FERNANDA	10 horas base

**FIN DE SEMANA**

1	ALEJO PALACIOS ANGELA DE JESUS	10 horas base
2	DIAZ RIVERA EVELYN AIDE	10 horas base
3	HUACA GUACHANAMA ANGEL DANIEL	10 horas base
4	MALACATUS ROJAS PAOLA CECIBEL	10 horas base
5	PEÑAFIEL ROSALES MARCO VINICIO	10 horas base
6	POMA LEON TREVOR ENRIQUE	10 horas base
7	SARANGO RIVERA VIVIANA GIANELA	10 horas base
8	VIRE PADILLA ALLISON LISSBETH	10 horas base
9	VIVAR JARAMILLO CRISTIAN ANDRES	10 horas base

**SEXTO CICLO**

**DOCENTES RESPONSABLES:**

Tlgo. Carlos Valdivieso

Lic. David Pauta

<b>PRODUCTO A COMERCIALIZAR:</b>		Talleres Prácticos de Cocina
<b>DIURNO</b>		
<b>Nº</b>	<b>NÓMINA DE ESTUDIANTES</b>	<b>HORAS EMPLEADAS</b>
1	ALDAZ LEON BRYAN JEFFERSON	10 horas base
2	ASTUDILLO SOLANO MARIA BELEN	10 horas base
3	AZUERO RUIZ ANDREA MARIUXI	10 horas base
4	BUSTAMANTE OJEDA MIGUEL SANTIAGO	10 horas base
5	CUEVA JUMBO NIXON RAFAEL	10 horas base
6	JARAMILLO ZHINGRE BETZAIDA ALEXANDRA	10 horas base
7	LABANDA MACAS MARIA DEL CARMEN	10 horas base
8	MALACATUS SARANGO ANGEL FABRICIO	10 horas base
9	PEREZ MIZHUERO MILTON JAVIER	10 horas base
10	POMA LEON TREVOR ENRIQUE	10 horas base
11	TORRES PEÑA BYRON DANIEL	10 horas base
<b>FIN DE SEMANA</b>		
1	AGUILAR GONZALEZ CRISTHIAN FABIAN	10 horas base
2	CAMPOVERDE SANMARTIN JONATHAN VICENTE	10 horas base
3	CARRION PALADINEZ DANY MAURICIO	10 horas base
4	CELI SALINAS MONICA MARITZA	10 horas base
5	CUENCA SERAQUIVE RUBEN DARIO	10 horas base
6	GIRON JAPON IDANIA ALEXANDRA	10 horas base
7	JIMENEZ GUAMAN MANUEL JHONSON	10 horas base
8	PACHECO PAUTE EDISON RAMIRO	10 horas base
9	PINZON RODRIGUEZ DEYSI MARIBEL	10 horas base
10	RIOFRIO ARBOLEDA VALERIA ANDREA	10 horas base
11	RODRIGUEZ LUZURIAGA CESAR PAUL	10 horas base
12	RODRIGUEZ SAEZ VICTOR ANIBAL	10 horas base
13	SARAGURO CHALAN EDDY JAVIER	10 horas base

## 10. EVALUACIÓN DE PROPUESTA

Para la evaluación de la propuesta de acción primeramente se implementó una encuesta a la ciudadanía Lojana con la finalidad de evaluar el grado de aceptación del proyecto, así como también las diferentes propuestas culinarias que les gustaría degustar.



Figura 1: Aplicación de encuestas  
Fuente: Estudiantes ISTS

Posterior a la implementación de las diferentes encuestas, se realizaron las diferentes alternativas gastronómicas seleccionadas, las mismas que fueron evaluadas mediante una catación sensorial por parte de los docentes de gastronomía del ISTS.



Figura 2: Degustaciones de platos  
Fuente: Estudiantes ISTS

Finalmente se realizó la evaluación del grado de aceptabilidad por parte de la ciudadanía, mediante la aplicación de entrevistas a los consumidores que se dieron cita en las diferentes fechas que expendíamos nuestros productos (Dichos videos serán adjuntados en el CD, conjuntamente con el proyecto), a continuación se adjunta una de las entrevistas escritas que se realizaron el día de evento

Le realizaremos la siguiente entrevista para conocer su criterio acerca del producto a varias personas, las preguntas fueron:

**P: ¿Cómo se enteró de la feria gastronómica?**

**R:** Me enteré por Facebook y me pareció interesante esta nueva alternativa gastronómica

**P: ¿Le gusto el producto?**

**R:** Si me gustó mucho me pareció una buena opción rápida ya que en mi trabajo no tengo mucho tiempo para almorzar además me pareció de un sabor agradable al paladar me gustó mucho

**P: ¿En cuanto a costos le parecen que los costos presentados son accesibles, en el caso de que su respuesta sea negativa? ¿Cuánto sería el precio que usted considera como accesible?**

**R:** Sinceramente lo veo muy caro para la cantidad que contiene el producto, pero el producto es de mi agrado y lo volvería a comprar, pero me gustaría que se mejorara la cantidad de producto y que haya más variedad de productos para de esta manera tener más opciones a degustar en mi opinión el precio que le pondría al producto sería de 2,50 esto sería más accesible para la ciudadanía lojana.

**P: ¿Le parece que las cantidades de cada producto servido son válidas para el precio que son ofertadas?**



**R:** Me parece que es demasiado poca la cantidad para el precio que están ofreciendo, me gustaría que añadan más cantidad de producto, además algo que le acompañe al producto que están ofreciendo para que valga la pena pagar 3,50

**P: ¿Del servicio, considera que la atención si fue adecuada, que le mejoraría?**

**R:** La atención brindada fue muy agradable ya que los estudiantes se portaron de manera atenta y respetuosa con los clientes, me sentí en un ambiente muy tranquilo

**P: ¿Le gustaría que se hagan más ferias gastronómicas de este tipo?**

**R:** Si me gustaría por que pude conocer productos nuevos, además me gusto que los estudiantes se destacaran elaborando estas alternativas gastronómicas ya que ponen mucho empeño en la elaboración y creación de estos productos.

**P: ¿Qué tipo de productos le gustaría a Ud. ¿Que se propusieran en la siguiente feria gastronómica?**

**R:** Me gustaría que en la siguiente feria gastronómica si hay la posibilidad de incrementar postres, bocaditos dulces y saldos, para que le puedan dar un alto valor a nuestra cocina.

**P: Considera Ud. ¿Que este tipo de actividades ayuda al desarrollo académico de los estudiantes de gastronomía del ISTS?**

**R:** Si ayuda ya que los estudiantes muestran sus habilidades y destrezas gastronómicas que han ido adquiriendo dentro de su desarrollo académico

## 11. CONCLUSIONES

- Se realizó un estudio de mercado, usando observación directa y encuestas, mismas que fueron aplicadas a la ciudadanía lojana, determinando productos y servicios gastronómicos con mayor acogida.
- A través de los servicios gastronómicos se implementaron los métodos y técnicas culinarias de calidad basándose en las tendencias actuales.
- Por medio de charlas magistrales y talleres con temas de emprendimiento gastronómicos y comercialización de productos y servicios capacitamos a los estudiantes fomentando el espíritu emprendedor y así poder generar nuevas ideas de negocio a corto plazo.
- A través de promociones y publicidad difundimos los productos y servicios gastronómicos empoderando la marca MESTIZA sabor y tradición maximizando su valor de oferta en la mente del consumidor lojano.
- Comercializamos talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas al arte culinario.
- Los resultados obtenidos del proyecto integrador fueron evaluados en base a la utilidad obtenida midiendo el nivel de satisfacción del estudiante y del consumidor.
- Se socializó los resultados obtenidos en el proyecto integrador de la Carrera de Gastronomía a través del poster científico donde se puede evidenciar la factibilidad de nuestro emprendimiento.

## 12. RECOMENDACIONES

- Delimitar de manera específica al público objetivo para lograr captar la atención del mercado adecuado.
- Usar técnicas culinarias de vanguardia, para incentivar al público objetivo.
- Planificar dentro de la guía semestral un mínimo de dos charlas de emprendimiento para crear fomentar en el estudiante el espíritu emprendedor.
- Ampliar los canales de publicidad mediante un plan estratégico de marketing para captar una mayor cantidad de público objetivo permanente.
- Captar público conocedor del ámbito gastronómico para ampliar su conocimiento con las nuevas tendencias del arte culinaria.
- Buscar proyectos integradores que permitan al estudiante mostrar lo aprendido por medio de una guía culinaria para que la misma pueda ser comercializada con un gran margen de utilidad.
- Comparar los resultados obtenidos del presente proyecto con similares de semestres anteriores para evidenciar los cambios sistemáticos de proyecto a proyecto.

### 13. BIBLIOGRAFÍA

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Bueno Aires, Argentina*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011). Resultados Censo Nacional Económico. Acceso el 09 de octubre de 2019, disponible en: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones\\_por\\_ciudades/Presentacion\\_Loja.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Loja.pdf)

Líderes (2017). La Bolsa de Emprendimiento cubre tres áreas. Acceso el 09 de octubre de 2019, disponible en: <https://www.revistalideres.ec/lideres/bolsa-emprendimiento-economia-negocios.html>

Rovayo, G. (2009). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *Polemika, 1(2)*.

bruno munari, g. g. (1983). *como nacen los objetos*. barcelona.

martinez, f. t. (2012). Obtenido de <https://www.medigraphic.com>

merino, j. p. (2012). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/hermeneuticas/>

Trejo, F. (2012). *fertre001*. Obtenido de <http://www.medigraphic.com>

Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2012.  
Definicion.de: Definición de hermenéutica (<https://definicion.de/hermeneutica/>)

Referencia: Munari B. (1983). Como nacen los objetos. Gustavo Gili, Barcelona

## 14. ANEXOS

### 14.1. Anexos Poster científico



#### Mestiza Sabor y Tradición

Periodo Octubre 19- Marzo 2020

SA BOLAGAY LARREA, NM GUZMÁN VILLA, RA JARAMILLO GAMBOA, DF PAUTA ORDOÑEZ, CA VALDIVIESO MENESES

#### INTRODUCCIÓN

Existe relación intrínseca entre el desarrollo laboral y la educación de una nación, teniendo como propósito principal la instrucción y formación de emprendedores que aporten favorablemente al progreso productivo y permiten a la vez generar conocimiento, de esta manera que se realizó el proyecto integrador denominado "MESTIZA" Sabores y servicios. En el cual los estudiantes de la carrera de tecnología superior en gastronomía utilizaron distintos métodos para plasmar sus ideas en el campo culinario al expender diferentes productos y servicios mediante la realización de ferias gastronómicas, elaboración de productos navideños, cocteles e impartición de cursos de cocina, resultado de una planificación y esfuerzo conjunto sumado a un componente académico de excelencia.

#### METODOLOGÍA

Durante la planificación, desarrollo y ejecución del proyecto integrador se aplicó un diseño metodológico basado en ejes fundamentales, el fenomenológico, hermenéutico, práctico proyectual y cuantitativo. El fenomenológico usado en la elaboración, aplicación y análisis de encuestas realizadas a la ciudadanía para determinar sus preferencias; por medio del método hermenéutico se recopiló información bibliográfica de diferentes alternativas gastronómicas a elaborar, sus orígenes e importancia en la cultura gastronómica para exponerlo al público general, además se usó el método práctico proyectual al utilizar los diferentes métodos y técnicas de cocción en la elaboración y venta de las distintas alternativas gastronómicas y para determinar los resultados económicos es importante el diseño cuantitativo y establecer el margen de utilidad del proyecto integrador "MESTIZA"

#### RESULTADOS

##### Postres navideños



##### Pan navideño



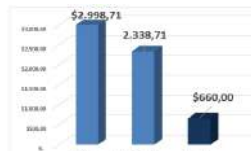
##### Festival de cocteles



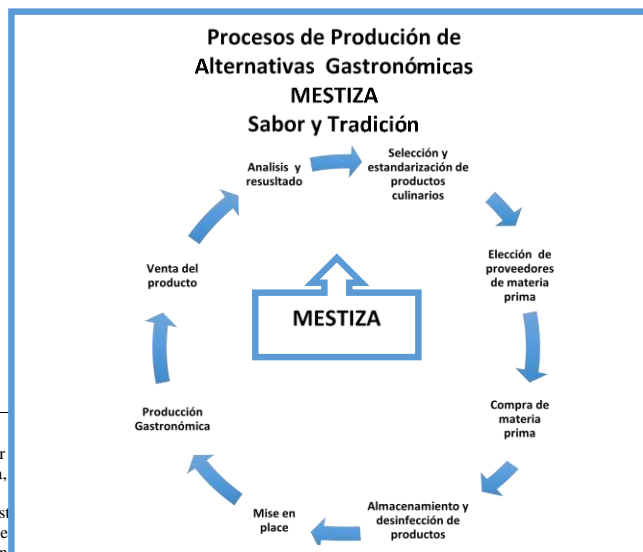
##### Cocina nacional



##### Feria gastronómica



##### Talleres prácticos



le charlas magistrales y talleres para fomentar

- Difundir los productos y servicios gastronómicos por medio de mecanismos de promoción y publicidad para empoderar la marca MESTIZA: sabor y tradición y maximizar el valor de la oferta.
- Comercializar servicios gastronómicos mediante la ejecución de talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas.
- Evaluar los resultados obtenidos del Proyecto Integrador, en base a la utilidad para medir el grado de satisfacción del estudiante y del consumidor final.
- Exponer los resultados del proyecto integrador del ejercicio académico octubre 2019 – marzo 2020 a los estudiantes de la Carrera de Gastronomía y Tecnología Superior en Gastronomía, mediante una socialización para transparentar todos los ingresos y egresos económicos y que el estudiante se sienta motivado para ser un futuro emprendedor.

gastronómicos y comercialización de p  
los estudiantes fomentando el espíritu emprendedor y así poder generar nuevas ideas de negocio a corto plazo.

- A través de promociones y publicidad difundimos los productos y servicios gastronómicos empoderando la marca MESTIZA sabor y tradición maximizando su valor de oferta en la mente del consumidor lojano.
- Comercializamos talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas al arte culinario.
- Los resultados obtenidos del proyecto integrador fueron evaluados en base a la utilidad obtenida midiendo el nivel de satisfacción del estudiante y del consumidor.
- Se socializó los resultados obtenidos en el proyecto integrador de la Carrera de Gastronomía a través del poster científico donde se puede evidenciar la factibilidad de nuestro emprendimiento.

Figura 3: poster científico

Fuente: coordinador de la carrera

## 14.2. Cronograma de actividades

Tabla 25: cronograma de actividades

N°	OBJETIVO	ACTIVIDAD	OCTUBRE					NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO					
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Realizar un estudio de mercado, por medio de la observación directa y encuestas aplicadas a la ciudadanía lojana, para determinar productos y servicios con mayor demanda.	- Aplicación (online) y tabulación de encuestas.			X																				
		- Presentación de resultados.																							
		- Determinación de productos y servicios a ofertar.					X																		
2	Desarrollar productos y servicios gastronómicos de calidad, utilizando métodos y técnicas culinarias, para cubrir las necesidades y expectativas del cliente potencial.	- Compra de materia prima para elaboración de productos.											X												
		- Degustación de perrnil artesanal empacado al vacío para canasta navideña ISTS.											X												
		- Elaboración de productos de repostería navideña y pan navideño.												X	X	X									
		- Festival de cocteles.																							X
		- Feria Gastronómica de cocina ecuatoriana.																							X
		- Feria Gastronómica de cocina de autor.																							X
3	Capacitar a los estudiantes en emprendimientos gastronómicos y comercialización de productos y servicios, por medio de talleres para fomentar en el estudiante el espíritu emprendedor.	- Contactar el capacitador.		X																					
		- Convocar a los estudiantes.			X																				
		- Logística para la capacitación.				X																			
4	Difundir y comercializar los productos y servicios gastronómicos por medio de mecanismos de promoción y publicidad para hacer conocer y maximizar el valor de la oferta.	- Elaboración de diseño de la marca y artes para redes sociales y hojas volantes.		X	X																				
		- Elaboración de material didáctico.																							
		- Promoción de productos y servicio.									X	X													

									X
									X
5	Comercializar servicios gastronómicos mediante la ejecución de talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas.	-	Compra de materia prima para talleres prácticos de cocina navideña.						X
		-	Ejecución de talleres prácticos de cocina navideña.						X
6	Evaluar los resultados obtenidos del Proyecto Integrador, en base a la utilidad obtenida para medir el grado de satisfacción del estudiante y del consumidor final.	-	Aplicación de encuestas para conocer el grado de satisfacción de los clientes.						X
7	Indicar los resultados del proyecto integrador del ejercicio académico octubre 2019 – marzo 2020 a los estudiantes de la Carrera de Gastronomía y Tecnología Superior en Gastronomía, mediante una socialización para transparentar todos los ingresos y egresos económicos y que el estudiante se sienta motivado para ser un futuro emprendedor.	-	Exposición de resultados del proyecto integrador.						X

### 14.3. Presupuesto

Tabla 26: recursos económicos

<b>RECURSO ECONÓMICO</b>			
<b>PRODUCTO / SERVICIO</b>	<b>CICLO</b>	<b>SECCIÓN</b>	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>
Postres navideños	Primero	Diurno Nocturno Fin de semana	\$12,00 por estudiante
Pan navideño	Segundo	Diurno	Se utilizará la utilidad del ejercicio anterior: \$339,50
Festival de cocteles	Tercero	Diurno	Utilidad del ejercicio anterior: Paralelo "A" \$287,10 Paralelo "B" \$278,80
		Nocturno	\$20 por estudiante
Cocina nacional	Cuarto	Diurno	Utilidad del ejercicio anterior: \$1210.65
Feria gastronómica	Quinto	Diurno	Utilidad del ejercicio anterior: \$1.086
		Fin de semana	\$27.00 por estudiante
Talleres prácticos	Sexto	Diurno Fin de semana	\$14,00 por estudiante



#### **14.4. Acta de cumplimiento**

##### **ACTA Nro. 7**

En la ciudad de Loja a los tres días del mes de febrero del año dos mil veinte, siendo las quince horas (tres de la tarde), en la sala de profesores del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, previa convocatoria se reúnen los docentes de la carrera de Gastronomía: Tglo. Carlos Valdivieso en calidad de Coordinador y Lic. Nancy Guzmán, Lic. David Pauta, Lic. Saúl Bolagay, Tlgo. Erick Barraqueta, Ing. Rene Jaramillo e Ing. Salomé Martínez en calidad de Docentes con la finalidad de tratar el siguiente orden del día:

1. Constatación del quórum.
2. Saludo de bienvenida por parte del coordinador de carrera.
3. Revisión y aprobación de cumplimiento de proyecto integrador
4. Despedida.

**Punto uno:** En la reunión de trabajo se constató la presencia de los convocados a la jornada laboral; de cuya asistencia se obtiene: Tglo. Carlos Valdivieso en calidad de Coordinador y Lic. Nancy Guzmán, Lic. David Pauta, Lic. Saúl Bolagay, Tlgo. Erick Barraqueta, Ing. Rene Jaramillo e Ing. Salomé Martínez en calidad de Docentes los mismos que conforman el equipo de trabajo de la carrera de Gastronomía del ISTS.

**Punto dos:** Posteriormente el coordinador extendió su saludo a todos los presentes; dio la bienvenida a los miembros del grupo de trabajo a quienes expresó su agradecimiento por la asistencia y puntualidad; una vez culminado esto, los docentes de la carrera de Gastronomía dan a conocer sobre los proyectos que elaboraron en el semestre octubre 2019 – marzo 2020 denominado “MESTIZA” Sabor y tradición.

El Lic. Saul Bolagay socializa su proyecto de Postres Navideños realizado con los estudiantes de los primeros ciclos; y de igual manera el proyecto del Pan Navideño realizado con los estudiantes de segundo ciclo.

El Tlgo. Carlos Valdivieso socializa su proyecto, Festival de Cocteles que se lo realizo con los estudiantes de terceros ciclos.

El Ing. Rene Jaramillo socializa su proyecto de Cocina Ecuatoriana que se lo realizo con los estudiantes de cuartos ciclos.

La Lic. Nancy Guzmán socializa su proyecto de Cocina de autor que se lo realizo con los estudiantes de quintos ciclos.

El Lic. David Pauta socializa su proyecto de Cursos de cocina que se lo realizo con los estudiantes de sexto ciclos.

***Punto tres:*** Una vez socializado dichos proyectos se hicieron los cambios pertinentes del mismo y se realizó la impresión para la posterior entrega a las autoridades encargadas para su respectiva revisión

***Punto cuarto:*** Sin haber otro punto a tratar se dio por terminada la reunión de trabajo, siendo las diecisiete horas en punto del día antes indicado; firmando para constancia de lo actuado:

Tlgo. Carlos A. Valdivieso M.

**COORDINADOR GASTRONOMÍA**

Lic. Nancy Guzmán.

Lic. David Pauta.

Lic. Saul Bolagay.

Tglo. Erick Barrazueta.

Ing. René Jaramillo.

Ing. Salomé Martínez.

**DOCENTES DE EQUIPO DE TRABAJO**

## 14.5. Seguimiento de actividades cumplidas

Tabla 27: Seguimiento de actividades



### HOJA PARA EL CONTROL DEL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN TEMA DEL PROYECTO: “MESTIZA” Sabor y tradición

SEMESTRE OCTUBRE 2019 - MARZO 2020

**DOCENTES RESPONSABLES:**

Lic. Nancy Guzmán, Lic. David Pauta, Tlgo. Carlos Valdivieso, Lic. Saul Bolagay, Ing. Rene Jaramillo Ing. Salomé Martínez

ACTIVIDAD			REVISIÓN			
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA	AVANCE %	RESPONSABLE	FECHA	FIRMA
-Aplicación y tabulación de encuestas.	Tlga. Estefanía Cárdenas	14 al 26 de octubre del 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	14 al 26 de octubre del 2019	
-Presentación de resultados.		04 al 09 noviembre del 2019			04 al 09 noviembre del 2019	
-Determinación de productos y servicios a ofertar.						

-Compra de materia prima para elaboración de productos.	Lic. Nancy Guzmán Lic. David Pauta Ing. Rene Jaramillo Lic. Saul Bolagay Tlgo. Carlos Valdivieso	Dos días previos a la elaboración de cada producto.	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	Dos días previos a la elaboración de cada producto.
Elaboración y venta de productos de repostería navideña.	Lic. Saul Bolagay	02 al 20 de diciembre del 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	02 al 20 de diciembre del 2019
Elaboración y venta de pan navideño.	Lic. Saul Bolagay	02 al 20 de diciembre del 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	02 al 20 de diciembre del 2019
Ejecución de festival de cocteles.	Tlgo. Carlos Valdivieso	24 de enero del 2020	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	24 de enero del 2020
Ejecución de feria gastronómica de cocina nacional.	Ing. Rene Jaramillo	16 de enero del 2020	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	16 de enero del 2020
Ejecución de feria gastronómica de cocina de autor.	Lic. Nancy Guzmán	16 de enero del 2020	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	16 de enero del 2020
Logística para el desarrollo de la capacitación.	Ing. Salomé Martínez Lic. Nancy Guzmán	14 al 24 de octubre de 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	14 al 24 de octubre de 2019

Ejecución de la capacitación.	Ing. Salomé Martínez Lic. Nancy Guzmán	25 de octubre de 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	25 de octubre de 2019
Elaboración de diseño de la marca, artes para redes sociales.	Ing. Salomé Martínez	29 al 31 de octubre del 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	29 al 31 de octubre del 2019
Promoción de productos y servicios.	Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía.	01 al 30 de noviembre de 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	01 al 30 de noviembre de 2019
Ejecución de talleres prácticos de cocina.	Lcdo. David Pauta Estudiantes de sexto ciclo (todas las secciones)	20 y 22 de noviembre de 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	20 y 22 de noviembre de 2019
		27 y 29 de noviembre de 2019			27 y 29 de noviembre de 2019
		04 y 06 de diciembre de 2019			04 y 06 de diciembre de 2019
Aplicación de encuestas para conocer el grado de satisfacción de los clientes.	Tlga. Estefanía Cárdenas Estudiantes de 6° ciclo de la Carrera de Gastronomía.	27 al 31 de enero 2020	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	27 al 31 de enero 2020

---

Exposición de resultados del proyecto integrador.	Estudiantes y docentes de la Carrera de Gastronomía.	03 al 07 de febrero de 2019	100%	Tlgo. Carlos Valdivieso	03 al 07 de febrero de 2019
---	--	-----------------------------	------	-------------------------	-----------------------------

---

**PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

**100%**

**Fuente:** Tlgo. Carlos Valdivieso

Tlgo. Carlos A. Valdivieso M.  
COOR. CARRERA DE GASTRONOMÍA  
**REALIZADO**

Ing. María Cristina Moreira, Mgs.  
COOR. DE INVESTIGACIÓN E  
INNOVACIÓN  
**REVISADO**

Ing. Patricio Villamarín C.  
VICERRECTOR ACADÉMICO  
**APROBADO**



SEMESTRE: OCTUBRE 2019 – MARZO 2020

CARRERA: TECNOLOGIA SUPERIOR EN GASTRONOMIA

**TEMA DEL PROYECTO INTEGRADOR: INNOVACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS OFERTADOS POR LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA PARA EL PERIODO OCTUBRE 2019 - MARZO 2020: MESTIZA: SABOR Y TRADICIÓN.**

Tabla 28: Matriz resumen evaluativa

<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>PROPUESTA DE ACCIÓN</b>	<b>EVALUACIÓN</b>	<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>
Realizar un estudio de mercado, por medio de la observación directa y encuestas aplicadas a la ciudadanía lojana, para determinar productos y servicios gastronómica con mayor demanda.	Método Fenomenológico	Organización y ejecución varios productos gastronómica para demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana y académica, además de esto con el presente proyecto se pretende incentivar al estudiante a emprender,	Comercialización de nuevas alternativas culinarias como: Postres navideños, Pan Navideño, Festival de cocteles, Feria de cocina ecuatoriana, Feria de cocina de autor y cursos de cocina en el emprendimiento denominado	Organiza y ejecuta eventos gastronómicos como ferias, capacitaciones, Servicio al cliente, Elaboración de bebidas alcohólicas para desarrollar espacios de producción y comercialización a través de la exposición de las habilidades y competencias obtenidas para la generación de
Desarrollar productos y servicios gastronómicos de calidad, utilizando métodos y técnicas	Método hermenéutico			

<p>culinarias, para cubrir las necesidades y expectativas del cliente potencial.</p>		<p>desarrollando sus habilidades y conocimientos comercializando sus propios productos dándole solución a los problemas laborales que actualmente se vive en nuestra localidad</p>	<p>“MESTIZA” Sabor y Tradición.</p>	<p>microemprendimientos y fuentes de empleo</p>
<p>Capacitar a los estudiantes en emprendimientos gastronómicos y comercialización de productos y servicios, por medio de charlas magistrales y talleres para fomentar en el estudiante el espíritu emprendedor.</p>	<p>Método Práctico Proyectual</p>			
<p>Difundir los productos y servicios gastronómicos por medio de mecanismos de promoción y publicidad para empoderar la marca MESTIZA: sabor y</p>				



tradición y maximizar el valor de la oferta.	Método Práctico Proyectual			
Comercializar servicios gastronómicos mediante la ejecución de talleres prácticos de cocina navideña para fortalecer el conocimiento culinario de personas aficionadas.	Método Práctico Proyectual			
<p>Evaluar los resultados obtenidos del Proyecto Integrador, en base a la utilidad obtenida para medir el grado de satisfacción del estudiante y del consumidor final.</p> <p>Indicar los resultados del proyecto integrador del ejercicio académico octubre 2019 – marzo 2020 a los estudiantes de la Carrera de Gastronomía y</p>	Método Práctico Proyectual			

<p>Tecnología Superior en Gastronomía, mediante una socialización para transparentar todos los ingresos y egresos económicos y que el estudiante se sienta motivado para ser un futuro emprendedor.</p>				
---	--	--	--	--

**Fuente:** Tlgo. Carlos Valdivieso

<p>Tlgo. Carlos A. Valdivieso M. <b>COORDINADOR CARRERA DE GASTRONOMÍA</b></p>	<p>Ing. María Cristina Moreira, Mgs. <b>COORDINADORA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</b></p>	<p>Ing. Patricio Villamarín, Mgs <b>VICERRECTOR ACADÉMICO</b></p>
--	---	---

## 14.6.Evidencias fotográficas y de video

### Marca “MESTIZA”



Figura 4: logo de mestiza  
Fuente: estudiantes de diseño



Figura 5: diseño de publicidad de mestiza  
Fuente: estudiantes de diseño

## Postres y pan navideño



Figura 6: preparación de los productos 1 de mestiza  
Fuente: estudiantes de la carrera



## Festival de cocteles



Figura 7: preparación de los productos 2 de mestiza  
Fuente: estudiantes de la carrera

## Feria de cocina ecuatoriana



Figura 8: preparación de los productos 3 de mestiza  
Fuente: estudiantes de la carrera



## Feria de cocina de autor



Figura 9: preparación de los productos 4 de mestiza  
Fuente: estudiantes de la carrera

## Cursos de cocina




Figura 10: preparación de los productos 5 de mestiza  
Fuente: estudiantes de la carrera



## 14.7. Recetas estándar

### Postres Navideños

		<b>COSTOS DE FABRICACIÓN &amp; PVP</b>						
<b>NOMBRE DE RECETA</b>								
<b>MOUSSE DE MARACUYÁ</b>								
<b>TIPO:</b> Postre Frío						<b>PAX:</b> 320		
<b>MATERIA PRIMA</b>						<b>COSTO</b>		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
<b>Bizcochuelo</b>								
\$ 0,76	Kg	Harina	0,021	6,857	Kg	\$ 0,02	\$ 5,21	
\$ 4,40	Kg	Polvo de hornear	0,001	0,230	Kg	\$ 0,00	\$ 1,01	
\$ 0,80	Kg	Azúcar Blanca	0,017	5,500	Kg	\$ 0,01	\$ 4,40	
\$ 0,10	U	Huevos (50 g)	0,516	165,000	U	\$ 0,05	\$ 16,50	
\$ 4,62	Kg	Cocoa	0,012	3,700	Kg	\$ 0,05	\$ 17,09	
\$ 1,65	Kg	Mantequilla	0,004	1,371	Kg	\$ 0,01	\$ 2,26	
<b>Mousse</b>								
\$ 2,10	L	Zumo de Maracuyá	0,030	9,600	L	\$ 0,06	\$ 20,16	
\$ 0,10	U	Huevos (50 g)	0,429	137,143	U	\$ 0,04	\$ 13,71	
\$ 5,18	L	Crema de leche (alpina)	0,036	11,429	L	\$ 0,19	\$ 59,20	
\$ 0,80	Kg	Azúcar Blanca	0,030	9,600	Kg	\$ 0,02	\$ 7,68	
\$10,40	Kg	Gelatina sin sabor	0,001	0,320	Kg	\$ 0,01	\$ 3,33	
<b>Baño</b>								
\$ 0,80	Kg	Azúcar Blanca	0,014	4,571	Kg	\$ 0,01	\$ 3,66	
\$ 2,10	L	Zumo de Maracuyá (15 ml)	0,003	0,920	L	\$ 0,01	\$ 1,93	
\$ 0,10	L	Agua	0,007	2,286	L	\$ 0,00	\$ 0,23	
<b>Cobertura</b>								
\$ 2,10	L	Zumo de Maracuyá	0,007	2,286	L	\$ 0,02	\$ 4,80	
\$ 0,80	Kg	Azúcar Blanca	0,007	2,286	Kg	\$ 0,01	\$ 1,83	
\$ 0,10	L	Agua	0,007	2,286	L	\$ 0,00	\$ 0,23	
\$10,40	Kg	Gelatina sin sabor	0,001	0,320	Kg	\$ 0,01	\$ 3,33	
<b>Insumos y Formato</b>								
\$ 0,09	U	Tarrina cuadrada (envase)	1,000	320,000	U	\$ 0,09	\$ 28,80	
\$ 0,10	U	Adhesivo de marca y Caducidad	1,000	320,000	U	\$ 0,10	\$ 33,28	
						\$ -	\$ -	
<b>IMAGEN</b>						<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 0,71</b>	<b>\$ 228,65</b>
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,04	\$ 11,43
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,04	\$ 11,43
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 0,79</b>	<b>\$ 251,51</b>
						74% (mano de obra directa) MOD	\$ 0,58	\$ 186,12
						16% (costos generales de fab) CGF	\$ 0,13	\$ 40,24
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 1,49</b>	<b>\$ 477,87</b>
						67% UTILIDAD	\$ 1,01	\$ 322,56
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 2,50</b>	<b>\$ 800,43</b>
						IVA 12%	\$ -	\$ -
						SERVICIO 10%	\$ -	\$ -
						<b>PVP</b>	<b>\$ 2,50</b>	<b>\$ 800,43</b>
<b>Observaciones:</b>								







## Feria de cocina ecuatoriana

 		<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>					
NOMBRE DE RECETA: LLAPINGACHOS							
						PAX:	120
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,00	1000	papa chola	100	12000	kg	\$ 0,10	\$ 12,00
\$ 6,50	1000	chorizo	50	6000	kg	\$ 0,325	\$ 39,00
\$ 0,80	1000	lechuga	25	3000	kg	\$ 0,020	\$ 2,40
\$ 2,00	1000	aguacate	30	3600	kg	\$ 0,060	\$ 7,20
\$ 0,90	1000	platano	20	2400	kg	\$ 0,02	\$ 2,16
\$ 0,70	1000	mote	50	6000	kg	\$ 0,04	\$ 4,20
\$ 0,80	1000	tomate de riñon	30	3600	kg	\$ 0,02	\$ 2,88
\$ 1,00	1000	cebolla paiteña	25	3000	kg	\$ 0,03	\$ 3,00
\$ 3,00	1000	huevo	20	2400	kg	\$ 0,06	\$ 7,20
\$ 2,00	1000	aceite deachote	15	1800	kg	\$ 0,03	\$ 3,60
\$ 4,00	1000	manteca de cerdo	12	1440	kg	\$ 0,05	\$ 5,76
<b>Subtotal de Costo</b>						<b>\$ 0,75</b>	<b>\$ 89,40</b>
5% CONDIMENTOS						\$ 0,04	\$ 4,47
5% DESPERDICIOS						\$ 0,04	\$ 4,47
<b>Costo (materia prima) MP</b>						<b>\$ 0,82</b>	<b>\$ 98,34</b>
30% (mano de directa)MOD						\$ 0,25	\$ 29,50
30% (costos generales de fab)CGF						\$ 0,25	\$ 29,50
<b>COSTO TOTAL</b>						<b>\$ 1,31</b>	<b>\$ 157,34</b>
30% UTILIDAD						\$ 0,39	\$ 47,20
<b>PRECIO</b>						<b>\$ 1,70</b>	<b>\$ 204,55</b>
IVA 12%						\$ 0,20	\$ 24,55
SERVICIO 10%						\$ 0,17	\$ 20,45
<b>PVP</b>						<b>\$ 2,08</b>	<b>\$ 249,55</b>





## Cursos de cocina

 		<h1>COSTOS DE FABRICACIÓN &amp; PVP</h1>					
<b>NOMBRE DE LA RECETA</b>							
Lomo de cerdo en salsa de mora							
<b>TIPO</b>						<b>PAX</b>	1
<b>MATERIA PRIMA</b>					<b>COSTO</b>		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3.80	Kg	cerdo	300,00	300,00	Kg	0.90	0.90
1.50	kg	mora	30,00	30,00	kg	0.10	0.10
1.00	kg	cilantro	15,00	15,00	kg	0.05	0.05
1.50	kg	brocoli	20,00	20,00	kg	0.05	0.05
\$ 2,50	Kg	azucar morena	50,00	50,00	Kg	0.12	0.12
1.00	Kg	platano verde	30,00	30,00	Kg	0.07	0.07
1.00	kg	tomillo	20,00	20,00	kg	0.04	0.04
4.00	Kg	Vino Blanco	100,00	100,00	Kg	0.07	0.07
		sal			Kg	0.00	0.00
		pimienta				0.00	0.00
\$ 2,00	Lt	Aceite	60,00	60,00	Kg	0.05	0.05
		<b>Subtotal del costo</b>		<b>1.45</b>	<b>1.45</b>		
				5% CONDIMENTOS	0.07	0.07	
				5% DESPERDICIOS	0.07	0.07	
				<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	<b>1.59</b>	<b>1.59</b>	
				30% (Mano de obra directa) MOD	0.48	0.48	
				30% (Costos generales de fabricación) CGF	0.48	0.48	
				<b>COSTO TOTAL</b>	<b>2.55</b>	<b>2.55</b>	
				30% UTILIDAD	0.77	0.77	
				PRECIO	3.32	3.32	
				IVA 12%	0.40	0.40	
		SERVICIO 10%	0.33	0.33			
		<b>PVP</b>	<b>04.05</b>	<b>04.05</b>			

## 14.8.Ingresos y egresos

### Postres Navideños

<b>EGRESOS</b>			
<b>COSTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
640	Costo de Producción Diurno (Materia Prima)	\$ 0,89	\$ 569,60
74	Costo de Producción Fin de Semana (Materia Prima)	\$ 0,89	\$ 65,86
42	Mano de Obra por estudiante (6 horas base)	\$ 9,85	\$ 413,70
	Costos Indirectos de Fabricación CIF (5% de ventas totales por depreciación laboratorios)	\$ -	\$ 89,25
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
<b>Total</b>			<b>\$ 1.138,41</b>

<b>GASTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	Transporte (para transporte de MP)	\$ -	\$ 5,22
1	Promoción y Difusión	\$ -	\$ -
1	Ambientación (alambre, plástico, otros)	\$ -	\$ -
1	Capacitación Emprendimiento (transversalidad)	\$ -	\$ -
42	Logística Socialización Proyecto Integrado (SPI)	\$ 2,00	\$ 84,00
<b>Total</b>			<b>\$ 89,22</b>

<b>INGRESOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
42	Capital Inicial por persona	\$ 12,00	\$ 504,00
640	Ventas Sección Diurna (PVP por Producto)	\$ 2,50	\$ 1.600,00
74	Ventas Fin de Semana (PVP por Producto)	\$ 2,50	\$ 185,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
<b>Total</b>			<b>\$ 2.289,00</b>

<b>CUADRO RESUMEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Ingresos (+)	\$ 2.289,00
Costos y Gastos (-)	\$ 1.227,63
Capital Inicial (-)	\$ 504,00
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 557,37</b>



## Pan navideño

<b>EGRESOS</b>			
<b>COSTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
354	Costo Panetón de Chispas de Chocolate	\$ 1,77	\$ 626,58
80	Costo Panetón Para Hospital	\$ 1,28	\$ 102,40
192	Costo Panetón de Fruta y pasas	\$ 1,66	\$ 318,72
18	Mano de Obra por estudiante (6 horas base)	\$ 9,85	\$ 177,30
	Costos Indirectos de Fabricación CIF (5% de ventas totales por depreciación laboratorios)	\$ -	\$ 109,98
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>	\$	1.334,98

<b>GASTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	Transporte (para transporte de MP)	\$ -	\$ 10,00
1	Promoción y Difusión	\$ 14,66	\$ 14,66
1	Ambientación (alambre, plástico, otros)	\$ -	\$ -
1	Capacitación Emprendimiento (transversalidad)	\$ -	\$ -
18	Logística Socialización Proyecto Integrado (SPI)	\$ 2,00	\$ 36,00
	<b>Total</b>	\$	60,66

<b>INGRESOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	Recapitalización	\$ -	\$ 300,00
354	Ventas Panetón de Chispas de Chocolate	\$ 3,75	\$ 1.327,50
80	Ventas Panetón Para Hospital	\$ 2,50	\$ 200,00
192	Ventas Panetón de Fruta y pasas	\$ 3,50	\$ 672,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>	\$	2.499,50

<b>CUADRO RESUMEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Ingresos (+)	\$ 2.499,50
Costos y Gastos (-)	\$ 1.395,64
Capital Inicial (-)	\$ 300,00
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 803,87</b>



## Festival de Cocteles

<b>EGRESOS</b>			
<b>COSTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
555	Costo de Producción (Materia Prima)	\$ 1,00	\$ 557,02
36	Mano de Obra por estudiante (6 horas base)	\$ 9,85	\$ 354,60
	Costos Indirectos de Fabricación (5% de ventas totales por depreciación laboratorios)	\$ -	\$ 111,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>	\$	1.022,62

<b>GASTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Menaje (Alquileres de mesas y Copas)	\$ 200,03	\$ 200,03
1	Cartel de menú	\$ 9,40	\$ 9,40
1	amplificación	\$ -	\$ -
1	Capacitación Emprendimiento (trasversalidad)	\$ -	\$ -
36	Logística Socialización Proyecto Integrado (SPI)	\$ 2,00	\$ 72,00
	<b>Total</b>	\$	281,43

<b>INGRESOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
10	Capital inicial por estudiante (3ro Nocturno)	\$ 20,00	\$ 200,00
1	Capital inicial (utilidad del ejercicio anterior)	\$ 565,90	\$ 565,90
555	Ventas (Precio de Venta al Público por boleto)	\$ 4,00	\$ 2.220,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>	\$	2.985,90

<b>CUADRO RESUMEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Ingresos (+)	\$ 2.985,90
Costos y Gastos (-)	\$ 1.304,05
Capital Inicial (-)	\$ 765,90
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 915,95</b>

## Feria de gastronomía cocina ecuatoriana

<b>EGRESOS</b>			
<b>COSTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
325	Costo de Producción (Materia Prima)	\$ 0,95	\$ 308,75
13	Mano de Obra por estudiante (6 horas base)	\$ 9,85	\$ 128,05
	Costos indirectos de fabricación (5% en ventas totales por depreciación laboratorios)	\$ -	\$ 56,88
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>		\$ 493,68

<b>GASTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Menaje (Soleventos)	\$ 26,00	\$ 26,00
1	Fundas plásticas	\$ 0,65	\$ 0,65
1	Impresión boletos	\$ 12,22	\$ 12,22
1	Arreglos florales	\$ 2,08	\$ 2,08
13	Logística Socialización Proyecto Integrado (SPI)	\$ 2,00	\$ 26,00
1	Trajes típicos (alquiler)	\$ 18,00	\$ 18,00
	<b>Total</b>		\$ 84,95

<b>INGRESOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Capital Inicial (utilidad del ejercicio anterior)	\$ 1.210,65	\$ 1.210,65
325	Ventas (Precio de Venta al Público por boleto)	\$ 3,50	\$ 1.137,50
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>		\$ 2.348,15

<b>CUADRO RESUMEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Ingresos (+)	\$ 2.348,15
Costos y Gastos (-)	\$ 578,63
Capital Inicial (-)	\$ 1.210,65
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 558,88</b>

## Feria gastronómica de cocina de autor

<b>EGRESOS</b>			
<b>COSTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
600	Costo de producción Taller (Materia Prima)	\$ 1,50	\$ 900,00
29	Mano de Obra por estudiante (6 horas base)	\$ 9,85	\$ 285,65
	Costos indirectos de Fabricación (5% de ventas totales por Depresiación laboratorios)	\$ -	\$ 105,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>		\$ 1.290,65

<b>GASTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Menaje( Soleventos)	\$ 58,00	\$ 58,00
1	Fundas plasticas	\$ 1,45	\$ 1,45
1	Impresión boletos	\$ 27,26	\$ 27,26
1	Arreglos Florales	\$ 4,64	\$ 4,64
29	Logística Socialización Proyecto Integrado (SPI)	\$ 2,00	\$ 58,00
	<b>Total</b>		\$ 149,35

<b>INGRESOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
29	Capital inicial (utilidad del ejercicio anterior)	\$ 30,99	\$ 898,71
600	Ventas (Precio de venta al publico por boleto)	\$ 3,50	\$ 2.100,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>		\$ 2.998,71

<b>CUADRO RESUMEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Ingresos (+)	\$ 2.998,71
Costos y Gastos (-)	\$ 1.440,00
Capital Inicial (-)	\$ 898,71
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 660,00</b>

## Feria gastronómica de cocina de autor fin de semana

<b>EGRESOS</b>			
<b>COSTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
120	Costo ejecución de Taller (Materia Prima)	\$ 1,33	\$ 159,60
10	Mano de Obra por estudiante (6 horas base)	\$ 9,85	\$ 98,50
	Costos indirectos de fabricación (5% en ventas totales por depreciación laboratorios)	\$ -	\$ 21,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>	\$	279,10

<b>GASTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Menaje (Soleventos)	\$ 19,30	\$ 19,30
1	Fundas plásticas	\$ 0,50	\$ 0,50
1	Impresión boletos	\$ 9,10	\$ 9,10
1	Arreglos florales	\$ 1,50	\$ 1,50
10	Logística Socialización Proyecto Integrado (SPI)	\$ 2,00	\$ 20,00
	<b>Total</b>	\$	120,40

<b>INGRESOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Capital Inicial por persona	\$ 161,20	\$ 161,20
120	Ventas (Precio de Venta al Público por boleto)	\$ 3,50	\$ 420,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
	<b>Total</b>	\$	581,20

<b>CUADRO RESUMEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Ingresos (+)	\$ 581,20
Costos y Gastos (-)	\$ 399,50
Capital Inicial (-)	\$ 161,20
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 20,50</b>

## Cursos de cocina

<b>EGRESOS</b>			
<b>COSTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Costo de producción Taller (Materia Prima)	\$ 394,72	\$ 394,72
24	Mano de Obra por estudiante (6 horas base)	\$ 9,85	\$ 236,40
	Costos indirectos de Fabricación (5% de ventas totales por Depreciación laboratorios)	\$ -	\$ 87,75
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
<b>Total</b>			<b>\$ 718,87</b>

<b>GASTOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Carpetas	\$ 12,42	\$ 12,42
1	Impresiones/copias	\$ 53,31	\$ 53,31
1	Esferos	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Baterías Mic	\$ 15,00	\$ 15,00
1	Logística Socialización Proyecto Integrado (SPI)	\$ 48,00	\$ 48,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
<b>Total</b>			<b>\$ 148,73</b>

<b>INGRESOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
24	Capital inicial (utilidad del ejercicio anterior)	\$ 14,00	\$ 336,00
117	Servicio de Taller Gastronómico (PVP por persona)	\$ 15,00	\$ 1.755,00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
<b>Total</b>			<b>\$ 2.091,00</b>

<b>CUADRO RESUMEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Ingresos (+)	\$ 2.091,00
Costos y Gastos (-)	\$ 867,60
Capital Inicial (-)	\$ 336,00
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 887,40</b>

## 14.9. Encuesta



### ENCUESTA

La presente encuesta la aplicamos con la finalidad de determinar las necesidades de promover la comercialización de productos y servicios gastronómicos que contribuyan al consumo y aprendizaje de las personas en la ciudad de Loja. Le solicitamos de la manera más comedida se digne dar respuesta a las siguientes preguntas para lo cual es preciso de su información veraz y confiable:

1. Edad: 18- 27 años ( )  
28- 38 años ( )  
39- 48 años ( )  
49 - 58 años ( )  
59 o más ( )
2. ¿Qué característica usted observa al momento de comprar un producto gastronómico?  
Calidad ( ) Sabor ( )  
Precio ( ) Cantidad ( )
3. ¿Le gusta adquirir productos gastronómicos de cocina ecuatoriana dentro de una feria gastronómica?  
SI ( ) NO ( )
4. ¿Qué tipo de comida ecuatoriana prefiere consumir?  
Comida de la Sierra ( )  
Comida de la Costa ( )  
Comida del Oriente ( )
5. ¿Prefiere que en una feria gastronómica los productos sean para...?  
Servirse en el lugar ( ) Llevar a domicilio ( )
6. En qué horario desearía que se desarrollen las ferias gastronómicas en la ciudad de Loja?  
En la mañana ( ) En la tarde ( ) En la noche ( )
7. Le interesaría asistir a cursos cortos de cocina en la ciudad de Loja?  
SI ( ) NO ( )
8. ¿Cuál de los siguientes temas, le gustaría que se impartan en un curso de cocina?  
Comida Italiana ( )  
Comida Mexicana ( )  
Comida Francesa ( )  
Comida Peruana ( )

- Comida Colombiana ( )
- Comida Española ( )
- Menús Navideños ( )
- Coctelería ( )

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una capacitación gastronómica?

- \$ 15.00 ( )
- \$ 20.00 ( )
- \$ 25.00 ( )

10. Ha consumido productos de repostería navideños ?

- SI ( )                      NO ( )

11. ¿Qué tipo de producto de repostería le gustaría probar?

- Postres navideños ( )
- Galletas navideñas ( )
- Tortas navideñas ( )
- Chocolates navideños ( )

12. Cómo prefiere que los productos de repostería se los pueda adquirir?

- Venta personal ( )
- En el ISTS ( )
- En feria gastronómica ( )

13. Le interesaría adquirir un pan de pascua artesanal?

- SI ( )                      NO ( )

14. ¿Por qué medio de comunicación desearía enterarse de los productos y servicios gastronómicos que oferta el Instituto Sudamericano?

- Radio ( )
- Televisión ( )
- Periódico ( )
- Redes Sociales ( )

15. ¿A través de que red social le gustaría conocer sobre los productos y servicios de la Carrera de Gastronomía?

- Facebook ( )
- Instagram ( )
- Twitter ( )

***¡Gracias por su colaboración!***

<p>Tlgo. Carlos A. Valdivieso M. <b>COORDINADOR CARRERA DE GASTRONOMÍA</b></p> <p><b>ELABORADO POR:</b></p>	<p>Ing. María Cristina Moreira, Mgs. <b>COORDINADORA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</b></p> <p><b>REVISADO POR:</b></p>	<p>Ing. Patricio Villamarín, Mgs <b>VICERRECTOR ACADÉMICO</b></p> <p><b>APROBADO POR:</b></p>
---	---	---