



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas**

**Tecnología Superior en Turismo Rural**

**PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO  
OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO DEL  
RESTAURANTE: ASADERO TÍPICO DOÑA  
ROSITA DE LA COMUNIDAD DE SAN JOSÉ  
DE LA PARROQUIA SAN JOAQUÍN**

Autores:

**Félix Rivera Montaleza; Angélica Sigua Sigua**

Director:

**Mgst. Santiago Malo Ottati.**

**Cuenca – Ecuador**

**2024**

### **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo especialmente a Dios, a mi familia y amigos, que durante todo mi trayecto académico estuvo presente para mí, brindándome palabras de motivación y apoyo.  
Félix Ismael Rivera Montaleza

### **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios y todas las personas que me Apoyaron durante todo este proceso académico  
Brindándome apoyo y cariño.

A mi madre y a mi hija, las mujeres de mi Vida que han sido mi apoyo y mi motivación.  
Karen Angélica Sigua Sigua

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios, por cuidarme y protegerme a lo largo de esta trayectoria y mantenerme fuerte, agradezco a mi familia por brindarme su apoyo en mis trabajos de la presente carrera, también a mis queridos profesores por compartirnos su conocimiento  
Félix Ismael Rivera Montaleza

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios por haberme mantenido fuerte, a mi madre por su apoyo y a mi hija por ser mi pilar fundamental.  
También agradezco a mi tutor de tesis Mgst. Santiago Malo, quien supo guiarme Durante todo este proceso académico.  
Karen Angélica Sigua Sigua

## **RESUMEN:**

El presente trabajo de titulación, denominado “Propuesta para el mejoramiento operativo y administrativo del restaurante “Asadero Típico Doña Rosita”, se desarrolló en base a un estudio que nos permitió identificar varios problemas que se han presentado en su operación y administración, los mismos que impiden su crecimiento, para ello se realizó un estudio de la situación actual donde se identificó las falencias y problemas del día de la operación, posteriormente se generó una propuesta operativa y administrativa acorde al tipo de restaurante donde se planteó una delimitación de funciones a los cargos, mejora en los costeos de recetas, y mejora en los procesos de atención al cliente, todo este proceso fue socializado con los propietarios del restaurante quienes aceptaron la propuesta presentada por que contribuye a la mejora de su producto.

**Palabras clave:** administración, calidad, demanda, gestión, operación.

## **ABSTRACT:**

This work of graduation , called “Proposal for the operational and administrative improvement of the restaurant ‘Asadero Típico Doña Rosita’, was developed based on a study that allowed us to identify several problems that have arisen in its operation and administration, the same that prevent its growth, for this a study of the current situation was conducted where the shortcomings and problems of the day of operation were identified, Subsequently, an operational and administrative proposal was generated according to the type of restaurant where a delimitation of functions to the positions, improvement in the costing of recipes, and improvement in the processes of customer service were proposed, all this process was socialized with the owners of the restaurant who accepted the proposal presented because it contributes to the improvement of their product.

**Key words:** administration, quality, demand, management, operation.

III

IV

# ÍNDICE

## Contenido

|  |     |
|--|-----|
| <b>DEDICATORIA</b> .....   | I   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....  | II  |
| <b>RESUMEN:</b> .....  | III |
| <b>ABSTRACT:</b> .....   | IV  |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....  | X   |
| <b>CAPÍTULO 1</b> .....  | 1   |
| <b>MARCO CONCEPTUAL</b> .....                                      | 1   |
| <b>1. Definición de Turismo</b> .....                              | 1   |
| 1.1. Servicios Turísticos .....                                    | 1   |
| <b>2. Definición de restaurante</b> .....                          | 2   |
| 2.1. Tipos de Restaurantes .....                                   | 3   |
| 2.1.1. Restaurantes temáticos.....                                 | 3   |
| 2.1.2. Restaurante gourmet .....                                   | 3   |
| 2.1.3. Restaurante familiar .....                                  | 3   |
| 2.1.4. Buffet.....   | 3   |
| 2.1.5. Restaurante Fast Food .....                                 | 4   |
| 2.1.6. Restaurante Fusión.....                                     | 4   |
| 2.1.7. Restaurante Take away .....                                 | 4   |
| 2.1.8. Restaurante de Comida típica .....                          | 4   |
| 2.2. Tipos de servicios .....                                      | 5   |
| 2.2.1. Servicio de emplatado o americana .....                     | 5   |
| 2.2.2. Servicio guerdón o ruso.....                                | 5   |
| 2.2.3. Servicio francés .....                                      | 5   |
| 2.2.4. Servicio inglés .....                                       | 5   |
| <b>3. Categorías de un Restaurante</b> .....                       | 6   |
| 3.1. Restaurante de lujo (5 tenedores) .....                       | 6   |
| 3.2. Restaurantes de primera clase: 4 tenedores .....              | 6   |
| 3.3. Restaurantes de 3 tenedores .....                             | 7   |
| 3.4. Restaurantes de 2 tenedores .....                             | 7   |
| 3.5. Restaurantes de 1 tenedor.....                                | 7   |
| <b>4. MARCO LEGAL</b> .....  | 8   |
| 4.1. La constitución de la república del Ecuador del año 2008..... | 8   |
| 4.2. Ley de turismo .....  | 9   |

|                   |  |           |
|-------------------|--|-----------|
| 4.3.              | Reglamento de alimentos y bebidas .....  | 10        |
| <b>5.</b>         | <b>MACRO LOCALIZACION</b> .....  | <b>15</b> |
| 5.1               | Actividades primarias .....  | 17        |
| 5.2.              | Actividades secundarias: .....   | 19        |
| 5.3.              | Actividad secundaria: industria ligera .....                                   | 19        |
| 5.4.              | Actividad secundaria: industria pesada .....                                   | 20        |
| 5.5.              | Actividades terciarias .....   | 20        |
| <b>6.</b>         | <b>Turismo</b> .....   | <b>21</b> |
| 6.1.              | Provincia del Azuay .....  | 22        |
| <b>7.</b>         | <b>Micro Localización</b> .....  | <b>25</b> |
| 7.1.              | Población de Cuenca .....  | 26        |
| 7.2.              | División Política .....  | 26        |
| <b>8.</b>         | <b>Historia de Cuenca</b> .....  | <b>28</b> |
| 8.1.              | Parroquia San Joaquín .....  | 29        |
| 8.2.              | Actividades Económicas .....   | 31        |
| 8.3.              | Actividades Turísticas .....   | 31        |
| <b>9.</b>         | <b>Biocorredor Yanuncay</b> .....  | <b>37</b> |
| 9.1.              | Actividades económicas de la población .....                                   | 40        |
| 9.2.              | Antecedentes Históricos .....  | 41        |
| <b>10.</b>        | <b>Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita”</b> .....                          | <b>42</b> |
| <b>11.</b>        | <b>Historia del Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita</b> .....              | <b>45</b> |
| <b>CAPÍTULO 2</b> | .....  | <b>46</b> |
| <b>2.</b>         | <b>Filosofía empresarial Propuesta</b> .....                                   | <b>46</b> |
| 2.1.              | Misión y visión Propuestas .....   | 46        |
| 2.2.1.            | Misión .....   | 46        |
| 2.2.2.            | Visión .....   | 46        |
| <b>3.</b>         | <b>Mapa de ubicación del emprendimiento “Asadero Típico Doña Rosita”</b> ..... | <b>47</b> |
| 3.1.              | Factores de localización .....   | 47        |
| <b>4.</b>         | <b>Operación Actual</b> .....  | <b>50</b> |
| 4.1.              | Esquema de operación actual .....  | 50        |
| 4.2.              | Organigrama propuesto .....  | 52        |
| 4.3.              | Departamento de operaciones .....  | 53        |
| 4.4.              | Departamento de recursos humanos .....   | 55        |
| 4.5.              | Departamento de marketing y ventas .....                                       | 57        |
| 4.6.              | Departamento financiero .....  | 58        |
| <b>5.</b>         | <b>Propuesta operativa y administrativa</b> .....                              | <b>59</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| 5.1. Factor operativo y administrativo .....  | 59        |
| 5.1.1. Optimización de Cocina.....  | 59        |
| 5.2. Gestión de Inventarios .....   | 61        |
| 5.3. Servicio al Cliente: .....   | 63        |
| 5.4. Procedimientos operativos estándar (POE) .....   | 64        |
| 5.5. Control Financiero .....   | 67        |
| 5.6. Metodologías para cada área del establecimiento .....  | 68        |
| <b>6. Equipamiento Actual .....</b>   | <b>69</b> |
| 6.1. Equipamiento Propuesto .....   | 70        |
| 6.2. Menú Actual .....  | 72        |
| 6.3. Propuesta de menú .....  | 73        |
| 6.4. Perfil del cliente.....  | 74        |
| 6.4.1. Situación de segmento actual .....   | 74        |
| <b>7. Estándares del ambiente del restaurante .....</b>   | <b>79</b> |
| <b>CAPÍTULO 3 .....</b>   | <b>80</b> |
| <b>1. Contextualización del proceso de socialización: .....</b>   | <b>80</b> |
| 1.1. Propósito de la socialización. ....  | 80        |
| 1.2. Descripción de los actores locales involucrados. ....  | 80        |
| 1.3 Métodos y herramientas utilizadas para la socialización.....  | 80        |
| <b>2. Descripción del proceso de socialización:.....</b>  | <b>81</b> |
| 2.1. Fecha y localización del evento de socialización.....  | 81        |
| 2.2. Descripción del evento (agenda, duración). ....  | 81        |
| <b>3. Desarrollo del proceso de socialización:.....</b>   | <b>81</b> |
| 3.1. Descripción de los temas tratados durante la socialización. ....   | 81        |
| 3.2. Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización (p.ej., resistencias, discusiones, conflictos de intereses)..... | 82        |
| 3.3. Compromisos de los actores locales. ....   | 82        |
| <b>4. Reflexiones y lecciones aprendidas: .....</b>   | <b>82</b> |
| 4.1. Evaluación del proceso de socialización (qué funcionó, qué podría mejorarse). ...  | 82        |
| 4.2. Lecciones aprendidas que podrían aplicarse en futuras iniciativas de desarrollo turístico. ....                            | 83        |
| <b>5. Anexos y materiales de apoyo: .....</b>   | <b>83</b> |
| 5.1. Copias de registro de asistentes.....  | 83        |
| 5.2. Resúmenes de las notas tomadas durante la socialización. ....  | 84        |
| 5.3. Fotografías y videos del evento de socialización. ....   | 84        |
| <b>Conclusiones generales .....</b>   | <b>86</b> |



|                       |    |
|-----------------------|----|
| Recomendaciones ..... | 87 |
| Referencias.....      | 88 |

## INDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1:</b> Población femenina y masculina del Ecuador .....                                    | 15 |
| <b>Tabla 2:</b> Regiones del Ecuador.....   | 16 |
| <b>Tabla 3:</b> Actividades económicas primarias.....   | 18 |
| <b>Tabla 4:</b> Número de visitantes durante los años 2022-2023. (Ministerio de Turismo , 2024)...  | 22 |
| <b>Tabla 5:</b> Porcentaje de ingreso de turista por diferentes medios de transporte .....          | 22 |
| <b>Tabla 6:</b> Platos gastronómicos del Azuay .....  | 24 |
| <b>Tabla 7:</b> Porcentaje de la población Cuencana.....  | 26 |
| <b>Tabla 8:</b> Atractivos turísticos de “San Joaquín”.....   | 33 |
| <b>Tabla 9:</b> Tabla de actores involucrados dentro del restaurante .....                          | 42 |
| <b>Tabla 10:</b> Segmentación de involucrados.....  | 43 |
| <b>Tabla 11</b> .....   | 44 |
| <b>Tabla 12:</b> Factores Decisivos .....   | 48 |
| <b>Tabla 13:</b> Factores Importantes .....   | 48 |
| <b>Tabla 14:</b> Factores Deseables.....  | 48 |
| <b>Tabla 15:</b> Resultados.....  | 49 |
| <b>Tabla 16:</b> Funciones actuales del restaurante .....   | 51 |
| <b>Tabla 17:</b> Tabla de problemas operacionales .....   | 52 |
| <b>Tabla 18:</b> Funciones del departamento de operaciones.....                                     | 54 |
| <b>Tabla 19:</b> Departamento de recursos humanos .....   | 56 |
| <b>Tabla 20:</b> Departamento de marketing.....   | 57 |
| <b>Tabla 21:</b> Departamento financiero.....   | 58 |
| <b>Tabla 22:</b> Propuesta de optimización de la cocina .....                                       | 59 |
| <b>Tabla 23:</b> Propuesta para la gestión de inventarios .....                                     | 62 |
| <b>Tabla 24:</b> Estándares de servicio al cliente .....  | 64 |
| <b>Tabla 25:</b> Estándares de manipulación de alimentos .....                                      | 65 |
| <b>Tabla 26:</b> Estándares de recepción de alimentos.....  | 66 |
| <b>Tabla 27:</b> Estándar de limpieza .....   | 66 |
| <b>Tabla 28:</b> Estándar de manejo de quejas .....   | 66 |
| <b>Tabla 29:</b> Estándar de gestión de reservas .....  | 67 |
| <b>Tabla 30:</b> Propuesta de control financiero .....  | 67 |
| <b>Tabla 31:</b> Metodologías propuestas .....  | 68 |
| <b>Tabla 32:</b> El equipamiento actual del restaurante se compone de las siguientes herramientas.. | 69 |
| <b>Tabla 33:</b> .....  | 70 |
| <b>Tabla 34:</b> La propuesta sugiere nuevo material como se observa en la siguiente tabla .....    | 71 |
| <b>Tabla 35:</b> Estándares de equipamiento para la seguridad del personal y cliente.....           | 72 |
| <b>Tabla 36:</b> Propuesta de menú .....  | 73 |
| <b>Tabla 37:</b> Demanda actual del restaurante en factores de género. ....                         | 75 |
| <b>Tabla 38:</b> Demanda actual del restaurante en factores de edad.....                            | 76 |
| <b>Tabla 39:</b> Platos de mayor preferencia.....   | 77 |
| <b>Tabla 40:</b> Acompañados.....   | 78 |
| <b>Tabla 41:</b> Bebidas.....   | 78 |
| <b>Tabla 42:</b> Propuesta para mejorar la experiencia .....  | 79 |

## INDICE DE FOTOGRAFIAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Fotografía 1:</b> Lugar en donde se realizó la socialización.....      | 84 |
| <b>Fotografía 2:</b> Momento donde se explica la propuesta. ....          | 84 |
| <b>Fotografía 3:</b> Ddialogo entre los actores del establecimiento.....  | 85 |
| <b>Fotografía 4:</b> Momento del almuerzo brindado a los profesores. .... | 85 |

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

|  |    |
|--|----|
| <b>Ilustración 1:</b> Mapa del Ecuador.....                                  | 16 |
| <b>Ilustración 2:</b> Provincia del Azuay .....                              | 23 |
| <b>Ilustración 3:</b> División política del cantón Cuenca.....               | 25 |
| <b>Ilustración 4:</b> Parroquias urbanas del cantón Cuenca.....              | 27 |
| <b>Ilustración 5:</b> Parroquias Urbanas del cantón Cuenca.....              | 28 |
| <b>Ilustración 6:</b> División política de la Parroquia San Joaquín.....     | 30 |
| <b>Ilustración 7:</b> Biocorredores dentro del Ecuador.....                  | 37 |
| <b>Ilustración 8:</b> Mapa del Biocorredor Yanuncay .....                    | 39 |
| <b>Ilustración 9:</b> Años evolutivos de la estructura del restaurante ..... | 45 |
| <b>Ilustración 10:</b> Mapa Satelital de la ubicación del Restaurante.....   | 47 |
| <b>Ilustración 11:</b> Registro de asistencia .....                          | 83 |

## **INDICE DE FIGURAS**

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1:</b> Organigrama actual de Restaurante.....   | 50 |
| <b>Figura 2:</b> Organigrama propuesto. ....  | 53 |
| <b>Figura 3:</b> Organigrama del departamento de operaciones. ....                                    | 54 |
| <b>Figura 4:</b> Organigrama del departamento de recursos humanos. ....                               | 55 |
| <b>Figura 5:</b> Organigrama del departamento de Marketing. ....                                      | 57 |
| <b>Figura 6:</b> Organigrama del departamento financiero. ....  | 58 |
| <b>Figura 7:</b> Gestión de inventarios. ....   | 61 |
| <b>Figura 8:</b> Servicio al cliente. ....  | 63 |
| <b>Figura 9:</b> Representación gráfica que indica los porcentajes de las diferentes edades. ....     | 76 |
| <b>Figura 10:</b> Representación grafica de los resultados obtenidos hacia la encuesta evaluada. .... | 77 |

## **INDICE DE ANEXOS**

|  |    |
|--|----|
| <b>Anexo 1:</b> Solicitud de Autorización.....                         | 90 |
| <b>Anexo 2:</b> Encuesta dirigida a la propietaria.....                | 91 |
| <b>Anexo 3:</b> Encuesta dirigida al cliente. ....                     | 92 |
| <b>Anexo 4:</b> Matriz utilizada para la segmentación de mercado. .... | 93 |

## INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país mega diverso que se ha venido posicionando y consolidando en el mercado internacional por su riqueza natural y cultural, así mismo su riqueza gastronómica ha sido novedad de cual hablar. La provincia del Azuay ubicado en la región Andina misma que recepta un alto índice de turismo gracias a su herencia cultural y atractivos naturales. El estudio planteado se llevó a cabo en la parroquia de San Joaquín perteneciente al cantón Cuenca, este al igual que otras parroquias de Cuenca, cuenta con variedad de exquisitez gastronómica, cultural y natural.

Desde sus inicios el Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita” ha venido deleitando a comensales locales y nacionales, sin embargo, un entorno culinario y gastronómico en constante evolución, el establecimiento se ve obligado a adaptarse y arraigarse a este cambio para seguir prosperando. Mismo que carece de conocimiento para el buen manejo operativo y administrativo del establecimiento. De este contexto surge la presente propuesta que plantea estrategias, facilitando la eficiencia operativa y administrativa, permitiendo reducir costos, aumentar ganancias y garantizar la satisfacción del cliente.

Dentro del avance del proyecto se realizaron encuestas a comensales para conocer sus gustos y preferencias, ayudando a identificar problemas, propuestos como temas de capacitación al personal.

# **CAPÍTULO 1**

## **DIAGNOSTICO ACTUAL DE LA SITUACIÓN OPERATIVA Y ADMINISTRATIVA DEL RESTAURANTE “ASADERO TIPICO DOÑA ROSITA”**

### **MARCO CONCEPTUAL**

#### **1. Definición de Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), se define esta actividad como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Estas personas se denominan viajeros y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (ONU Turismo, 2024)

Los autores Walter Hunziker y Kart Krapf lo definen como el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas. (Universidad de Murcia, 2012)

De esta misma manera la Real Academia Española (REA) define este término como la actividad de viajar por placer, que implica la búsqueda de nuevas vivencias y descubrimientos, además incluye medios que facilitan el viaje. (Real Academia Española, 2014)

#### **1.1. Servicios Turísticos**

Los servicios turísticos desempeñan un papel muy importante en el que enriquecen las experiencias de los viajeros, pues estos están diseñados para atender las necesidades y expectativas de los turistas. Abarcando desde que el turista decide emprender su aventura hasta que regresa a su lugar de origen. Son importantes porque hacen que todo el viaje sea emocionante y más fácil, ayudando a conocer el lugar visitado de la mejor manera. (Ceupe, 2024)

El presente proyecto busca mejorar la operatividad y la administración del restaurante "Asadero típico Doña Rosita", para lo cual es necesario definir el servicio turístico de alimentos y bebidas

## **1.2. Alimentos y bebidas**

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2015)

## **2. Definición de restaurante**

Los restaurantes son establecimientos en donde se preparan y expenden alimentos ya preparados para el consumo del turista, estos establecimientos pueden expender bebidas alcohólicas y no alcohólicas, también pueden ofertar el servicio de cafetería y dependiendo de su categoría, puede disponer de autoservicio.

El origen de los restaurantes, forman parte de la continuidad del mundo culinario. El origen nos hermana la palabra restaurativo con el vocablo restaurante, lugar en que el cliente tiene la oportunidad de saciar la ansias de llenar su estómago. No fue hasta la segunda mitad del siglo XVIII cuando empezaron a aparecer locales con un concepto moderno de lo que tenía que ser un establecimiento que se dedica a dar cobijo a comensales con ganas de disfrutar sin prisas una comida. (Sallés D. V., 2018)

Según el Larousse Gastronomique, el primer restaurante nació en 1782 en la calle Richelieu, París, Francia, bajo el nombre de La Gran Taberna de Londres. Este establecimiento edificó las pautas actuales sobre las cuales funciona un restaurante en la actualidad: servir alimentos a horas fijas, contar con cartas que mostraran las opciones de platillos y establecer pequeñas mesas para comer. Este concepto se institucionalizó en el resto de Europa y el mundo a gran velocidad.

Se considera a Dossier Boulanger fue el primer cocinero que tuvo la idea de convertir su local situado en la Rue Des Poulies de París en un restaurante. Boulanger, hombre que pasó de servir caldos reconstituyentes a tener varios platos en su carta, colgó un cartel en latín que decía “veinte ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo

vos” (*Venid a mí todos los que tenéis problemas de estómago, y yo os sanaré.*) (Sallés D. V., 2019)

## **2.1. Tipos de Restaurantes**

La clasificación de un restaurante suele ser simple y esto va desde si cumplió con las expectativas nuestras, existen diversas formas de clasificar los restaurantes, sin embargo, para el presente estudio se tomara la clasificación sugerid por *Institute Aprende* (Aprende Institute, 2024)

### **2.1.1. Restaurantes temáticos**

Hace referencia a restaurantes temáticos cuando estos establecimientos no solo sirven un tipo de comida en específico, pues también su diseño y ambiente son singulares. Estos se clasifican dependiendo de la comida ofrecida de pendiendo también el origen de la cocina.

Los restaurantes temáticos son locales especializados en una gastronomía internacional determinada, en recrear el ambiente de un país, de una época histórica, de una temática cinematográfica, en un entorno en el que la decoración y el servicio juegan un papel fundamental.

### **2.1.2. Restaurante gourmet**

Un restaurante gourmet es un lugar que destaca por la presencia de alimentos de alta calidad, preparados con técnicas culinarias de vanguardia y que cuenta con un servicio eficiente y sofisticado. En este tipo de establecimientos gastronómicos, el estilo y el menú se definen en relación al chef principal, los platillos son originales y poco comunes.

### **2.1.3. Restaurante familiar**

Como su nombre lo indica, un restaurante familiar se caracteriza por contar con un menú accesible y sencillo, además de un ambiente acogedor y apto para toda la familia. En esta categoría suelen comenzar los pequeños emprendimientos, pues cuentan con un público objetivo bastante amplio.

### **2.1.4. Buffet**

Este concepto nació en la década de los 70 en los grandes hoteles como una forma de brindar servicio a grandes grupos de personas sin necesidad de un personal numeroso.

En el buffet, los comensales pueden elegir los platillos y la cantidad que deseen comer, y estos deben haber sido cocinados con anterioridad.

#### **2.1.5. Restaurante Fast Food**

Los fast food o comida rápida son restaurantes que se caracterizan por la estandarización en el proceso de sus alimentos y servicio. Se encuentran ligados a las grandes cadenas comerciales, y se suelen servir alimentos de fácil preparación para acelerar el proceso.

#### **2.1.6. Restaurante Fusión**

Esta clase de restaurantes nació a partir de la mezcla de dos o más tipos de gastronomía de diversos países. Algunos ejemplos de restaurantes fusión son el de tipo Tex-mex, cocina texana y mexicana; nikkei, cocina peruana y japonesa; balti, cocina india con japonesa, entre otras.

#### **2.1.7. Restaurante Take away**

Los restaurantes take away se han revalorizado en los últimos años, debido a su gran variedad de comida que puede ir desde pizza hasta sushi. Se caracteriza principalmente por ofrecer platillos que pueden consumirse fuera del establecimiento. Cuenta con porciones individuales listas para comerse.

Además de contar con gran variedad de tipos de restaurantes, se cuenta con varios tipos de servicios a la mesa, estos van desde su forma de preparar hasta su forma de presentar y servir.

#### **2.1.8. Restaurante de Comida típica**

La comida típica hace referencia a platos y preparaciones culinarias que representan una región, país o cultura en particular, reflejando de esta manera la identidad y tradiciones de sus habitantes, abarca toda la tradición culinaria transmitida de generación en generación.

En la provincia del Azuay precisamente en el cantón Cuenca, existen varias preparaciones gastronómicas extraordinarias que atraen a los extranjeros, entre ellos se pueden encontrar (Mote pata, Chumales, Caldo de Gallina, Caldo de Mocho, entre otras variedades). El cuy es considerado como plato emblemático de toda la región Andina del Ecuador, siendo de suma importancia para el establecimiento del presente Proyecto.

## **2.2. Tipos de servicios**

### **2.2.1. Servicio de emplatado o americana**

Este servicio suele ser ágil y sencillo, los platos ya preparados se llevan directamente a la mesa del comensal, se realiza por la derecha, colocando el plato con la campana protectora. Si es posible los camareros destapan la campana en frente del consumidor.

### **2.2.2. Servicio guerdón o ruso**

Este servicio se distingue por el uso de un carrito que se le acerca el comensal, suele ser elegante y requiere cierta destreza por parte del camarero al momento de servir y preparar la pieza para distinguir los platos.

### **2.2.3. Servicio francés**

En el servicio a la francesa es el propio comensal el que se sirve. Se muestra a la izquierda del comensal una fuente con los ingredientes y es el propio comensal quien elige la cantidad que debe llevar su plato. Se debe proporcionar una cuchara y un tenedor trincherero para que lo use en forma de pinza.

### **2.2.4. Servicio inglés**

El servicio a la inglesa consiste en que el camarero asignado o el responsable de sala, lleve los platos de los comensales. Este tipo de servicio para el restaurante requiere de una gran destreza y experiencia este servicio se realiza por la izquierda del comensal.



### **3. Categorías de un Restaurante**

#### **3.1. Restaurante de lujo (5 tenedores)**

Reconocidos por poseer una organización y control de negocio muy eficaz, tanto internas como externas. Estos deben reunir condiciones mínimas como:

- Entrada independiente para clientes y para el personal.
- Taquillas y zonas de aseo para empleados.
- Vestíbulo o sala de espera con bar.
- Teléfono inalámbrico o cabina aislada.
- Climatización.
- Ascensores -en caso de contar con una segunda planta-.
- Servicios sanitarios independientes -para mujeres y hombres- bien acondicionados y con agua caliente y fría en los lavabos.
- Decoraciones de gran calidad en vajillas, mantelería, mobiliario, lámparas y alfombras.
- Personal correctamente uniformado y con conocimientos de otros idiomas tales como el inglés y el francés. Al menos el primer jefe de sala.
- Amplia carta con platos y vinos nacionales e internacionales.

#### **3.2. Restaurantes de primera clase: 4 tenedores**

Conocidos como restaurantes *full service*. Estos cumplen con condiciones parecidas a las del restaurante de lujo, estos tienen una estrategia de venta diferente:

- Ofrece una carta que puede presentar de 5 a 7 entradas.
- Amplia, aunque puede ser algo más limitada, carta de vinos nacionales e internacionales.
- Ascensor -en el caso de tener hasta una tercera planta.
- Personal uniformado con un nivel básico de otros idiomas como inglés y francés.
- Decoración de calidad en elementos como cubertería, vajilla y cristalería.

### **3.3. Restaurantes de 3 tenedores**

Este tipo cuenta con afluencia de comensales, poseen condiciones deferentes a los anteriores, por lo que le hace tener mayor demanda, cuenta con:

- Teléfono.
- Comedor adecuado a la capacidad del aforo máximo.
- Aseo para el personal de servicio.
- Calefacción.
- Carta acorde con el tipo de establecimiento.
- Personal uniformado.
- Calidad en los materiales de vajilla, mantelería, muebles y cristalería.

### **3.4. Restaurantes de 2 tenedores**

Simplemente se basan en cubrir las necesidades de los clientes sin llegar a ser lujosos, cuenta con:

- Comedor adecuado a la capacidad.
- Mobiliario apropiado al tipo de establecimiento.
- Teléfono.
- Materiales en buen estado e inoxidable para vajillas y cubertería.
- Cristalería sencilla y servilletas de tela o papel.
- Servicios independientes, para mujeres y hombres.

### **3.5. Restaurantes de 1 tenedor**

Cuentan con un servicio básico, sin perder algunos elementos imprescindibles en un restaurante:

- Comedor independiente de la cocina.
- Material inoxidable para la vajilla y la cubertería.
- Servicios.
- Carta sencilla con al menos 4 entradas y una mínima variedad de platos.

(Ministerio de Telecomunicaciones , 2023)

## **4. MARCO LEGAL**

Con el fin de ejecutar el proyecto intitulado “Propuesta para el mejoramiento operativo y administrativo del restaurante Asadero Típico Doña Rosita” ubicado en la comunidad de “San José” perteneciente a la parroquia de “San Joaquín”

### **4.1. La constitución de la república del Ecuador del año 2008**

Como máxima autoridad reglamentaria establece varios artículos que hacen en referencia a varios derechos relacionados con la calidad de servicio y alimentación, en el capítulo II de los derechos, art 13, dice lo siguiente: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.”

Además, en la sección novena de las personas usuarias y consumidoras del Art. 52 dice: “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.”

De manera similar el Art. 53 nos menciona: “Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.”

Seguido por el Art. 54: “Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su

profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.”

En la Ley Orgánica de Defensa del consumidor en el Art. 55: “Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse”

#### **4.2. Ley de turismo**

Dentro de la Ley de Turismo existen artículos importantes que relacionan a los establecimientos de alimentos y bebidas, dentro del Capítulo II DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y QUIERNES LAS EJERCEN.

Tal como lo indica el Art5. Que dice lo siguiente “*Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:*

*a. Alojamiento;*

*b. Servicio de alimentos y bebidas;*

*c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;*

*d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;*

*e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,*

*f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.*

Reconociendo al literal “b” del artículo ya mencionado, reconociendo a los Servicios de alimentos y bebidas” como actividad turística

### **4.3. Reglamento de alimentos y bebidas**

Entre ellos el Art 4. Relaciona varias definiciones importantes dentro de establecimientos de alimentos y bebidas, que a continuación menciona: “- *Definiciones.*  
- *Para la aplicación del presente reglamento se deberán observar las siguientes definiciones:*

*1. Alimento preparado: Producto elaborado, semi elaborado o crudo, destinado al consumo humano que requiera o no mantenerse caliente, refrigerado o congelado, y se expende de forma directa al REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*

*2. Ambulante: Persona Física o natural, emprendedor, quien para sí mismo o con dependencia o asociación con un tercero, prepara y expende alimentos frescos, procesados o semi procesados en la vía pública o en cualquier lugar que no sea fijo o permanente.*

*3. Barra: Área dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas en las que se expenden y sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y se puede consumir alimentos.*

*4. Botiquín de primeros auxilios: Lugar o compartimento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos los siguientes elementos no caducados: algodón hidrófilo, tira adhesiva sanitaria (curitas), tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, gasas para quemaduras, suero fisiológico/ vendas elásticas, mascarillas, manual de primeros auxilios.*

*5. Categoría única: Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el sistema de puntuación. Esta categoría se utilizará para establecimientos móviles, plazas de comida.*

*6. Comida rápida: Modalidad en la que toda la oferta de alimentos y bebidas se encuentra lista para su consumo o requiere de un tiempo reducido de terminación, y*

*donde lo habitual es que la toma de comanda, facturación y la retirada del pedido por el consumidor se realicen en el mostrador.*

*7. Contaminación: Introducción o presencia de cualquier peligro biológico, químico o físico, en el alimento, o en el medio alimentario.*

*8. Contaminación cruzada: Es la introducción involuntaria de un agente físico, biológico, químico por: corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos contaminados, circulación de personal, contacto directo o indirecto con alimentos crudos, entre otros aspectos; que puedan comprometer la higiene o inocuidad del alimento.*

*9. Consumidor: Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello.*

*10. Desinfección: Es el tratamiento físico o químico aplicado a instrumentos y superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de reducir los microorganismos indeseables a niveles aceptables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente a la calidad e inocuidad del alimento.*

*11. Establecimiento turístico de alimentos y bebidas: Son los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, expenden comidas preparadas y/o bebidas para el consumo y que cumplan con los parámetros determinados en el presente reglamento y que se encuentran registrados ante la Autoridad Nacional de Turismo.*

*12. Enganchador, Jaladores o Flayeros: Persona (s) que se dedica a comercializar y promocionar de forma invasiva y abusiva los servicios de un establecimiento de alimentos y bebidas en espacios públicos.*

*13. Manipulación de alimentos: Todas las operaciones realizadas por el manipulador de alimentos como recepción de ingredientes, selección, elaboración, preparación, cocción, presentación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, servicio, comercialización y consumo de alimentos y bebidas.*

14. *Principio PEPS (Primero en entrar - Primero en salir): Consiste en un método de evaluación de inventarios, que se refiere a la rotación de productos almacenados cuyas siglas significan "primero en entrar, primero en salir", Este principio se aplica con el fin de evitar que los productos o artículos permanezcan en almacenamiento por periodos largos, sin ser utilizados o consumidos.*

15. *Principio PCPS (Primero en caducar - Primero en salir): Consiste en un método de evaluación de inventarios, que se refiere a la rotación de productos almacenados cuyas siglas significan "próximo en caducar, primero en salir". Este principio se aplica con el fin de consumir o distribuir los productos, seleccionando primero los que se encuentran cercanos a caducarse.*

16. *Menú: Instrumento de comunicación y venta de alimentos y bebidas, listado de los platos que constituyen la oferta gastronómica de un establecimiento al consumidor."*

Sin embargo, dentro del reglamento en el Capítulo II Art. 5 también señala la importancia de los derechos del consumidor, dice: "*Derechos del usuario o consumidor.*  
- *Los usuarios del establecimiento turístico de alimentos y bebidas tendrán los siguientes derechos:*

a) *Recibir los servicios acordes en naturaleza y calidad a la clasificación y categoría otorgada.*

b) *Ser informados de forma clara y precisa sobre la oferta de alimentos y bebidas y los precios de acuerdo a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;*

c) *Recibir el servicio conforme lo ofertado por el establecimiento;*

d) *Recibir la factura correspondiente por el servicio de alimentos y bebidas:*

e) *Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, con una correcta higiene, sin signos de deterioro, accesibles para todas las personas y en correcto funcionamiento; y,*

*f) Comunicar las quejas al establecimiento de alimentos y bebidas, a través del libro de reclamos.”*

*Seguido por el Art 6. Dice: “Obligaciones del usuario o consumidor. - Los usuarios del establecimiento turístico de alimentos y bebidas tendrán las siguientes obligaciones:*

*a) Cancelar el valor del servicio recibido;*

*b) Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados; municipales o metropolitanos las irregularidades identificadas en los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas;*  
*y,*

*c) Cumplir con las normas y políticas del establecimiento:*

*d) Respetar, cuidar y dar buen uso a las instalaciones del establecimiento.”*

*A continuación, el Art 7. Dice: “Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas. - Los prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:*

*a) Percibir el pago por los servicios ofertados;*

*b) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;*

*c) Determinar y comunicar políticas de cobro y tarifas para la prestación de sus servicios;*

*d) Contar con el Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento;*

*e) Contar con el libro de reclamos conforme a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;*

*f) Exhibir en un lugar visible el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento;*



*g) Exhibir la placa de identificación del establecimiento turístico otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo donde constará la tipología y clasificación del establecimiento, la cual va expuesta en un lugar visible al público en general;*

*h) Respetar y cumplir los lineamientos establecidos para alimentación y otras normas, determinadas por la Autoridad Sanitaria Nacional o quien ejerza sus funciones;*

*i) Contar con por lo menos el 50% del personal que acredite su capacitación, Formación profesional o que posea certificación de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas;*

*j) Mostrar el listado de precios en un lugar visible para el usuario;*

*k) Determinar el precio final de los alimentos o bebidas dentro del menú pudiendo estar o no desglosado en el precio final;*

*l) Mantener la vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina en estados óptimos de limpieza y desinfección, sin roturas o rayaduras;*

*m) Cumplir con lo establecido en el presente reglamento y demás normativa aplicable al sector;*

*n) Denunciar ante la autoridad competente, mediante los canales establecidos para el efecto, a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que no cuenten con los permisos pertinentes;*

*o) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en condiciones de limpieza y funcionamiento;*

*p) Utilizar mecanismos de desinfección para las instalaciones e implementos de cocina;*

*q) Diferenciar al personal que se encuentra en entrenamiento;*

*r) Garantizar la no acumulación de olores dentro del establecimiento;*

s) *Cumplir con los servicios ofrecidos al consumidor;*

t) *Otorgar información veraz del establecimiento al consumidor;*

u) *Podrán solicitar la salida del cliente cuando contravenga las normas básicas de convivencia y la normativa correspondiente; sin perjuicio que el cliente mantenga la obligación de pago por su consumo;*

v) *Cumplir con los tributos o impuestos según lo dispuesto en la normativa pertinente; y,*

w) *Comunicará la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados, la transferencia de dominio y/o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los treinta días de producida.”*

## **5. MACRO LOCALIZACION**

El presente proyecto se encuentra ubicado dentro de la República del Ecuador, situado en el noroeste de Sudamérica, ubicado a la mitad del mundo, su nombre se denomina así porque la línea ecuatorial atraviesa el país, dividiendo los hemisferios norte y sur, esta ubicación le otorga una rica diversidad geográfica y climática.

La República del Ecuador tiene como límites los siguientes países: norte con la República Colombia, al este y al sur con la República de Perú y al oeste con el Océano Pacífico, tiene una superficie continental de 256.370 km<sup>2</sup> e insular de 8.010 km<sup>2</sup>. Con una población en total de 16,938,986 habitantes según los resultados del último censo poblacional y de vivienda, realizado entre 2022 y 2023, siendo las provincias de Guayas, Pichincha y Manabí con mayor número de habitantes. (Censo Ecuador , 2022)

**Tabla 1:** *Población femenina y masculina del Ecuador*

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| POBLACION MASCULINA 48,7% | 8,249,549 |
| POBLACION FEMENINA 51,3%  | 8,689,437 |

Fuente: Censo Ecuador

### Ilustración 1: Mapa del Ecuador



Fuente: GoRaymi

El territorio ecuatoriano está dividido políticamente en 24 provincias, que se encuentran dentro de las 4 Regiones, siendo estas: Litoral o Costa, Interandina o Sierra, Amazonia u Oriente, Galápagos o insular.

**Tabla 2: Regiones del Ecuador**

| Regiones del Ecuador   |   |   |                                     |
|--|---|---|-------------------------------------|
| Litoral o Costa  | Sierra o Interandina  | Amazónica u Oriente   | Insular o Galápagos                 |
| El Oro (Machala)<br>Esmeraldas (Esmeraldas)<br>Guayas (Guayaquil)<br>Los Ríos (Babahoyo)<br>Manabí (Portoviejo)<br>Santa Elena (Santa Elena)<br>Santo Domingo de los Tsáchilas (Santo Domingo) | Azuay (Cuenca)<br>Bolívar (Guaranda)<br>Cañar (Azogues)<br>Carchi (Tulcán)<br>Chimborazo (Riobamba)<br>Cotopaxi (Latacunga)<br>Imbabura (Ibarra)<br>Loja (Loja)<br>Pichincha (Quito)<br>Tungurahua (Ambato) | Morona Santiago (Macas)<br>Napo (Tena)<br>Orellana (Francisco de Orellana)<br>Pastaza (Puyo)<br>Sucumbíos (Nueva Loja)<br>Zamora Chinchipe (Zamora) | Galápagos (Puerto Baquerizo Moreno) |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

El Ecuador tiene varios atractivos turísticos declaradas Patrimonio De La Humanidad por la UNESCO tales como:

- Ciudad de Quito (1978)
- Islas Galápagos (1978, 2001)
- Parque nacional Sangay (1983)
- Centro histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca (1999)
- Qhapaq Ñan - Sistema vial andino (2014)
- (UNESCO, 2024)

Dentro del Ecuador existen varias actividades económicas que contribuyen al Producto Interno Bruto (PIB), incluyen actividades primarias, secundarias y terciarias, cabe recalcar que la moneda del Ecuador es el dólar estadounidense.

### **5.1 Actividades primarias**

Las actividades primarias son un tipo de actividades económicas o productivas que comprenden todas las labores económicas basadas en la extracción de bienes y recursos provenientes del medio natural. Estas actividades componen lo que también se conoce como sectores económicos primarios.

**Tabla 3:** *Actividades económicas primarias*

| <b>Actividades Económicas Primarias</b>   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Cultivos agrícolas transitorios.</b>   | <b>Cultivos agrícolas permanentes</b>  | <b>Propagación de plantas (viveros)</b>  |
| Son aquellos que poseen un corto plazo de vida (Menos de un año)  | Son aquellos que no necesitan ser replantados<br>Ejemplo: (Limón)  | Aquellas plantas reproducidas por métodos asexuales Ejemplo: (Bulbos)  |
|    |                                       |    |
| <b>Ganadería</b>  | <b>Explotación mixta</b>   | <b>Caza ordinaria</b>  |
| Aquellos que manejan la cría de animales como ganado: bovino, porcino, aves de corral etc.  | Aquellos que comprenden la explotación mixta de cultivos y animales sin especialización en ninguna de las actividades. | Aquellos que capturan animales en su entorno natural para tener alimentos, pieles, cueros, etc.                                    |
|   |                                      |   |
| <b>Silvicultura y otras actividades forestales</b>  | <b>Extracción de madera</b>  | <b>Pesca y acuicultura</b>   |
| Incluyen el cultivo, conservación y manejo de bosques y zonas forestales para la producción de madera y otros recursos forestales | Aquellos que implican el corte, transporte y procesamiento de árboles para obtener productos de madera                 | Aquellos que capturan peces y otros recursos acuáticos, mientras que la acuicultura es la crianza controlada de especies acuáticas |
|    |                                     |   |
| <b>Extracción de minas y canteras</b>   | Aquellos que extraen y obtienen minerales en estado natural, sean sólidos (Carbón, y minerales metalíferos).           |   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 5.2. Actividades secundarias:

Dentro de las actividades secundarias de la economía del Ecuador, se incluyen las empresas que procesan y crean productos manufacturados con la materia prima.

Se caracteriza de la siguiente manera:

- **Transformación:** Convierte materias primas del sector primario en productos de consumo, que pasaron por procesos industriales.
- **Industria y Manufactura:** Se utiliza la maquinaria y tecnología para crear los productos estandarizados.
- **Construcción:** Se crea infraestructuras como edificios, carreteras y puentes, con el fin de promover el desarrollo de la sociedad de manera económica y social.
- **Generación de Energía:** Abarca la producción de energía eléctrica a partir de fuentes renovables y no renovables, como la solar, hidroeléctrica, nuclear y el carbón.
- **Artesanías:** Incluye la elaboración de productos hechos a mano, donde cada pieza es única debido a la naturaleza del proceso de producción artesanal.

## 5.3. Actividad secundaria: industria ligera

La industria ligera se caracteriza por ser mano de obra intensiva y no necesita grandes volúmenes de materias primas o amplios espacios productivos. Su enfoque principal es la fabricación de productos destinados directamente al consumidor final, más que a otras empresas.

Estas industrias suelen tener un impacto ambiental reducido en comparación con la industria pesada y es común encontrarlas en proximidades a áreas residenciales. En términos económicos, la industria ligera se define como una actividad de manufactura que emplea cantidades moderadas de insumos semiprocesados para producir artículos que tienen un valor alto en relación a su peso.

Entre los ejemplos de la industria ligera se incluyen la confección de ropa y calzado, la producción de electrodomésticos y muebles, la elaboración de filtros de agua, velas, publicaciones impresas como periódicos y revistas, cerámica, y productos de higiene personal y belleza, así como alimentos procesados.

#### **5.4. Actividad secundaria: industria pesada**

La industria pesada se centra en la fabricación de productos a gran escala y de gran tamaño, requiriendo una inversión significativa en capital. Las empresas de este sector utilizan abundantes recursos, espacios amplios y suelen tener un impacto ambiental considerable debido a la naturaleza de sus operaciones.

Este término se aplica comúnmente a la producción de estructuras y maquinaria de gran envergadura, como barcos, aviones y equipos industriales. Entre los sectores representativos se encuentran la metalurgia, la refinación de petróleo y la industria química.

Las industrias pesadas prefieren establecerse en zonas con ventajas para su operación, como incentivos fiscales, buena conectividad de transporte y disponibilidad de mano de obra y materias primas.

#### **5.5. Actividades terciarias**

El sector terciario, o sector de servicios, es una rama económica que se enfoca en ofrecer servicios que cubren las necesidades humanas en lugar de producir bienes materiales. Este sector se compone de actividades donde el conocimiento y la experiencia humana son fundamentales para impulsar la productividad y el desarrollo sostenible de la economía.

Los servicios, considerados bienes intangibles, abarcan desde la atención al cliente y asesoramiento hasta la experiencia y el intercambio de ideas.

Entre las actividades económicas del sector terciario se encuentran:

- Gobierno
- Salud y hospitales
- Gestión de residuos
- Educación
- Sector bancario
- Seguros
- Servicios financieros
- Asesoría legal
- Medios de comunicación

- Comercio minorista
- Casinos
- Turismo
- Franquicias
- Sector inmobiliario
- Seguridad
- Hotelería
- Telecomunicaciones
- Transporte
- Comunicaciones
- Marketing

## **6. Turismo**

El turismo en el Ecuador ha sido muy importante, esto debido a la ramificación que tiene y un gran aporte a la economía del país, es fundamental conocer los hitos más importantes en la historia del turismo dentro del Ecuador, en 1928 el Dr., Isidro Ayora tomo los primeros pasos para promover el desarrollo del sector turístico, mediante la construcción de las vías, muy importante para la infraestructura turística y movilidad económica y social. En 1992 durante el gobierno de Sixto Duran Ballén, se creó el Ministerio de Información y Turismo, para las actividades fundamentales para el desarrollo Económico y Social. (Analuisa, 2021)

Dentro de este contexto se comprende la importancia turística a nivel nacional, en el año del 2018 fue el Prime para el Turismo en el Ecuador, recibiendo más de 2 millones de turistas, sin embargo, su potencial bajo por la pandemia del por el COVID 19 que surgió en el año 2019, poco a poco el turismo se ha ido restaurándose en el Ecuador.



**Tabla 4:** Número de visitantes durante los años 2022-2023. (Ministerio de Turismo , 2024)

| Mez          | 2022             | 2023             |
|--------------|------------------|------------------|
| ene          | 64.564           | 122.865          |
| feb          | 80.962           | 120.218          |
| mar          | 87.828           | 113.097          |
| abr          | 96.688           | 104.308          |
| may          | 95.784           | 105.459          |
| jun          | 104.194          | 133.241          |
| jul          | 131.244          | 149.497          |
| ago          | 112.983          | 115.982          |
| sep          | 105.795          | 96.283           |
| oct          | 128.548          | 109.077          |
| nov          | 115.098          | 109.852          |
| dic          | 141.225          | 146.846          |
| <b>TOTAL</b> | <b>1.264.913</b> | <b>1.426.725</b> |

Fuente: MINTUR

Los turistas han entrado al país por diferentes medios de transporte, estos son: Aéreo, Terrestre y Marítimo.

De igual manera podemos observar en el siguiente cuadro el porcentaje de turistas que han ingresado al país por los diferentes medios de transporte en el año 2022.

**Tabla 5:** Porcentaje de ingreso de turista por diferentes medios de transporte

| Vía       | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Aérea     | 82%        |
| terrestre | 16%        |
| Marítima  | 1%         |

Fuente: MINTUR

### 6.1. Provincia del Azuay

El presente trabajo se desarrollará dentro de la Provincia del Azuay, que está ubicada en el sur del Ecuador en la región Interandina, su capital es Cuenca, también conocida como la “Atenas del Ecuador”, se encuentra a 2,500 metros sobre el nivel del mar, su clima es muy variable pues la provincia se encuentra ubicada dentro de un sistema

montañoso sin dejar de lado su vegetación subtropical, oscilando entre los 19° y 26° centígrados. Su población está conformada por 314.278 mujeres que representan al (52,7%) y 281.823 hombres que representan al (47,3%). (Ecuador en Cifras , 2024)

Limita al norte con la provincia de Cañar, al sur con Loja, al este con Morona Santiago y Zamora Chinchipe, y al oeste con Guayas y El Oro, ocupa una superficie aproximadamente de 8,309.58 km<sup>2</sup>, siendo la duodécima provincia más extensa del país.

Esta provincia está entre las primeras 7 que se crearon en el Ecuador y su provincialización se celebra cada 25 de junio, fue territorio de los Cañaris y más adelante de los Incas. Tras la colonización, el corregimiento de Cuenca fue la entidad precursora de la provincia, y tras la guerra independentista se crea la provincia de Cuenca el 25 de junio de 1824. Años más tarde, en 1835 cambió su nombre a Azuay.

(Enciclopedia del Ecuador , 2024)

Esta provincia está conformada por 15 cantones, empezando por Cuenca, Girón, Gualaceo, Chordeleg, Sigsig, San Fernando, Santa Isabel, Camilo Ponce Enríquez, El Pan, Girón, Guachapala, Gualaceo, Nabón, Oña, Pucará.

### **Ilustración 2:** *provincia del Azuay*



Fuente: Arc GIS

La provincia es muy reconocida por sus atractivos turísticos naturales y culturales, entre ellos a los bellos paisajes e increíble fauna y flora del Parque Nacional Cajas, la hermosa arquitectura Europea de la Catedral de la Inmaculada Concepción dentro de la

ciudad de Cuenca, las increíbles artesanías de Gualaceo y los Sombreros de paja toquilla, las joyas de Chordeleg especialmente la orfebrería en plata, entre otras.

La gastronomía del Azuay, ubicada en la región interandina del Ecuador, tiene una tradición antigua que fusiona influencias de los pueblos originales, los invasores posteriores (como los quichuas y los españoles) y los inmigrantes. Entre ellos se encuentra el cuy, pollo asado, mote pillo, mote sucio, caldo de Gallina, caldo de Mocho, sancocho, hornado, papas con cuero, entre otros. Siendo estos platillos demandados por los visitantes de la provincia.

**Tabla 6:** *Platos gastronómicos del Azuay*

|   |   |   |
|---|---|---|
| Cuy Asado   | Pollo Asado   | Caldo de Gallina  |
|   |   |   |
| <i>Fuente: Propia</i>   | <i>Fuente: El Tiempo</i>  | <i>Fuente: El Diario Ecuador</i>  |
| Caldo de Mocho  | Mote Pillo  | Mote Sucio  |
|  |  |  |
| <i>Fuente: Gastronomía Ecuatoriana</i>  | <i>Fuente: Culturas Ecuador</i>   | <i>Fuente: Turismo gastronómico</i>   |
| Sancocho  | Hornado   | Papas con Cuero   |
|  |  |  |
| <i>Fuentes: Sierra 2022</i>   | <i>Fuentes: Sierra 2022</i>   | <i>Fuentes: Cultura Ecuador</i>   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

Es importante mencionar que como base principal del proyecto está vinculado a la gastronomía, tomando en referencia a la operación del restaurante “Asadero Típico Doña Rosita”, que ofrece uno de los platos más emblemáticos del Azuay, el Cuy Asado.

## 7. Micro Localización

Cuenca, fue fundada por el español Gil Ramírez Davalos el 12 de abril de 1557, su nombre oficial es “Santa Ana de los Ríos de Cuenca”. Es una de las ciudades más bonitas de Ecuador, pues cuenta con una maravillosa arquitectura y diversidad cultural siendo llamada también *Atenas de Ecuador*, esta ciudad es lugar de nacimiento de muchos personajes ecuatorianos.

Cuenca limita al norte con la provincia de Cañar, al sur con los cantones azuayos: Santa Isabel, San Fernando, Girón, y al este con: Sigsig, Gualaceo y Paute, al oeste con la provincia del Guayas. Cuenta con una extensión de 3,195 Km<sup>2</sup> y una altura de 2.560 m

**Ilustración 3:** *División política del cantón Cuenca*



Fuente: Municipalidad de Cuenca

## 7.1. Población de Cuenca

Actualmente en esta ciudad habitan diferentes culturas entre las cuales se destacan el mestizo (94.9%) seguido del blanco/a con un (2.2%), todo esto según 8vo censo del Ecuador, cuenta también con una población de (596,101 Hab), correspondiendo a hombres (281,823) siendo un equivalente al (47,3%), mujeres (314,278) siendo el (52,7%) de la población de Cuenca.

**Tabla 7:** *Porcentaje de la población Cuencana*

| <b>Población Cuencana</b> |                 |
|---------------------------|-----------------|
| <b>Hombres</b>            | 281,823 (47,3%) |
| <b>Mujeres</b>            | 314,278 (52,7%) |
| <b>Población Total</b>    | 596,101         |

Fuente: INEC, Censo Ecuador 2022

## 7.2. División Política

Cuenca está dividido en parroquias, de las cuales 15 son urbanas y 21 son rurales, dando un total de 36 parroquias, se le nombro sede administrativa de la región centro sur o zona 6.

### 7.2.1. Parroquias urbanas:

1. San Sebastián
2. El Batán
3. Yanuncay
4. Bellavista
5. Gil Ramírez D.
6. El Sagrario
7. San Blás
8. Cañaribamba
9. Sucre
10. Huayna Cápac
11. Hermano Miguel
12. El Vecino
13. Totoracocha
14. Monay
15. Machángara

#### **Ilustración 4:** *Parroquias urbanas del cantón Cuenca*

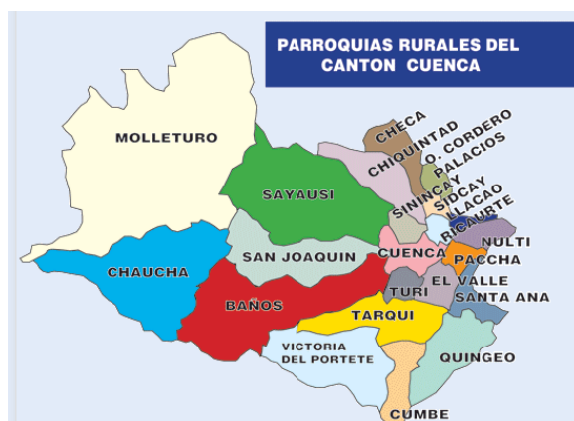


Fuente: Revista Cuenca Ilustre-Ecuador

#### **7.2.2. Parroquias rurales**

1. Molleturo
2. Chaucha
3. Sayausí
4. Chiquintad
5. Checa
6. San Joaquín
7. Baños
8. Sinincay
9. Octavio C. Palacios
10. Sidcay
11. Llacao
12. Ricaurte
13. Cuenca
14. Paccha
15. Nulti
16. Turi
17. El Valle
18. Santa Ana
19. Tarqui
20. Victoria del Portete
21. Cumbe
22. Quingeo

### Ilustración 5: Parroquias Urbanas del cantón Cuenca



Fuente: Revista Cuenca Ilustre -Ecuador

## 8. Historia de Cuenca

Es importante conocer su historia trascendental pues esta se remonta a muchos siglos atrás, ya que en este sitio estuvo la famosa población de Tomebamba, cuna de Huayna Cápac, que mando a edificar suntuosos templos y palacios, cuya magnificencia ponderan los cronistas, pudiéndose hasta hoy advertir las grandes proporciones de ellos por los vestigios que quedan en diversos sitios.

La ciudad lleva el nombre de "Santa Ana de los Ríos de Cuenca" en honor a la ciudad de Cuenca en España, lugar de nacimiento del virrey español del Perú, Don Andrés Hurtado de Mendoza, quien fue el que mandó a fundar la ciudad al español don Gil Ramírez Dávalos y al hecho de que, este lugar; en sus accidentes geográficos se parecen mucho a la ciudad española y además cruzan cuatro ríos, que son: el Tomebamba, Tarqui, Yanuncay y Machángara. El resto del nombre proviene de la tradición española de dedicar a las nuevas ciudades a un santo o santa de la iglesia católica, en este caso a Santa Ana. (Héroes del Turismo, 2022)

Para descubrir Cuenca y la riqueza de su Patrimonio Cultural lo mejor es caminar por su centro histórico, admirar sus casas de estilo colonial y sus iglesias que forman parte de la religiosidad del cuencano. Visitar la Catedral Vieja (1567) y la Catedral de la Inmaculada Concepción (1885) sin perdernos de la maravillosa Plaza de las Flores, un mercado en donde se comercializa todo tipo de plantas con coloridas flores, sus vendedoras vestidas con la tradicional vestimenta de la Chola Cuencana.

Recorrer la Calle Larga es otra maravilla pues se puede encontrar varios museos de entre los cuales están: el Museo Taller del Sombrero de Paja Toquilla; el Museo Remigio Crespo Toral; el Museo del CIDAP; el Museo de las Culturas Aborígenes y el Museo de sitio Manuel Agustín Landívar, finalmente contando con el Museo Pumapungo siendo este el más grande e importante, en el mismo se encuentra salas arqueológicas, arte religioso del siglo XIX, etnografía y numismática. El museo se encuentra ubicado junto al complejo arqueológico de ruinas incásicas más importantes de la ciudad denominado Pumapungo, de ahí el nombre hacia el museo.

Uno de los más grandes reconocimientos hacia esta ciudad fue por parte de la UNESCO, quien lo declaró como *Patrimonio Cultural de Humanidad* el 1 de diciembre de 1999, su reconocimiento fue por conservar la cuadrícula original de Centro Histórico desde su fundación.

La UNESCO destaca que se consideró para la declaratoria la utilización de materiales en la construcción de sus bienes inmuebles de: piedra, adobe, tapia, madera, bejuco, pese a tener una arquitectura neoclásica europea; la actitud de construir cosas bellas como balcones, torneados en madera, utilización de cielos rasos, todos elaborados a mano y las costumbres de su gente, sobre todo, la religiosidad popular. El Pase del Niño se destaca como patrimonio inmaterial. La gastronomía y la forma de ser del cuencano, entre otros aspectos, son las características que convalidaron para conseguir el título. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2024)

### **8.1. Parroquia San Joaquín**

El presente proyecto está ubicado dentro de la parroquia de “San Joaquín” ubicado a 7 kilómetros al noroeste de la ciudad de Cuenca, limitada al Norte con la Parroquia Sayausí (río Tomebamba), al Sur con la Parroquia Baños (río Yanuncay); al Oeste la Parroquia de Chaucha y Molleturo y al Este con la Ciudad de Cuenca. Es conocida como la tierra de los huertos, su clima es considerado muy importante para el comportamiento funcional de los recursos naturales, animales y vegetales. Varía una temperatura mínima promedio de 10 °C y máxima de 17 °C. La parroquia posee varios recursos naturales que incluyen productos animales, vegetales, minerales, entre otros.

El Parque Nacional Cajas está ubicado en el sur oeste del cantón Cuenca dentro de las parroquias de Chaucha, Molleturo, San Joaquín y Sayausí. Posee una extensión total

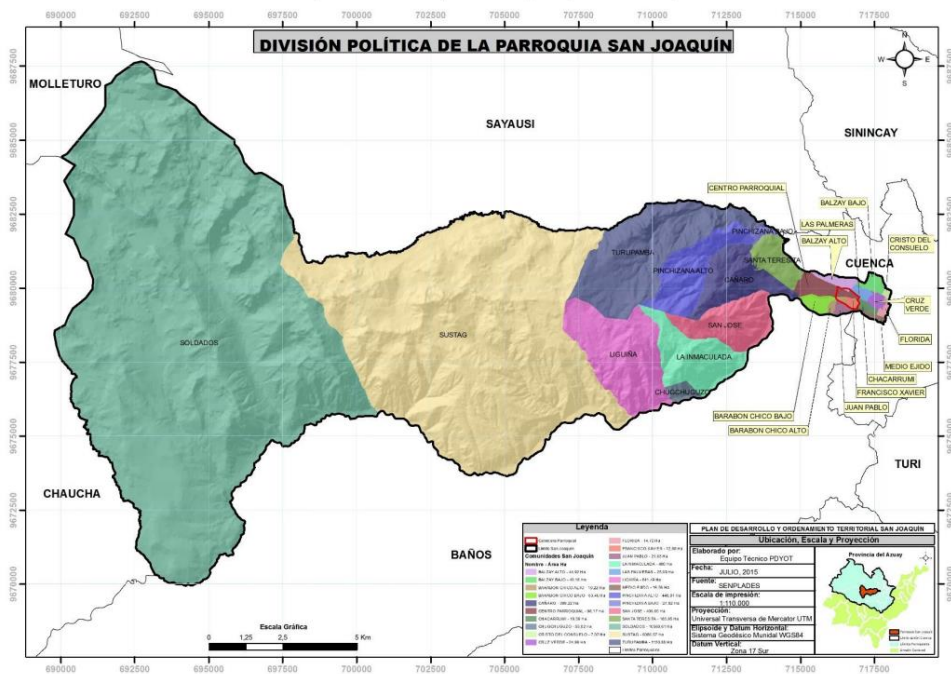


de 28.544 has de las cuales la mayor parte está compuesta por ecosistema de páramo herbáceo, lacustre y de almohadillas, se contabilizan más de 200 lagunas y un alto endemismo. Éstas y otras características hacen del parque un lugar excepcionalmente importante para la conservación en el cantón Cuenca.

San Joaquín de acuerdo al Censo 2010, cuenta con una población de 7.455 habitantes, de quienes el mayor porcentaje lo componen las mujeres con 3.933 personas, representando el 52,76% de la población parroquial total; por otro lado, los hombres fueron 3.522 personas lo cual representa el 47,24%.

Tiene aproximadamente una extensión de 21.007,60 Hectáreas, lo que representa el 5,73% del total del cantón Cuenca, se encuentra dividida por 24 comunidades, sus principales poblamientos son Cristo del Consuelo, Medio Ejido, Balzay, Barabón Chico, Barabón Grande, Sustag y Soldados, la comunidad que posee mayor extensión territorial es Soldados con 10.560,61 ha, que representa el 50,27% del territorio parroquial y la comunidad más pequeña es Cristo del Consuelo con 7,07 ha, representando el 0,03% de la superficie de la parroquia.

**Ilustración 6:** División política de la Parroquia San Joaquín



Fuente: GAD Parroquial de San Joaquín

## **8.2. Actividades Económicas**

A consideración para un mejor progreso económico y desarrollo social, las actividades económicas sostienen a cientos de familias ecuatorianas, estas actividades dentro de la parroquia de “San Joaquín” son muy importantes debido a que conllevan varios factores que representan a la parroquia.

“San Joaquín” conocida por ser el huerto de la ciudad de Cuenca sostiene a sus habitantes por sus enriquecedores huertos llenos de cultivos demostrando una gran habilidad en la agricultura también posee otras actividades como: la minería, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza, la pesca y piscicultura

Siendo la agricultura como mayor componente económico de las familias de la parroquia de “San Joaquín”, debido a que el crecimiento agrícola se da desde hace muchos años como forma de autoconsumo para la población, tienden a tener mayor protagonismo las mujeres para dicha actividad, la agricultura ha generado ingresos y empleos para la parroquia.

En la parroquia se cultivan las siguientes hortalizas: coles, remolacha, lechuga, zanahoria, calabacín, coliflor, brócoli, etc. Es importante mencionar que la mayoría de los predios poseen cultivos y viviendas dentro del mismo, siendo esta la manera más recomendada para mantener y fomentar la soberanía alimentaria, los productos agrícolas más representativos son las hortalizas, seguido de maíz, plantas medicinales y fréjol. (GAD San Joaquín, 2023)

Vale la pena mencionar que otro factor económico importante es la cestería, una habilidad transmitida desde los antepasados de generación en generación conectando la belleza, naturaleza y creatividad.



## **8.3. Actividades Turísticas**

El turismo ha tenido un fuerte protagonismo tanto así que en el año 2020 debido a la emergencia sanitaria por el Covid-19 su aporte fue la sexta fuente de ingresos no petroleros a US\$ 705 millones de dólares dentro de nuestro país. (Ecuador en Cifras , 2024)




Dentro de este contexto, es evidente que el turismo es considerado importante dentro de la parroquia de “San Joaquín”, debido a sus fuertes potenciales paisajes

naturales e inmensas vistas panorámicas, con el potencial para promover el desarrollo y crecimiento económico, ejerciendo varias oportunidades de empleo. La parroquia cuenta con varios atractivos turísticos naturales y culturales, posicionados a nivel cantonal según el GAD de la parroquia, por ser la primera en crear una ruta turística llamada “Ruta Turística Rural de San Joaquín y el Río Yanuncay” con el apoyo de la Fundación de Turismo para Cuenca, misma que inicia desde el sector Cristo del Consuelo, terminando en la comunidad Soldados.




**Tabla 8:** *Atractivos turísticos de “San Joaquín”*

| ATRACTIVO/<br>RECURSO<br>TURÍSTICO | DESCRIPCIÓN  | UBICACIÓN  | IMAGEN DE REFERENCIA  |
|------------------------------------|--|--|---|
| <b>Biocorredor Yanuncay</b>        | El Biocorredor Turístico del Yanuncay es un proyecto que nació en el año 2000 con el propósito de impulsar el desarrollo social y económico de las comunidades locales, mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales. En este corredor, que se extiende por unos 30 kilómetros desde Campana Huaico, se pueden disfrutar de diversas actividades deportivas y de aventura, como ciclismo, senderismo, cabalgatas y pesca deportiva, así como de paisajes hermosos y ecosistemas variados. | (Ubicado a 1km al noroeste del centro parroquial de San Joaquín)                       |    |
| <b>Vivero Sustag</b>               | Desde hace más de diez años, Narcisa Gutiérrez (Dueña del emprendimiento turístico) mantiene con cuidado y dedicación un espacio lleno de vida y color, donde los visitantes pueden aprender los secretos de la siembra y el cultivo de árboles, plantas medicinales y una gran variedad de flores. En sus huertos y su vivero, se pueden encontrar aproximadamente 250 especies de plantas, entre las que destacan las ornamentales.  | (Ubicado en la Comunidad Sústag, kilómetro 13 en la vía San Joaquín – Chaucha - Azuay) |  |

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <p><b>Termas de “Pumamaqui y San Vicente”</b></p> | <p>En el camino hacia la comunidad de Soldados, se encuentran unas aguas termales junto al río que son una agradable sorpresa. Aunque estos espacios no cuentan con una infraestructura moderna y cómoda, la estructura básica que se ha construido en ellos es suficiente para el turista que quiere vivir una experiencia distinta en medio de la naturaleza.</p>  | <p>(Ubicado en la Comunidad de Soldados, kilómetro 36 en la vía San Joaquín – Chaucha)</p>              |    |
| <p><b>Eco-Museo del Yanuncay</b></p>              | <p>El artista David Pasaca crea en cada obra imágenes humanas, animales y vegetales, usando piezas de forma natural, como troncos y ramas que encuentra en la naturaleza. Su Eco museo tiene seis salas de exhibición y espera la visita de locales y foráneos.</p>  | <p>(Ubicado en la Comunidad La Inmaculada, kilómetro 6 en la vía San Joaquín – Chaucha)</p>             |    |
| <p><b>Mirador de “Verde llano”</b></p>            | <p>El mirador Verde Llano es una nueva opción para los amantes de las caminatas y los que quieren descubrir nuevos destinos. Se trata de una zona natural en completa conservación, donde se puede apreciar la flora y la fauna nativas. El trayecto es de un kilómetro y culmina en un magnífico mirador que ofrece una vista diferente de la ciudad de Cuenca.</p> | <p>(Ubicado en la Comunidad La Inmaculada, Comunidad de Luguña, km. 7 vía Chaucha. km. 6 en la vía)</p> |  |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <p><b>La Asociación de Productores Agropecuarios Yanuncay – APAY</b></p> | <p>La Asociación de Productores Agropecuarios, APAY, es una organización de familias rurales de la Parroquia San Joaquín que promueve sistemas agroecológicos mediante la producción y venta de verduras y hortalizas orgánicas. Al visitar los huertos de esta Asociación, se puede apreciar la creatividad y la innovación que aplican en los procesos de siembra y cultivo, basados en el uso eficiente de los recursos naturales.</p>   | <p>(Ubicado en la Comunidad de Luguña, km. 7 vía Chaucha)</p>  |    |
| <p><b>Molinos de chocolate “El Cisne”</b></p>                            | <p>El Molino de Chocolate “El Cisne” produce un chocolate puro, que se distingue por su color, su olor y su sabor. El cacao fue llamado “La pepa de oro” en el siglo pasado, por su importancia económica y su exquisitez. Hoy, el chocolate es indispensable. Gastrónomos, panaderos y confiteros, han convertido al chocolate en un ingrediente para todo tipo de delicias y golosinas: pasteles, bocadillos, caramelos, dulces, confites, bebidas, licores y más. El chocolate es una golosina que recorre el mundo con su sabor y su color.</p> | <p>(Ubicado en Av. Carlos Arizaga Vega e Isauro Rodríguez, sector Cristo del Consuelo (vía a San Joaquín))</p>         |   |
| <p><b>Granja integral orgánica “Cuadruco”</b></p>                        | <p>La granja integral orgánica “Cuadruco” es un espacio donde la vida se expresa en su máxima plenitud. En un terreno de unos 6.000 metros cuadrados, se cultivan de manera orgánica frutas, verduras, legumbres y plantas medicinales. Su dueño, Gregorio Villacís, enseña a los visitantes los procesos que se realizan en la granja, basados en la agricultura andina.</p>   | <p>(Ubicado en el Sector Balzay Alto a 100 metros de la autopista Cuenca – Sayausí y de Centro de Acopio Gran Sol)</p> |  |



|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| <p><b>Taller de cestería “Artesanías Don Gerardo”</b></p> | <p>Cerca del centro parroquial de San Joaquín, está el taller de cestería “Artesanías Don Gerardo”, donde artesanos incansables crean objetos con el tejido de fibras vegetales. Ellos, como todos los artesanos de San Joaquín, aprendieron este oficio de sus padres desde niños. Dicen que antes vendían bien, pero ahora es muy duro porque las artesanías compiten con productos modernos de plástico u otros materiales.</p>                  | <p>(Ubicado en la Vía a Cuenca Tenis y Golf Club, frente a la entrada de la urbanización Prado Alto)</p> |    |
| <p><b>Plazoleta San Joaquín</b></p>                       | <p>El centro parroquial de San Joaquín es muy bello en todos sus aspectos, con una plaza y una iglesia amplia y en su interior un diseño rustico, tienen mucha historia por descubrir.</p>  | <p>(Ubicado en el Centro parroquial<br/>A 5 km. desde el centro de la ciudad)</p>                        |   |
| <p><b>La comunidad de Soldados</b></p>                    | <p>La comunidad de Soldados es un lugar lleno de historia, naturaleza y aventura. Se ubica en la cordillera del Nudo de El Cajas, donde se pueden admirar montañas, lagunas, cuevas y bosques. Se puede caminar o cabalgar por los senderos, guiados por los habitantes locales, que conocen los secretos de este paisaje. La comunidad tiene una plaza central con una iglesia pintoresca y una roca con forma de soldado que le da su nombre.</p> | <p>(Ubicado en kilómetro 37 en la vía Soldados – Chaucha)</p>  |  |

Fuente: GoRaymi

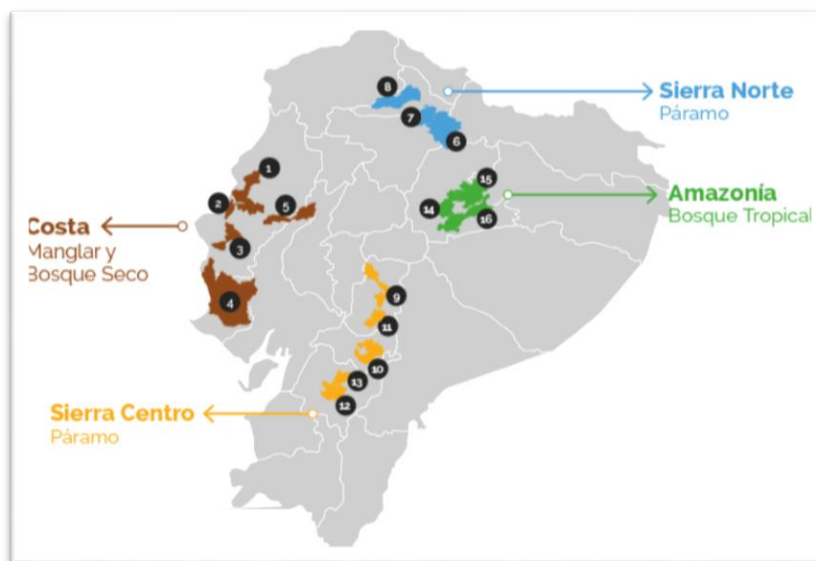
## 9. Biocorredor Yanuncay

Dentro del documento “Planificando participativamente Biocorredores para el Buen Vivir” define a los Biocorredores para el Buen Vivir “Sumak Kaway” como: “*Un nuevo enfoque territorial y permite integrar al proceso de construcción del Buen Vivir aportes desde una perspectiva sistémica y participativa en los territorios identificados, incorporando los enfoques: ambiental, sociocultural, económico, político e institucional*” (Nuestros Biocorredores para el Buen Vivir, 2017)

El Programa de Pequeños Donadores (PPD) fue instituido en 1992 por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM), ha financiado a cerca de 11.000 proyectos en 122 países. En Ecuador desde 1994 el PPD ha ejecutado más de 320 proyectos en la Sierra, Costa y Amazonía. (Planificando participativamente Biocorredores para el Buen Vivir, 2017)

A partir de este contexto, el Biocorredor Yanuncay está en el top 13 se encuentra en la Sierra Centro- Sur, dentro de la Provincia del Azuay, cantón Cuenca, parroquias (Baños y San Joaquín), esta zona favorecida por su ubicación goza de notables fortalezas y oportunidades dentro del ámbito turístico, atrayendo en si a varios visitantes de diferentes rincones del Ecuador.

### Ilustración 7: Biocorredores dentro del Ecuador



Fuente: PPD. Nuestros Biocorredores para el buen vivir.



En la actualidad hemos sido testigos de una gran pérdida de biodiversidad en nuestro país, debido a altas tasas de deforestación, considerablemente existen áreas ya protegidas, gracias a esto se ha podido garantizar la conservación de la biodiversidad a largo plazo.

Gracias al establecimiento de Biocorredores se alcanza objetivos de conservación, pues estos son espacios en los que se recupera poco a poco conectividad ecológica. Hoy en día se ha extendido estrategias de intervención hacia un territorio mayor, ampliando el impacto del trabajo de las comunidades, estas áreas no están aisladas de las comunidades, al contrario, estas son el actor principal de una nueva sustentabilidad.

El Biocorredor Yanuncay abarca las parroquias rurales de Baños y San Joaquín del cantón Cuenca, provincia del Azuay, su extensión es de (estimada) 43037,07 ha. Un total de 36 comunidades integran el biocorredor, 24 en Baños y 12 en San Joaquín, abarcando el tramo desde el Tenis Club y la planta de Potabilización de Sustag (13 kilómetros aproximadamente), una sección de 300 metros tomando como eje la vía existente paralela del río Yanuncay, 150 metros a cada lado. Cuenta con un piso climático denominado Templado Interandino, presenta una temperatura de 10 a 15 °C, se sitúa en los lugares que van desde 2500 hasta los 3200 m.s.n.m, se caracteriza por tener épocas de lluvias templadas con fuerte presencia de vientos y en época seca con vientos fuertes y aire seco y cálido. **Sus límites son:**

**Norte:** parte de la microcuenca de Río Mazan con la microcuenca de Río Pinchizana.

**Sur:** parte de la microcuenca del Río Shucay con la microcuenca del Río Tarqui.

**Este:** comunidades Santa Teresita de la Parroquia San Joaquín y Misicata de la Parroquia Baños.

**Oeste:** Quebrada Coles y Río Pucan, fuentes hídricas que desembocan en el Río Yanuncay.



## 9.1. Actividades económicas de la población

Este sector es bien reconocido por ser uno de los principales distribuidores de leche para la Fabrica NUTRILECHE, que se comercializa en grandes cantidades debido al ganado vacuno, otro aspecto importante es su exótica variación de restaurantes, estos distribuyen el plato más reconocido por los cuencanos “El Cuy”, siendo este el más vendido y comercializado dentro de la zona.

La agricultura y ganadería son otras de las actividades que resaltan en estas comunidades, abastecidas con el agua de Rio Yanuncay para su riego y consumo de los animales, en la actualidad lo que ha tenido más recibimiento por parte del turista es el ámbito pesquero, más de 10 familias han realizado instalaciones para dicha actividad, pero los amantes de la adrenalina prefieren pescar en el Rio Yanuncay, siendo este un gran proveedor de la conocida “**Trucha Natural**”. Todas estas actividades han tenido un gran desarrollo facilitando el turismo del territorio también es conocida como una fuerte potencia turística de atracción para la gastronomía, acompañado de sus bellos paisajes naturales.

En la página 145 y 146, del PDOT 2023 del GAD parroquial “San Joaquín” menciona la realización de una encuesta por parte de la comunidad de La Inmaculada hacia los visitantes de la parroquia en el año 2013, cuyos resultados fueron los siguientes:

*Las edades de las personas que más visitan esta parroquia oscilan entre los 31 y 40 años. El 87,9% de los encuestados son de la ciudad de Cuenca, mientras que el 47,2% provienen del área urbana. En cuanto a su nivel de formación académica el 31.3% realizaron sus estudios hasta la secundaria, mientras que el 32,2% tienen un título de tercer nivel. El mayor número de visitantes son familias compuestas por un grupo de 5 personas 23.3%. El 76,4% utiliza su propio transporte para llegar hasta zona, el 35.5% de los visitantes tienen un conocimiento previo de la existencia de este espacio dentro del cantón, además el 78,9% manifiesta que no es la primera vez que visita el lugar El principal objetivo de los visitantes el descansar 53,3% y su motivación principal para elegir esta parroquia es la motivación del paisaje existente con el 85% y por la gastronomía del lugar con el 77%. El tiempo de permanencia es relativamente corto, de una a dos horas permanece en el lugar el 50,5%, los días en los que se experimenta un mayor flujo de visitantes son el día sábado y domingo 99,1%. El servicio más requerido por los visitantes es el de alimentación, ya que la visita a los restaurantes marca un*

72,6%. El 68,4% señala que el servicio de alimentación es bueno, y el 39% de los encuestados prefieren regresar a casa luego de haberse servido sus alimentos, mientras que el 32% de los visitantes prefieren visitar la zona. Las actividades que la gente preferiría que se implante en el Biocorredor Yanuncay son caminatas por senderos autoguiados 46%, paseos a caballo 46% y la pesca en la orilla del río y mirador el 37%. Para mejorar la estadía de los visitantes, desearían que se implemente parques recreacionales ya que no existen a lo largo de las riberas del río (12.6%). El 100% de los encuestados manifiestan que estarían de acuerdo en recomendar el lugar por el paisaje y la gastronomía el 28,5% y por la tranquilidad del lugar 16,4% (Alvarracín, Quito y Tola, 2013).

## **9.2. Antecedentes Históricos**

El Biocorredor Yanuncay comenzó con 6 comunidades campesinas, iniciando en el año 2000, como una alternativa debido al creciente flujo migratorio a causa del desempleo, como motivador principal fue el párroco de aquel entonces, Fernando Vega, quien aconsejó a las personas de la comunidad emprender negocios turísticos aprovechando los recursos naturales y culturales que estaban siendo ignorados, el Biocorredor se caracteriza principalmente por su biodiversidad paisajística, sin embargo fue un pequeño grupo de personas que tomaron el riesgo de abrir emprendimientos gastronómicos con pocos recursos y materiales, pero con un gran talento aprendido por sus antepasados, entre ellos la técnica del alineado y asado del cuy, las personas que empezaron con estos nuevos emprendimientos dentro del sector fueron: Sra. María Albarracín (Restaurante “La olla de Barro”), Sra. Carmen Saguay (Restaurante “Mamá Michi”, Sra. Rosa Morocho (Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita) quienes al principio llevaban sus productos a la comunidad de “Cañaro” con el fin de comercializarlos a las personas de la ciudad que llegaban a lavar su ropa a las orillas del Río Yanuncay, esto debido a que no existía servicios de alimentación. Un tiempo después pasaron de llevar sus productos de un lugar a otro a emprender desde sus hogares, las primeras preparaciones de alimentos tenían pocas ventas, dejándolos con la mercadería preparada, generando pocos ingresos o pérdidas de inversión, sin embargo el espíritu de emprendedor los mantuvo de pie, dando como resultado potencia turística gastronómica dentro del Biocorredor gracias a las reseñas de los primeros consumidores.

## 10. Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita”

Dentro de este contexto, el restaurante “Asadero Típico Doña Rosita” ha sido privilegiado por encontrarse dentro de una parroquia rural “San Joaquín” perteneciente al Cantón Cuenca-Azuay, enriquecido por sus bellos y armónicos paisajes que ofrece el Biocorredor Yanuncay.

El establecimiento ofrece El Cuy Asado como plato típico fuerte y con más demanda, seguido por el Pollo Asado, Caldo De Gallina y Caldo de Mocho.

Dentro del Diagnostico interno, se pudo realizar un cuadro de actores involucrados:

**Tabla 9:** *Tabla de actores involucrados dentro del restaurante*

| Segmentación de Involucrados (STAKEHOLDERS)   |   |         |         |                      |                        |
|---|---|---------|---------|----------------------|------------------------|
| Actor   | Descripción   | Interno | Externo | Beneficiario Directo | Beneficiario Indirecto |
| Propietaria                                   | Dueña del establecimiento   | X       |         | X                    |                        |
| Vínculo familiar más cercano a la propietaria | Personas más relacionadas a la propietaria  | X       |         | X                    |                        |
| Personal de servicio                          | Empleados del restaurante, incluyendo cocineros, meseros, personal de limpieza, etc | X       |         | X                    |                        |
| Proveedores                                   | Personas que suministran los productos al restaurante                               | X       |         | X                    |                        |
| Clientes                                      | Consumidores  |         | X       | X                    |                        |
| Comunidad local                               | Residentes de la zona donde se encuentra el restaurante.                            |         | X       | X                    |                        |
| Competencia                                   | Otros restaurantes que ofrecen productos y servicios similares.                     |         | X       |                      | X                      |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 10:** Segmentación de involucrados

| Segmentación de Involucrados (STAKEHOLDERS)   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| Actor   | Intereses  | Problemas Percibidos   | Mandatos o Recursos   |
| Propietaria                                   | Retorno de la inversión, crecimiento del negocio, rentabilidad.  | Bajos márgenes de ganancia, flujo de caja inestable, altos costos operativos.                        | Capital, inversión, toma de decisiones estratégicas.  |
| Vínculo familiar más cercano a la propietaria |  |  |   |
| Personal de servicio                          | Salario justo, condiciones de trabajo seguras y agradables, oportunidades de crecimiento profesional.                          | Falta de personal, mala gestión del inventario, alto índice de rotación de empleados.                | Gestión diaria del restaurante, supervisión del personal, implementación de estrategias operativas. |
| Proveedores                                   | Vender sus productos al restaurante a un precio justo, construir una relación comercial a largo plazo.                         | Falta de pago, cambios constantes en las órdenes, requisitos excesivamente estrictos de calidad.     | Productos, servicios, precios, condiciones de pago, plazos de entrega.                              |
| Clientes                                      | Consumir nuevos productos y recibir un excelente servicio  | Mal servicio al cliente, tiempos de espera largos, comida de baja calidad, precios demasiado altos.  | Dinero, preferencia, lealtad, opiniones y comentarios.  |
| Comunidad local                               | Un restaurante que contribuya a la economía local, que genere empleos y que sea un lugar agradable para reunirse y socializar. | Impacto ambiental negativo, falta de participación en la comunidad, imagen negativa del restaurante. | Apoyo, patrocinio, participación en eventos locales, donaciones a organizaciones benéficas.         |
| Competencia                                   |  |  | Oferta de productos y servicios, precios, estrategias de marketing, ubicación del restaurante.      |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 11**

| Segmentación de Involucrados (STAKEHOLDERS)   |          |       |         |
|---|----------|-------|---------|
| Actor   | Posición | Poder | Interés |
| Propietaria                                   | +        | 5     | 5       |
| Vínculo familiar más cercano a la propietaria | +        | 4     | 5       |
| Personal de servicio                          | +        | 3     | 5       |
| Proveedores                                   | +        | 2     | 4       |
| Clientes                                      | +        | 1     | 3       |
| Comunidad local                               | +        | 1     | 3       |
| Competencia                                   | -        | 3     | 1       |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

|            |              |             |   |                             |             |   |
|------------|--------------|-------------|---|-----------------------------|-------------|---|
| Poder Alto | 5            |             |   |                             |             | Propietaria                                   |
|            | 4            |             |   |                             |             | Vínculo familiar más cercano a la propietaria |
|            | 3            | Competencia |   |                             |             | Personal de servicio                          |
| Poder Bajo | 2            |             |   |                             | Proveedores |   |
|            | 1            |             |   | Clientes<br>Comunidad local |             |   |
|            | 0            | 1           | 2 | 3                           | 4           | 5   |
|            | Interés Bajo |             |   | Interés Alto                |             |   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 11. Historia del Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita

El funcionamiento del restaurante comenzó en el año 2001-2002, en la casa de la señora Rosa Morocho, tras la iniciativa y motivación del párroco Fernando Vega con el mensaje para toda la comunidad de emprender aprovechando los recursos y belleza del Biocorredor Yanuncay, ella junto a sus hijos comenzaron con el emprendimiento gastronómico que consistía con el menú pequeño y típico de los tradicionales platos representativos del Cantón Cuenca, que consiste principalmente en el Cuy Asado, Caldo de Gallina Criolla y Pollo Asado, estos y entre otros platos más.

Los primeros años después de la idea del párroco de la parroquia de “San Joaquín” el punto de concentración de las personas que se interesaron en vender sus productos fue en la comunidad de Cañaro, debido a que las personas del centro de la Ciudad salían a ese lugar a lavar su ropa y a descansar en las orillas de río Yanuncay, por la falta de servicios de alimentación los moradores decidieron vender en ese punto de la comunidad de la parroquia.

Tiempo después la señora Rosa Morocho decidió emprender desde su hogar para obtener una mayor facilidad, al principio sus instalaciones fueron muy sencillas, debido a sus improvisados dentro de su propio hogar, pero con los recursos básicos para la atención al cliente como: Utensilios de cocina, vajilla y cubertería, equipamiento de servicio, productos de limpieza etc.

### **Ilustración 10:** años evolutivos dela estructura del restaurante



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua.



## **CAPÍTULO 2**

# **PROPUESTA DE MEJORAS EN LA OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL RESTAURANTE**

El presente capítulo presenta una propuesta integral para impulsar el potencial del restaurante "Asadero Típico Doña Rosita". La propuesta se centra en la mejora de los procesos operativos y administrativos del establecimiento, con el objetivo de optimizar su funcionamiento y maximizar su rentabilidad.

## **2. Filosofía empresarial Propuesta**

El restaurante "Asadero Típico Doña Rosita", con más de dos décadas en el sector gastronómico, reconoce la necesidad de definir una filosofía empresarial distintiva que guíe sus acciones y establezca una identidad. La participación activa de cada miembro del equipo en este proceso será fundamental para generar un valor agregado y alcanzar el éxito a largo plazo.

### **2.1. Misión y visión Propuestas**

#### **2.2.1. Misión**

Somos el restaurante "Asadero Típico Doña Rosita" una empresa familiar de alimentos y bebidas con más de dos décadas de trayectoria, brindando y ofertando de manera orgullosa productos de alta calidad dentro de las ramas de la gastronomía cuencana, fusionando tradición y pasión en cada plato que servimos a nuestros comensales.

#### **2.2.2. Visión**

Ser reconocidos como el principal referente gastronómico los siguientes próximos años dentro del Biocorredor Yanuncay, ofertando y expendiendo los mejores platos típicos a turistas, visitantes, locales y extranjeros, aportando a la economía local, mediante un equipo profesional y preparado.

### 3. Mapa de ubicación del emprendimiento “Asadero Típico Doña Rosita”

El restaurante “Asadero Típico Doña Rosita” se encuentra en la comunidad de San José, perteneciente a la parroquia de “San Joaquín”, Cantón Cuenca, Provincia del Azuay. Sus coordenadas son las siguientes (-2.905204,-79.074836)

**Ilustración 11:** *Mapa Satelital de la ubicación del Restaurante*



Fuente: Google Eart

#### 3.1. Factores de localización

La importancia de conocer la ubicación del territorio al que está dirigido el presente proyecto, es un factor clave que analiza la posibilidad del desarrollo territorial, estos parámetros se dividen en 3 ejes, estos ejes son:

- **Factores Decisivos:** Denominados así porque si falta uno de ellos, la productividad del proyecto sería nula o quizá no existiría.
- **Factores Clave:** Como su nombre lo indica su importancia radica en que su existencia facilita el desarrollo del proyecto economizando costos.
- **Factores Deseables:** Al ser considerados deseables pueden o no existir, en el caso de contar con ellos la viabilidad del proyecto aumenta y se valoriza de una forma más rápida.

**Tabla 12:** *Factores Decisivos*

| <b>Factores decisivos de localización</b> | <b>Puntuación</b> |
|---|-------------------|
| Existencia de vías de comunicación        | 4                 |
| Seguridad de conducción                   | 2                 |
| Intensidad de tránsito                    | 4                 |
| Distancia con otros centros urbanos       | 5                 |
| Disponibilidad de agua                    | 4                 |
| Disponibilidad de energía eléctrica       | 5                 |
| Disponibilidad de comunicaciones          | 5                 |
| Disponibilidad de terrenos                | 4                 |
| Atractivos turísticos                     | 4                 |
| Condiciones sociales                      | 5                 |
| Condiciones de salubridad                 | 5                 |
| Desarrollo circunvecinos                  | 4                 |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>51/60</b>      |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 13:** *Factores Importantes*

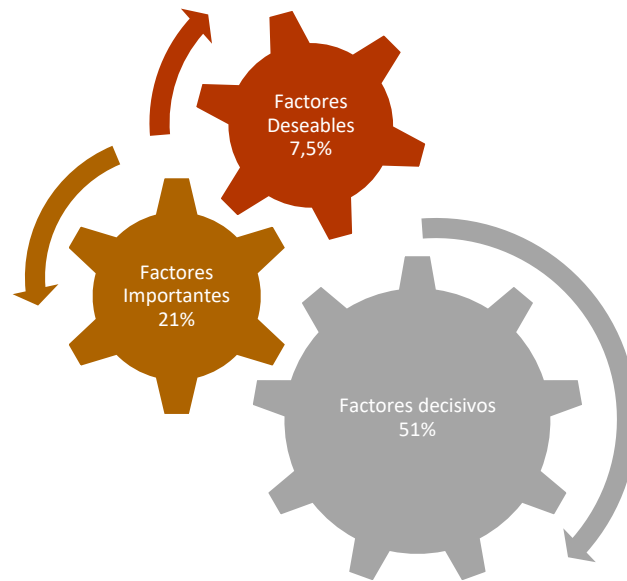
| <b>Factores Importantes de Localización</b> | <b>Puntuación</b> |
|---|-------------------|
| Proximidad a vías principales               | 2                 |
| Costo del terreno                           | 3                 |
| Condiciones del subsuelo                    | 4                 |
| Topografía                                  | 5                 |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>14/20</b>      |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 14:** *Factores Deseables*

| <b>Factores deseables de Localización</b> | <b>Puntuación</b> |
|---|-------------------|
| Disponibilidad de materiales e insumos    | 4                 |
| Mano de Obra                              | 3                 |
| Condiciones meteorológicas                | 5                 |
| Manejo de aguas servidas                  | 3                 |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>15/20</b>      |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua



**Tabla 15: Resultados**

| Puntuación Total   |             |
|--------------------|-------------|
| <b>Descartable</b> | DE 0 A 15   |
| <b>Malo</b>        | DE 16 A 35  |
| <b>Regular</b>     | DE 36 A 55  |
| <b>Bueno</b>       | DE 56 A 75  |
| <b>Excelente</b>   | DE 76 A 95  |
| <b>Optimo</b>      | DE 96 A 100 |
| <b>TOTAL</b>       | 80          |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

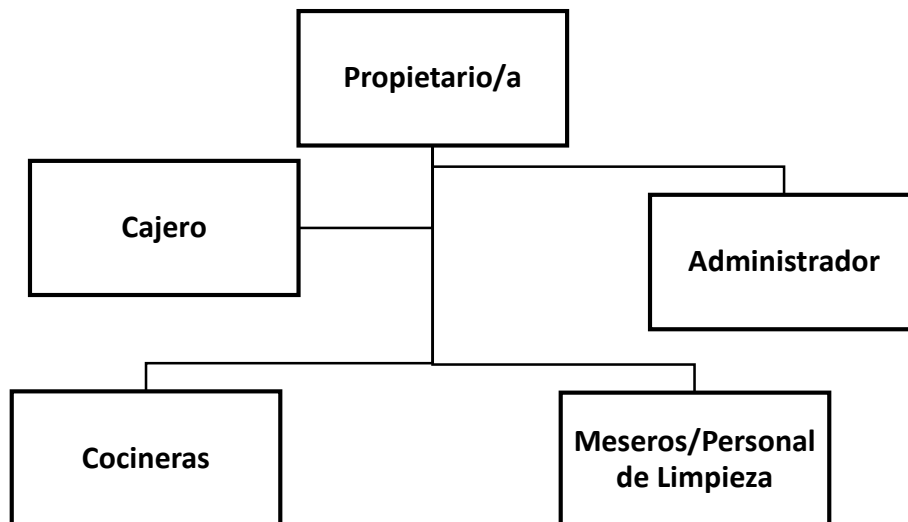
La suma total de los factores representan un total de 80 puntos, lo que significa que el proyecto es viable, como conclusión es importante reconocer que la ubicación de un proyecto es importante para su éxito comercial, dentro del contexto territorial del presente proyecto, el camino que conduce al Biocorredor Yanuncay se encuentra en un buen estado, ejerciendo un polo económico con la parroquia de , Chaucha, la frecuencia de tránsito es alta durante el fin de semana, debido a que es un sector turístico gastronómico y natural a menos de 30 minutos desde el centro de la Ciudad, el agua es entubada y la disponibilidad de energía eléctrica se encuentra al pie de la línea de bajo voltaje, de igual manera con la disponibilidad telefónica al pie de la línea, los atractivos turísticos son desarrollados y promocionados por el GAD parroquial de “San Joaquín”, contando con buenas posibilidades para ejecutar emprendimientos, es altamente un lugar desarrollado y tranquilo, manteniendo un clima agradable para sus locales y visitantes.

En los factores importantes, el territorio se encuentra visible a más de 2km, contando con terrenos con un precio más alto de lo normal, con la capacidad de ejecutar proyectos o estructuras superiores a 15 metros de altura y con una pendiente promedio del 10%.

En los factores deseables existen materiales e insumos en calidad y cantidad aceptables, la mayoría de la población, en la mano de obra, la mayoría tiene estudios y títulos de bachiller; su zona meteorológica es templada, con un sistema de alcantarillado simple.

#### 4. Operación Actual

**Figura 1:** *Organigrama actual de Restaurante.*



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

##### 4.1. Esquema de operación actual

El esquema actual es totalmente descoordinado, posee muchos defectos que dieron sentido para la creación de la presente propuesta, con el objetivo de mejorar los estándares de calidad dentro de cada área, la presente investigación ha analizado cada movimiento de sus áreas, a continuación se redactara cada una de ellas:

**Tabla 16:** *Funciones actuales del restaurante*

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Propietario</b>          | En el año 2002, la propietaria inició la operación del restaurante "Asadero Típico Doña Rosita", movida por una profunda fe en el éxito del negocio y su buen funcionamiento. A pesar de no contar con ayuda profesional ni capacitación formal, la propietaria cimentó las bases del restaurante en sus deliciosas preparaciones y la amabilidad con la que atendía a sus clientes.                     |
| <b>Administrador</b>        | Los encargados de la administración del restaurante mantienen un estrecho vínculo familiar con la propietaria. Sin embargo, su gestión se ha visto dificultada por la falta de herramientas de documentación e información que les permitan tomar decisiones acertadas. Esto ha ocasionado que las decisiones se tomen de manera improvisada, afectando negativamente el funcionamiento del restaurante. |
| <b>Cajero</b>               | La persona encargada de cobrar en el restaurante, ha enfrentado dificultades debido a la falta de apoyo y estrategias por parte de los administradores para optimizar el proceso de cobro.   |
| <b>Cocineros</b>            | El restaurante ha experimentado un rendimiento deficiente en el área de cocina debido a la ausencia de manuales de calidad y parámetros de producción y preparación. La falta de estandarización en los procesos culinarios ha dado como resultado platos inconsistentes para los comensales   |
| <b>Meseros</b>              | El personal a cargo del servicio al cliente en el restaurante carece de uniformes que los identifiquen como parte del equipo y no cuenta con un sistema de gestión de comandas para organizar y gestionar las órdenes de los clientes. Esta situación genera una imagen poco profesional y dificulta la eficiencia en el servicio.   |
| <b>Personal de limpieza</b> | En el restaurante, la labor del personal de limpieza se ha realizado de manera eficaz, manteniendo un excelente nivel de orden y limpieza en el establecimiento. Sin embargo, existen algunos procedimientos que podrían mejorarse para optimizar el proceso de limpieza y desinfección.   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 17:** *Tabla de problemas operacionales*

| Aspecto                                      | Descripción actual   | Problemas identificados   |
|--|--|---|
| Realización de compras                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- No se cuenta con un plan estructurado para las compras.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Se realizan pedidos de manera improvisada, sin considerar las necesidades reales.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Se compran algunos ingredientes de manera excesiva sin evaluar la rotación de los mismos, lo que conlleva al desperdicio de alimentos.</li> <li>- El establecimiento trabaja con proveedores que no cumplen con los plazos de entrega.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desperdicio de alimentos.</li> <li>- Pérdidas económicas por compras innecesarias.</li> <li>- Mala calidad de los productos.</li> <li>- Retrasos en la entrega de insumos.</li> <li>- Dificultad para controlar el stock.</li> </ul> |
| Llegada del personal y preparación del Local | <ul style="list-style-type: none"> <li>- La llegada del personal al establecimiento es tardía (entre 10 a 40 minutos).</li> <li>- La falta de puntualidad genera pérdidas indirectas debido a la falta de control de asistencia.</li> <li>- Los retrasos afectan la productividad general del equipo.</li> <li>- Se crea una cadena de eventos que reduce la eficiencia de las operaciones diarias.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de disciplina y compromiso por parte del personal.</li> <li>- Desorganización en la gestión del tiempo.</li> <li>- Falta de motivación e incentivos para el personal.</li> </ul>   |
| Área de Producción (Cocina)                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El restaurante carece de herramientas que faciliten la optimización de los procesos y mejoren la producción.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Almacenamiento inadecuado de los alimentos.</li> <li>- Desperdicio de alimentos debido al mal cálculo del uso de los mismos.</li> <li>- Zona de cocción sin herramientas para medir las cantidades correctas de los ingredientes, lo que produce una calidad desigualada e inestable en los platos.</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ineficiencia en los procesos productivos.</li> <li>- Pérdidas económicas por desperdicio de alimentos.</li> <li>- Desigualdad calidad de los platos.</li> </ul>  |
| Área de servicio                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El personal no cuenta con una capacitación completa y profesional.</li> <li>- Falta de planes para mejorar la operación del restaurante, como: estudio de mercado, gestión de inventarios en varias áreas, listado de tareas del personal, gestión de comandas, menú extendido, control de calidad, etc.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención al cliente deficiente en algunos casos.</li> <li>- Dificultades en la gestión del restaurante.</li> </ul>   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 4.2. Organigrama propuesto

El nuevo organigrama propuesto se basa en desarrollar un nuevo modelo y funciones para el personal de servicio, permitiendo de esta manera tener un mayor control de funciones y delimitaciones.

Dentro de un restaurante, sirve como estrategia para su crecimiento y desarrollo, permitiendo que todo el personal de servicio conozca sus responsabilidades, facilitando la coordinación del trabajo entre los diferentes departamentos.

El organigrama propuesto se compone de 4 departamentos, estos son:

- Departamento de operaciones
- Departamento de recursos humanos
- Departamento de Marketing y ventas
- Departamento financiero

**Figura 2:** *Organigrama propuesto.*



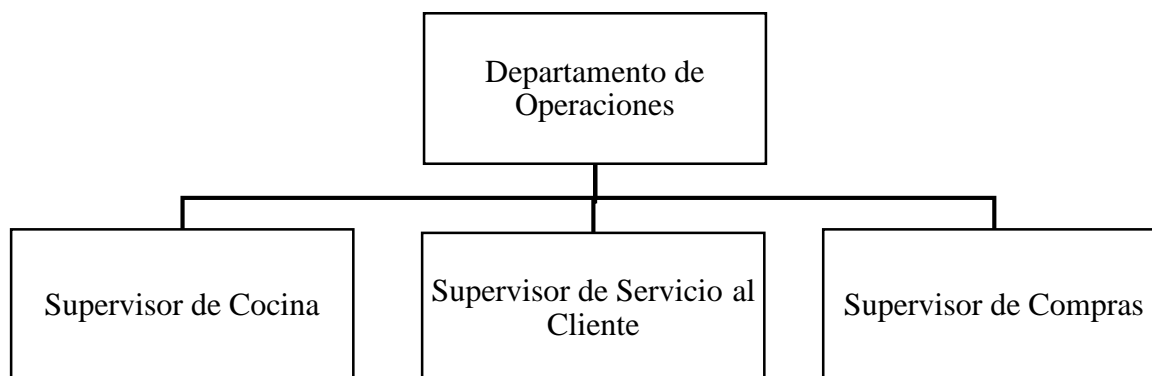
Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

### 4.3. Departamento de operaciones

El departamento de operaciones es el corazón del restaurante debido a que garantiza que todas las áreas funcionen juntas de manera eficiente y sin problemas para brindar a los clientes una experiencia gastronómica memorable, se encarga de supervisar y coordinar todo el proceso de producción y servicio, asegurando que todo funcione sin contratiempos.



**Figura 3:** Organigrama del departamento de operaciones.



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 18:** Funciones del departamento de operaciones

| Área                                     | Cargo                                  | Descripción   |
|--|--|---|
| <i>Supervisor de cocina</i>              | <b>Higiene y seguridad alimentaria</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Asegurarse de que todos los alimentos se manipulen, preparen y almacenen de acuerdo con las normas sanitarias.</li> <li>- Priorizar la higiene para una correcta manipulación de los alimentos, teniendo en cuenta las normas de sanidad.</li> <li>-Implementar y mantener un programa de limpieza y desinfección adecuado.</li> <li>-Realizar constantemente limpiezas y desinfecciones completas del local para mantener un entorno adecuado y seguro para los clientes.</li> <li>- Capacitar al personal de cocina sobre las prácticas de higiene y seguridad alimentaria.</li> <li>-Capacitar constantemente acerca de las normas de higiene que se manejan dentro de la cocina, para prevenir la existencia de plagas o roedores dentro de la cocina.</li> </ul> |
|  | <b>Control de calidad</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Monitorear la calidad de los ingredientes y productos terminados.</li> <li>-Garantizar que todos los platos se preparan de acuerdo con las recetas y estándares establecidos.</li> <li>-Revisar constantemente la calidad y estado de productos destinados para el consumo.</li> <li>- Resolver problemas de calidad de manera oportuna y efectiva.</li> <li>- Preparar un plan de acción en caso de existir problemas de calidad.</li> </ul>   |
|  | <b>Gestión de inventario</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener niveles de inventario adecuados para evitar roturas de stock o exceso de inventario.</li> <li>- Realizar pedidos de ingredientes de manera oportuna y eficiente.</li> <li>- Minimizar el desperdicio de alimentos.</li> </ul>   |
| <i>Supervisor de servicio al cliente</i> | <b>Atención al cliente</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar un servicio al cliente excepcional y personalizado.</li> <li>- Resolver problemas y quejas de los clientes de manera profesional y eficiente.</li> <li>- Crear un ambiente agradable y acogedor para los clientes.</li> </ul>  |
|  | <b>Gestión de pedidos</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tomar pedidos de los clientes de manera precisa y eficiente.</li> <li>- Comunicar los pedidos a la cocina de manera clara y concisa.</li> </ul>  |

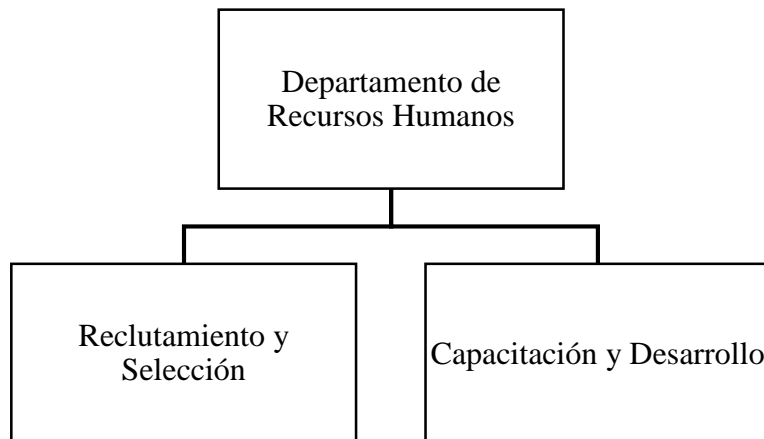
|                              |                                 |  |
|------------------------------|---------------------------------|--|
|                              |                                 | - Asegurar que los pedidos se entreguen a los clientes de manera oportuna y correcta.  |
| <b>Supervisor de Compras</b> | <b>Selección de proveedores</b> | - Seleccionar proveedores confiables que ofrezcan productos de alta calidad a precios competitivos.<br>- Negociar con los proveedores para obtener los mejores términos y condiciones.<br>- Mantener relaciones positivas con los proveedores. |
|                              | <b>Gestión de compras</b>       | - Realizar pedidos de productos de manera oportuna y eficiente.<br>- Monitorear los niveles de inventario y realizar pedidos cuando sea necesario.   |
|                              | <b>Control de calidad</b>       | - Inspeccionar los productos recibidos para garantizar que cumplan con los estándares de calidad establecidos.<br>- Devolver o rechazar productos que no cumplan con los estándares de calidad.  |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

#### 4.4. Departamento de recursos humanos

El departamento de recursos humanos se encarga de gestionar el personal, garantizando su motivación para un mejor desempeño de su labor y atención al cliente.

**Figura 4:** Organigrama del departamento de recursos humanos.



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 19:** *Departamento de recursos humanos*

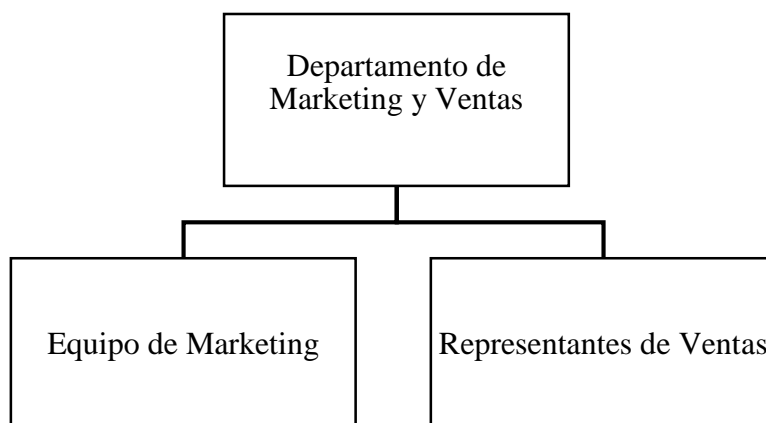
| <b>Área</b>                      | <b>Cargo</b>                            | <b>Descripción</b>   |
|----------------------------------|---|--|
| <b>Reclutamiento y Selección</b> | <b>Contratación equitativa</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>-No discriminara los rasgos del candidato.</li> <li>- Dar igualdad de oportunidades a todos los candidatos.</li> <li>- Tomar las decisiones de contratación por los méritos y las habilidades de los mismos.</li> </ul>   |
|                                  | <b>Proceso de selección</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El proceso de selección debe ser claro y que incluya entrevistas, pruebas y verificaciones etc.</li> <li>- Evaluar a todos los candidatos de manera justa.</li> <li>-Seleccionar a los candidatos que mejor se ajusten a las necesidades del restaurante.</li> </ul>                              |
|                                  | <b>Contratación de personal local</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar preferencia a los candidatos locales.</li> <li>- Apoyar a la economía local y la comunidad.</li> </ul>  |
| <b>Capacitación y Desarrollo</b> | <b>Programa de capacitación inicial</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar a todos los nuevos empleados una capacitación inicial sobre las políticas y procedimientos del restaurante.</li> <li>- Capacitar sobre sus roles y responsabilidades específicas.</li> <li>- Asegurar que los nuevos empleados estén bien preparados para realizar su trabajo.</li> </ul> |
|                                  | <b>Capacitación continua</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer oportunidades de capacitación a todos los empleados.</li> <li>- Mantener a los empleados actualizados sobre las últimas tendencias de restaurantes.</li> <li>- Ayudar a los empleados a desarrollar sus habilidades y así hacerles avanzar en sus carreras.</li> </ul>                    |
|                                  | <b>Desarrollo profesional</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alentar a los empleados a participar en oportunidades de desarrollo, como talleres o conferencias.</li> <li>- Ayudar a los empleados a alcanzar sus objetivos profesionales.</li> </ul>   |
|                                  | <b>Evaluación del desempeño</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar evaluaciones del desempeño de todos los empleados.</li> <li>- Dar a los empleados una retroalimentación sobre su desempeño.</li> <li>- Identificar las áreas de mejora y establecer objetivos de desarrollo.</li> </ul>  |
|                                  | <b>Reconocimiento y recompensas</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Reconocer a los empleados por su buen desempeño y ofrecer incentivos como bonificaciones, premios entre otros.</li> <li>-Motivar al personal de servicio</li> </ul>  |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

#### 4.5. Departamento de marketing y ventas

El departamento de marketing y ventas se encarga de atraer clientes, aumentar los ingresos del restaurante, implementado estrategias de publicidad creativas.

**Figura 5:** Organigrama del departamento de Marketing.



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 20:** Departamento de marketing

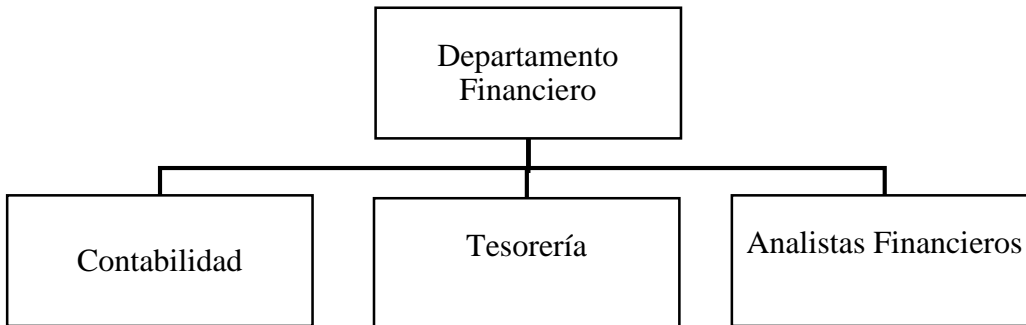
| Área                            | Cargo                          | Descripción   |
|---------------------------------|--------------------------------|---|
| <i>Equipo de Marketing</i>      | <b>Estrategia de marketing</b> | -Implementar una estrategia de marketing que incluya publicidad, y marketing digital, para llamar la atención a nuevos consumidores.<br>-Dar reconocimiento y diferencia al restaurante de los demás. |
|                                 | <b>Marketing digital</b>       | -Crear canales de marketing digitales como redes sociales, correo electrónico y utilizar un sitio web llamativo e informativo para el restaurante.  |
| <i>Representantes de Ventas</i> | <b>Organización de eventos</b> | -Organizar eventos en el restaurante, como bodas, fiestas, bautizos y otros eventos sociales para que el restaurante genere más ingresos adicionales.   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 4.6. Departamento financiero

El departamento financiero se encarga de llevar la contabilidad e informar sobre los ingresos y egresos del restaurante, analizando su rentabilidad y crecimiento

**Figura 6:** Organigrama del departamento financiero.



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 21:** Departamento financiero

| Área                         | Cargo                           | Descripción  |
|------------------------------|---------------------------------|--|
| <i>Contabilidad</i>          | <b>Sistema de contabilidad</b>  | -Implementar y mantener un sistema de contabilidad preciso y confiable para registrar absolutamente todas las transacciones financieras del restaurante de manera confiable.                                       |
|                              | <b>Control interno</b>          | -Establecer e implementar controles adecuados para prevenir posibles fraudes o errores también no sirve para separar las funciones contables para de esta manera asegurar de que no haya conflictos de interés.    |
| <i>Tesorería</i>             | <b>Gestión de efectivo</b>      | -Implementar unos procedimientos indicados para la gestión del efectivo, controlando el manejo, el depósito y la seguridad.<br>-Con la gestión de efectivo minimizar el riesgo de robo o pérdida de dinero.        |
|                              | <b>Gestión de cobros</b>        | -Implementar un proceso de cobro eficiente con la finalidad de recuperar las cuentas por cobrar y así enviar facturas a los clientes de manera inmediata y segura.   |
|                              | <b>Gestión de pagos</b>         | -Realizar todos los pagos a tiempo a los proveedores y acreedores.   |
| <i>Analistas financieros</i> | <b>Análisis financiero</b>      | -Mediante un análisis financiero frecuente se podrá evaluar el desempeño del restaurante, identificando las áreas de mejora.   |
|                              | <b>Presupuesto</b>              | -Preparar y actualizar el presupuesto anualmente para poder monitorear el desempeño económico del restaurante. (POA)   |
|                              | <b>Planificación financiera</b> | -Desarrollar un plan financiero a largo plazo para el restaurante con el propósito de establecer objetivos y estrategias para alcanzarlos y así poder identificar las oportunidades de inversión y financiamiento. |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 5. Propuesta operativa y administrativa

El restaurante "Asadero Típico Doña Rosita" se ha convertido en un referente culinario en la región, gracias a su deliciosa comida tradicional y su ambiente acogedor. Sin embargo, para alcanzar su máximo potencial y asegurar un crecimiento económico, es necesario optimizar su funcionamiento en todas sus áreas.

En este documento se presenta una propuesta operativa y administrativa integral, diseñada específicamente para las necesidades del establecimiento. La propuesta se basa en un análisis exhaustivo de las operaciones actuales del restaurante, identificando áreas de oportunidad y desarrollando estrategias para mejorar la eficiencia, la rentabilidad y la satisfacción del cliente.

La implementación de esta propuesta no solo permitirá optimizar el funcionamiento del restaurante, sino que también contribuirá a fortalecer su imagen y posicionamiento en el mercado. Se espera que esta propuesta sea recibida de manera favorable y que se considere su implementación para el beneficio del mismo.

### 5.1. Factor operativo y administrativo

#### 5.1.1. Optimización de Cocina

La cocina es un área importante, por lo cual es necesario mejorarla, y ser de este un sistema de producción más eficiente, relacionándose con varios espacios atrayendo varios beneficios para el personal de servicio que labora dentro de este.

**Tabla 22:** *Propuesta de optimización de la cocina*

| <b>Optimización de Cocina</b>               |  |  |
|---|--|--|
| <b>Paso</b>                                 | <b>Descripción</b>   | <b>Beneficios</b>  |
| <b><i>Ordenar espacios estratégicos</i></b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Definir un diseño de cocina que optimice el flujo de trabajo y minimice el movimiento innecesario del personal.</li><li>- Ubicar estratégicamente las estaciones de trabajo, los equipos y los ingredientes para facilitar el acceso y la preparación de los alimentos.</li><li>- Implementar un sistema de almacenamiento eficiente para mantener los ingredientes y utensilios organizados y accesibles.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mayor eficiencia en el flujo de trabajo.</li><li>- Reducción del tiempo de preparación de alimentos.</li><li>- Disminución del riesgo de accidentes.</li><li>- Mejor aprovechamiento del espacio disponible.</li></ul> |

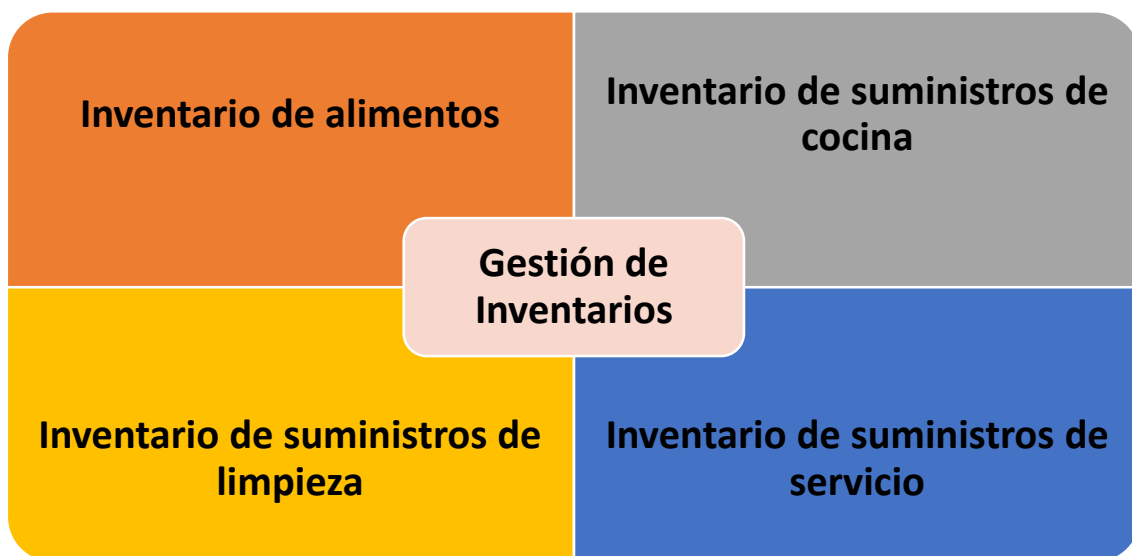
|   |  |  |
|---|--|--|
| <p><b><i>Organizar las áreas de trabajo</i></b></p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer áreas específicas para cada tarea, como preparación de alimentos, cocción, montaje de platos y limpieza.</li> <li>- Designar a un responsable para cada área de trabajo.</li> <li>- Definir procedimientos claros y estandarizados para cada tarea.</li> <li>- Implementar un sistema de comunicación efectivo entre las diferentes áreas de trabajo.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor organización y control en la cocina.</li> <li>- Reducción de errores.</li> <li>- Mejora en la calidad de los platos.</li> <li>- Aumento de la satisfacción del personal.</li> </ul>   |
| <p><b><i>Implementación de la regla PEPS</i></b></p>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar el principio de "Primero que Entra, Primero que Sale" (PEPS) para la gestión de inventario.</li> <li>- Utilizar etiquetas de fecha de caducidad y rotación de stock para garantizar que los ingredientes más antiguos se usen primero.</li> <li>- Realizar revisiones periódicas del inventario para identificar y eliminar productos vencidos o deteriorados.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción del desperdicio de alimentos.</li> <li>- Optimización del uso de ingredientes.</li> <li>- Ahorro en costos operativos.</li> <li>- Mayor seguridad alimentaria.</li> </ul>   |
| <p><b><i>Estandarización en tiempos de producción</i></b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer tiempos de producción estándar para cada plato o receta.</li> <li>- Utilizar herramientas de medición y control de tiempo para garantizar el cumplimiento de los estándares.</li> <li>- Capacitar al personal en las técnicas y procedimientos necesarios para cumplir con los tiempos de producción.</li> <li>- Monitorear y evaluar el desempeño del personal en cuanto al cumplimiento de los tiempos de producción.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor consistencia en la calidad de los platos.</li> <li>- Reducción del tiempo de espera para los clientes.</li> <li>- Aumento de la capacidad de producción de la cocina.</li> <li>- Mejor control de los costos operativos.</li> </ul> |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 5.2. Gestión de Inventarios

Una de las fallas dentro del establecimiento son las compras de varios productos e insumos, que regularmente afectan los costos por el desperdicio de sus compras excesivamente, es por eso que la presente propuesta se basa en realizar un inventario de manera manual o a través de un software, utilizando plantillas, para el control de las compras y evitar stock, mediante herramientas digitales como computadoras o celulares con el fin de ocupar la aplicación “EXCEL”, que permitirá realizar un nuevo sistema de costos, y así conllevar un estudio de mercado mediante diagramas.

**Figura 7:** *Gestión de inventarios.*



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua



**Tabla 23:** Propuesta para la gestión de inventarios.

| <b>Gestión de inventarios</b>                                  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Paso</b>  | <b>Descripción</b>   | <b>Beneficios</b>  |
| <b><i>Planificación</i></b>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer objetivos de inventarios claros y medibles.</li> <li>- Determinar los niveles de stock óptimos para cada producto.</li> <li>- Definir las estrategias de compra en función de la demanda.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora la eficiencia en la cadena de suministro.</li> <li>- Minimiza el riesgo de roturas de stock y ventas perdidas.</li> <li>- Optimiza el uso del capital de trabajo.</li> </ul>   |
| <b><i>Análisis regular</i></b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar inventarios físicos o digitales de forma periódica para verificar los niveles de stock reales.</li> <li>- Monitorear los datos de ventas y consumo.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporciona información valiosa para la toma de decisiones.</li> <li>- Permite detectar problemas de stock antes de que se acaben</li> </ul>  |
| <b><i>Identificación de productos de mayor importancia</i></b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clasificar los productos según su criticidad para el negocio.</li> <li>- Considerar factores como el valor, el volumen de ventas, el impacto en la producción y la disponibilidad de proveedores.</li> <li>- Segmentar los productos en categorías A, B y C según su importancia.</li> <li>- Enfocar los esfuerzos de gestión en los productos de mayor importancia (categoría A).</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Permite una gestión de inventario más focalizada y eficiente.</li> <li>- Ayuda a priorizar las inversiones en inventario y los recursos de gestión.</li> <li>- Reduce el riesgo de roturas de stock en productos críticos.</li> </ul> |
| <b><i>Diagrama de información</i></b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear diagramas de flujo de inventario para visualizar el movimiento de los productos desde su adquisición hasta su venta.</li> <li>- Incluir en el diagrama las etapas del proceso, los responsables, los puntos de control y los flujos de información.</li> <li>- Utilizar símbolos y colores estandarizados para facilitar la comprensión.</li> <li>- Compartir el diagrama con todo el personal involucrado en la gestión de inventarios.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora la comunicación y la colaboración entre departamentos.</li> <li>- Ayuda a prevenir errores y reducir costos.</li> </ul>  |
| <b><i>Organización según la categoría</i></b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar un sistema de codificación de productos para facilitar su identificación y ubicación.</li> <li>- Utilizar estanterías, etiquetas y señalización adecuadas para mantener el inventario ordenado.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora la eficiencia en la recepción, almacenamiento y localización de productos</li> <li>- Reduce el tiempo y el esfuerzo necesarios para encontrar los productos.</li> <li>- Minimiza el riesgo de errores y pérdidas.</li> </ul>   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

### 5.3. Servicio al Cliente:

En el mundo del servicio y del emprendimiento, es importante reconocer la capacitación al personal y tener una óptica de inversión, debido a que es un conjunto de acciones enfocadas a mejorar la experiencia del cliente.

Dentro de la presente propuesta, este punto es muy importante, porque la capacitación se ramifica con varios temas dentro del presente proyecto. Por esta razón se realizará una estandarización para atención y manipulación de alimentos para una mejor operación interna y externa.

**Figura 8:** *Servicio al cliente.*



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

#### 5.4. Procedimientos operativos estándar (POE)

**Tabla 24:** *Estándares de servicio al cliente*

| <b>N°</b> | <b>Paso</b>                                      | <b>Descripción</b>   |
|-----------|--|--|
| <b>1</b>  | <b><i>Llegada del cliente al restaurante</i></b> | El personal de servicio recibe al cliente con una sonrisa, diciendo “Buenos Días”, “Buenas Tardes” o “Buenas Noches”   |
| <b>2</b>  | <b><i>Llevar a los clientes a una mesa</i></b>   | El mesero acompañara al cliente con una actitud positiva a la mesa de mayor comodidad.   |
| <b>3</b>  | <b><i>Ofrecer el menú</i></b>                    | El mesero ofrecerá al cliente los alimentos y bebidas, recomendando las mejores opciones de alimentos  |
| <b>4</b>  | <b><i>Tomar la orden</i></b>                     | El mesero anotara la orden al cliente, y preguntando si tiene alguna preferencia en el plato, ofreciendo más opciones de consumo                             |
| <b>5</b>  | <b><i>Llegar al área de producción</i></b>       | Gestionar y coordinar la comanda del cliente sobre su plato escogido   |
| <b>6</b>  | <b><i>Preparación de utensilios</i></b>          | El mesero pondrá los cubiertos apropiados según lo elegido por el cliente  |
| <b>7</b>  | <b><i>Brindar Cortesía</i></b>                   | El mesero llevara una bebida de cortesía al cliente y dirá: “Que disfrute su bebida”<br>(Recordando al cliente que lo brindado es cortesía si es necesario). |
| <b>8</b>  | <b><i>Llevar la orden</i></b>                    | El mesero llevara la orden a la mesa y servirá por la derecha del cliente y a continuación dirá: “Que disfrute de su plato”                                  |
| <b>9</b>  | <b><i>Checando las mesas</i></b>                 | El mesero se encargara de verificar que la mesa de los clientes esté en orden y atender a sus necesidades.   |
| <b>10</b> | <b><i>Retirar los platos</i></b>                 | En caso de que el cliente haya terminado, el mesero procederá a retirar los platos para mayor comodidad del cliente  |
| <b>11</b> | <b><i>El cliente pide la cuenta</i></b>          | El mesero llevara la cuenta cuando el cliente le haga una señal, acercándose de manera educada y asentando la cuenta en la mesa del cliente                  |
| <b>12</b> | <b><i>Forma de pago</i></b>                      | El mesero preguntara la manera del pago del cliente para ayudarlo  |
| <b>13</b> | <b><i>Despedida del cliente</i></b>              | El mesero dará las gracias al cliente por visitar el restaurante esperando verlo pronto  |
| <b>14</b> | <b><i>Restablecer la mesa</i></b>                | El mesero acomodara la mesa para los próximos clientes, dejándola limpia en toda su área.  |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 25:** Estándares de manipulación de alimentos

| <b>N°</b> | <b>Paso</b>                                     | <b>Descripción</b>   |
|-----------|---|--|
| 1         | <i>Lavado de manos</i>                          | Lavarse las manos con agua tibia y jabón durante al menos 20 segundos antes de manipular alimentos, después de usar el baño, después de tocar basura o animales, y después de toser o estornudar.    |
| 2         | <i>Limpieza y desinfección de superficies</i>   | Limpiar y desinfectar todas las superficies de trabajo, utensilios y equipos antes y después de usarlos, especialmente después de manipular carne cruda.   |
| 3         | <i>Prevención de la contaminación cruzada</i>   | Evitar el contacto entre alimentos crudos y cocidos.<br>Usar tablas de cortar, cuchillos y otros utensilios diferentes para cada tipo de alimento.   |
| 4         | <i>Cocción completa de los alimentos</i>        | Cocinar los alimentos a la temperatura interna adecuada para matar bacterias dañinas.<br>Usar un termómetro de alimentos para verificar la temperatura interna.                                      |
| 5         | <i>Refrigeración y almacenamiento adecuados</i> | Refrigerar o congelar los alimentos perecederos dentro de las dos horas posteriores a su preparación.<br>Almacenar los alimentos a temperaturas adecuadas para prevenir el crecimiento de bacterias. |
| 6         | <i>Higiene personal</i>                         | Mantener las uñas cortas y limpias. Usar ropa limpia y cabello recogido. Evitar tocarse la cara, la nariz o la boca mientras se manipulan alimentos  |
| 7         | <i>Etiquetado de alimentos</i>                  | Etiquetar los alimentos con la fecha de caducidad o la fecha de vencimiento.   |
| 8         | <i>Eliminación segura de desechos</i>           | Eliminar los desechos de alimentos de manera segura para evitar la contaminación.  |
| 9         | <i>Uso de agua potable</i>                      | Usar agua potable para lavarse las manos, preparar alimentos y limpiar superficies.  |
| 10        | <i>Prevención de enfermedades</i>               | No manipular alimentos si está enfermo.<br>Informar al gerente si tiene alguna enfermedad que pueda ser transmitida por los alimentos.   |
| 11        | <i>Consumo de alimentos seguros</i>             | Consumir solo alimentos que estén cocidos completamente y que se hayan manipulado de manera segura.  |
| 12        | <i>Manejo seguro de alérgenos alimentarios</i>  | Informar a los clientes sobre los alérgenos alimentarios presentes en los alimentos. Tomar precauciones para evitar la contaminación cruzada con alérgenos.  |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 26: Estándares de recepción de alimentos**

| N° | Paso                              | Descripción   |
|----|-----------------------------------|---|
| 1  | <i>Verificación de documentos</i> | -Revisar que las compras lleguen según el pedido realizado.   |
| 2  | <i>Inspección</i>                 | -Inspeccionar el estado de los alimentos.   |
| 3  | <i>Registro</i>                   | -Registrar los productos ( Producto, cantidad, peso)<br>-Registrar el nombre del proveedor (Empresa). |
| 4  | <i>Almacenamiento</i>             | -Almacenar los productos de acuerdo a su temperatura, característica.                                 |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 27: Estándar de limpieza**

| N° | Paso   | Descripción  |
|----|--|--|
| 1  | <i>Limpieza y desinfección de Piso</i>           | -Barrer el piso para eliminar residuos sólidos.<br>-Fregar el piso con un trapeador y una solución de detergente desinfectante.<br>-Enjuagar bien y dejar secar. |
| 2  | <i>Limpieza y desinfección de mesas y sillas</i> | -Limpiar las mesas y sillas con un paño húmedo y una solución de detergente desinfectante.<br>-Secar bien con un paño limpio.                                    |
| 3  | <i>Limpieza y desinfección de baños</i>          | -Vaciar los basureros.<br>-Limpiar y desinfectar las tazas de inodoro, lavamanos, espejos y pisos con un detergente desinfectante adecuado.                      |
| 4  | <i>Limpieza y desinfección de cocina</i>         | -Limpiar y desinfectar todas las superficies de trabajo, incluyendo mesas, estantes, equipos y utensilios.<br>-Eliminar residuos de alimentos y grasa.           |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 28: Estándar de manejo de quejas**

| N° | Pasos                                   | Descripción  |
|----|---|--|
| 1  | <i>Recepción de la queja</i>            | Escuchar atentamente la queja del cliente sin interrumpir. Mostrar empatía y comprensión hacia el cliente.   |
| 2  | <i>Solicitar información</i>            | Pedir al cliente detalles sobre la queja, incluyendo qué sucedió, cuándo sucedió y qué producto o personal de servicio está involucrado.   |
| 3  | <i>Ofrecer disculpas</i>                | Pedir disculpas sinceras al cliente por el inconveniente causado.  |
| 4  | <i>Investigar la queja</i>              | Recopilar información adicional sobre la queja hablando con el personal involucrado y revisando los registros pertinentes.   |
| 5  | <i>Determinar la solución</i>           | Identificar la mejor manera de resolver la queja del cliente. Esto puede implicar ofrecer una disculpa, un reembolso, un reemplazo del producto o una compensación adicional dentro del restaurante. |
| 6  | <i>Comunicar la solución al cliente</i> | Explicar al cliente la solución elegida y cómo se implementará.  |
| 7  | <i>Seguimiento</i>                      | Verificar con el cliente si está satisfecho con la solución y si tiene más comentarios.  |

|    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 8  | <b>Documentar la queja</b>       | Registrar la queja en un formulario o sistema informático, incluyendo la fecha, el nombre del cliente, la descripción de la queja, las acciones tomadas y la resolución final. |
| 9  | <b>Análisis de las quejas</b>    | Analizar las quejas recibidas para identificar tendencias y áreas de mejora en el restaurante.   |
| 10 | <b>Implementación de mejoras</b> | Implementar acciones correctivas y preventivas para evitar que se repitan las mismas quejas en el futuro.  |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 29: Estándar de gestión de reservas**

| N° | Pasos                           | Descripción  |
|----|---------------------------------|--|
| 1  | <b>Recepción de la reserva</b>  | Atender la llamada telefónica o el mensaje del cliente que desea realizar una reserva  |
| 2  | <b>Solicitar información</b>    | Registrar los datos del cliente, incluyendo nombre, número de teléfono, número de personas, fecha y hora de la reserva, y si hay alguna preferencia especial (mesa específica, menú especial, etc.). |
| 3  | <b>Verificar disponibilidad</b> | Consultar el sistema de reservas para verificar si lo que el cliente solicita está disponible ya sea en la fecha o en la hora indicadas.   |
| 4  | <b>Confirmar la reserva</b>     | Si lo solicitado está disponible, confirmar la reserva al cliente.   |
| 5  | <b>Registrar la reserva</b>     | Ingresar la reserva en el sistema de reservas, incluyendo todos los datos del cliente y la información adquirida.  |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

### 5.5. Control Financiero

El establecimiento llevara un registro detallado de ingresos y gastos.

El establecimiento analizara los costos y los márgenes de beneficio.

**Tabla 30: Propuesta de control financiero**

| Actividad   | Descripción Detallada  |
|---|--|
| <b>Registro detallado de ingresos y gastos</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Registrar todas las acciones financieras del restaurante y compras por proveedor, tipo de producto (alimentos, bebidas, suministros, etc.) y método de pago.</li> <li>- Pagos de nómina: por empleado, cargo y horas trabajadas</li> <li>-Registro de servicios públicos: electricidad, agua, gas, internet, etc.</li> <li>-Utilizar un sistema de registro organizado, ya sea manual o electrónico, para clasificar y almacenar la información financiera de manera eficiente.</li> <li>- Clasificar los ingresos y gastos por categorías para facilitar el análisis posterior, por ejemplo:<br/>Ingresos: ventas en el restaurante, ventas a domicilio, ventas para eventos, etc.</li> </ul> |
| <b>Análisis de costos y márgenes de beneficio</b> | -Realizar ecuaciones según los ingresos y costos para obtener el margen de beneficio, según los porcentajes realizar diagramas.  |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 5.6. Metodologías para cada área del establecimiento

Para la viabilidad del proyecto se requiere aplicar las siguientes metodologías como parte de las estrategias de propuesta para el mejoramiento del establecimiento y potencializando el rendimiento del personal de servicio. Estas metodologías son:

**Tabla 31:** *Metodologías propuestas*

| Áreas   | Metodología                             | Procesos   |
|---|---|--|
| <i>Administración</i>                         | <i>Six Sigma<br/>Proceso<br/>DMAIC</i>  | <p><b>Definir:</b> Generar una oportunidad de mejora</p> <p><b>Medir:</b> Observar el rendimiento de procesos actuales y solventar mejoras</p> <p><b>Analizar:</b> Revisar los procesos para descubrir defectos o causas de estos</p> <p><b>Mejorar:</b> Promover soluciones a cada etapa anterior</p> <p><b>Controlar:</b> Ejecución de procesos mejorados y corregir errores</p> |
| <i>Servicio,<br/>Limpieza y<br/>Operación</i> | <i>Ciclo PHVA</i>                       | <p><b>Planificar:</b> Realizar los por los que se debería comenzar</p> <p><b>Hacer:</b> Implementar el plan o protocolo generado</p> <p><b>Verificar:</b> Revisar las acciones implementadas durante cada etapa anterior</p> <p><b>Actuar:</b> Después de revisar los resultados analizados, generar una decisión para implementar un resultado</p>                                |
| <i>Producción</i>                             | <i>Gestión de<br/>Calidad<br/>(TQM)</i> | Orientarse en mejorar los estados de los productos adquiridos para un mejor desarrollo de producción   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 6. Equipamiento Actual

**Tabla 32:** *El equipamiento actual del restaurante se compone de las siguientes herramientas.*

| <b>Categoría</b>     | <b>Descripción</b>          | <b>Cantidad</b> |
|----------------------|-----------------------------|-----------------|
| Mobiliario           | Mesas                       | 21              |
|                      | Sillas                      | 166             |
| Sanitarios           | Baños                       | 4               |
| Espacio exterior     | Terraza                     | 1               |
| Lavado de vajilla    | Lavaplatos de acero         | 1               |
| Cocina               | Cocinas industriales        | 2               |
| Refrigeración        | Refrigeradores              | 2               |
|                      | Congeladores                | 2               |
| Cocción              | Asadero                     | 1               |
| Limpieza             | Escobas                     | 5               |
|                      | Trapeadores de tela         | 6               |
|                      | Recogedores                 | 4               |
| Utensilios de cocina | Ollas de diferentes tamaños | 15              |
|                      | Espátulas                   | 3               |
|                      | Cucharas                    | 200             |
|                      | Cubiertos de acero          | 70              |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

La presente propuesta tiene como objetivo atraer nuevas formas de inversión para el restaurante, mediante la implementación de herramientas innovadoras que fortalezcan cada área de trabajo.

La presente iniciativa tiene como objetivo impulsar la modernización del establecimiento, reemplazando herramientas obsoletas e implementando tecnologías innovadoras que optimicen los procesos y eleven la calidad del servicio. Esto se traduce en una experiencia superior para los clientes, quienes actualmente se ven afectados por la falta de mantenimiento y modernización de las herramientas existentes.



## 6.1. Equipamiento Propuesto

La propuesta de equipamiento para el restaurante tiene como objetivo principal optimizar el trabajo de cada área del establecimiento, mejorando la eficiencia y eficacia del personal de servicio. Esto se traduce en un beneficio directo para la propietaria, quien podrá observar un aumento en sus ingresos como resultado de esta nueva inversión.

Para lograr este objetivo, se propone la implementación de las siguientes estrategias:

**Tabla 33:**

| <b>Estrategia</b>   | <b>Descripción</b>   |
|---|--|
| <i><b>Incorporación de nuevas herramientas tecnológicas</b></i> | Adoptar sistemas de gestión de pedidos, control de inventarios y análisis de datos.                                    |
| <i><b>Fortalecimiento del equipo de trabajo</b></i>             | Capacitar al personal en atención al cliente, técnicas culinarias y manejo de herramientas tecnológicas.               |
| <i><b>Innovación en el menú</b></i>                             | Introducir nuevas opciones culinarias que respondan a las tendencias del mercado y a las preferencias de los clientes. |
| <i><b>Mejora de la estructura</b></i>                           | Renovar el mobiliario, la decoración y la iluminación del local del restaurante.                                       |
| <i><b>Implementación de estrategias de marketing</b></i>        | Realizar campañas de marketing digital y tradicional para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.         |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 34:** La propuesta sugiere nuevo material como se observa en la siguiente tabla

| <b>Categoría</b>                      | <b>Descripción</b>             | <b>Material</b>   |
|---------------------------------------|--------------------------------|---|
| <b>Utensilios</b>                     | Cocina                         | Acero Inoxidable  |
|                                       | Cuchillos, Tenedores, Cucharas | Acero Inoxidable, Madera, Plástico                                  |
|                                       | Sartenes, Cazos, Cacerolas     | Teflón, Acero Inoxidable  |
|                                       | Cucharones                     | Madera, Plástico  |
|                                       | Tabla de cortar                | Madera, Plástico  |
|                                       | Ollas                          | Acero Inoxidable, Aluminio, Barro                                   |
| <b>Servicio</b>                       | Cubiertos, Cucharas            | Acero Inoxidable  |
|                                       | Saleros, Azucareros            | Vidrio, Cerámica  |
|                                       | Tazones, Platos, Cuencos       | Vidrio, Cerámica, Plástico  |
|                                       | Vasos, Copas                   | Vidrio, Plástico  |
| <b>Limpieza</b>                       | Paños, estropajos, esponjas    | Algodón, Tela   |
|                                       | Desengrasantes                 | Químicos  |
|                                       | Lavavajillas                   | Acero Inoxidable  |
|                                       | Fregonas, Trapeadores          | Algodón, Tela   |
|                                       | Cepillos                       | Plástico, Metal   |
|                                       | Cubos, Escobas                 | Plástico, Metal   |
|                                       | Trapos, Guantes                | Algodón, Tela, Goma   |
|                                       | Recogedor                      | Plástico, Metal   |
| <b>Equipamiento de almacenamiento</b> | Refrigerador                   | Acero Inoxidable, Industriales, horizontales y verticales           |
|                                       | Congelador                     | Acero Inoxidable, Plástico, industriales, horizontales y verticales |
|                                       | Estantería                     | Acero Inoxidable, Plástico, Melamina                                |
|                                       | Contenedor                     | Acero Inoxidable, Plástico, Vidrio, Hermético                       |
| <b>Mobiliario</b>                     | Mesas                          | Madera, Plástico  |
|                                       | Sillas                         | Madera, Plástico  |
|                                       | Manteles                       | Tela  |
|                                       | Charoles                       | Plástico, Metal   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Tabla 35:** Estándares de equipamiento para la seguridad del personal y cliente

| <b>Aspecto</b>                            | <b>Elemento de Seguridad</b>   | <b>Descripción</b>  |
|---|--|---|
| <b><i>Seguridad contra incendios</i></b>  | - Extintores de incendios -  | -Los extintores de incendios deben estar ubicados en lugares estratégicos y ser revisados periódicamente, de preferencia el (PQS)   |
| <b><i>Seguridad contra accidentes</i></b> | - Pisos antideslizantes<br>- Pasamanos en escaleras<br>- Barandillas en áreas elevadas | -Los pisos deben ser antideslizantes para evitar caídas.<br>-Las escaleras deben tener pasamanos para mayor seguridad.<br>-Las áreas elevadas deben tener barandillas para evitar caídas.   |
| <b><i>Primeros auxilios</i></b>           | - Botiquín de primeros auxilios<br>- Personal capacitado en primeros auxilios          | -El botiquín de primeros auxilios debe estar bien surtido con suministros médicos básicos, como vendajes, gasas, antisépticos, analgésicos y .<br>-El personal del restaurante debe estar capacitado en primeros auxilios para poder responder a emergencias médicas menores. |
| <b><i>Seguridad general</i></b>           | - Cámaras de vigilancia<br>-Alarma de seguridad  | -Las cámaras de vigilancia pueden ayudar a disuadir el crimen y proporcionar evidencia en caso de un incidente.<br>-La alarma de seguridad puede alertar al personal y a las autoridades en caso de un incidente.   |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## **6.2. Menú Actual**

El menú dentro de un restaurante es de suma importancia por el hecho de ser la carta representativa de los platos, debido a que conlleva una gran variedad de opciones de comidas y bebidas que ofrece un restaurante, informando los precios de cada platillo, su presentación puede ser impreso o digital.

Dentro de este contexto, el menú del restaurante “Asadero Típico Doña Rosita” posee un menú de 4 platos fijos, estos son: Caldo de Gallina, Caldo de Mocho, Pollo Asado y como plato fuerte el Cuy Asado.

### 6.3. Propuesta de menú

El menú actual del establecimiento consiste específicamente de 4 platos, que son los siguientes: Caldo de Gallina Criolla, Caldo de Mocho, Pollo Asado y como plato destacado con mayor demanda, el Cuy Asado.

Uno de los problemas dentro del menú, es la falta de variedad, es decir, si llega una familia de 20 personas, no todos preferirían los platos ya mencionados anteriormente, haciendo que aquella persona no obtenga una buena experiencia dentro del establecimiento.

La propuesta consiste en agregar nuevos platos típicos dentro del menú, preferida por los consumidores cuencanos y extranjeros, estos nuevos platos consisten en:

**Tabla 36:** *Propuesta de menú*

| <b>Categoría</b>             | <b>Plato</b>                  | <b>Descripción</b>   |
|------------------------------|-------------------------------|--|
| <b><i>Entradas</i></b>       | Habas con queso               | Un plato simple pero delicioso elaborado con habas cocidas y queso fresco, de preferencia local.   |
|                              | Choclo con queso              | Un choclo cocido acompañado de un delicioso queso fresco, de preferencia local.  |
|                              | Llapingachos                  | Tortillas de papas freídas y rellenas con queso, y servidas con ají de tomate o pepa de zambo.   |
|                              | Ensaladas                     | Una variedad de ensaladas frescas y coloridas, elaboradas con lechuga, tomate, cebolla, pepino, aguacate, pimienta y otros ingredientes frescos, de preferencia local. |
|                              | Huevo cocido de gallina runa  | Huevos cocidos de gallina criolla, servidos con sal y pimienta.  |
| <b><i>Sopas y Caldos</i></b> | Caldo de pata                 | Un caldo sustancioso y rico en colágeno elaborado con pata de res, verduras.   |
|                              | Consomé de pollo con verduras | Un consomé ligero y saludable elaborado con pollo y verduras frescas.  |
| <b><i>Platos Fuertes</i></b> | Sancocho                      | Un guiso abundante y sabroso elaborado con carne de cerdo, acompañado de llapingachos, arroz blanco y ensalada.  |
|                              | Carne asada                   | Carne de cerdo asada al carbón, sazonada con sal, pimienta y otras especias, servida con ensalada, mote pillo, habas con queso y papa chaucha                          |
|                              | Costilla asada                | Costillas de cerdo asadas al carbón, sazonadas con sal, pimienta y otras especias, servidas con papas fritas, arroz blanco, ensalada y papa chaucha.                   |
|                              | Trucha frita                  | Trucha fresca acompañada de ensalada, arroz blanco, menestra.  |

|                        |                 |   |
|------------------------|-----------------|---|
|                        | Hornado         | Un plato tradicional elaborado con cerdo, servido con mote, papas, y ají de pepa.   |
| <i>Acompañamientos</i> | Papas con cuero | Un plato simple pero delicioso elaborado con papas cocinadas en agua con sal hasta que estén suaves, luego fritas hasta que la piel esté crujiente.             |
|                        | Mote pillo      | Un plato tradicional elaborado con mote pelado, huevos de gallina criolla.  |
|                        | Mote sucio      | Un plato similar al mote pillo, pero con la adición de manteca negra, lo que le da un sabor más intenso y una textura más cremosa.                              |
| <i>Bebidas</i>         | Chocolate       | Un chocolate caliente y cremoso, perfecto para disfrutar la tarde.  |
|                        | Café            | Un café recién caliente, ideal para acompañar una conversación.   |
|                        | Té              | Una variedad de tés aromáticos y relajantes, como té verde, té negro, té de manzanilla o té de menta.   |
|                        | Morocho         | Una bebida caliente y espesa elaborada con harina de maíz tostado, leche y azúcar, ideal para acompañar una conversación.                                       |
|                        | Chicha de jora  | Una bebida fermentada a base de maíz, con un sabor dulce y ligeramente ácido, ideal para acompañar una comida o para celebrar una ocasión especial.             |
|                        | Jugos naturales | Jugos naturales de frutas frescas de temporada, como jugo de naranja, jugo de mora, jugo de maracuyá y naranja ideales para una bebida saludable y refrescante. |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 6.4. Perfil del cliente

### 6.4.1. Situación de segmento actual

La comercialización actual del restaurante “Asadero Típico Doña Rosita” y del Biocorredor Yanuncay (lugar donde se encuentra ubicado el presente proyecto) se basa en una actividad muy importante que aporta de manera impactante a la economía local dentro del mismo, que es la gastronomía Cuencana.

El restaurante "Asadero típico Doña Rosita" tiene como público objetivo a los aficionados de la comida tradicional de la Ciudad de Cuenca, atrayendo a visitantes de todos los rincones de la provincia de Azuay en busca de los mejores platos típicos y de una vista excepcional de la naturaleza y el río Yanuncay.

El cuy asado se conoce como el plato gastronómico representativo de la región Interandina de suma importancia por los rasgos ancestrales culturales transmitidos de

generación en generación, posee una textura y un sabor único, que se caracteriza por su sabor distintivo de su carne suave, tierna y jugosa, que acompaña con arroz, papas, mote y ají de pepa. Los acompañamientos y la preparación del cuy y pollo asados 100% al carbón atraen a los consumidores del restaurante “Asadero típico Doña Rosita” todos los días y los fines de semana con mayor demanda y mayor frecuencia.

En cuestiones de segmentación de mercado, se realizó un estudio con el objetivo de estudiar la demanda actual del restaurante en factores de género y edad, este estudio se realizó un día domingo 7 de abril del 2024. Como una observación principal se llegó a la conclusión de los días domingos existe un mayor número de demanda.

Como resultado se obtuvo un total de 264 comensales, entre ellos 123 del género masculino que representa el 46% y 141 mujeres del género femenino que representa el 54% de los resultados.

**Tabla 37:** *Demanda actual del restaurante en factores de género.*

|                               | Número de personas | Porcentaje |
|-------------------------------|--------------------|------------|
| Personas del género Masculino | 123                | 46%        |
| Personas del género Femenino  | 141                | 54%        |
| Total:                        | 264                | 100%       |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

La edad también es un factor clave dentro de la segmentación del mercado, con los datos recolectados se pueden realizar ciertas estrategias para adaptar una mejor oferta para satisfacer las necesidades de cada grupo.

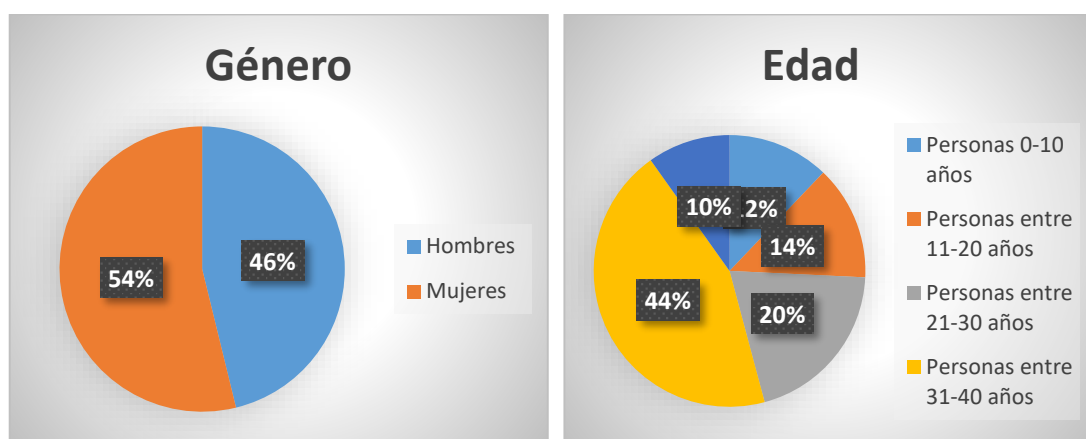
Es importante comprender que la experiencia al cliente es esencial para todo tipo de negocio, dentro del estudio realizado al Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita” se pudo apreciar que las personas que más visitan el lugar tienen un rango de edad aproximadamente entre 31 a 40 años ocupando el 44% de la estadística. A dicho grupo ya mencionado se le conoce como la generación de los “millennials”.

**Tabla 38:** Demanda actual del restaurante en factores de edad.

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| Personas 0-10 años        | 32  |
| Personas entre 11-20 años | 36  |
| Personas entre 21-30 años | 53  |
| Personas entre 31-40 años | 117 |
| Personas más de 41 años   | 26  |
| TOTAL:                    | 264 |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

**Figura 9:** representación gráfica que indica los porcentajes de las diferentes edades.



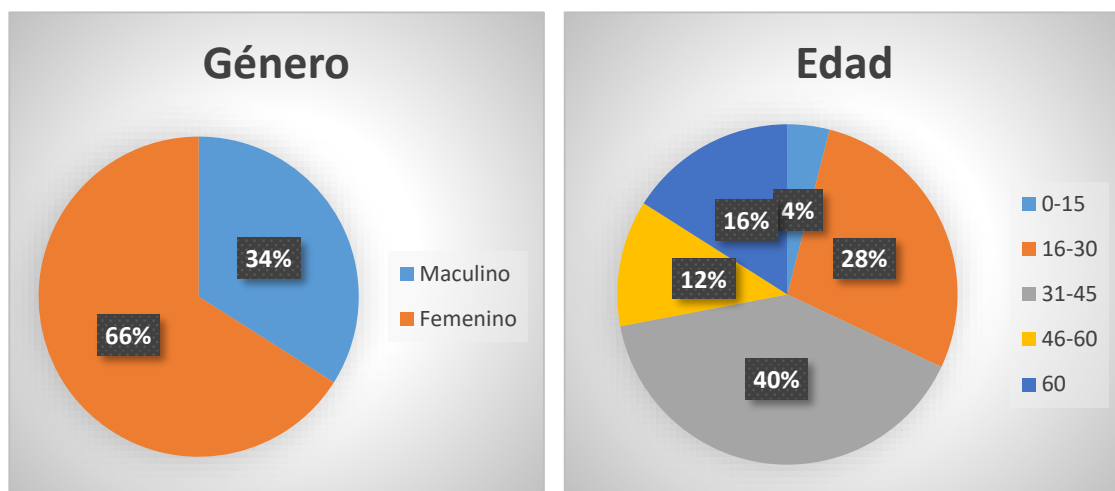
Porcentaje por género de las personas que visitan el restaurante "Asadero Típico Doña Rosita"

Porcentaje de las edades de las personas que visitan el restaurante "Asadero Típico Doña Rosita"

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

Con el fin de evaluar la viabilidad de la nueva propuesta de menú para el "Asadero Típico Doña Rosita", se realizó una encuesta a una muestra representativa de 50 clientes del restaurante. El objetivo principal de esta encuesta es obtener información valiosa que respalde la implementación de la propuesta y garantice su éxito.

**Figura 10:** representación gráfica de los resultados obtenidos hacia la encuesta evaluada.



Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

A través del análisis de los resultados obtenidos, se identificarán los platos que generen mayor demanda entre los clientes. Esta información será fundamental para optimizar el proceso de compras, evitando la adquisición excesiva de ingredientes y, en consecuencia, reduciendo las pérdidas y el desperdicio de alimentos.

**Primera pregunta de la encuesta:**

*¿Cuál de los siguientes platos sería de su mayor preferencia?*

La encuesta forma como parte de la investigación para abrir paso a nuevos platos dentro del menú en el establecimiento, dentro de todas las opciones propuestas a una pequeña muestra de clientes, estos son los resultados:

**Tabla 39:** platos de mayor preferencia

| Plato Propuesto | Representación de porcentaje | Número de personas que eligieron |
|-----------------|------------------------------|----------------------------------|
| Carne Asada     | 56%                          | 28                               |
| Costilla Asada  | 52%                          | 26                               |
| Sancocho        | 32%                          | 16                               |
| Papas con cuero | 32%                          | 16                               |
| Hornado         | 30%                          | 15                               |
| Trucha Frita    | 26%                          | 13                               |



|                               |     |    |
|-------------------------------|-----|----|
| Consomé de Pollo con verduras | 24% | 12 |
| Caldo de Pata                 | 20% | 10 |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

### Segunda pregunta de la encuesta:

*¿Con cuál de las siguientes opciones desearía acompañar sus alimentos?*

**Tabla 40:** acompañados

| Plato Propuesto              | Representación de porcentaje | Número de personas que eligieron |
|------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| Mote Pillo                   | 48%                          | 24                               |
| Ensaladas                    | 50%                          | 25                               |
| Choclo con Queso             | 38%                          | 19                               |
| Llapingachos                 | 36%                          | 18                               |
| Habas con queso              | 30%                          | 15                               |
| Mote sucio                   | 24%                          | 12                               |
| Huevo cocido de gallina runa | 8%                           | 4                                |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

### Tercera pregunta de la Encuesta:

*¿Cuál de las siguientes bebidas sería de su mayor preferencia?*

**Tabla 41:** bebidas

| Plato Propuesto | Representación de porcentaje | Número de personas que eligieron |
|-----------------|------------------------------|----------------------------------|
| Jugos Naturales | 70%                          | 35                               |
| Café            | 34%                          | 17                               |
| Chicha          | 26%                          | 13                               |
| Chocolate       | 20%                          | 10                               |
| Te (Sabores)    | 18%                          | 9                                |
| Morocho         | 16%                          | 8                                |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## 7. Estándares del ambiente del restaurante

Dentro de los estándares del restaurante, la propuesta sugiere tener en cuenta los siguientes aspectos, para una mayor experiencia al cliente. Debido a que su demanda es alta y cuenta como base dentro del perfil del cliente.

**Tabla 42:** propuesta para mejorar la experiencia

| <b>Aspecto</b>                      | <b>Estándar</b>   | <b>Descripción</b>   |
|-------------------------------------|---|--|
| <b><i>Limpieza y orden</i></b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El restaurante debe estar limpio y ordenado en todo momento, tanto en el área de comedor como en las áreas de cocina y preparación de alimentos.</li> <li>- Los pisos deben estar limpios y libres de residuos.</li> <li>- Las mesas y sillas deben estar limpias y libres de polvo o suciedad.</li> <li>- Los baños deben estar limpios y abastecidos con jabón, papel higiénico y toallas de papel.</li> </ul> | El objetivo es crear un ambiente higiénico y agradable para los clientes.  |
| <b><i>Decoración y ambiente</i></b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- La decoración del restaurante debe ser atractiva y acorde al concepto del negocio.</li> <li>- El ambiente del restaurante debe ser agradable y confortable para los clientes.</li> <li>- La iluminación debe ser adecuada para crear un ambiente acogedor.</li> </ul>  | El objetivo es crear un ambiente que invite a los clientes a quedarse y disfrutar de la experiencia gastronómica.    |
| <b><i>Olores</i></b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El restaurante debe estar libre de olores desagradables.</li> <li>- Los olores de la cocina deben ser controlados para evitar que se propaguen al área de comedor.</li> <li>- Se pueden utilizar extractores de aire y ambientadores para eliminar los olores desagradables.</li> </ul>  | El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores que puedan molestar a los clientes.                     |
| <b><i>Música</i></b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- La música del restaurante debe ser agradable y a un volumen adecuado para no molestar a los clientes.</li> <li>- Se debe seleccionar música que sea acorde al segmento del negocio y al ambiente que se desea crear.</li> <li>- Se debe evitar la música con letras explícitas o con un volumen demasiado alto.</li> </ul>   | El objetivo es crear un ambiente agradable y relajante donde los clientes puedan disfrutar de su comida.             |
| <b><i>Accesibilidad</i></b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El restaurante debe ser accesible para personas con discapacidad.</li> <li>- Debe haber una rampa de acceso para personas con sillas de ruedas.</li> <li>- Los baños deben ser accesibles para personas con discapacidad.</li> </ul>   | El objetivo es crear un ambiente inclusivo donde todas las personas puedan disfrutar de la experiencia gastronómica. |

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## **CAPÍTULO 3**

# **SOCIALIZAR LA PROPUESTA CON LOS ACTORES CLAVE DEL RESTAURANTE “ASADERO TÍPICO DOÑA ROSITA”**

### **1. Contextualización del proceso de socialización:**

#### **1.1. Propósito de la socialización.**

Difundir el trabajo realizado por los estudiantes, a los involucrados de mayor importancia dentro del establecimiento, proponiendo la mejora operativa y administrativa que se impulsa a implementar, describiendo como puede impactar positivamente al desarrollo del mismo, promoviendo a una mejor visión empresarial, con el propósito de generar más empleos directos e indirecto, que a su vez mejore la experiencia gastronómica del cliente.

#### **1.2. Descripción de los actores locales involucrados.**

- Rosa Morocho (Propietaria del restaurante “Asadero Típico Doña Rosita”)
- Mauricio Montaleza (Administrador del restaurante e hijo de la propietaria)
- Julia Montaleza (Hija de la Propietaria)
- Roció Corte (Integrante del restaurante)
- Magdalena Corral (Docente de la UDA)
- Byron Alvarado (Docente de la UDA)

#### **1.3 Métodos y herramientas utilizadas para la socialización.**

Para la socialización del evento, se realizó una reunión que involucro a los profesores y a la propietaria del emprendimiento junto a sus hijos, para ello se utilizó un proyector que presento las diapositivas que contenía la información de la propuesta generada, además, se utilizó un registro de asistencia como herramienta para la verificación y evidencia de los asistentes.

## **2. Descripción del proceso de socialización:**

### **2.1.Fecha y localización del evento de socialización.**

La socialización se realizó el día jueves 16 de mayo a las 10 de la mañana en el restaurante “Asadero Típico Doña Rosita” ubicado dentro de la comunidad de “San José” perteneciente a la parroquia de “San Joaquín”

### **2.2.Descripción del evento (agenda, duración).**

El evento se realizó con total normalidad, tuvo una duración de 3 horas y el itinerario fue el siguiente:

- 10:00 AM: Registro de asistentes.
- 10:15 AM: Coffee break de parte de los estudiantes a los profesores.
- 10:30 AM: Palabras de bienvenida por parte de los estudiantes: Félix Rivera; Angélica Sigua.
- 10:45 AM: Presentación de la propuesta realizada por los estudiantes.
- 11:00 AM: Debate de las propuestas por parte de los asistentes (plenaria, ronda de preguntas).
- 11:20 PM: Almuerzo brindado a los profesores por parte de los asistentes y estudiantes.
- 12:15 PM: Despedida.

## **3. Desarrollo del proceso de socialización:**

### **3.1.Descripción de los temas tratados durante la socialización.**

Tema 1: Como primer punto se dio una contextualización sobre la evolución del establecimiento, como inicio, quien dio la iniciativa y motivación etc.

Tema 2: Posteriormente se indicó la filosofía empresarial del establecimiento implementado una misión y visión.

Tema 3: Para continuar de índico el análisis actual de la operación y administración dentro del establecimiento, indicando a los propietarios las falencias con las que se confronta el restaurante, dispersado en varios subtemas, estos como: asistencia, realización de compras, área de producción, zona de cocción y el área de servicio.

Tema 4: Seguido del tema anterior, se dio a conocer el organigrama propuesto por los estudiantes, cuyo propósito era dar a entender un mejor funcionamiento con delimitaciones de funciones dentro de cada área.

Tema 5: Dentro de las presentaciones se dio a conocer la propuesta generada por los estudiantes, que conforma varios temas metodológicos y estructurales, de la misma manera implementar nuevo material de trabajo para una mejor optimización de producción y desempeño del personal, mostrando su lado beneficioso.

Tema 6: Se presentó el equipamiento actual y el propuesto con el fin de mejorar la estructura y material de trabajo del establecimiento.

Tema 7: Se presentó el menú actual y el propuesto.

Tema 8: Se presentó el perfil del cliente y la importancia del mismo, esto a través de un análisis y encuestas elaboradas y distribuidas para la investigación, se reveló los resultados de estos y se analizó los posibles gustos y preferencias de los clientes

### **3.2.Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización (p.ej., resistencias, discusiones, conflictos de intereses).**

Durante la socialización del evento no se presentó ningún inconveniente. Por el contrario, se recibió el pleno respaldo de la propietaria y sus hijos, agradándoles la idea de mejorar los procesos operativos y administrativos, que atraerá beneficios e inversión, para un mejor diseño de experiencia a sus comensales.

### **3.3.Compromisos de los actores locales.**

El compromiso de los actores es implementar poco a poco estas estrategias para el beneficio del establecimiento, los actores involucrados y terceros.

## **4. Reflexiones y lecciones aprendidas:**

### **4.1.Evaluación del proceso de socialización (qué funcionó, qué podría mejorarse).**

La reunión se llevó a cabo de manera exitosa, ejerciendo un buen ambiente, lo que si fue anhelado por parte de los estudiantes era presentar el proyecto a todo el personal que labora dentro del restaurante, debido a ciertas causas se dificultó.

#### 4.2. Lecciones aprendidas que podrían aplicarse en futuras iniciativas de desarrollo turístico.

Los procesos de socialización de cualquier proyecto turístico propuesto, son de suma importancia, porque dan aliento a futuras inversiones a través de visiones por parte de estudiantes, permiten a los integrantes que conforman el proyecto dialogar y llegar a un acuerdo de manera coherente, concreta y razonable, llegando a diversos análisis profundos, atrayendo nuevas ideas innovadoras.

### 5. Anexos y materiales de apoyo:

#### 5.1. Copias de registro de asistentes.

Ilustración 12: Registro de asistencia

TECNOLOGÍA EN TURISMO RURAL  
Universidad del Azuay

SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS DE TITULACIÓN  
REGISTRO DE ASISTENTES

Proyecto:  
Estudiantes encargados:

Lugar: Fecha: Hora:

| Nombres y Apellidos                | Cédula de Identidad | Comunidad/ Institución | Cargo   | Correo electrónico          | Nº Celular | Firma |
|------------------------------------|---------------------|------------------------|---------|-----------------------------|------------|-------|
| Carmina Pabla Gaste Tigre          | 010298320           |                        |         | carmina.gaste1980@gmail.com | 0991898916 |       |
| Maria Rosa Moracho Nuala           | 0101382945          |                        | Puerta  |                             | 73973412   |       |
| Julia Florencia Hontalaza Trujillo | 0105117113          |                        |         |                             | 0982829350 |       |
| Victor Mauricio Utrilla Alarida    | 0104806708          |                        |         |                             | 0990447538 |       |
| Ryson Alvarado Vanezy              | 0104775337          | UDA                    | Docente | alvarado@uniaz.edu.ec       | 099325575  |       |
| Magdalena Corral M                 | 0102987727          | UDA                    | Docente | magcorral@uniaz.edu.ec      | 0991990294 |       |

UNIVERSIDAD DEL AZUAY  
50 AÑOS

Fuente: Universidad del Azuay

## **5.2. Resúmenes de las notas tomadas durante la socialización.**

En resumen el evento de socialización se realizó como se esperaba, dentro de un ambiente totalmente tranquilo, los profesores tomaran la palabra para dialogar con los actores.

## **5.3. Fotografías y videos del evento de socialización.**

**Fotografía 1:** *lugar en donde se realizó la socialización*



Fuente: Autor Félix Rivera y Angélica Sigua

**Fotografía 2:** *Momento donde se explica la propuesta.*



Fuente: Autor Félix Rivera y Angélica Sigua



**Fotografía 3:** *dialogo entre los actores del establecimiento.*



Fuente: Autor Félix Rivera y Angélica Sigua

**Fotografía 4:** *Momento del almuerzo brindado a los profesores.*



Fuente: Autor Félix Rivera y Angélica Sigua



## **Conclusiones generales**

La presente propuesta es un camino estratégico que ayudara a transformar al Restaurante “Asadero Típico Doña Rosita”, mejorando la calidad de sus productos y servicios, fortaleciendo su control financiero. De igual manera se espera que esta propuesta ayude a un mejor posicionamiento del Restaurante dentro del mercado de la gastronomía local. Esto debido a que actualmente el restaurante recibe una gran cantidad de demanda todos los fines de semana, sin embargo esta es desaprovechada por la deficiencia del restaurante en factores de operación y administración debido a falta de innovación dentro de sus áreas. La demanda y la fidelización de los clientes actuales son importantes para el mantenimiento económico del restaurante, pero su poca oferta impide mayores ingresos, los cuales permitirían la mejora del restaurante dentro de sus áreas internas, externas y productos

Podemos decir que durante todo el proceso transcurrido ha tenido una gran aceptación por parte de la propietaria y administrador del Restaurante, así mismo se ha visto muy notorio el interés de los demás actores demostrando su participación y su compartir de experiencias. Estamos realmente contentos de haber aportado nuestros conocimientos durante todo el proceso y que todo haya sido tomado en cuenta y puesto en práctica.

## **Recomendaciones**

Luego de haber planteado la propuesta de mejoras operativas y administrativas se recomienda a los propietarios que se sigan identificando las necesidades y preferencias de los clientes, ayudando a ofertar mejor los servicios del restaurante “Asadero Típico Doña Rosita”.

Se recomienda implementar tecnologías innovadoras como pagos en línea, reservas y las redes sociales para una mejor interacción con los clientes, promocionando y compartiendo información del establecimiento. Además de implementar nuevos platos estandarizados para un mejor control de calidad y generar mayores ingresos, con el fin de beneficiar a todos los actores que estructuran y conforman el establecimiento.

## Referencias

- Analuisa, B. (15 de 07 de 2021). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/p/h7gwfmzdp0sg/linea-de-tiempo-evolucion-gestion-turistica-ecuador/>
- Aprende Institute. (2024). *Aprende Institute*. Obtenido de <https://aprende.com/blog/emprendimiento/restaurantes/tipos-de-restaurante/>
- Censo Ecuador . (2022). *Censo Ecuador* . Obtenido de [https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/09/Presentacio%CC%81n\\_ResultadosClave\\_Censo\\_2022.pdf](https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/09/Presentacio%CC%81n_ResultadosClave_Censo_2022.pdf)
- Ceupe. (2024). *Ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html>
- Ecuador en Cifras . (2024). *Ecuador en Cifras* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/el-nuevo-rostro-de-azuay/>
- Enciclopedia del Ecuador . (2024). *Enciclopedia del Ecuador* . Obtenido de <https://www.encyclopediadelecuador.com/provincia-del-azuay/>
- GAD San Joaquín. (2023). *GAD San Joaquín*. Obtenido de <https://gadsanjaquin.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/PDYOT-San-Joaquin.pdf>
- Heroes del Turismo. (2022). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/azuay/cuenca/historias/informacion-basica-cuenca-a34f471ec>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2 de Abril de 2024). *El Nuevo Ecuador*. Obtenido de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/cuenca/#>
- Ministerio de Telecomunicaciones . (21 de 09 de 2023). *Gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/emision-permiso-funcionamiento-establecimientos-servicios-alimentacion-colectiva-restaurantescafeterias-bares-escolares#>
- Ministerio de Turismo . (2024). *Ministerio de Turismo* . Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Nuestros Biocorredores para el Buen Vivir. (2017). *Nuestros Biocorredores para el Buen Vivir*. Obtenido de <https://www.ppd-ecuador.org/wp-content/uploads/2017/11/Nuestros-Biocorredores-para-el-Buen-Vivir.pdf>
- ONU Turismo. (24 de Enero de 2024). *ONU Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Planificando participativamente Biocorredores para el Buen Vivir. (2017). Obtenido de <https://www.ppd-ecuador.org/wp-content/uploads/2017/11/Planificando-participativamente-Biocorredores-par-el-Buen-Vivir-FO5.pdf>

Real Academia Española. (2014). Madrid: Espasa.

Reglamento General de la Ley de Turismo. (22 de 1 de 2015). *Reglamento General de la Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

Sallés, D. V. (2018). Nacimiento del primer Restaurante. *La Vanguardia*, 4.

Sallés, D. V. (05 de 07 de 2019). *La Vanguardia*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64606628/ASA\\_S1\\_](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64606628/ASA_S1_)

UNESCO. (2024). *UNESCO*. Obtenido de <https://whc.unesco.org/es/list/>

Universidad de Murcia. (2012). *EL TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES*. Obtenido de Tecnico Murcia: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52002617/Turismo1c-libre.pdf?>

Anexos

**Anexo 1: Solicitud de Autorización.**



Cuenca, 11 de Marzo del 2024

"Asadero Típico Doña Rosita"

San José de Barabón, vía a soldados.

Estimada Rosa María Morocho Naula.

Nos dirigimos como calidad de estudiantes de la Universidad del Azuay de la carrera Tecnología Superior en Turismo Rural de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas, para solicitar su autorización para realizar nuestro proyecto de tesis titulado "Propuesta para el mejoramiento administrativo y operativo del Restaurante Asadero típico Doña Rosita". Este proyecto tiene como objetivo: **Diseñar una propuesta para el mejoramiento operativo y administrativo del restaurante "Asadero típico Doña Rosita" de la parroquia "San Joaquín" del cantón Cuenca.**

Como parte de nuestra tesis, será necesario realizar un análisis detallado de las operaciones actuales del restaurante, así como sugerir posibles mejoras.

Le aseguramos que toda la información recopilada será tratada con la máxima confidencialidad y solo se utilizará con fines académicos. Además, nos comprometemos a compartir con usted y con el equipo del restaurante los resultados y recomendaciones de nuestra investigación, con la esperanza de que puedan ser de utilidad para el crecimiento y éxito continuo del restaurante.

Adjunto a esta carta encontrará un documento detallando el alcance de la investigación y los métodos que se emplearán. Agradecemos mucho si pudiera firmar el documento adjunto como muestra de su consentimiento y apoyo a nuestro proyecto de tesis.

Agradecemos de antemano su tiempo y consideración. Estamos a su disposición para discutir cualquier detalle o inquietud que pueda tener al respecto.

Atentamente, Félix Ismael Rivera Montaleza, Angélica Karen Sigua Sigua

  
Est. Univ. Félix Rivera

  
Propietaria  
Sra. Rosa Morocho

  
Est. Univ. Angélica Sigua

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

## Anexo 2: Encuesta dirigida a la propietaria



Nombre del Entrevistador: \_\_\_\_\_

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_

Ocupación dentro del establecimiento: \_\_\_\_\_

*La presente entrevista se realizara con el fin de obtener información para la integración de una propuesta con el fin de obtener la mejora del restaurante "Asadero Típico Doña Rosita" a sus funciones Operativas y Administrativas.*

1. *¿Cuál es su misión dentro del establecimiento?*

\_\_\_\_\_

2. *¿Cuál es su visión a futuro dentro del establecimiento?*

\_\_\_\_\_

3. *¿Cuál es el principal desafío dentro de la operación del establecimiento?*

\_\_\_\_\_

4. *¿Cómo organiza la operación y administración dentro del establecimiento?*

\_\_\_\_\_

5. *¿Qué procesos anteriores cree usted que se podrían mejorar?*

\_\_\_\_\_

6. *¿Qué estrategias utiliza para gestionar el restaurante?*

\_\_\_\_\_

7. *¿Maneja actualmente capacitación al personal de servicio?*

\_\_\_\_\_

8. *¿Ha considerado agregar más platos al menú?*

\_\_\_\_\_

9. *¿Cuál es su forma de cotizar los platos en pedidos grandes?*

\_\_\_\_\_

Fuente: Autor Félix Rivera y Angélica Sigua.

### Anexo 3: Encuesta dirigida al cliente.

---

#### **Encuesta de opinión sobre Implementación de un Nuevo Menú**

Edad: \_\_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

Marcar con un visto las respuestas que usted considere que se implemente dentro del establecimiento.

**¿Cuál de los siguientes platos sería de su mayor preferencia?**

|                  |                                |
|------------------|--------------------------------|
| Carne Asada:     | Costilla Asada:                |
| Caldo de Pata:   | Consomé de pollo con verduras: |
| Papas con Cuero: | Sancocho:                      |
| Trucha Frita:    | Hornado                        |

**¿Con cuál de las siguientes opciones desearía acompañar sus alimentos?**

|                               |                   |
|-------------------------------|-------------------|
| Mote Pillo:                   | Mote Sucio:       |
| Habas con Queso:              | Choclo con Queso: |
| Llapingachos:                 | Ensaladas:        |
| Huevo cocido de gallina runa: |                   |

**¿Cuál de las siguientes bebidas sería de su mayor preferencia?**

|                 |                  |
|-----------------|------------------|
| Chocolate:      | Café:            |
| Té (Sabores):   | Morocho:         |
| Chicha de jora: | Jugos Naturales: |

*¡Gracias por tomar unos minutos para completar nuestra encuesta sobre nuestro nuevo menú! Tu opinión es muy valiosa para nosotros y nos ayudará a mejorar tu experiencia en nuestro restaurante.*

Fuente: Adaptado por Félix Rivera y Angélica Sigua

