



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
ESCUELA DE NEGOCIOS COMERCIO INTERNACIONAL Y GASTRONOMÍA
ENCIG**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GASTRONÓMICAS**

**MODELO DE GESTIÓN PARA MEJORAR O DIVERSIFICAR LA OFERTA
GASTRONÓMICA DEL MERCADO DIARIO DE CAYAMBE.**

ALEX DAVID TORRES MÉNDEZ

TUTOR: JUAN CARLOS ANDRADE VILLACRESES

IBARRA – ECUADOR

ABRIL, 2025

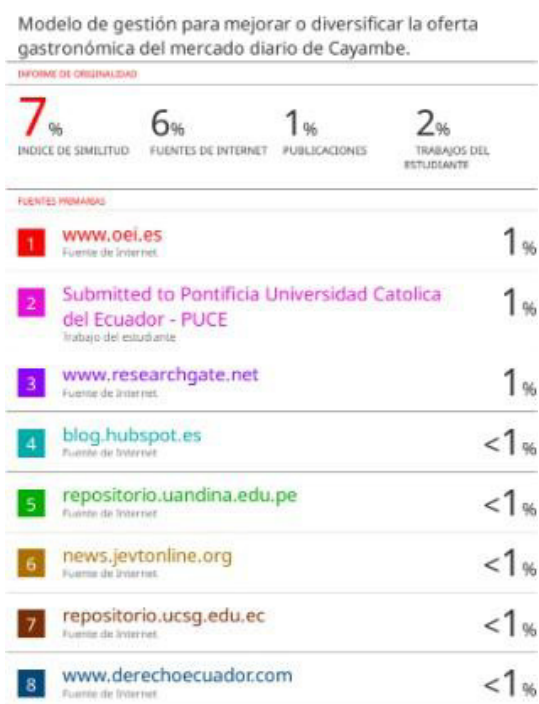
Ibarra, 28 de enero de 2025

CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo titulado: Modelo de gestión para mejorar o diversificar la oferta gastronómica del mercado diario de Cayambe, presentado por el estudiante Alex David Torres Méndez con cédula de ciudadanía N°1726711565, para obtener el Título de: Licenciatura en Administración de Empresas Gastronómicas.

Certifico que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos, mediante el cual el estudiante demuestra el desarrollo de competencias en el campo de conocimiento de su profesión con un nivel de argumentación coherente, para ser sometido a la evaluación por parte de los lectores.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.



Juan Carlos Andrade Villacrese
Firmado digitalmente por Juan Carlos Andrade Villacrese
Fecha: 2025.05.21 11:20:58 -05'00'

(f): S
Mgs. Juan Carlos Andrade Villacrese
TUTOR DE TRABAJO
C.C.: 1002165213

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

**Juan
Carlos
Andrade
Villacrese**
S

Firmado digitalmente por Juan Carlos Andrade Villacreses
Fecha: 2025.05.21 11:20:58 -05'00'

(f):

Mgs. Juan Carlos Andrade Villacreses

C.C.: 1002165213

**Lorena
Arellano**

Firmado digitalmente por Lorena Arellano
Fecha: 2025.05.21 11:09:54 -05'00'

(f):

Ph.D. Sonia Lorena Arellano Guerrón

Lector 1

C.C.: 1001579802

**MsC.
Patricia
Saltos G.**

Firmado digitalmente por MsC. Patricia Saltos G.
Fecha: 2025.05.07 16:08:44 -05'00'

(f):

Mgs. Silvia Patricia Satos Gordillo

Lector 2

C.C.: 1002683017

(f):

Mgs. Silvia Patricia Satos Gordillo

Lector 2


C.C.: 1002683017

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo *Alex David Torres Méndez*, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilizations de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 21 de mayo de 2025

Alex
David
Torres M.



Firmado digitalmente
por Alex David Torres M.
Fecha: 2025.05.21
11:10:13 -0500'

f):

Alex David Torres Méndez

C.C.: 1726711565

AUTORÍA

Yo, *Alex David Torres Méndez*, portador de la cedula de ciudadanía N°1726711565, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad de el autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

Alex
David
Torres M.



Firmado digitalmente por Alex David Torres M.
Fecha: 2025.05.21 11:10:27 -05'00'

(f):.....

Nombre del estudiante autor Alex David Torres Méndez

C.C.: 1726711565

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN TUTOR.....	i
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
AUTORÍA.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
1. RESUMEN.....	vii
2. ABSTRACT	ix
3. INTRODUCCIÓN.....	1
4. ESTADO DEL ARTE.....	4
4.1. Antecedentes	4
4.1.1. Estudios internacionales	4
4.1.2. Estudios nacionales	6
4.1.3. Estudios locales.....	8
4.2. Marco conceptual	9
4.2.1. Modelo de gestión.....	9
4.2.2. Mercado	10
4.2.3. FODA.....	10
4.2.4. Calidad de servicios	11
4.2.5. Marco legal	11
5. MATERIALES Y MÉTODOS	12
5.1 Tipo de investigación	12
5.2 Enfoque de la investigación	12
5.3 Alcance de la investigación.....	12
5.4 Métodos.....	13
5.4.1 Inductivo – Deductivo.....	13
5.4.2 Analítico – Sintético.....	13
5.4.3 Lógico - Deductivo	13
5.5 Técnicas.....	13
5.5.1 Encuesta	13
5.5.2 Entrevista.....	14
5.5.3 Observación no participante.....	14

5.6 Instrumentos	14
5.7 Cálculo de la muestra	14
5.7.1 Desarrollo de la fórmula	15
5.8 Procedimiento.....	16
5.8.1 Fase 1: Diseño de instrumentos de investigación.....	16
5.9 Diseño metodológico.....	17
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
6.1. Análisis General de las encuestas.....	26
6.1.2 Resultado y análisis de las entrevistas.....	29
6.1.2.1 Información de los entrevistados.....	30
6.1.2.2 Guion de la entrevista.....	30
6.1.2.3 Transcripción de las entrevistas	31
6.1.2.4 Interpretación de las entrevistas	39
6.1.2.5 Análisis general de las entrevistas.....	42
6.2 Análisis FODA.....	43
6.2.1 Estrategias FA, FO, DO, DA	44
6.2.1.1 Fortalezas – Amenazas.....	44
6.2.1.2 Fortalezas - Oportunidades.....	45
6.2.1.3 Debilidades – Oportunidades	45
6.2.1.4 Debilidades - Amenazas.....	46
6.3 Discusión.....	47
6.4 Propuesta	50
6.4.1 Aula taller.....	51
6.4.1.1 Lista de equipos.....	51
6.4.1.2 Planimetría aula gastronómica	54
6.4.1.3 Video aula gastronómica.....	55
6.4.2 Planes de capacitación.....	56
6.4.2.1 Manipulación de alimentos	56
6.4.2.2 Sanitación alimentaria	58
6.4.2.3 Técnicas culinarias	61
6.4.2.3 Atención al cliente	64
6.4.3 Propuesta de diseño y equipamiento, para el patio de comidas del mercado.....	66
6.4.3.1 Lista de equipos.....	66
6.4.3.2 Planimetría mercado diario	68
7. CONCLUSIONES.....	70
8. RECOMENDACIONES	71
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
10. ANEXOS	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Diseño metodológico.....	18
Tabla 2: Datos de los entrevistados	30
Tabla 3: Lista de equipos.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cálculo de la muestra	15
Figura 2: Edad	19
Figura 3: Género.....	19
Figura 4: Pregunta 1	20
Figura 5: Pregunta 2	20
Figura 6: Pregunta 3	21
Figura 7: Pregunta 4	21
Figura 8: Pregunta 5	22
Figura 9: Pregunta 6	22
Figura 10: Pregunta 7	23
Figura 11: Pregunta 8	23
Figura 12: Pregunta 9	24
Figura 13: Pregunta 10	24
Figura 14: Pregunta 11	25
Figura 15: Pregunta 12	25
Figura 16: Matriz FODA	43
Figura 17: Estrategias FA	44
Figura 18: Estrategias FO	45
Figura 19: Estrategias DO	45
Figura 20: Estrategias DA	46
Figura 21: Planimetría aula gastronómica.....	54
Figura 22: Aula gastronómica	55
Figura 23: Planimetría mercado diario	68

1. RESUMEN

El mercado diario de la ciudad de Cayambe está experimentando un período de declive, esto se debe a la falta de visitantes, motivada por diversas circunstancias, como la escasa aplicación de técnicas culinarias, el desconocimiento de la variedad de opciones disponibles y la insuficiente promoción por parte de las autoridades responsables. El objetivo de la investigación es mejorar los servicios gastronómicos del mercado diario de Cayambe, mediante estrategias que impulsen la productividad de los trabajadores, para optimizar su demanda. Esta investigación es básica con enfoque mixto ya que combina enfoques cualitativos y cuantitativos, utilizando métodos documentales y explicativos, junto con los métodos: Inductivo – deductivo, analítico – sintético y universal. Las técnicas empleadas incluyen: encuestas, entrevistas y observación; para recopilar información, se consideró una muestra de la población económicamente activa de la ciudad de Cayambe, que consta de 37.540 habitantes. A partir de esta muestra, se aplicaron 165 encuestas. Los resultados obtenidos indican que es necesario proponer medidas de fortalecimiento para revitalizar y dinamizar la economía del área de comidas del mercado diario de Cayambe. Estas medidas incluyen capacitación en seguridad alimentaria, implementación de buenas prácticas de manipulación (BPM) y atención al cliente, además de la aplicación de estrategias de marketing y la colaboración entre los comerciantes y las autoridades del mercado diario de Cayambe. Se concluye que el declive en la oferta gastronómica del patio de comidas del mercado diario de Cayambe se debe principalmente a deficiencias en la administración, ya que los procesos actuales no son los más adecuados

Palabras clave. – Gestión de mercados; Oferta gastronómica; Calidad de servicio; Cayambe.

2. ABSTRACT

The daily market of the city of Cayambe is experiencing a period of decline, this is due to the lack of visitors, motivated by various circumstances, such as the poor application of culinary techniques, ignorance of the variety of options available and insufficient promotion by part of the responsible authorities. The objective of the research is to improve the gastronomic services of the daily market of Cayambe, through strategies that boost the productivity of workers, to optimize their demand. This research is basic with a mixed approach since it combines qualitative and quantitative approaches, using documentary and explanatory methods, along with the methods: Inductive – deductive, analytical – synthetic and universal. The techniques used include: surveys, interviews and observation; To collect information, a sample of the economically active population of the city of Cayambe was considered, which consists of 37,540 inhabitants. From this sample, 165 surveys were administered. The results obtained indicate that it is necessary to propose strengthening measures to revitalize and energize the economy of the food area of the Cayambe daily market. These measures include training in food safety, implementation of good handling practices (GMP) and customer service, in addition to the application of marketing strategies and collaboration between merchants and authorities of the Cayambe daily market. It is concluded that the decline in the gastronomic offer of the food court of the daily market of Cayambe is mainly due to deficiencies in the administration, since the current processes are not the most appropriate

KEY WORDS. – Market management; Gastronomic offer; Quality of service; Cayambe.

3. INTRODUCCIÓN

Cayambe, también conocida como San Pedro de Cayambe, es una ciudad ecuatoriana, cabecera cantonal del Cantón Cayambe, así como la tercera urbe más grande y poblada de la Provincia de Pichincha. El mercado diario de la ciudad de Cayambe se encuentra ubicado en la calle Junín, 10 de agosto a lado del supermercado Gran AKI.

El patio de comidas del mercado diario de Cayambe, cuenta con alrededor de 50 puestos, los cuales ofrecen diferentes tipos de comida tanto típica como: hornados, fritada, llapingachos, caldo de patas, caldo de pollo, entre otros; Así también ofrecen comida rápida como: salchipapas, papi pollos, hamburguesas; también se pueden encontrar una gran variedad de comida costeña como: encebollados, caldo de bagre, majados, arroz con camarón; y bastantes puestos de jugos.

El presidente del mercado diario de Cayambe es el señor Mario Imbaquingo, pero actualmente el mercado cuenta con dos asociaciones: el mercado Central y el Mercado Diario Municipal, las cuales son las encargadas de gestionar el funcionamiento del mercado. No se sabe exactamente el año de funcionamiento del mercado, pero se piensa que fue desde 1986, pero el nuevo mercado remodelado se fundó en el año 2011 y el patio de comidas fue inaugurado hace más de un año y medio, actualmente el mercado abre sus puertas todos los días de la semana desde las 7 de la mañana hasta las 7 de la noche.

El mercado inició con unos 15 a 20 socios, pero en la actualidad cuenta con 290. La nueva infraestructura tiene un total de 308 locales, de los cuales 284 están en uso. En el patio de comidas del mercado diario de Cayambe actualmente cuentan con: Comidas 16 puestos, Jugos 10 puestos, Comidas rápidas 22 puestos, Hornados 8 puestos, Asaderos 4 puestos, Helados 1 puesto, Chochos 4 puestos. A pesar de la importancia de un mercado popular en la sociedad, se ha detectado la siguiente problemática.

Mala administración del mercado, deficiente higiene y seguridad, competencia con grandes cadenas comerciales, esto ha generado que el patio de comidas y el mercado en general de Cayambe, no cumpla con los estándares que debería brindar a la población que lo visita diariamente. Además, esto ha generado que las personas prefieran acudir o comprar, sus productos en otros sitios comerciales como las grandes cadenas de supermercados

Por lo tanto, surge la siguiente interrogante de investigación: ¿Cómo pueden las estrategias de gestión eficiente mejorar la oferta gastronómica del mercado diario de Cayambe, optimizando la productividad de los trabajadores, garantizando la higiene y seguridad, y contribuyendo a la preservación de las tradiciones y costumbres locales?

Este trabajo de investigación maneja dos variables; por un lado, la variable independiente se refleja en el mercado, ya que la variable independiente es la que el investigador tiene bajo su control y cuyos valores fija según su propio criterio con la finalidad de establecer su efecto sobre las demás variables; la variable dependiente se refleja en los modelos de gestión, ya que representa el producto o resultado cuya variación se está estudiando.

El siguiente estudio de investigación se justifica porque pretende optimizar la gestión del mercado diario de Cayambe para mejorar el servicio y brindar una atención de calidad a los clientes que cada día lo visitan, además de mejorar aspectos técnicos y de gestión entre sus socios.

Para ello, se plantean los siguientes objetivos. El objetivo general busca mejorar los servicios gastronómicos del mercado diario de Cayambe, mediante estrategias que impulsen la productividad de los trabajadores, para optimizar su demanda. Para lograr este objetivo específico, se plantean 3 objetivos específicos los cuales son: a) sentar las bases teóricas y científicas acerca de la gestión de mercados o unidades de comercio de alimentos y bebidas, a través de un estado del arte; b) realizar un diagnóstico de la oferta gastronómica del mercado diario de Cayambe a través de un análisis FODA; c) definir estrategias para mejorar la calidad de los servicios gastronómicos del mercado diario de Cayambe.

El presente informe final de investigación está organizado en cuatro apartados; el primer apartado, desarrolla un estado del arte el cual contiene una revisión bibliográfica de estudios sobre modelos de gestión, calidad, productos de consumo, de autores que han publicado en los años 2018 a 2023. El segundo apartado se presenta la metodología destacando que es una investigación básica con enfoque mixto, que aplico instrumentos como cuestionario, guía de entrevista y ficha de observación. La muestra utilizada se resume en 165 personas habitantes de la ciudad de Cayambe. En el tercer apartado, se presentan los resultados cuantitativos y cualitativos. Los cuantitativos se manifiestan a través de gráficos. El resultado más atractivo, es el levantamiento de una matriz FODA, la cual sirvió para definir estrategias que se

incluyen en el modelo de gestión que propone esta investigación, para los cualitativos a través de narrativas, en base a las respuestas de los entrevistado, el principal aporte sería de la vicealcaldesa de Cayambe Ing. Ana Lema, porque da una visión general de lo que espera sea el mercado para un futuro. Además, se presenta la discusión de resultados, y en base a ello la propuesta que hace el autor. Finalmente, en el cuatro apartado se presentan las conclusiones y recomendación de la investigación.

4. ESTADO DEL ARTE

4.1. Antecedentes

En este apartado se revisaron fuentes secundarias como: libros, artículos científicos, revistas especializadas, tesis de grado, páginas web especializadas, entre otros. Los temas abordados fueron: Modelo de gestión, ofertas gastronómicas, mercados populares, entre otros. Para llegar a estos datos se usó el buscador google académico; además, fueron útiles los repositorios de universidades. Los estudios analizados comprenden en el marco temporal del año 2019 a 2023.

4.1.1. Estudios internacionales

La gestión de un mercado alrededor del mundo es diferente, por lo que se debe tratar de imitar la gestión de algunos mercados famosos, que hacen que su ciudad o su país sea reconocido y muy llamativo, para los turistas que buscan una experiencia nueva, además gracias a este turismo se podría generar más ingresos para la población de la ciudad, y se podría generar más fuentes de empleo. Según: López (2022) “A la hora de gestionar posibles atractivos turísticos en tanto a los recursos gastronómicos de un destino, dos de los elementos clave que posibilitan el desarrollo de los mismo son las acciones de promoción y su organización” (p. 22).

Los productos frescos son esenciales para garantizar la calidad y seguridad de los alimentos, es importante almacenarlos adecuadamente y consumirlos antes de que se deterioren para aprovechar al máximo su sabor y valor nutricional. Además, los productos frescos son una parte importante de una dieta equilibrada y saludable.

los productos frescos que se venden en los mercados de productores atraen tanto a los locales como a los turistas, ya que son un espacio que permite, a través de los alimentos, apreciar la autenticidad y las particularidades de una zona. (Medina, 2020, párr. 7)

Los alimentos frescos y locales reflejan la cultura y la identidad de un área, lo que atrae a las personas que desean experimentar la verdadera esencia de un lugar. Los turistas encuentran en estos mercados una oportunidad para probar la cocina regional y llevar a casa productos

auténticos como souvenirs, mientras que los locales valoran la calidad y la conexión con sus raíces

El turismo de mercado puede ofrecer una experiencia enriquecedora al permitir a los viajeros sumergirse en la cultura local, descubrir tradiciones culinarias, artísticas y artesanales, y apoyar a los negocios locales. Además, fomenta un intercambio cultural directo entre los visitantes y la comunidad local, lo que puede ser beneficioso para ambas partes.

Los mercados locales de las ciudades se encuentran cada vez más amenazados por los nuevos tipos de comercio y establecimientos de venta. Además, también las tendencias de consumo han evolucionado, por lo que estos mercados deben ser capaces de adaptarse para sobrevivir. (Gutiérrez, 2022, párr. 1)

Los mercados urbanos locales enfrentan una creciente amenaza debido a la proliferación de nuevos enfoques comerciales y lugares de venta. Adicionalmente, se han producido modificaciones en los comportamientos de consumo, lo que conlleva a que estos mercados necesiten manifestar flexibilidad y capacidad de ajuste para preservar su continuidad.

La relevancia de España en el ámbito del marketing digital es que, en los años recientes, se ha convertido en uno de los destinos preferidos de las agencias europeas que se dedican a este sector, el marketing que emplean los mercados en España son disciplinas en crecimiento, con un aumento en la inversión y una creciente importancia en el mercado, esto los hace más llamativos para los turistas que cada año los visitan y quieren probar su gastronomía local, la cual es muy variada y atractiva.

El marketing se trata de una disciplina orientada a estudiar el comportamiento de mercados y consumidores con el fin de atraer, captar, retener y fidelizar a nuevos clientes y, de esta forma, aumentar las ventas de una marca o empresa. (Orús, 2022, párr. 1)

Por lo tanto, se debe seguir el ejemplo de estos mercados extranjeros e implementarlos en nuestras ciudades, para impulsar el crecimiento económico de la ciudad, ayudar al turismo nacional, y generar más fuentes de empleo.

La gestión del departamento de mercadotecnia en un mercado es esencial para atraer y retener clientes, maximizar las ventas de los productos de primera y segunda necesidad, así como también de la oferta gastronómica que el mercado proporciona a todos sus clientes y brindar una experiencia de compra satisfactoria. Estas funciones pueden variar según el tamaño y la naturaleza del mercado, pero en general, son fundamentales para su éxito en el competitivo entorno. Así lo afirma, Mafra (2018), “El objetivo del departamento de Mercadotecnia es ubicar y conseguir un posicionamiento para la empresa en el mercado y de esta forma incrementar las ventas y los ingresos” (párr. 4).

4.1.2. Estudios nacionales

La gestión de mercado es esencial para el éxito de cualquier empresa, ya que ayuda a crear una ventaja competitiva al comprender y satisfacer las necesidades del mercado de manera efectiva. Las estrategias de marketing pueden variar ampliamente según la industria, el público objetivo y los objetivos empresariales, pero en última instancia, su enfoque consiste en crear valor para los clientes y cumplir con las metas de la organización. Según: Albuja (2020) “Los modelos del sistema de gestión, de carácter voluntario para las organizaciones, han comenzado a considerarse como una estratégica para alcanzar el éxito institucional y adoptar direcciones innovadoras” (párr. 1).

Es importante que los comerciantes del mercado sigan las normas sanitarias establecidas para garantizar la calidad de los productos y proteger la salud pública. Aunque algunos comerciantes pueden tener diferentes hábitos de higiene, es importante que se adhieran a las normas sanitarias para mantener una buena imagen comercial y proteger la salud pública.

La higiene es una parte fundamental para la comercialización de productos alimenticios, los comerciantes del mercado manifiestan diferentes hábitos de higiene, no obstante, se sugiere que deben regirse por las normas sanitarias establecidas, permitiendo una mejor imagen comercial y favoreciendo la salud pública. (Ceiro, 2018, p. 90)

El cumplimiento de las normas sanitarias es esencial para prevenir la propagación de enfermedades y garantizar que los productos sean seguros para el consumo humano. Además, el incumplimiento de las normas sanitarias puede tener consecuencias legales y

financieras graves para los comerciantes. Por lo tanto, es importante que los comerciantes estén al tanto de las normas sanitarias y se aseguren de cumplirlas rigurosamente.

La diversidad geográfica y cultural de Ecuador se refleja en su cocina, que va desde los platos costeros con mariscos frescos hasta los platos de la sierra andina con papas y carne, los cuales los podemos encontrar en la oferta gastronómica que los mercados proporcionan a sus clientes. Los ingredientes frescos y las tradiciones culinarias auténticas hacen que la cocina ecuatoriana sea una experiencia culinaria única y llamativa para los turistas extranjeros y nacionales. “La cocina ecuatoriana ha atravesado procesos “transculturadores”, mediante la recepción y adopción de formas culturales de otros grupos o comunidades” (Aulestia, 2021, p. 4). Gracias a la llegada de los españoles, la comida ancestral tuvo una fusión con la del antiguo continente, por lo tanto, la gastronomía ecuatoriana es mega diverso y cada región o ciudad tiene su plato estrella.

La variedad de mercados en Ecuador abarca desde los locales que ofrecen productos frescos y artesanías típicas hasta los mercados financieros que permiten la inversión y el comercio de valores. Estos mercados desempeñan un papel importante en la vida cotidiana de las personas y en la dinámica económica de Ecuador, proporcionando oportunidades de negocio y opciones de consumo. Según: Conekta (2023) “Un tipo de mercado es una forma de clasificar el entorno económico en el que interactúan compradores y vendedores de un producto o servicio específico” (párr. 1). Estos mercados pueden ser de diversa naturaleza, incluyendo mercados tradicionales al aire libre, mercados de alimentos, ferias de artesanías, centros comerciales, mercados financieros, y más. Los mercados son fundamentales en la economía ecuatoriana, ya que facilitan el intercambio de bienes y servicios mediante transacciones comerciales, impulsando así la actividad económica del país.

La publicidad de en el Ecuador es una estrategia y acciones de marketing utilizadas para promocionar productos, servicios y marcas en el país. El mercado publicitario ecuatoriano ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. El gasto en publicidad en medios de comunicación ha aumentado, lo que refleja la importancia de la publicidad en el país. En ese contexto, Alvino (2023) menciona:

La publicidad desempeña un papel fundamental en la promoción y posicionamiento de las marcas en el mercado ecuatoriano. Con su creatividad, innovación y enfoque

estratégico, las agencias de publicidad en Ecuador han logrado dejar una huella duradera en la industria. (párr. 1)

Las estrategias de publicidad y marketing se adaptan a las particularidades del mercado ecuatoriano, considerando ventajas, desventajas, oportunidades y regulaciones específicas.

4.1.3. Estudios locales

Los mercados en el cantón Cayambe son mucho más que simples lugares de comercio. Son verdaderos pilares de la vida cotidiana de los habitantes, enriqueciendo la comunidad de diversas maneras, estos mercados no solo proveen alimentos frescos y productos locales, sino que también son espacios de encuentro y expresión cultural. Su importancia va más allá de lo económico, ya que tienen el potencial de influir positivamente en el bienestar y el progreso de la población. “En el caso del cantón Cayambe, estos mercados representan un elemento clave en la vida cotidiana de sus habitantes y podrían desempeñar un papel significativo en su bienestar y progreso” (Anaguano, 2023, p. 3). Estos mercados no son simplemente lugares de transacción, sino centros de interacción social y cultural. Además de ser fuentes de productos frescos y artesanías locales, estos mercados fomentan un sentido de comunidad y tradición.

El Mercado Diario de Cayambe enfrenta desafíos en su capacidad para competir con los supermercados circundantes debido a la falta de una sólida estrategia publicitaria. A pesar de ser un centro vital de comercio local y una fuente de productos frescos, su falta de visibilidad en el mercado limita su alcance y atractivo para los consumidores. La publicidad es esencial en el entorno competitivo actual, y la ausencia de una presencia publicitaria efectiva dificulta que el mercado local prospere y destaque frente a las cadenas de supermercados. Así lo afirma: Jiménez (2019) “El Mercado Diario de Cayambe no cuenta con una buena publicidad, lo cual le dificulta para poder competir con los supermercados que se encuentran a su alrededor” (p. 14). Para mantener su relevancia y apoyar a la comunidad, es fundamental abordar este problema y desarrollar estrategias publicitarias efectivas que resalten las ventajas únicas que ofrece el Mercado Diario de Cayambe.

La financiación conjunta del municipio y las asociaciones del cantón demuestra un compromiso sólido para respaldar a estos mercados, que son fundamentales para la economía y la vida cotidiana de los habitantes de Cayambe. La publicidad en la radio no solo promociona productos y servicios, sino que también contribuye a la promoción del turismo y a la preservación de las tradiciones locales, lo que fortalece la identidad del cantón. “los mercados de Cayambe cuentan con publicidad en radio, principalmente financiada por el municipio del cantón y las asociaciones del mismo” (Maldonado, 2019, p. 38). Esta colaboración en publicidad es un ejemplo de cómo las autoridades locales y las asociaciones pueden trabajar juntas para mantener y promover mercados locales, lo que a su vez beneficia a la comunidad en su conjunto.

4.2. Marco conceptual

4.2.1. Modelo de gestión

Un modelo de gestión es un esquema o marco de referencia utilizado para la administración y dirección de una entidad, ya sea una empresa, organización, o proyecto. Estos modelos proporcionan un enfoque estructurado y sistemático para la toma de decisiones y la organización de recursos con el fin de alcanzar objetivos específicos. “Un modelo de gestión es un modelo conceptual que identifica los componentes necesarios para el logro de un objetivo, producto o servicio y los articula mediante interrelaciones y dependencias para que, de forma coordinada, identifiquen herramientas para la gestión” (Universidad de Cantabria, 2015, p. 5). En otras palabras, un modelo de gestión es una estructura que ayuda a las organizaciones a planificar, implementar y controlar sus procesos y actividades para lograr sus objetivos de manera efectiva y eficiente. Los modelos de gestión pueden ser aplicados en diferentes contextos, como la gestión de proyectos, la gestión de calidad, la gestión de riesgos, entre otros.

Un modelo de gestión es una hoja de ruta que guía la toma de decisiones, la asignación de recursos y la organización de actividades con el propósito de lograr el éxito y la excelencia en la gestión. Según Cerem (2023) “un modelo de gestión empresarial es entendido como la forma en la que el gerente administra a sus empleados, que, además, permite definir un conjunto de estrategias esenciales para que la empresa logre los objetivos propuestos” (párr. 11). Estas estrategias pueden incluir la identificación de oportunidades de mercado, la

mejora de la calidad del producto o servicio, la reducción de costos, entre otras. En resumen, el modelo de gestión empresarial es una herramienta importante para cualquier empresa que busque mejorar su desempeño y alcanzar sus objetivos.

4.2.2. Mercado

Un mercado popular es un espacio de comercio donde se ofrecen productos y servicios, generalmente de naturaleza local y artesanal, a menudo a precios asequibles. Estos mercados suelen ser frecuentados por la población local y visitantes en busca de productos frescos. Al respecto, Berdecio (2018) afirma que:

Los mercados populares constituyen el centro de abastecimiento de víveres y de todo tipo de productos para la población local. Es el lugar al que llegan los alimentos recién cosechados en el campo, el punto de suministro a los supermercados o directamente al consumidor de a pie. (párr. 2)

Además de ser una fuente de alimentos frescos y saludables, los mercados populares también son un lugar donde las personas pueden socializar y conectarse con su comunidad local. Los mercados populares son una parte integral de la cultura y la economía local, y desempeñan un papel importante en la promoción del desarrollo sostenible y la seguridad alimentaria.

4.2.3. FODA

El Análisis FODA, también conocido como SWOT Analysis en inglés, es una herramienta estratégica utilizada para evaluar la situación de una empresa, proyecto o individuo.. Asi lo menciona stephmanzanilla (2022) “El análisis FODA es una técnica utilizada para realizar evaluaciones de aspectos internos y externos. El resultado de esta evaluación nos ayudará a diseñar estrategias efectivas en el emprendimiento de un nuevo proyecto o negocio” (párr. 1). Las siglas FODA representan las cuatro dimensiones clave: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Este análisis busca identificar y comprender internamente las fortalezas y debilidades, y externamente las oportunidades y amenazas que pueden afectar el desempeño y la posición en el mercado

4.2.4. Calidad de servicios

La calidad del servicio, es un conjunto de parámetros que determinan el nivel de rendimiento que se espera de un servicio. Estos parámetros pueden incluir aspectos como la velocidad de respuesta, la disponibilidad, la fiabilidad y la eficiencia. En términos más simples, la calidad de servicio se refiere a la capacidad de un servicio para cumplir con las expectativas del usuario o del cliente.

La calidad de servicio es la medida en que un proveedor de servicios cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes. Es una evaluación de la excelencia y la satisfacción que los consumidores experimentan al utilizar un determinado servicio. (Hammond, 2023, párr. 4)

La calidad de servicio se convierte, entonces, en un componente esencial para construir una relación sólida y duradera con los clientes, influyendo directamente en la percepción de la marca y la probabilidad de recomendación a otros.

4.2.5. Marco legal

El empleo representa un derecho y una responsabilidad en la sociedad, además de ser un aspecto fundamental en la economía. El Estado se compromete a asegurar que los trabajadores reciban un trato respetuoso que preserve su dignidad, les permita llevar una vida digna, garantice una compensación justa y les ofrezca la oportunidad de realizar un trabajo saludable que hayan elegido de manera libre o aceptado voluntariamente.

El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. (ECUADOR, 2008, Artículo 33, p. 18)

Por lo tanto, el estado tiene que garantizar los derechos humanos y sociales, está obligado a proteger a las personas que trabajan de cualquier forma de explotación, discriminación o abuso, y a brindarles una vida digna, con ingresos y compensaciones que reflejen su esfuerzo y contribución, y con la posibilidad de desempeñar una labor que sea de su agrado y que no afecte su salud física ni mental.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio parte de una investigación básica con enfoque mixto, porque se analizaron datos cuantitativos a través de encuestas, y cualitativas por medio de entrevistas. El marco geográfico corresponde a la ciudad de Cayambe, es una ciudad ecuatoriana, cabecera cantonal del Cantón Cayambe, así como la tercera urbe más grande y poblada de la Provincia de Pichincha. El marco temporal en el que se desarrolló la investigación, se enmarca en los meses de octubre 2023 a febrero 2024.

5.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo básica. “La investigación básica consiste en trabajos experimentales o teóricos que se llevaron a cabo fundamentalmente para obtener nuevos conocimientos sobre los fundamentos de fenómenos y hechos observables” (OCDE, 2015, p. 30). Aunque a menudo no tiene aplicaciones prácticas inmediatas, sienta las bases teóricas necesarias para comprender fenómenos complejos, desarrollar nuevas hipótesis y diseñar investigaciones aplicadas más efectivas en el futuro.

5.2 Enfoque de la investigación

El enfoque mixto permitió analizar datos cuali - cuantitativos. Según Ortega (2023) “Un enfoque mixto en investigación es una metodología que combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos en un mismo estudio” (párr. 4). Los datos cuantitativos se obtuvieron a través de encuestas dirigidas a los usuarios del mercado; los datos cualitativos se recabaron mediante entrevistas a los funcionarios públicos, representantes de los comerciantes del mercado diario de Cayambe, expertos en márketing y BPMS. Este enfoque se utiliza en diversas disciplinas, y su objetivo principal es enriquecer la comprensión de un fenómeno o problema de investigación al aprovechar las fortalezas de ambos métodos.

5.3 Alcance de la investigación

El alcance de esta investigación es explicativo. Así lo dice Rus (2020) “La investigación explicativa, como su nombre indica, tiene como objetivo ampliar el conocimiento ya existente sobre algo de lo que sabemos poco, o nada” (párr. 2). Para enseñar el buen uso de las Buenas Prácticas de Mano Factura (BPMs), y que el personal del patio de comidas del

mercado diario de Cayambe, tengan una correcta manipulación de los alimentos, y que la calidad de sus platos sea mejor, y más saludables para los clientes que frecuentan el mercado.

5.4 Métodos

Los métodos que se usaron en esta investigación fueron: Inductivo – deductivo, analítico – sintético y lógico-deductivo.

5.4.1 Inductivo – Deductivo

Mediante este método, se realizaron los procesos de observación e investigación del mercado, demostrando los resultados obtenidos, mediante la aplicación de las capacitaciones dadas al personal, y la mejora de la productividad y la oferta gastronómica.

5.4.2 Analítico – Sintético

Con este proceso se observó “las causas, la naturaleza y los efectos, y después se relacionará cada reacción mediante la elaboración de un sistema general del fenómeno estudiado” (Sosa, 2013, párr. 2).

5.4.3 Lógico - Deductivo

Este método demostró que la oferta del mercado diario de Cayambe es limitada y poco variada, y la premisa particular de un modelo de gestión adecuado puede mejorar o diversificar la oferta del mercado diario de Cayambe, se llegó a la conclusión de proponer un modelo de gestión basado en la participación de los productores, los consumidores y las autoridades locales para mejorar o diversificar la oferta del mercado diario de Cayambe.

5.5 Técnicas

Las técnicas utilizadas para el desarrollo de esta investigación fueron:

5.5.1 Encuesta

El objetivo de una encuesta es obtener información sobre las ideas, sentimientos o acciones de un conjunto de personas que reflejan una población, mediante la aplicación de un cuestionario con preguntas relacionadas con un asunto específico. “un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados

de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan” (Española, 2021, párr. 1). La encuesta buscó información acerca del uso de las BPMS, capacitación de los trabajadores del mercado, la gestión del mercado.

5.5.2 Entrevista

El propósito de una entrevista es conocer más sobre un asunto determinado, mediante el diálogo entre dos o más interlocutores, donde uno o varios de ellos formulan preguntas y los demás las contestan. Las entrevistas pueden tener diferentes objetivos, como informar, investigar, evaluar o diagnosticar. Según: Etecé (2020) “Una entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Todas las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada” (párr. 1). La calidad de la entrevista depende de la habilidad del entrevistador para formular preguntas relevantes y de la disposición del entrevistado para compartir información. Otra técnica aplicada fue la entrevista semiestructurada a través de las cuales se recabó información de expertos conocedores de la gestión de mercados; además se obtuvo información de funcionarios públicos, un docente, profesionales del turismo, líder del mercado.

5.5.3 Observación no participante

Se aplicó la observación no participante cuyos datos reposan en fichas de observación.

5.6 Instrumentos

- Cuestionario
- Guía de entrevista
- Ficha de observación
- Teléfono celular
- Libreta de apuntes

5.7 Cálculo de la muestra

El universo de estudio correspondió a la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Cayambe es: 37.540 (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS [INEC], 2010, párr. 1); aplicando la fórmula con un 10% de margen de error y un 99% de nivel de confianza dio como resultado: 165 unidades de muestra.

Figura 1

Cálculo de la muestra



Calculadora de Muestras

Margen de error:

 Nivel de confianza:

 Tamaño de Poblacion:

Margen: 10%
Nivel de confianza: 99%
Poblacion: 37540

Tamaño de muestra: 165

Nota tomado de Asesoría Económica & Marketing. Calculadora de muestras [AEM] (2023). [Calculadora de Muestras \(corporacionaem.com\)](http://corporacionaem.com)

5.7.1 Desarrollo de la fórmula

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

n = Dimensión de la muestra

z = Grado de confianza deseado

p = Proporción de la población sin la característica deseada (éxito)

q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e = Nivel de error dispuesto a cometer

N = Tamaño de la Población

Margen de error: 10%

Nivel de confianza: 99%

Población de Ibarra: 37540

$$n = \frac{99^2(p * q)}{10^2 + \frac{99^2(p * q)}{37540}}$$

Tamaño de la muestra: 165 encuestas.

5.8 Procedimiento

En esta sección, se incorpora información de vital importancia que busca enriquecer tanto la comprensión de los instrumentos y participantes como el contenido general de la investigación.

5.8.1 Fase 1: Diseño de instrumentos de investigación.

Técnica: Documental

Se revisaron trabajos publicados sobre planificación de mercados. Los medios por los cuales se accedió a esta información fueron: Google académico, Redalyc, repositorios de universidades.

Instrumento: Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias revisadas comprenden el periodo 2019 - 2024

Técnica: Encuesta

La encuesta busco información para el diseño de un modelo de gestión a ser aplicado en el patio de comidas del Mercado diario de la ciudad de Cayambe.

Instrumento: Cuestionario

Se diseño un cuestionario con 12 preguntas cerradas. Los cuestionarios fueron aplicados a 165 personas de la ciudad de Cayambe, turistas nacionales y extranjeros. Se opto por enviar los cuestionarios online en formato Google forms.

Técnica: Entrevista

El tipo de entrevista aplicada fue semiestructurada, lo que contribuyó a organizar preguntas que logren obtener información de profesionales y expertos en planificación estratégicas de mercados.

Instrumento: Guía de entrevista

Se redactaron 8 preguntas abiertas para obtener la mayor cantidad de información de los expertos. Las entrevistas se aplicaron vía online o presencialmente; los entrevistados fueron: 2 trabajadores del sector público, 1 cocinera del mercado de Cayambe, 1 chef que acude a comprar sus productos en el mercado. La duración promedio de cada entrevista fue de 6 minutos.

Técnica: Observación

La técnica de observación utilizada fue la observación no participante para obtener datos importantes sobre la planificación de mercados.

5.9 Diseño metodológico

Tabla 1*Diseño metodológico*

Objetivos específicos	Variable	Indicadores	Técnica	Instrumento	Resultados
Sentar las bases teóricas y científicas acerca de la gestión de mercados o unidades de comercio de alimentos y bebidas, a través de un estado del arte.	Bases teóricas y científicas. Gestión de mercados.	Ubicación, datos generales, accesibilidad señalización, infraestructura, etc.	Documental.	Fuentes secundarias	Estado del arte Marco conceptual Marco legal
Realzar un diagnóstico de la oferta gastronómica del mercado diario de Cayambe a través de un análisis FODA.	Oferta gastronómica	Datos generales, motivo de visita,	Encuesta Entrevista Observación	Cuestionario Guía de entrevista Ficha de observación	Matriz FODA
Definir estrategias para mejorar la calidad de los servicios gastronómicos del mercado diario de Cayambe.	Estrategias. Calidad de los servicios.	Servicios gastronómicos, estrategias.	Documental Encuestas Entrevistas Observación	Fuentes secundarias Cuestionario Guía de entrevista Ficha de observación	Modelo de gestión

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con la aplicación de encuestas a los habitantes de la ciudad de Cayambe, con la finalidad de recabar información sobre: Esta encuesta fue llevada a cabo por un estudiante de la carrera de gastronomía de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra. El propósito principal de esta investigación es recopilar información relevante para desarrollar un modelo de gestión adecuado que se implementará en el patio de comidas del Mercado Diario de la ciudad de Cayambe.

A) Datos generales: Edad

Figura 2

Edad

Edad
165 respuestas

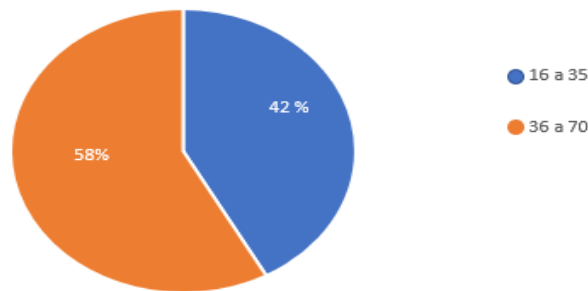
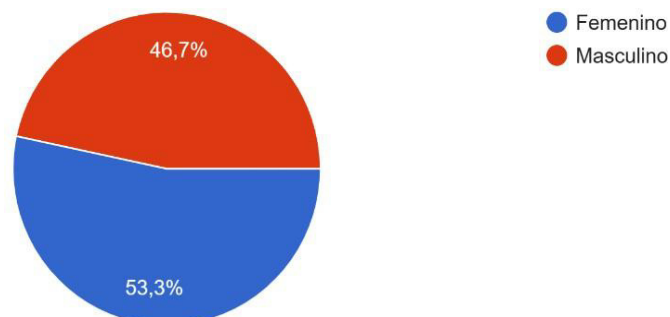


Figura 3

Género

Genero
165 respuestas

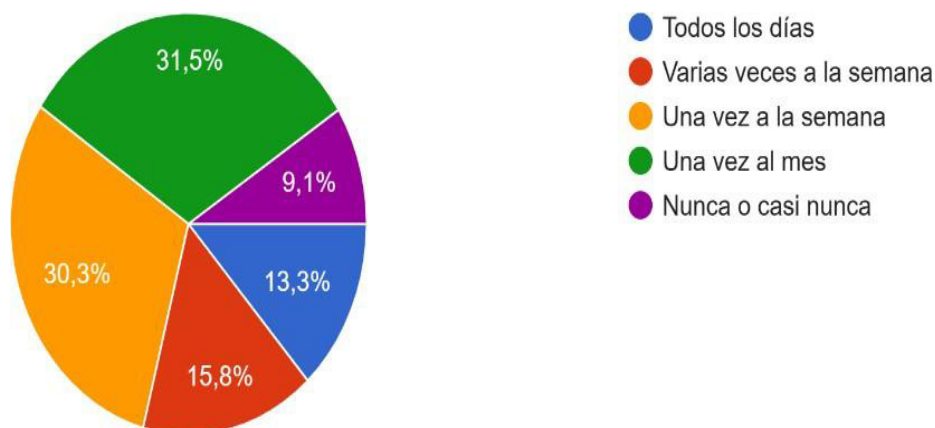


B) Cuestionario

Pregunta 1.- ¿Con qué frecuencia visita el mercado diario de Cayambe?

Figura 4

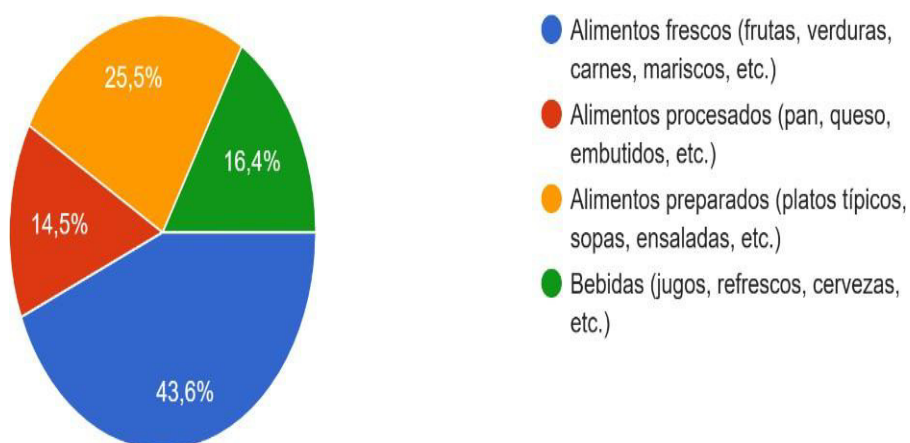
Frecuencia de visita al mercado



Pregunta 2.- ¿Qué productos suele comprar más en el mercado diario de Cayambe?

Figura 5

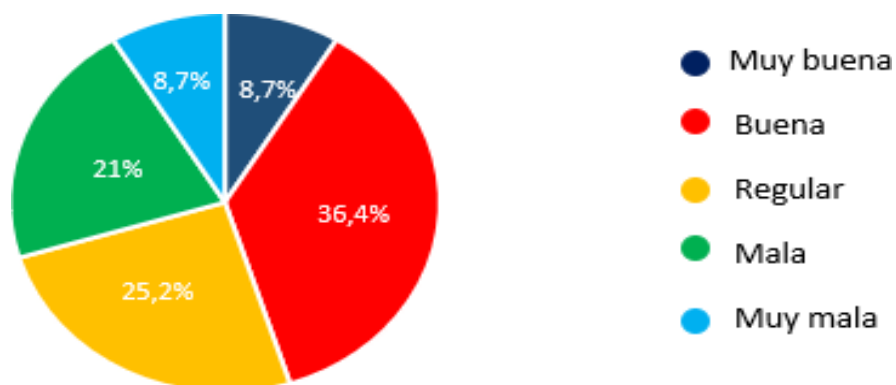
Productos más comprados



Pregunta 3.- ¿Los productos que ofrece el mercado diario de Cayambe a su criterio los considera?

Figura 6

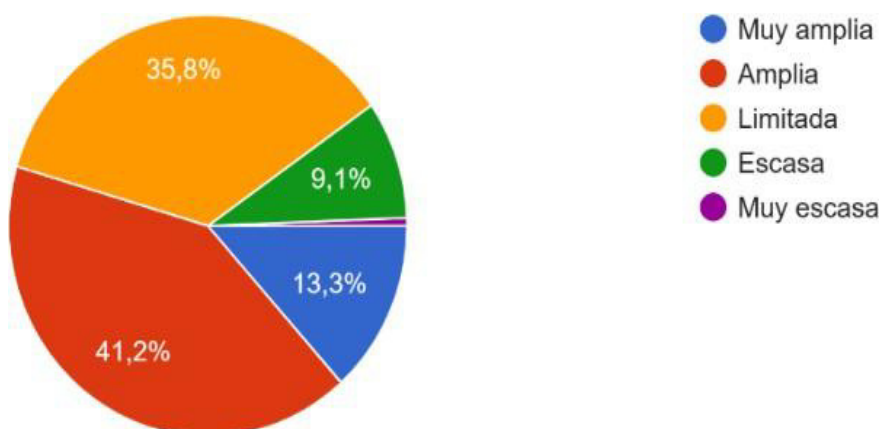
Calidad de los productos ofertados



Pregunta 4.- ¿La variedad que ofrece los productos del mercado diario de Cayambe a su criterio considera que son?

Figura 7

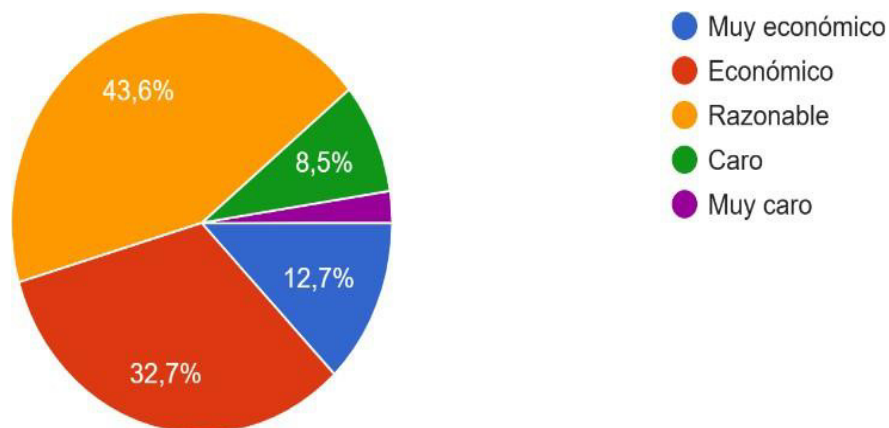
Variedad de productos que oferta el mercado



Pregunta 5.- El precio que ofrece el mercado diario de Cayambe a su criterio le parece:

Figura 8

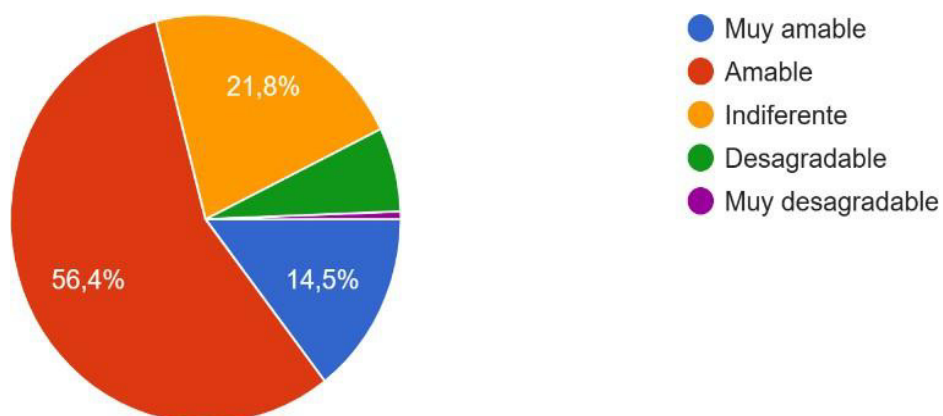
Precios del mercado



Pregunta 6.- La atención al cliente que recibe en el mercado diario de Cayambe como lo considera subraye su respuesta:

Figura 9

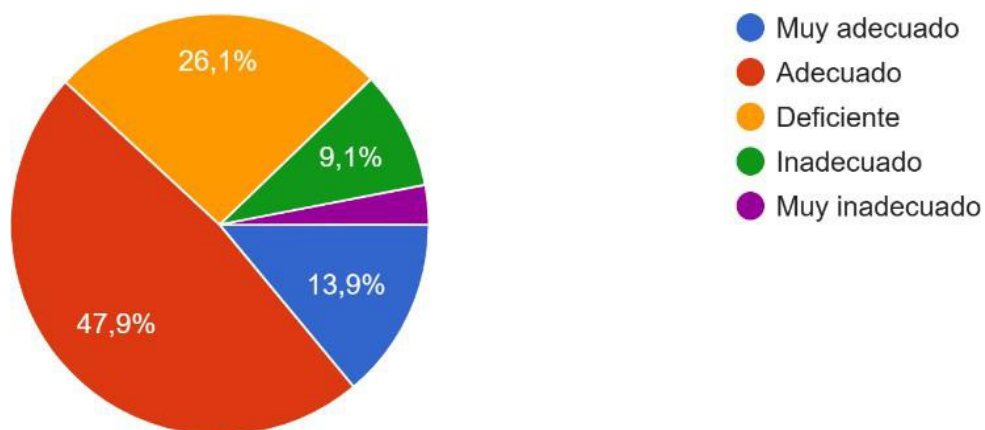
Atención al cliente



Pregunta 7.- La higiene y el manejo de los alimentos que se observa en el mercado diario de Cayambe como cree que son:

Figura 10

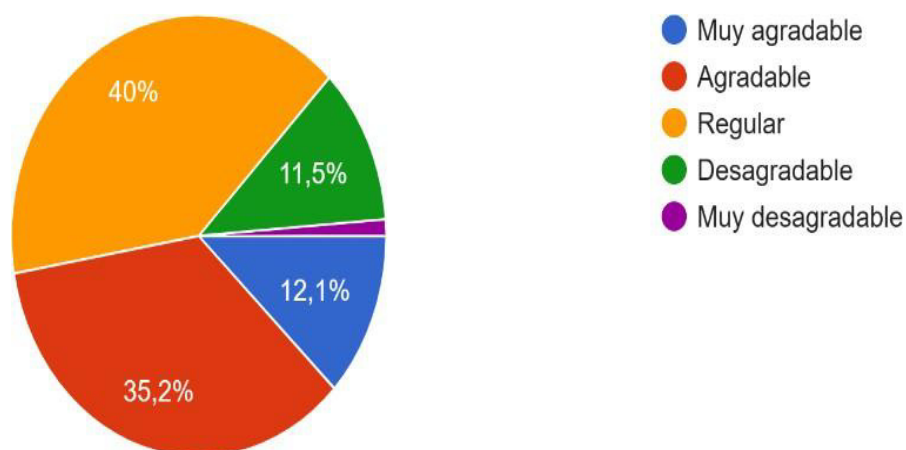
Higiene y manejo de alimentos



Pregunta 8.- El ambiente y la infraestructura del mercado diario de Cayambe a su criterio considera que es:

Figura 11

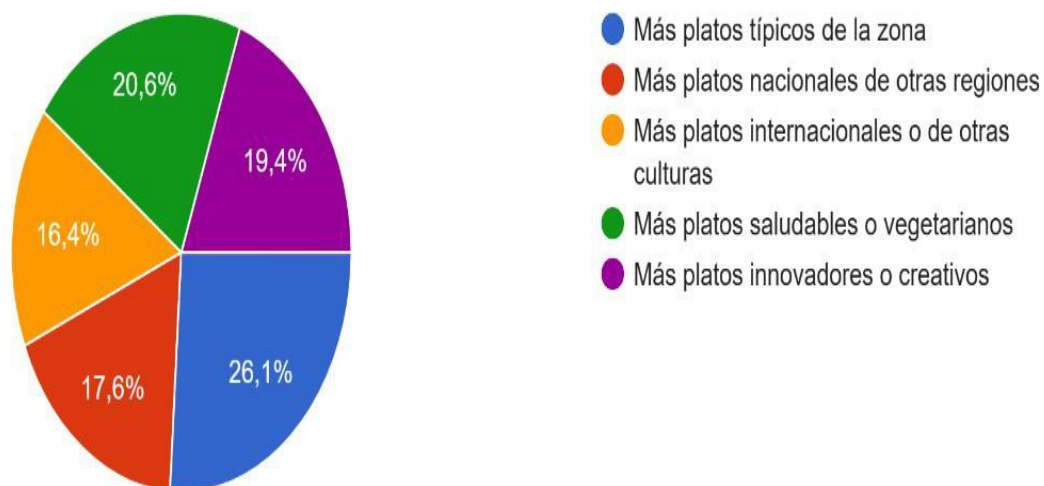
Ambiente e infraestructura



Pregunta 9.- ¿Qué tipo de oferta gastronómica le gustaría encontrar en el mercado diario de Cayambe?

Figura 12

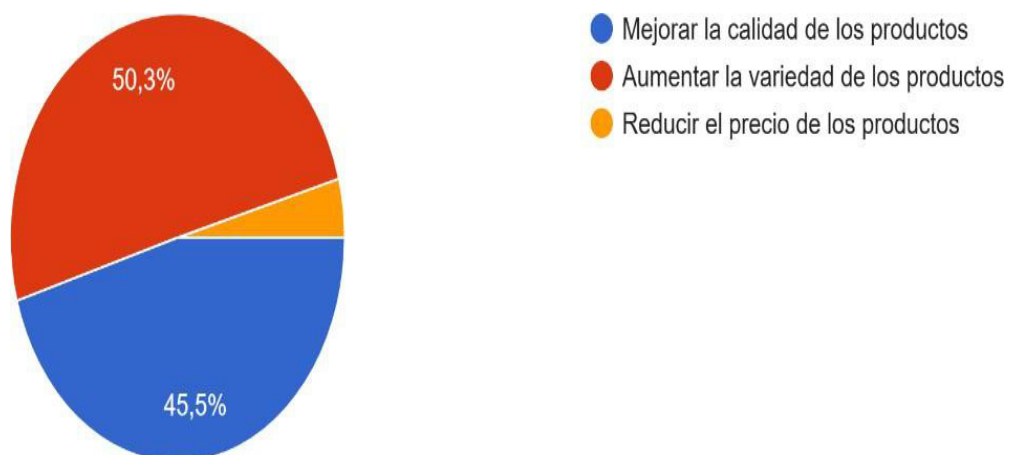
Tipo de oferta gastronómica



Pregunta 10.- ¿Qué recomendaciones de calidad le haría al mercado diario de Cayambe para mejorar su productividad?

Figura 13

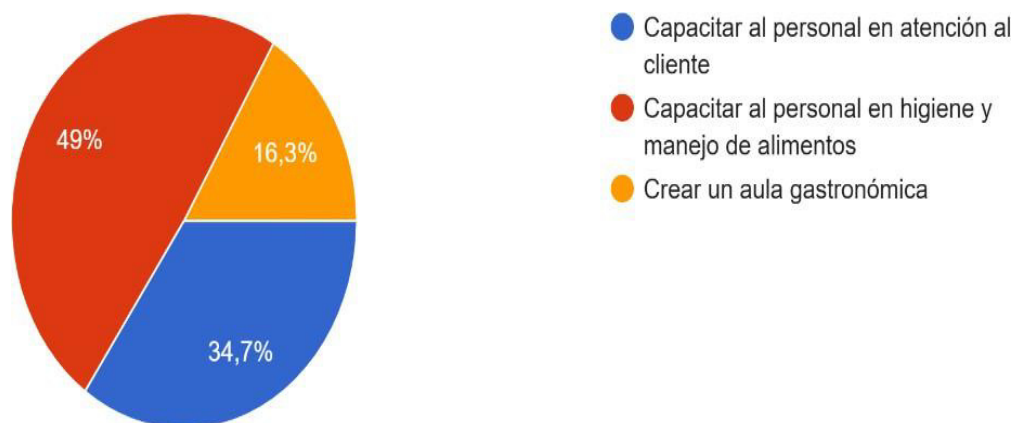
Recomendaciones de calidad



Pregunta 11.- ¿Qué recomendaciones le daría al personal del mercado diario de Cayambe?

Figura 14

Recomendaciones al personal del mercado



Pregunta 12.- ¿Qué aspecto mejoraría o implementaría al mercado diario de Cayambe?

Figura 15

Aspectos a mejorar o implementar en el mercado



6.1. Análisis General de las encuestas

En el mercado diario de Cayambe, se observa una notable participación de ambos géneros, siendo el 46,7% hombres y el 53,3% mujeres. Esta equitativa distribución sugiere un interés y participación significativos de la población femenina en las actividades de compra diarias. Este aspecto es esencial para los comerciantes y empresarios, ya que destaca la importancia de considerar estrategias de marketing y oferta de productos que satisfagan las preferencias y necesidades tanto de hombres como de mujeres.

En el mercado diario de Cayambe, la frecuencia de visitas revela patrones interesantes de comportamiento. Un 31,5% de los visitantes acude mensualmente, indicando un flujo constante pero menos frecuente. Por otro lado, el 30,3% asiste semanalmente, reflejando una presencia regular que podría generar oportunidades de fidelización. La significativa proporción del 15,8% que visita varias veces a la semana destaca la importancia del mercado como punto de encuentro recurrente. La presencia diaria del 13,3% sugiere una clientela comprometida y habituada, mientras que el 9,1% que rara vez visita plantea posibles oportunidades para atraer nuevos clientes mediante estrategias de marketing específicas.

En el mercado diario de Cayambe, la preferencia de los consumidores refleja una marcada inclinación hacia productos frescos, con un 43,6% de las compras destinadas a alimentos frescos como frutas, verduras, carnes y mariscos. Además, el 25,5% dedicado a alimentos preparados revela un interés significativo en comidas listas para el consumo, como platos típicos y ensaladas. La presencia destacada del 16,4% en bebidas indica un mercado diverso que valora las opciones de bebidas, desde jugos frescos hasta bebidas alcohólicas. Los alimentos procesados representan el 14,5%, su importancia no debe pasarse por alto. Este análisis sugiere que una estrategia de comercialización efectiva debe centrarse en resaltar la frescura, la autenticidad y la conveniencia, alineándose con las preferencias del consumidor en el mercado de Cayambe.

El mercado diario de Cayambe presenta una notable variedad de productos, con un 41,2% de los clientes percibe la oferta como amplia, el 35,8% como limitada, esta percepción podría generar oportunidades para expandir la oferta en categorías específicas y satisfacer

demandas no cubiertas. El 13,3% como muy amplia y el 9,1% como escasa, señalando una oportunidad para la mejora y expansión del inventario. En resumen, el análisis revela que, si bien el mercado de Cayambe goza de una variada oferta, existen oportunidades para optimizar la diversidad de productos y mejorar la percepción de aquellos que la consideran limitada. Este enfoque estratégico puede contribuir a fortalecer la posición del mercado en el panorama local.

El mercado diario de Cayambe presenta una diversidad de percepciones sobre los precios de sus productos. Con un 43,6% de los consumidores considerando los precios como razonables, se refleja una buena relación entre calidad y costo. Además, el 32,7% que los percibe como económicos indica una atractiva accesibilidad para un amplio segmento de la población. La presencia de un 12,7% que los valora como muy económicos sugiere que el mercado puede satisfacer las necesidades de aquellos con presupuestos más ajustados. Sin embargo, el 8,5% que considera los precios como caros plantea la importancia de mantener un equilibrio para no alienar a ciertos consumidores.

En el análisis sobre el precio de los productos del mercado diario de Cayambe se destaca que el 43,6% de la percepción general considera los precios como razonables, indicando que la mayoría encuentra equilibrada la relación entre calidad y costos. El 32,7% lo percibe como económico, sugiriendo que una parte significativa de la clientela valora la accesibilidad económica de los productos. Adicionalmente, el 12,7% lo describe como muy económico, reflejando que una proporción apreciable encuentra los precios especialmente atractivos. Sin embargo, el 8,5% opina que los precios son caros, señalando una preocupación minoritaria sobre la asequibilidad.

El mercado diario de Cayambe destaca por brindar una atención al cliente mayormente positivo, ya que el 56,4% de los consumidores perciben el servicio como amable. Esta cifra refleja un compromiso significativo por parte del personal en crear una experiencia positiva para los compradores. Además, el 14,5% que considera la atención como muy amable indica un nivel destacado de cortesía y disposición. Aunque la mayoría experimenta una atención positiva, el 21,8% que la percibe como indiferente sugiere áreas de mejora en la interacción con algunos clientes. Estrategias que refuercen la importancia de la atención al cliente podrían contribuir a reducir este porcentaje, garantizando una experiencia satisfactoria para todos.

En el mercado diario de Cayambe, la higiene y el manejo de alimentos juegan un papel crucial. Con un 47,9% de los encuestados considerando que la higiene es adecuada, se destaca un esfuerzo significativo para garantizar la seguridad alimentaria. Este resultado sugiere que la mayoría de los comerciantes implementan prácticas higiénicas adecuadas, lo que contribuye a la confianza del consumidor. Sin embargo, el 26,1% que lo percibe como deficiente resalta la necesidad de mejoras en ciertos aspectos del manejo de alimentos. Estrategias educativas y de capacitación podrían ser clave para elevar los estándares de higiene y promover prácticas más seguras.

En el mercado diario de Cayambe, la percepción del ambiente y la infraestructura revela una diversidad de opiniones. Un 40% de los usuarios consideran que la situación es regular, indicando posibles áreas de mejora en aspectos ambientales e infraestructurales. Sin embargo, el 35,2% que lo describe como agradable sugiere que la mayoría experimenta un entorno satisfactorio, lo cual es fundamental para la experiencia del consumidor. Destacando aspectos positivos, el 12,1% lo clasifica como muy agradable, sugiriendo un ambiente acogedor y una infraestructura que contribuye positivamente a la experiencia de compra. Aunque solo un 11,5% lo percibe como desagradable, esta minoría señala la necesidad de abordar deficiencias específicas para mejorar la calidad del entorno.

En el mercado diario de Cayambe, las preferencias gastronómicas de los visitantes delinean un panorama diverso y ecléctico. Un 26,1% de los visitantes expresan un interés significativo en los platos típicos de la zona. Este dato subraya la importancia de preservar y promover la riqueza culinaria regional, ya que los visitantes buscan experiencias auténticas y tradicionales. Un 20,6% de los visitantes desean más opciones saludables o vegetarianas. Esta tendencia refleja la creciente conciencia de los consumidores sobre sus elecciones alimenticias y su interés en buscar alternativas nutritivas. Un 19,4% de los visitantes están interesados en platos innovadores y creativos. Esto indica una apertura a propuestas culinarias que desafíen las convenciones y ofrezcan experiencias gastronómicas únicas.

El 50,3% de la audiencia sugiere aumentar la variedad de productos, indicando un deseo por una oferta más diversificada que atienda a diferentes preferencias y necesidades. La mejora de la calidad de los productos es otra área clave, con un 45,5% abogando por estándares más altos. Esto señala la importancia de garantizar la frescura, la procedencia

y la integridad de los productos comercializados, fortaleciendo así la confianza del consumidor. Aunque solo el 4,2% menciona la reducción de precios, no debe pasarse por alto.

La mayoría, un 58,2%, sugiere priorizar la capacitación en higiene y manejo de alimentos, destacando la importancia de prácticas seguras y adecuadas en la manipulación de productos, lo que fortalecerá la confianza de los clientes. El 41,2% aboga por la capacitación en atención al cliente, resaltando la relevancia de brindar un servicio de calidad para mejorar la experiencia del comprador. Aunque el 19,4% menciona la creación de un aula gastronómica, su significado podría ser explorado. Esto podría indicar un interés en establecer un espacio educativo para el personal, promoviendo la innovación culinaria y mejorando las habilidades gastronómicas.

En el análisis del mercado diario de Cayambe, se destaca que el 43% de la opinión pública aboga por mejorar el ambiente y la infraestructura, indicando una necesidad percibida de renovación y modernización del espacio de compra. El 32,7% sugiere la realización de eventos o actividades culturales, apuntando a la diversificación de las experiencias en el mercado. Asimismo, el 23,6% propone la promoción del mercado en redes sociales, reconociendo la importancia de la visibilidad digital.

6.1.2 Resultados y análisis de las entrevistas

El apartado señala datos generales de los entrevistados, además de la información obtenida durante el proceso de entrevistas, los mismos que se presentan a continuación:

6.1.2.1 Información de los entrevistados

Tabla 2

Datos de los entrevistados

Código	Fecha de entrevista	Nombre del entrevistado	Datos relevantes del entrevistado
E1	02/01/2024	Erick Patiño	Representante del patio de comidas del mercado diario de Cayambe.
E2	02/01/2024	Daniel Vinueza	Chef centro turístico Nápoles Water City.
E3	05/01/2024	Alexandra Imbaquingo	Analista de mercados y comercio alternativos del municipio de Cayambe.
E4	08/01/2024	Ana María Lema	Vicealcaldesa de Cayambe.

6.1.2.2 Guion de la entrevista

1. ¿Qué entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional?
2. ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe?
3. ¿Cuál es su visión para el mercado diario de Cayambe en el futuro para evidenciar una mejora en el producto y el servicio?
4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que usted considera que enfrenta el mercado diario de Cayambe y cuál sería su opinión para poder corregirlos?
5. ¿Como considera usted se podría promover el turismo y la cultura gastronómica de Cayambe a través de una gestión eficiente del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?
6. ¿Como piensa q el Gobierno Municipal de Cayambe podría aportar (a excepción de lo económico) en el desarrollo y gestión del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

7. ¿Considera usted que en el mercado diario de Cayambe se podría realizar un rescate del patrimonio gastronómico del cantón? Argumente su respuesta
8. ¿Qué consideración me daría para este proyecto innovador teniendo en cuenta su perfil profesional?

6.1.2.3 Transcripción de las entrevistas

Entrevistado # 1: Erick Patiño, vendedor en puesto de comidas del mercado diario de Cayambe.

1. ¿Qué entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional?

Pues entendería que tendríamos que atender con amabilidad, entiendo la presentación igual en los platos es como servimos con bastante higiene. Eso entiendo.

2. ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe?

Pues yo podría opinar que está súper bueno, pues porque no se no se pierde esa costumbre de las comidas típicas, esa es una parte muy buena del mercado que tendríamos que apoyar. Igual tenemos, como les comentaba antes de que la comida igual tiene que ser bien presentable, de las comidas que no sea nada guardado, eso nos ayudaría para el mercado diario.

3. ¿Cuál es su visión para el mercado diario de Cayambe en el futuro para evidenciar una mejora en el producto y el servicio?

Sería los puestos, tendríamos que tener en más amplio, igual las mesas porque si usted se da cuenta son muy pocas mesas y a veces no, no tenemos en dónde hacerlos entrar a los clientes, en este caso aquí, eso sería bueno que mejorar.

4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que usted considera que enfrenta el mercado diario de Cayambe y cuál sería su opinión para poder corregirlos?

Ahorita por lo general ya ha mejorado un poco porque antes no había le cuento seguridad aquí, o sea no había, ahorita contamos con lo que es los guardias porque antes no había, entonces eso es algo bueno que el mercado diario está brindando, a los clientes entonces

otras mejorías serían pues fumigar, porque fumigar casi no se fumiga lo que es para la plaga. Eso sí, sería bueno también que mejoraría.

5. ¿Como considera usted se podría promover el turismo y la cultura gastronómica de Cayambe a través de una gestión eficiente del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

Sería pues más publicidad en las páginas del mercado diario, ofreciendo como recién nomás hubo, nos tomaron fotos aquí con los platos que vendemos, entonces eso sería bueno porque subimos a la página y que podríamos acercarnos a ver, porque como dice, cada uno ve en las páginas, dice, está buena esa comida, vamos a comer allá, en el mercado hay esto.

6. ¿Como piensa q el Gobierno Municipal de Cayambe podría aportar (a excepción de lo económico) en el desarrollo y gestión del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

Aportar de aquí en lo general, casi que no nos cobrarían lo que es el impuesto porque nos cobran doble impuesto, eso sería, te cobran aquí del puesto y del mercado aparte otro, entonces esa parte pienso que no está bien del municipio de aquí de Cayambe.

7. ¿Considera usted que en el mercado diario de Cayambe se podría realizar un rescate del patrimonio gastronómico del cantón? Argumente su respuesta

Sí, yo sí pienso eso, porque como le dije antes de las comidas típicas son algo que no se debe perder, entonces sería bueno que sigamos manteniendo esa costumbre y por qué no, también mejorar el, por ejemplo, en lo que aquí no se vende cuy y no se ha visto mucho, entonces eso también se vendería eso, las papas con cuero, que también es algo típico.

8. ¿Qué consideración me daría para este proyecto innovador teniendo en cuenta su perfil profesional?

Sería que siguiera mejorando, le digo a usted joven y le agradezco también puede acercarse a visitarnos en el local 7 y probar, como le digo nosotros, cocinamos todo lo que es al diario no es nada guardado, entonces a excepción de otros puestos porque yo he

visto y se si se guarda, entonces solo estaba bien por su parte, que se haya acercado a preguntarnos al local y estaremos prestos para atender.

Entrevistado # 2: Chef Daniel Vinueza, Chef del centro turístico Nápoles Water City.

1. ¿Qué entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional?

Lo principal para una gestión eficiente sería la organización, tanto interna como externa del mercado.

2. ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe?

Muy importante, ya que en todas las ciudades siempre, lo que más se visita es el parque, la iglesia, los sitios turísticos y en todas las ciudades de nuestro país siempre hay el mercado principal que se conoce y tendría que ser siempre el patio de comidas, ofrecer la gastronomía de la localidad.

3. ¿Cuál es su visión para el mercado diario de Cayambe en el futuro para evidenciar una mejora en el producto y el servicio?

Sobre todo, las cosas, sería lo más importante en lo que yo veo es la limpieza, un lugar donde se expende productos de consumo. Tiene que ser muy, muy delicado, muy exhaustivo en la limpieza y el orden de cada uno de los vendedores.

4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que usted considera que enfrenta el mercado diario de Cayambe y cuál sería su opinión para poder corregirlos?

En lo que yo he visto, sería lo más importante sería la presentación, como se podría decir un solo modelo, el cada están que tienen un solo modelo, por ejemplo, de menús porque unos tienen grandes otros pequeños, eso es contaminación visual en una forma otro, como lo comenté el aseo, algunos están que yo he visto que no es mucho el aseo.

5. ¿Como considera usted se podría promover el turismo y la cultura gastronómica de Cayambe a través de una gestión eficiente del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

En los tiempos que estamos, lo que se mueve ahora son las redes sociales con un buen diseño de propaganda se podría decir, se podría llegar a mucha gente, tanto nacionales como internacional, los turistas que lleguen a nuestra ciudad y promocionar a parte de los bizcochos, promocionar las comidas típicas de nuestro de cantón.

6. ¿Como piensa q el Gobierno Municipal de Cayambe podría aportar (a excepción de lo económico) en el desarrollo y gestión del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

Creo que el factor que tiene que intervenir el municipio sería el de promoción, así como cuando ellos salen a los canales de televisión, a la radio, a promocionar nuestras fiestas también sería eficiente que promocionen nuestra gastronomía, sobre todo, que vayan al mercado, que ahí existen platos típicos de nuestra zona.

7. ¿Considera usted que en el mercado diario de Cayambe se podría realizar un rescate del patrimonio gastronómico del cantón? Argumente su respuesta

Claro, sería lo mejor que se pudiera hacer, para que de pronto por valores, por economía, yo he visto que nuestra zona, las hosterías, los las grandes restaurantes tienen la gastronomía se podría decir cómo no ofrecer en nuestro mercado diario la gastronomía típica nuestra.

8. ¿Qué consideración me daría para este proyecto innovador teniendo en cuenta su perfil profesional?

Algo innovador para el patio de comidas se podría decir que tenga un solo piso el patio de comidas, así como es un centro comercial, diría yo, en nuestro mercado diario estamos cerca de las carnes, estamos cerca de otras cosas y quieras o no vas a oler entonces sería muy eficiente tener un solo piso de patio de comidas tipo centro comercial, eso sería lo mejor que se puede llegar a tener en nuestro mercado diario.

Entrevistado # 3: Ing. Alexandra Imbaquingo, Analista de mercados y comercio alternativos del municipio de Cayambe

1. ¿Qué entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional?

Por modelo de gestión en un mercado nacional, es la modalidad correcta o un modelo de trabajo administrativo, económico e íntegra el de un centro de Comercio que da lugar a una proyección créditos económicos positivos para él centro de Comercio.

2. ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe?

El mercado mantiene las tradiciones y costumbres en tiempos festivos, en fechas como San Pedro son las tradicionales fiestas del Sol en la mitad del mundo, en esas fechas las personas que se dedican a la gastronomía al interior del área de mercados pues desarrollan los platos típicos para generar comercio en el tema de gastronomía.

3. ¿Cuál es su visión para el mercado diario de Cayambe en el futuro para evidenciar una mejora en el producto y el servicio?

Mejora el comportamiento de los comerciantes o de las señoras socias de las organizaciones, y mediante la cultura, de servicio al cliente con un producto de calidad y que los años anteriores y que unos 2 años, pues mediante un estudio de mercado pues se pueda mejorar un sistema de capacitación, y a culturizar a las personas para que mejoren la calidad como vuelvo y le repito del servicio y de calidad del producto al cliente.

4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que usted considera que enfrenta el mercado diario de Cayambe y cuál sería su opinión para poder corregirlos?

El mayor desafío, pues que se incrementen las ventas puesta que aquí tenemos en la parte norte, en el parte sur bueno alrededor centros de Comercio como los supermercados el AKI, en Santa María y que a futuro pues se pueda trabajar en procesos de mejoramiento continuo, para que estén en un nivel de competitividad con esos centros, de con esos supermercados pues que es un poquito complicado por el tema mismo de la modalidad que tienen cada uno de ellos.

5. ¿Como considera usted se podría promover el turismo y la cultura gastronómica de Cayambe a través de una gestión eficiente del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

Mejorar la manipulación de los productos, socializar o capacitar a las personas que tienen el giro de gastronomía para el mejoramiento de las buenas prácticas de manufactura, y en sí pues en la parte de la publicidad, un modelo de publicidad que sea un mecanismo que genere a nivel local y nacional, para que el tema gastronómico tradicional te salga flote.

6. ¿Como piensa q el Gobierno Municipal de Cayambe podría aportar (a excepción de lo económico) en el desarrollo y gestión del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

Trabajar con academias, con universidades, en el mejoramiento continuo de los procesos, que inciden en el tema gastronómico, estamos hablando del tema gastronómico, en el mejoramiento continuo con capacitaciones, modelos de generación con la Academia de modelos de procesos de procesamiento de los productos, así como también el servicio al cliente.

7. ¿Considera usted que en el mercado diario de Cayambe se podría realizar un rescate del patrimonio gastronómico del cantón? Argumente su respuesta.

Sí, en coordinación con las demás direcciones, que en este caso turismo y también el apoyo integral de los organismos que corresponden a la academia, y hacer un análisis integral y un estudio integral sobre el tema tradicional gastronómico ancestral.

8. ¿Qué consideración me daría para este proyecto innovador teniendo en cuenta su perfil profesional?

Pues realizar un estudio integral, sobre el tema de publicidad, el tema de un estudio gastronómico en el marco del servicio a la ciudadanía, y un estudio integral a los turistas.

Entrevistado # 4: Ing. Ana María Lema Valencia, Vicealcaldesa de Cayambe.

1. ¿Qué entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional?

Bueno, por un modelo de gestión eficiente, considero que en un mercado nacional cayendo en cuenta que, en mercados nacionales, la mayoría son cantonales o parroquiales considero que una gestión eficiente es cuando las dos partes se ponen en mutuos acuerdos y se van cumpliendo estos ya que de esto depende el desarrollo de este espacio.

2. ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe?

Considero que es muy importante el tema, sobre todo tradicional en base a la gastronomía, es algo que nos ha marcado bastante y es algo fundamental en la preservación de esto.

3. ¿Cuál es su visión para el mercado diario de Cayambe en el futuro para evidenciar una mejora en el producto y el servicio?

Considero que el mercado puede estar mejor en el tema de infraestructura, creo que eso es algo clave, también en el tema del servicio al cliente, en el tema de calidad de que se pongan parámetros, para que todos vendamos, o sea las personas que estén ahí vendiendo o dando algún servicio, tengan parámetros bastante altos considero que solo así se puede mejorar y ser diferente el mercado diario.

4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que usted considera que enfrenta el mercado diario de Cayambe y cuál sería su opinión para poder corregirlos?

Los mayores desafíos considero que son, viéndole desde adentro el tema del comercio informal, el comercio informal está apoderándose cada vez de más espacios, entonces luchar contra esto en una competencia que no llega a ser legítima, es bastante complicado porque hay personas que sí prefieren el comercio informal, tal vez por precios, tal vez por diferentes factores, pero las personas que están dentro del mercado, ellos tienen que enfrentarse a un arriendo, a una competencia, que esta alado de ellos, entonces considero que si eliminaríamos esto sería un gran alivio para el mercado diario.

5. ¿Como considera usted se podría promover el turismo y la cultura gastronómica de Cayambe a través de una gestión eficiente del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

El turismo y la cultura gastronómica, es algo que sí debe ser bastante fortalecido y sobre todo en estos espacios, espacios que buscan de alguna manera guardar todo este tema cultural, la difusión, el tema de comunicación es algo primordial, pero también va de la mano el tema de atención al cliente, parámetros de limpieza, parámetros de alimentos que se deben vender, porque solo así trabajando en conjunto, desde una comunicación

adecuada, hasta un servicio adecuado es donde se va a ver realmente el turismo y la gastronomía fomentada y sobre todo fortalecida.

6. ¿Como piensa q el Gobierno Municipal de Cayambe podría aportar (a excepción de lo económico) en el desarrollo y gestión del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

Con capacitaciones, capacitaciones a las personas que están dentro del mercado, capacitaciones del tema de manipulación de alimentos, capacitación de como ya mencioné del tema de atención al cliente, el tema de limpieza, también considero que es algo importante, no sé cómo manejan actualmente muy bien el tema del aseo, las plagas, todo eso hay que tener bastante cuidado y como mencioné anteriormente, el tema de comunicación considero que eso es algo primordial, para que la gestión del desarrollo del patio de comidas sea eficiente.

7. ¿Considera usted que en el mercado diario de Cayambe se podría realizar un rescate del patrimonio gastronómico del cantón?

Sí, llevándole de una buena manera, creo que sí hay personas en ese lugar justamente que expenden o que venden sus platos típicos, en este caso sería su hornado, su uchu jacu, que venden bastante, entonces considero que sí es un espacio muy adecuado, pero siempre y cuando vaya de la mano una buena difusión, porque muchas personas no conocen que hay este tipo de platos, o este tipo de gastronomía aquí, siempre ha sido el bizcocho el plato por lo que se le conoce a Cayambe, pero tenemos más entonces sí hay que explotarle un poquito más con la unión de todas estas personas, considero que si hacemos una asociación o si todos vamos para el mismo lado siempre va a ser mejor.

8. ¿Qué consideración me daría para este proyecto innovador teniendo en cuenta su perfil profesional?

Me parece que es un proyecto muy interesante, que sin duda aportaría al desarrollo del mercado diario, es importante un poco acotar lo que esté a nuestro alcance, para dar un giro a este espacio, estoy muy de acuerdo que necesitamos capacitaciones en diferentes temas, necesitamos asesorías en diferentes temas, porque si bien es cierto las personas que están ahí son emprendedoras no tienen mucho conocimiento de manipulación de alimentos, de diferentes aspectos que sí deben ser fundamentales para que estos espacios

funcionen, entonces me parece un proyecto bastante innovador, me parece un proyecto bastante interesante, siempre y cuando se lleve de la mano con las personas que son involucradas en este caso que son las personas que trabajan en este espacio.

6.1.2.4 Interpretación de las entrevistas

1. ¿Qué entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional?

Los entrevistados concuerdan en los aspectos más relevantes que deben predominar en el mercado. **E1** mencionó el modelo de gestión eficiente en un mercado nacional implica atender con amabilidad y asegurar una presentación higiénica en la prestación de servicios, especialmente en el ámbito gastronómico, **E2** sostiene que la eficiencia en la gestión se centra en la organización, tanto interna como externa del mercado, destacando la importancia de la planificación y estructuración, **E3** considera que un modelo de gestión eficiente en un mercado nacional implica la correcta modalidad de trabajo administrativo y económico; por su parte, **E4** sostiene que la gestión eficiente en un mercado nacional se logra cuando las partes involucradas acuerdan mutuamente y cumplen con estos acuerdos, destacando la importancia de esta colaboración para el desarrollo del espacio, en este caso el mercado diario de Cayambe.

2. ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe?

Para esta pregunta **E1** destaca la importancia del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe, especialmente en lo relacionado con las comidas típicas; por su parte, **E2**, **E3** y **E4** enfatizan la importancia del mercado como un punto central en las ciudades, comparándolo con lugares turísticos como parques e iglesias. Considera que el mercado principal debe ser el punto focal para ofrecer la gastronomía local, contribuyendo así a la preservación de las tradiciones y costumbres; consideran que la gastronomía ha marcado significativamente la identidad cultural y tradicional de Cayambe.

3. ¿Cuál es su visión para el mercado diario de Cayambe en el futuro para evidenciar una mejora en el producto y el servicio?

En esta pregunta **E1** destaca la necesidad de ampliar los puestos y mesas en el mercado. Considera que la falta de espacio afecta la comodidad de los clientes y propone mejorar este aspecto para ofrecer un servicio más eficiente, **E2** resalta la importancia de la limpieza en el mercado. Destaca que, al tratarse de un lugar de expendio de productos de consumo, la higiene debe ser prioritaria, **E3** propone mejorar el comportamiento de los comerciantes y socios de las organizaciones. Aboga por una cultura de servicio al cliente con productos de calidad, por su parte **E4** destaca la importancia de mejorar la infraestructura del mercado. Además, aboga por establecer parámetros elevados en términos de servicio al cliente y calidad de productos. Considera que estos estándares más altos son fundamentales para diferenciar y mejorar el mercado diario de Cayambe.

4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que usted considera que enfrenta el mercado diario de Cayambe y cuál sería su opinión para poder corregirlos?

Se pudo entender que **E1** destaca la mejora en seguridad con la presencia de guardias, pero identifica la falta de fumigación como un desafío para combatir plagas, **E2** señala deficiencias en la limpieza y aseo de algunos establecimientos, sugiriendo la necesidad de mejorar estos aspectos, **E3** Propone trabajar en procesos de mejoramiento continuo y competitividad para enfrentar la modalidad de los supermercados y aumentar la atracción de clientes, **E4** argumenta la competencia desleal y la preferencia por el comercio informal representan obstáculos.

5. ¿Como considera usted se podría promover el turismo y la cultura gastronómica de Cayambe a través de una gestión eficiente del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

Para esta pregunta **E1** y **E2** destacan la importancia de la publicidad en las páginas del mercado diario, enfocan en las redes sociales como una herramienta clave para la promoción. Propone utilizar un diseño publicitario atractivo para llegar a audiencias nacionales e internacionales, **E3** se centra en la mejora de la manipulación de productos y la capacitación en buenas prácticas de manufactura. Propone un modelo de publicidad que genere impacto a nivel local y nacional para resaltar la gastronomía tradicional, **E4** destaca la importancia de la difusión, la comunicación efectiva y la atención al cliente, así como la implementación de parámetros de limpieza y venta de alimentos para garantizar una experiencia positiva.

6. ¿Como piensa q el Gobierno Municipal de Cayambe podría aportar (a excepción de lo económico) en el desarrollo y gestión del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?

En esta pregunta **E1** propone una reducción o eliminación de impuestos duplicados, sugiriendo que el municipio revise y optimice las tasas impositivas aplicadas a los vendedores del mercado, **E2** destaca la importancia de la promoción municipal, sugiriendo que el gobierno local utilice sus canales de comunicación para destacar la gastronomía local, especialmente visitando el mercado y resaltando los platos típicos de la zona, **E3** propone una colaboración con academias y universidades para mejorar continuamente los procesos gastronómicos, **E4** aboga por capacitaciones dirigidas a las personas dentro del mercado, enfocándose en la manipulación de alimentos, atención al cliente y prácticas de higiene.

7. ¿Considera usted que en el mercado diario de Cayambe se podría realizar un rescate del patrimonio gastronómico del cantón?

Dentro de esta pregunta **E1** aboga por el rescate de las comidas típicas del cantón, destacando la importancia de preservar las tradiciones gastronómicas. Propone mejorar la oferta incluyendo platos como el cuy y las papas con cuero, **E2** coincide en la importancia del rescate, sugiriendo que el mercado diario sea un espacio para ofrecer la gastronomía típica, en línea con lo que ya se ofrece en hosterías y restaurantes de la zona, **E3** propone la coordinación con otras direcciones, especialmente turismo, y el apoyo de organismos académicos para realizar un análisis completo del tema gastronómico ancestral, **E4** apoya el rescate de platos típicos como el hornado y el uchu jacu. Destaca la necesidad de una buena difusión para dar a conocer la diversidad de la gastronomía local.

8. ¿Qué consideración me daría para este proyecto innovador teniendo en cuenta su perfil profesional?

En el desarrollo de esta pregunta se pudo entender que **E1** invita a la ciudadanía a visitar el local, donde se destaca la preparación diaria de alimentos, enfatizando la transparencia y frescura en contraste con otros puestos, **E2** propone una innovación arquitectónica para el patio de comidas, sugiriendo un solo piso tipo centro comercial para mejorar la eficiencia y evitar olores, **E3** aboga por un enfoque integral, proponiendo estudios de

publicidad y gastronomía. Destaca la importancia del servicio a la ciudadanía y la realización de análisis integrales también dirigidos a los turistas, **E4** Considera el proyecto como muy interesante y potencialmente beneficioso para el desarrollo del mercado diario. Destaca la necesidad de capacitaciones y asesorías para abordar deficiencias en aspectos como manipulación de alimentos.

6.1.2.5 Análisis general de las entrevistas

La recopilación de datos cualitativos se realizó mediante la técnica de entrevista la cual tuvo como herramienta un guion de ocho preguntas abiertas mismo que fue revisado y validado por el asesor, la entrevista fue dirigida a 4 individuos con conocimientos y experiencia del mercado diario de la ciudad de Cayambe, las entrevistas se realizaron de manera presencial, permitiendo una interacción directa y detallada con cada entrevistado. El alcance obtenido permitió recopilar la siguiente información:

El elemento principal, para llevar a cabo este proyecto de investigación, es un modelo de gestión eficiente en un mercado nacional, ya que los entrevistados concuerdan con una gestión que implica diferentes aspectos como la importancia de atender con amabilidad, y asegurar una presentación higiénica en la prestación de servicios, especialmente en el ámbito gastronómico. Se sostiene que la eficiencia en la gestión se centra en la organización, tanto interna como externa del mercado, destacando la importancia de la planificación y estructuración, considerando que un modelo de gestión eficiente implica la correcta modalidad de trabajo administrativo y económico. Se sostiene que la gestión eficiente se logra cuando las partes involucradas acuerdan mutuamente y cumplen con estos acuerdos, destacando la importancia de esta colaboración para el desarrollo del espacio, en este caso el mercado diario de Cayambe.

Por otra parte, se pudo analizar la importancia del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe, especialmente en lo relacionado con las comidas típicas. Se enfatiza la importancia del mercado como un punto central en las ciudades, comparándolo con lugares turísticos como parques e iglesias, considerando que el mercado principal debe ser el punto focal para ofrecer la gastronomía local, contribuyendo así a la preservación de las tradiciones y costumbres. También algunos entrevistados, sostienen que la gastronomía ha marcado significativamente la identidad cultural y tradicional de Cayambe.

Se puede concluir la necesidad de ampliar los puestos y mesas en el mercado, ya que la falta de espacio afecta la comodidad de los clientes y se propone mejorar este aspecto para ofrecer un servicio más eficiente. Se resalta la importancia de la limpieza en el mercado, porque al tratarse de un lugar de expendio de productos de consumo, la higiene debe ser prioritaria. Se propone mejorar el comportamiento de los comerciantes y socios de las organizaciones, abogando por una cultura de servicio al cliente con productos de calidad. Además, se destaca la importancia de mejorar la infraestructura del mercado, se aboga por establecer parámetros elevados en términos de servicio al cliente y calidad de productos.

6.2 Análisis FODA

Figura 16

Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Amplia oferta gastronómica.	O1. Promoción y desarrollo turístico.
F2. Importancia cultural y social.	O2. Alianzas estratégicas.
F3. Abastecimiento de productos frescos y locales.	O3. Realización de eventos culturales.
F4. Precios accesibles.	O4. Popularidad de la comida tradicional.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Problemas de infraestructura, que podrían afectar la comodidad y accesibilidad para los visitantes.	A1. Competencia de grandes cadenas comerciales.
D2. Desafíos en la gestión interna.	A2. Compras en línea.
D3. Deficiente higiene y seguridad.	A3. Cambios en las políticas gubernamentales.
D4. Falta de promoción y difusión.	A4. Inseguridad actual.

6.2.1 Estrategias FA, FO, DO, DA

6.2.1.1 Fortalezas – Amenazas

Figura 17

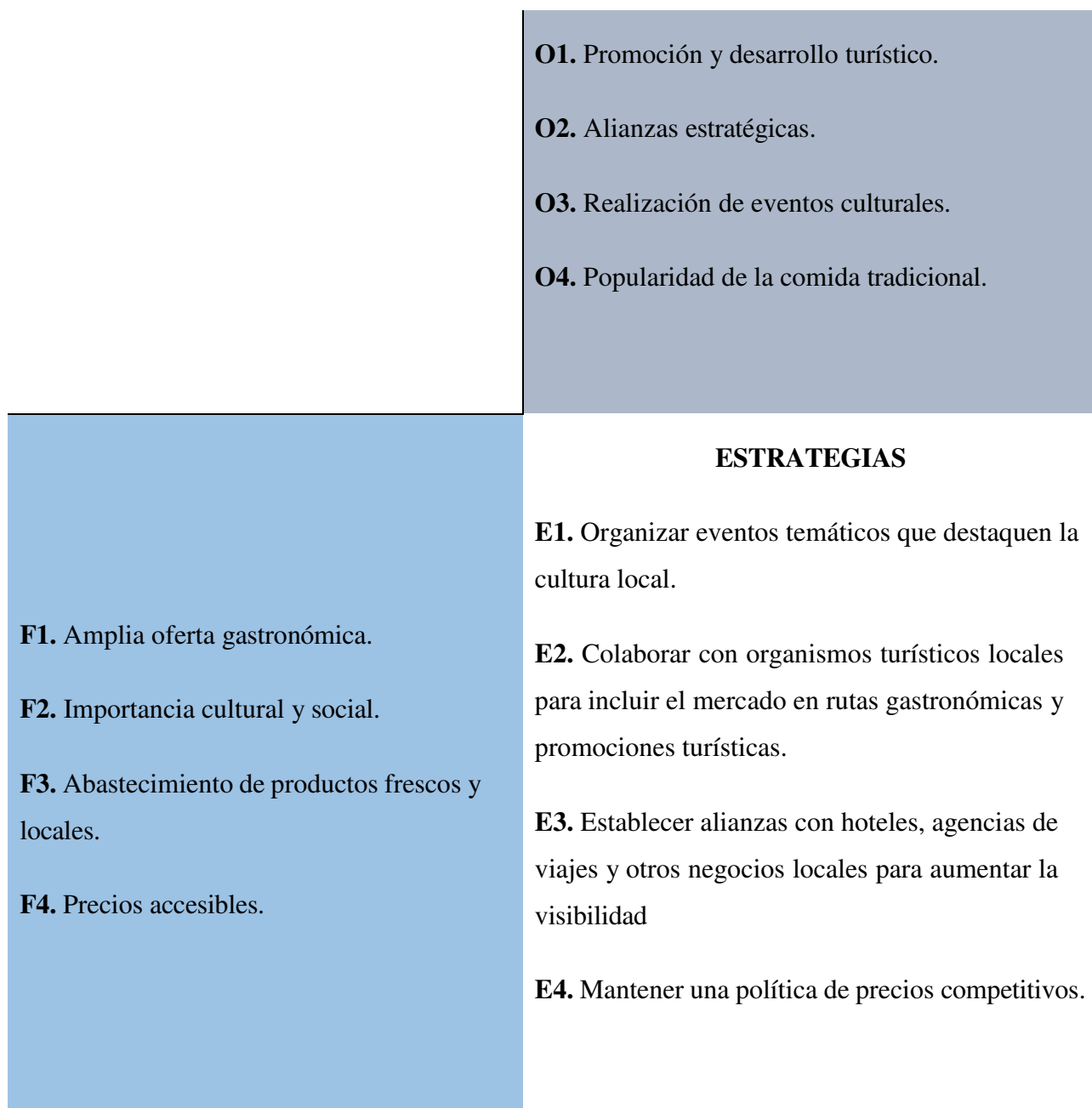
Estrategias FA

<p>F1. Amplia oferta gastronómica.</p> <p>F2. Importancia cultural y social.</p> <p>F3. Abastecimiento de productos frescos y locales.</p> <p>F4. Precios accesibles.</p>	<p>A1. Competencia de grandes cadenas comerciales.</p> <p>A2. Mala manipulación de los alimentos.</p> <p>A3. No hay control de plagas adecuado.</p> <p>A4. Inseguridad actual.</p>
	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS</p> <p>E1. Continuar diversificando el menú con platos innovadores y promociones para mantener el interés de los clientes.</p> <p>E2. Organizar eventos culturales y sociales, para fortalecer la conexión con la comunidad local.</p> <p>E3. Implementar medidas de seguridad adicionales, como personal de seguridad, iluminación adecuada y colaboración con las autoridades locales.</p> <p>E4. Colaborar con servicios de control de plagas profesionales.</p>

6.2.1.2 Fortalezas - Oportunidades

Figura 18

Estrategias FO



6.2.1.3 Debilidades – Oportunidades

Figura 19

Estrategias DO

	<p>O1. Promoción y desarrollo turístico.</p> <p>O2. Alianzas estratégicas.</p> <p>O3. Realización de eventos culturales.</p> <p>O4. Popularidad de la comida tradicional.</p>
<p>D1. Problemas de infraestructura, que podrían afectar la comodidad y accesibilidad para los visitantes.</p> <p>D2. Desafíos en la gestión interna.</p> <p>D3. Deficiente higiene y seguridad.</p> <p>D4. Falta de promoción y difusión.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS</p> <p>E1. Establecer protocolos rigurosos de higiene y seguridad, capacitar al personal.</p> <p>E2. Invertir en mejorar la infraestructura, la higiene y la seguridad de la localidad.</p> <p>E3. Implementar un sistema de gestión interna que optimice los recursos, los procesos y la comunicación entre los actores involucrados.</p> <p>E4. Buscar alianzas estratégicas con entidades que puedan brindar asesoría, capacitación o financiamiento.</p>

6.2.1.4 Debilidades - Amenazas

Figura 20

Estrategias DA

- A1.** Competencia de grandes cadenas comerciales.
- A2.** Compras en línea.
- A3.** Cambios en las políticas gubernamentales.
- A4.** Inseguridad actual.

D1. Problemas de infraestructura, que podrían afectar la comodidad y accesibilidad para los visitantes.

D2. Desafíos en la gestión interna.

D3. Deficiente higiene y seguridad.

D4. Falta de promoción y difusión.

ESTRATEGIAS

E1. Implementar una mejora en la infraestructura para ofrecer una experiencia a los clientes superior, que compita con las grandes cadenas comerciales.

E2. Reforzar la gestión interna para adaptarse eficazmente a los cambios en las políticas gubernamentales.

E3. Implementar protocolos de higiene y seguridad para proteger a clientes y empleados frente a la inseguridad actual.

E4. Aumenta la promoción y difusión en línea para competir con las compras en línea y atraer a más clientes.

6.3 Discusión

“Un modelo de gestión es un modelo conceptual que identifica los componentes necesarios para el logro de un objetivo, producto o servicio y los articula mediante interrelaciones y dependencias para que, de forma coordinada, identifiquen herramientas para la gestión” (Universidad de Cantabria, 2015, p. 5). Al preguntar a los entrevistados sobre: ¿Que entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional? uno de

los entrevistados el señor Erick Patiño respondió que un modelo de gestión eficiente en un mercado nacional implica atender con amabilidad y asegurar una presentación higiénica en la prestación de servicios, especialmente en el ámbito gastronómico. Así mismo, la Ing. Alexandra Imbaquingo considera que un modelo de gestión eficiente en un mercado nacional implica la correcta modalidad de trabajo administrativo y económico. Esta información es relevante y se tomara en cuenta al momento de diseñar el modelo de gestión para el mercado diario de Cayambe.

En el segundo objetivo de esta investigación se realizó una matriz FODA, la cual muestra los puntos altos y bajos en la gestión del mercado diario de Cayambe. Una de las principales fortalezas que tiene el mercado diario de Cayambe es: Su amplia oferta gastronómica. Dentro de las respuestas de los encuestados se observa que el mercado diario de Cayambe presenta una notable variedad de productos, con un 41,2% de los clientes percibe la oferta como amplia. Según: Albuja (2020) “Los modelos del sistema de gestión, de carácter voluntario para las organizaciones, han comenzado a considerarse como una estratégica para alcanzar el éxito institucional y adoptar direcciones innovadoras” (párr. 1). El mercado diario de Cayambe tiene una amplia oferta gastronómica y una notable variedad de productos, lo que lo convierte en un lugar ideal para los amantes de la comida. Además, la implementación de modelos de gestión voluntarios podría ayudar a mejorar aún más la calidad de los servicios ofrecidos por el mercado diario de Cayambe.

Las oportunidades encontradas según el FODA realizado al mercado diario de la ciudad de Cayambe son las siguientes: Promoción y desarrollo turísticos, alianzas estratégicas, realización de eventos culturales, popularidad de la comida tradicional. “La cocina ecuatoriana ha atravesado procesos “transculturados”, mediante la recepción y adopción de formas culturales de otros grupos o comunidades” (Aulestia, 2021, p. 4). Al preguntar a los entrevistados sobre: ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe? uno de los entrevistados el señor Erick Patiño, destaca la importancia del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe, especialmente en lo relacionado con las comidas típicas; por otra parte, los demás entrevistados comparten la importancia del mercado como un punto central en las ciudades, comparándolo con lugares turísticos como parques e iglesias.

Consideran que el mercado principal debe ser el punto focal para ofrecer la gastronomía local, contribuyendo así a la preservación de las tradiciones y costumbres.

El mercado diario de la ciudad de Cayambe también presenta debilidades las cuales son: Problemas de infraestructura, que podrían afectar la comodidad y accesibilidad para los visitantes; desafíos en la gestión interna; deficiente higiene y seguridad; falta de promoción y difusión. Dentro de las encuestas realizadas a la población de Cayambe se pudo determinar que el 47.9% de los visitantes tienen una percepción higiénica del mercado como buena, el 26,1% como deficiente, esto quiere decir que ni la mitad de los entrevistados consideran que el mercado es higiénico. Otra encuesta realizada fue: El ambiente y la infraestructura del mercado diario de Cayambe a su criterio considera que es. El cual se pudo determinar que el 40% de la población lo considera como regular, 35,2% agradable, lo que demuestra que la mayoría de los ciudadanos que visitan el mercado diario de Cayambe no consideran adecuada su infraestructura. Además, el entrevistado Daniel Vinuesa resalta la importancia de la limpieza en el mercado. Destaca que, al tratarse de un lugar de expendio de productos de consumo, la higiene debe ser prioritaria. La higiene es una parte fundamental para la comercialización de productos alimenticios, los comerciantes del mercado manifiestan diferentes hábitos de higiene, no obstante, se sugiere que deben regirse por las normas sanitarias establecidas, permitiendo una mejor imagen comercial y favoreciendo la salud pública. (Ceiro, 2018, p. 90). En conclusión, el mercado diario de Cayambe tiene un gran potencial para mejorar su calidad de servicio y atraer a más visitantes. La implementación de medidas para mejorar la infraestructura, la gestión interna, la higiene y la seguridad, y la promoción y difusión del mercado podrían ayudar a lograr este objetivo.

Las amenazas encontradas en el mercado diario de la ciudad de Cayambe son: Competencia de grandes cadenas comerciales, Compras en línea, Cambios en las políticas gubernamentales, Inseguridad actual. Los mercados locales de las ciudades se encuentran cada vez más amenazados por los nuevos tipos de comercio y establecimientos de venta. Además, también las tendencias de consumo han evolucionado, por lo que estos mercados deben ser capaces de adaptarse para sobrevivir. (Gutiérrez, 2022, párr. 1). Así, también lo afirma la Ing. Alexandra Imbaquingo, ella propone trabajar en procesos de mejoramiento continuo y competitividad para enfrentar la modalidad de los supermercados y aumentar la atracción de clientes. También, la Ing. Ana María Lema,

aboga por capacitaciones dirigidas a las personas dentro del mercado, enfocándose en la manipulación de alimentos, atención al cliente y prácticas de higiene. Por otra parte, una de las preguntas realizadas a los encuestados fue: ¿Qué recomendaciones le daría al personal del mercado diario de Cayambe?, lo cual el 58,2% sugiere capacitar al personal en higiene y manejo de alimentos; 41,2% capacitar al personal en atención al cliente y el 19,4% propone crear un aula gastronómica. Esto podría indicar un interés en establecer un espacio educativo para el personal, promoviendo la innovación culinaria y mejorando las habilidades gastronómicas.

Para cumplir con el último objetivo de esta investigación se debe realizar estrategias para mejorar la calidad de los servicios gastronómicos del mercado diario de Cayambe. La pregunta número diez realizada a los encuestados de la ciudad de Cayambe dice: ¿Qué recomendaciones de calidad le haría al mercado diario de Cayambe para mejorar su productividad?, lo cual el 50,3% sugiere aumentar la variedad de los productos, el 45,5% sugiere mejorar la calidad de los productos, en conclusión, los clientes quieren una oferta más diversificada que atienda a diferentes preferencias y necesidades. La mejora de la calidad de los productos es otra área clave, abogando por estándares más altos. Esto señala la importancia de garantizar la frescura, la procedencia y la integridad de los productos comercializados, fortaleciendo así la confianza del consumidor. Uno de los entrevistados, la vicealcaldesa Ing. Ana María Lema, destaca la importancia de mejorar la infraestructura del mercado. Además, aboga por establecer parámetros elevados en términos de servicio al cliente y calidad de productos. Considera que estos estándares más altos son fundamentales para diferenciar y mejorar el mercado diario de Cayambe. La calidad de servicio es la medida en que un proveedor de servicios cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes. Es una evaluación de la excelencia y la satisfacción que los consumidores experimentan al utilizar un determinado servicio. (Hammond, 2023, párr. 4)

6.4 Propuesta

El presente estudio de investigación, tiene objetivo mejorar los servicios gastronómicos del mercado diario de Cayambe, mediante estrategias que impulsen la productividad de los trabajadores, para optimizar su demanda, debido a varios factores los cuales son: mala administración del mercado, deficiente higiene y seguridad, competencia con grandes cadenas comerciales, esto ha generado que el patio de comidas y el mercado en general

de Cayambe, no cumpla con los estándares que debería brindar a la población que lo visita diariamente. Además, esto ha generado que las personas prefieran acudir o comprar, sus productos en otros sitios comerciales como las grandes cadenas de supermercados; la propuesta ayudara a mejorar el servicio y la calidad que el mercado diario de Cayambe ofrece a sus visitantes, además de mejorar aspectos técnicos y de gestión entre sus socios.

- Propuesta para un aula taller de cocina. (lugar, tomar fotos, diseño y equipamiento)
- Realizar planes de capacitación. (manipulación y conservación de alimentos, sanitación, técnicas culinarias, atención y servicio al cliente)
- Propuesta de diseño y equipamiento, para el patio de comidas del mercado (planimetría de los puestos “diseño”, equipamiento)

6.4.1 Aula taller

6.4.1.1 Lista de equipos

Tabla 3

Lista de equipos

EQUIPAMIENTO AULA TALLER PATIO DE COMIDAS	
CANT	ARTICULO
EQUIPOS	
2	Cocinas industriales 4 quemadores
1	Horno industrial
1	Empacadora al vacío
400	Bolsas de empacado al vacío de 2 lbs
2	Mixer (procesador de alimentos)
1	Planchas con quemador tipo flauta
2	sopletes de gas recargable
1	Procesador de alimentos
2	Termómetros de inmersión
4	licuadora
1	Kitchen Aid
1	Unidad de congelación
2	Estanterías acero inoxidable
1	Estanterías para implementos mojados
2	Campanas extractoras con motor de 1/2 hp
1	Microondas de 1800w

6	Cajas y bandejas de almacenamiento en policarbonato
1	Balanzas etiquetadoras de alta presión
1	Balanza porcionadora portátil
1	Báscula de precisión portátil
2	Afiladores de cuchillo
8	tablas de picar en colores específicos para cada género
4	Moldes para cakes, tartaletas y bocaditos
3	Tamices fabricados de acero inoxidable
6	Moldes flexibles para trabajos en frío y caliente
2	Juegos de cortadores de masa
4	Espátulas "Exoglass" para mezclas
4	Espátulas de pastelería flexibles con hojas de acero inoxidable
1	Caja de boquillas para decoración
2	Juegos de utensilios de panadería
8	Mangas de pastelería
4	Espátulas para panadería para alta temperatura
2	Sifones para caliente y frío
6	Cajas de recarga de sifón
3	Barillas tipo piano
2	Bolillos
4	Siliconas grandes de alta temperatura
3	Rejillas con bandejas
3	Bailarinas

BATERIA DE COCINA

2	Olla de 40 litros
4	ollas de 25 litros
5	ollas de 10 litros
3	ollas de 5 litros
4	ollas de 2 litros
4	sartenes de 18 cm de diámetro teflón
4	sartenes de 32 cm de diámetro teflón
4	sartenes de 26 cm de diámetro teflón
6	Coladores y escurridores de acero inoxidable
4	Coladores de malla simple y fino
5	Coladores chinos pequeños
2	Juego de cuchillos de chef (6 variedades)
2	Juego de dispensadores y espolveadores de condimentos formas y tamaños

10	Bowls de acero de acero inoxidable
7	Espumaderas
5	Pinzas diferente tamaño
6	Espútalas para teflón
2	juego de espátula para plancha o parilla

MOBILIARIO

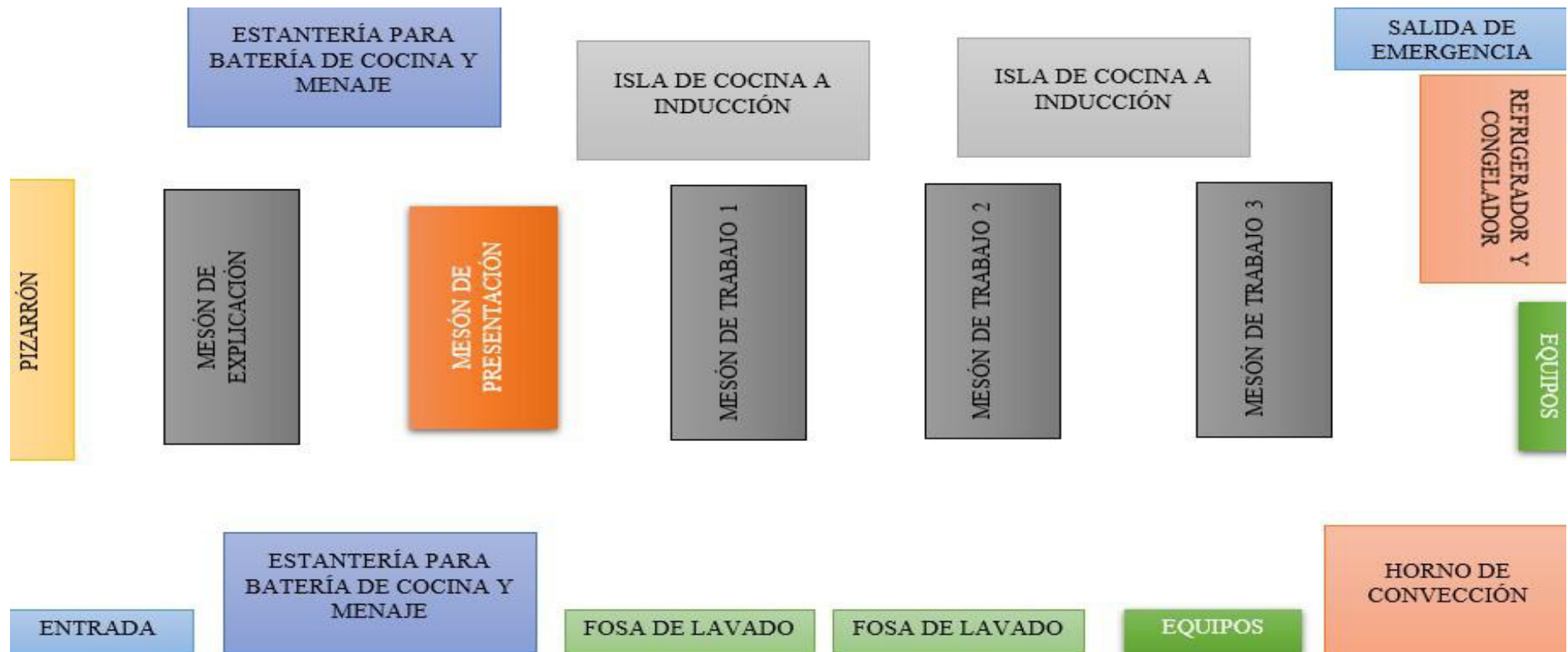
3	Mesas de trabajo acero inoxidable
2	Fosas para lavado de acero inoxidable
2	Mesa de despacho y exposición

OBSERVACIÓN: *La batería de cocina debe ser clasificada para cocina de gas licuado de petróleo y para cocina vitrocerámica*

6.4.1.2 Planimetría aula gastronómica

Figura 21

Planimetría aula gastronómica



La planimetría del aula gastronómica se diseñó detalladamente para mostrar la distribución y organización de los espacios dentro de la cocina. Este tipo de aula debe estar diseñada de manera funcional y eficiente, considerando el flujo de trabajo, la seguridad y la comodidad de los estudiantes y trabajadores del mercado diario de Cayambe que quieran ocupar esta instalación. La distribución incluye áreas para la preparación de alimentos, zonas de lavado, almacenamiento de ingredientes, y espacios para utensilios y electrodomésticos como estufas, refrigeradores y hornos. Además, debe contar con espacios adecuados, tanto en términos de áreas de trabajo como de circulación. El diseño también debe integrar la correcta ubicación de los estantes y armarios para garantizar un fácil acceso a los materiales y utensilios, además de asegurar que la seguridad alimentaria y la ergonomía sean consideradas en todos los aspectos de la cocina

6.4.1.3 Video aula gastronómica

La creación de un aula gastronómica implica un proceso meticuloso que abarca desde la planificación inicial hasta la implementación. Este proyecto requiere definir objetivos específicos, como la enseñanza de técnicas culinarias avanzadas y la promoción de prácticas sostenibles. Además, es crucial establecer una logística eficiente, que incluya la selección y adquisición de equipos de cocina de alta calidad y el diseño de un espacio adecuado para el aprendizaje práctico.

Figura 22

Aula gastronómica



6.4.2 Planes de capacitación

6.4.2.1 Manipulación de alimentos

Título: Programa de capacitación en manipulación de alimentos.

Objetivo: Proporcionar conocimientos y habilidades al personal del patio de comidas del mercado diario de Cayambe, para manejar alimentos de manera segura y evitar contaminaciones.

Duración: 2 horas.

Contenido:

Modulo 1: Introducción a la manipulación de alimentos

1. Definición de manipulación de alimentos.
2. Importancia de la seguridad alimentaria.
3. Regulación y normas aplicables.

Modulo 2: Higiene personal

1. Lavado de manos
2. Uso de guantes
3. Vestimenta y adornos
4. Salud y bienestar personal

Modulo 3: Manipulación y preparación de alimentos

1. Recepción y almacenamiento de alimentos
2. Preparación y cocción de alimentos
3. Manipulación de alimentos crudos y listos para consumir
4. Uso de utensilios y equipo

Modulo 4: Control de temperatura y tiempo

1. Importancia de la temperatura en la sanidad alimentaria
2. Control de temperatura en la recepción, almacenamiento y preparación
3. Uso de termómetros

Modulo 5: Limpieza y desinfección

1. Limpieza y desinfección de superficies de equipo
2. Uso de productos de limpieza y desinfección
3. Importancia de la limpieza en la sanidad alimentaria

Modulo 6: manejo de residuos y desechos

1. Manejo de residuos y desechos
2. Importancia de la separación de residuos
3. Uso de contenedores y bolsas

Actividades prácticas:

1. Demostración de lavado de manos
2. Manipulación de alimentos
3. Uso de termómetros y control de temperatura

Evaluación:

1. Examen escrito
2. Observación de prácticas
3. Participación en discusiones

Material de apoyo:

1. Presentaciones en PowerPoint
2. Folletos y manuales
3. Videos educativos
4. Equipos y utensilios de demostración

Instructores:

1. Profesionales en sanidad alimentaria
2. Expertos en higiene y manipulación de alimentos

Frecuencia:

1. Capacitación inicial para nuevos empleados
2. Capacitación recurrente cada 6 meses

Registro:

1. Registro de asistencia
2. Registro de evaluaciones
3. Registro de certificados de capacitación

6.4.2.2 Sanitación alimentaria

Título: Programa de capacitación en sanidad alimentaria

Objetivo: Proporcionar conocimientos y habilidades al personal del patio de comidas del mercado diario de Cayambe, para garantizar la seguridad y calidad de los alimentos, prevenir enfermedades transmitidas por alimentos y cumplir con las regulaciones y normas aplicables.

Duración: 4 horas

Contenido:

Modulo 1: Análisis de riesgo y control de peligros

1. Identificación de peligros en la cadena alimentaria
2. Evaluación de riesgos
3. Control de peligros
4. Implementación de medidas de control

Modulo 2: Buenas prácticas de manufactura (BPM)

1. Definición de BPM
2. Importancia de las BPM
3. Implementación de BPM en la industria alimentaria

Modulo 3: Control de alérgenos

1. Definición de alérgenos
2. Identificación de alérgenos comunes
3. Control de alérgenos en la industria alimentaria
4. Etiquetado de alérgenos

Módulo 4: Gestión de crisis

1. Definición de crisis
2. Tipos de crisis en la industria alimentaria
3. Planificación para la gestión de crisis
4. Respuesta a una crisis

Módulo 5: Auditorías y evaluaciones

1. Definición de auditorías y evaluaciones
2. Tipos de auditorías y evaluaciones
3. Preparación para auditorías y evaluaciones
4. Implementación de recomendaciones

Módulo 6: Legislación y regulaciones

1. Regulaciones nacionales e internacionales
2. Cumplimiento con regulaciones
3. Actualizaciones legislativas

Módulo 7: Tecnologías emergentes

1. Tecnologías emergentes en la industria alimentaria
2. Aplicaciones de tecnologías emergentes
3. Ventajas y desventajas

Actividades prácticas adicionales

1. Simulación de una auditoría
2. Análisis de casos de estudio
3. Desarrollo de un plan de control de peligros
4. Creación de un manual de BPM

Recursos adicionales

1. Libros y artículos especializados
2. Sitios web de organismos reguladores

3. Asociaciones industriales
4. Conferencias y seminarios

Evaluación continua

1. Evaluaciones periódicas
2. Monitoreo de desempeño
3. Retroalimentación

Certificación avanzada

1. Certificado de especialista en sanidad alimentaria
2. Válida por 5 años

6.4.2.3 Técnicas culinarias

Título: Programa de capacitación de técnicas culinarias

Objetivo: Proporcionar conocimientos y habilidades en técnicas culinarias básicas y avanzadas para mejorar la eficiencia y creatividad en el patio de comidas del mercado diario de Cayambe.

Duración: 16 horas

Contenido:

Módulo 1: Introducción a la cocina

1. Historia de la cocina
2. Conceptos básicos de la cocina
3. Herramientas y equipos

Módulo 2: Técnicas básicas de cocción

1. Cocción a fuego lento
2. Cocción a presión
3. Cocción al vapor
4. Cocción en horno

Módulo 3: Técnicas de preparación de ingredientes

1. Cortado y picado de verduras
2. Preparación de carnes y pescados
3. Preparación de frutas y verduras

Módulo 4: Técnicas de cocina internacional

1. Cocina italiana
2. Cocina china
3. Cocina mexicana
4. Cocina india

Módulo 5: Técnicas de presentación y decoración

1. Presentación de platos
2. Decoración con ingredientes frescos
3. Decoración con salsas y соусes

Módulo 6: Técnicas de innovación y creatividad

1. Creación de recetas
2. Experimentación con ingredientes

3. Presentación innovadora

Actividades prácticas:

1. Preparación de platos básicos
2. Preparación de platos internacionales
3. Decoración y presentación de platos
4. Creación de recetas innovadoras

Evaluación:

1. Examen escrito
2. Evaluación práctica
3. Proyecto final de creación de recetas

Material de apoyo:

1. Libros de cocina
2. Videos de técnicas culinarias
3. Equipos y herramientas de cocina

Instructores:

1. Chef profesional
2. Expertos en técnicas culinarias

Frecuencia:

1. Capacitación inicial para nuevos empleados
2. Capacitación recurrente cada 6 meses

Certificación:

1. Certificado de técnico culinario
2. Válido por 2 años

6.4.2.3 Atención al cliente

Título: Programa de capacitación en atención al cliente

Objetivo: Proporcionar conocimientos y habilidades para brindar una atención al cliente excepcional al cliente y mejorar la satisfacción del cliente.

Duración: 8 horas

Contenido:**Módulo 1: Introducción a la atención al cliente**

1. Definición de atención al cliente
2. Importancia de la atención al cliente
3. Expectativas del cliente

Módulo 2: Comunicación efectiva

1. Escucha activa
2. Hablar con claridad y respeto
3. Manejo de objeciones

Módulo 3: Resolución de conflictos

1. Identificación de conflictos
2. Estrategias de resolución

3. Mantenimiento de la calma

Módulo 4: Servicio excepcional

1. Definición de servicio excepcional
2. Técnicas de servicio excepcional
3. Ejemplos de servicio excepcional

Módulo 5: Práctica y evaluación

1. *Role-playing*
2. Evaluación de desempeño

Actividades prácticas:

1. Simulación de interacciones con clientes
2. Grupos de discusión
3. Ejercicios de resolución de conflictos

Evaluación:

1. Examen escrito
2. Evaluación práctica

Material de apoyo:

1. Libros de atención al cliente
2. Videos de técnicas de comunicación
3. Manuales de servicio al cliente

Instructores:

1. Expertos en atención al cliente

2. Profesionales en comunicación

Frecuencia:

1. Capacitación inicial para nuevos empleados
2. Capacitación recurrente cada 6 meses

Certificación:

1. Certificado de atención al cliente
2. Válido por 1 año

6.4.3 Propuesta de diseño y equipamiento, para el patio de comidas del mercado

6.4.3.1 Lista de equipos

EQUIPAMIENTO PATIO DE COMIDAS	
CANT EQUIPOS	ARTÍCULO
50	Cocinas industriales 4 quemadores
4	Horno industrial
42	Planchas con quemador tipo flauta
40	Procesador de alimentos
64	Licuadora
65	Estanterías acero inoxidable
65	Estanterías para implementos mojados
65	Campanas extractoras con motor de 1/2 hp
50	Microondas de 1800w
195	Cajas y bandejas de almacenamiento en policarbonato
38	Balanza Porcionadora portátil
130	Afiladores de cuchillo
65	Tablas de picar en colores específicos para cada género
43	Congeladores
65	Refrigeradora
78	Espátulas
3	Barillas tipo piano
30	Bolillos
BATERÍA DE COCINA	
28	Olla de 40 litros
28	ollas de 25 litros

28	ollas de 10 litros
28	ollas de 5 litros
28	ollas de 2 litros
42	sartenes de 18 cm de diámetro teflón
42	Sartenes de 26 cm de diámetro teflón
46	Paila acero inoxidable 38 cm
52	Coladores y escurridores de acero inoxidable
52	Coladores de malla simple y fino
42	Coladores chinos pequeños
65	Juego de cuchillos de chef (6 variedades)
260	"Juego de dispensadores y espoleaduras de condimentos
260	Bowls de acero de acero inoxidable
162	Espumaderas
162	Pinzas diferente tamaño
168	Espátulas para teflón
168	juego de espátula para plancha o parilla

MOBILIARIO

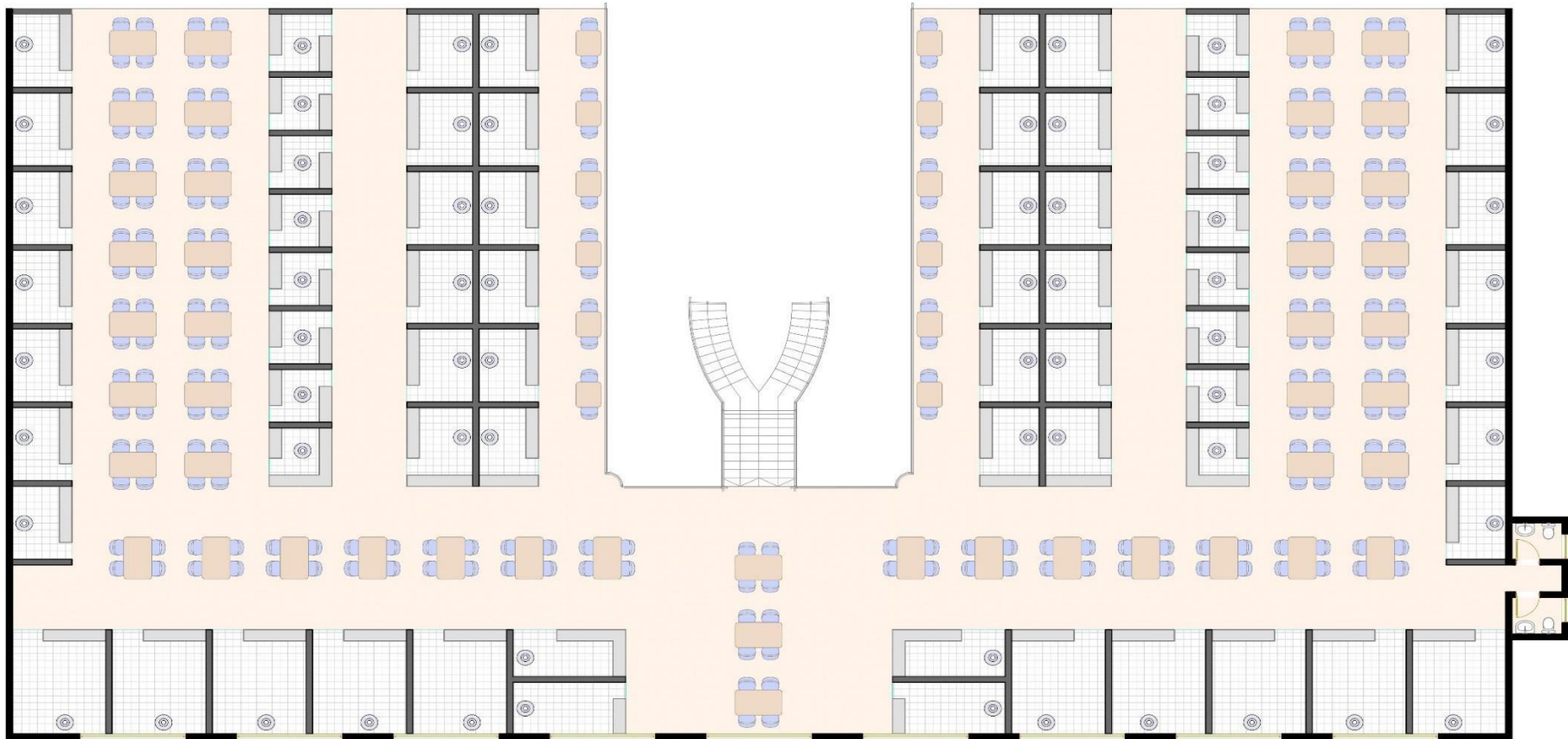
65	Mesas de trabajo acero inoxidable
65	Fosas para lavado de acero inoxidable
12	Mesa de despacho para 2 clientes
45	Mesa de despacho para 4 clientes

OBSERVACIÓN: La batería de cocina debe ser clasificada para cocina de gas licuado de petróleo y para cocina vitrocerámica

6.4.3.2 Planimetría mercado diario

Figura 23

Planimetría mercado diario



El Mercado Diario de Cayambe se ha convertido en un punto de encuentro para la comunidad, donde se celebra la riqueza culinaria de la región. Los puestos de comida ofrecen una amplia gama de platos tradicionales ecuatorianos, desde empanadas de sambo y bizcochos hasta platos más elaborados como el yahuarlocro y el caldo de mondongo. La infraestructura del patio de comidas no solo facilita la experiencia gastronómica, sino que también promueve la interacción social y el intercambio cultural entre los visitantes y los locales.

La infraestructura del patio está diseñada para proporcionar comodidad tanto a los comensales como a los vendedores. Cuenta con una serie de mesas y sillas de madera resistente, distribuidas de manera que permitan a los visitantes disfrutar de su comida en un ambiente relajado y aireado. Además, el área está equipada con fuentes de agua y dispensadores de jabón para mantener la higiene y el confort de los clientes.

La disposición del patio de comidas está pensada para facilitar el flujo de personas y evitar aglomeraciones. Hay espacios designados para diferentes tipos de servicios, como puestos de comida rápida, mesas de comedor y áreas para aquellos que prefieren llevar su comida a disfrutar en el parque cercano. Las instalaciones también cuentan con un sistema de iluminación adecuado para garantizar la seguridad y el ambiente nocturno, permitiendo que el patio de comidas sea un lugar seguro y agradable para visitar en cualquier momento del día.

7. CONCLUSIONES

- La primera conclusión se desarrolló mediante un estado del arte, el cual ayudo a recopilar información sobre temas puntuales como: modelo de gestión, ofertas gastronómicas, mercados populares, entre otros, además se abordaron temas como mercados populares, FODA; lo cual ayudo a esta investigación.
- Atraves de un análisis FODA, se pudo determinar algunos puntos de vistas referentes al mercado diario de Cayambe, el cual se pudo identificar las oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas, que tiene el mercado, una de las oportunidades es la popularidad de la comida tradicional, esto es muy llamativo para los turistas nacionales y extranjeros que quieren probar estos platos.
- Una debilidad encontrada en el mercado diario de Cayambe, fue la higiene ya que, al tratarse de un lugar de expendio de productos de consumo, la higiene debe ser prioritaria, así lo mencionan los entrevistados, además mencionan que los puestos de comida se encuentran cerca de la venta de carnes, lo cual es una contaminación visual.
- La última conclusión es la calidad de los servicios gastronómicos, ya que la importancia de garantizar la frescura, la procedencia y la integridad de los productos comercializados, fortalece la confianza del consumidor, ya que durante las encuestas realizadas a los ciudadanos que visitan el mercado diario de Cayambe, su pudo observar un índice medio en la higiene y servicio.

8. RECOMENDACIONES

- Según la información recopilada en este estudio, se debe explorar oportunidades de colaboración con instituciones gubernamentales, organizaciones gastronómicas y otras entidades para fortalecer el apoyo y recursos disponibles. Además, explorar casos prácticos o estudios de campo que ejemplifiquen la aplicación exitosa de modelos de gestión y estrategias de oferta diversificada en mercados similares, para así lograr una mejor gestión en el mercado diario de Cayambe.
- Es necesario Implementar programas de capacitación para los vendedores del mercado, enfocados en la presentación y calidad de los platos tradicionales. Garantizar estándares de higiene y servicio que cumplan con las expectativas de los visitantes, para poder realizar estas recomendaciones se aconseja elaborar un informe o una solicitud dirigida a los altos mandos del mercado diario de Cayambe, así también a los miembros del GADIP municipal.
- En el siguiente punto se debe establecer zonas designadas para la venta de carne y puestos de comida, manteniendo una distancia adecuada entre ellos. Esto ayudará a reducir la percepción de contaminación visual y mejorará la organización del mercado. También realizar inspecciones regulares por parte de autoridades sanitarias para garantizar el cumplimiento de las normas establecidas. Estas inspecciones deben ser transparentes y educativas, buscando la colaboración de los comerciantes para mantener altos estándares de higiene.
- A los próximos investigadores se les recomienda, realizar encuestas periódicas para evaluar la satisfacción del cliente y recopilar comentarios, esta retroalimentación puede ser valiosa para realizar ajustes y mejoras constantes. Además, promover la comunicación transparente sobre los métodos de preparación y almacenamiento de los alimentos. La información clara genera confianza entre los consumidores.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuja, D. (21 de 12 de 2020). *Sistemas de gestión y su importancia para el desarrollo sostenible*. Obtenido de Revista ingenio:
<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/INGENIO/article/view/2720>
- Alvino, T. (28 de 08 de 2023). *Top 10 de agencias de publicidad en Ecuador*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/top-10-de-agencias-de-publicidad-en-ecuador/>
- Anaguano, J. (15 de 08 de 2023). *Incidencia de los mercados populares en el desarrollo socioeconómico de los habitantes del cantón Cayambe*. Obtenido de Dominio de las ciencias:
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3510/7780>
- Aulestia, A. (30 de 09 de 2021). *Los mercados de Quito y su oferta de gastronomía tradicional como recurso turístico*. Obtenido de Revista san Gregorio:
<https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/1614/7-AULESTIA>
- Berdecio, P. (8 de 12 de 2018). *Mercado popular*. Obtenido de Cronistas Latinoamericanos: <https://cronistaslatinoamericanos.com/mercado-popular/>
- Ceiro, W. (2018). *Un acercamiento a los mercados populares: realidad y perspectiva en Ecuador*. Bayamo, Cuba: Editorial Universitaria (Cuba). doi:ISBN: 658.878-A173
- Cerem. (17 de 01 de 2023). *4 MODELOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL QUE PUEDES IMPLEMENTAR EN TU EMPRESA*. Obtenido de Cerem:
<https://www.cerem.ec/blog/4-modelos-de-gestion-empresarial-que-puedes-implementar-en-tu-empresa>
- Ecuador, C. d. (2008). *CODIGO DEL TRABAJO*. Obtenido de CODIGO DEL TRABAJO: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Gutiérrez, Ó. (16 de 01 de 2022). *Efectos de la masificación turística y de los cambios en el consumo sobre los mercados locales*. Obtenido de Observatorio Latinoamericano de Gestión Cultural:
http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/14_17
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC 2010 CENSOS, I. N. (2010). Obtenido de:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiDqICWp7WCAxV7VzABHU3PBUIQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.ecuadorencifras.gob.ec%2Fdocumentos%2Fweb-inec%2FBibliotecas%2FCartografia%2FAtlas_de_Genero%2FTablas_Libro%2F21_pea_ocu_d
- Jiménez, G. (03 de 2019). *FOTOREPORTAJE SOBRE LA MEMORIA SOCIAL DEL MERCADO*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana:

- <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17025/1/UPS-QT13839.pdf>
- López, R. (24 de 6 de 2022). *Una mirada hacia el turismo gastronómico gallego*. Obtenido de Universidad de Valladolid :
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TFG-N.%201823.pdf>
- Mafra, É. (30 de 10 de 2018). *4 funciones del departamento de mercadotecnia para conocer y aplicar*. Obtenido de rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/funciones-del-departamento-de-mercadotecnia/>
- Maldonado, M. (05 de 2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de frutas, verduras y hortalizas en la parroquia de Juan Montalvo, cantón Cayambe, provincia de Pichincha*. Obtenido de Universidad Tecnica del Norte:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/9696/2/02%20ICA%201594%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Manzanilla S. (24 de 3 de 2022). Análisis FODA: qué es y cómo aplicarlo en tu Empresa
rdstation: <https://www.rdstation.com/blog/es/analisis-foda-como-hacerlo/>
- Medina, X. (4 de 4 de 2020). *Turismo Gastronómico y Mercados de Abastos en la Costa Daurada (Cataluña, España)*. Obtenido de scielo:
https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34022020000200213&script=sci_arttext&tlng=en#B14
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Economico OCDE. (2015). *GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN*. Obtenido de Manual de Frasca: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264310681-es.pdf?expires=1699304096&id=id&accname=guest&checksum=1FD87063691D1206D14F4D75797EBE08>
- Ortega, C. (2023). *Investigación mixta. Qué es y tipos que existen*. Obtenido de Questionpro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20mixta%20es%20una,de%20estos%20m%C3%A9todos%20por%20separado.>
- Orús, A. (19 de 10 de 2022). *El marketing en España - Datos estadísticos*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/temas/3819/el-marketing-en-España/#topicOverview>
- Revista Conekta. (11 de 05 de 2023). *¿Cuáles son los tipos de mercado que existen?*
Obtenido de Conekta: <https://www.conekta.com/blog/tipos-de-mercado>
- Revista Gerencia. (16 de 09 de 2015). *Modelo de Gestión de la Gerencia*. Obtenido de Universidad de Cantabria: https://web.unican.es/consejo-direccion/gerencia/Documents/Modelo-Gestion/MODELO-DE-GESTION-DE-LA%20GERENCIA_v1-0_16-09-15.pdf
- Rus, E. (1 de 11 de 2020). *Investigación explicativa*. Obtenido de economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html>
- Sosa, A. (11 de 10 de 2013). *Prezi*. Obtenido de El Método Analítico-sintético:
<https://prezi.com/c3cu3jwuax79/el-metodo-analitico-sintetico/>

10. ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

SEDE -IBARRA

Datos Generales

Edad:

Género:

Objetivo: Esta encuesta fue llevada a cabo por un estudiante de la carrera de gastronomía de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra. El propósito principal de esta investigación es recopilar información relevante para desarrollar un modelo de gestión adecuado que se implementará en el patio de comidas del Mercado Diario de la ciudad de Cayambe.

Cuestionario

1. ¿Con qué frecuencia visita el mercado diario de Cayambe? Marque con un visto la posibilidad.

- Todos los días
- Varias veces a la semana
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Nunca o casi nunca

2. ¿Qué productos suele comprar más en el mercado diario de Cayambe?

- Alimentos frescos (frutas, verduras, carnes, mariscos, etc.)
 - Alimentos procesados (pan, queso, embutidos, etc.)
 - Alimentos preparados (platos típicos, sopas, ensaladas, etc.)
 - Bebidas (jugos, refrescos, cervezas, etc.)
 - Otros (especifique)
-

3. ¿Los productos que ofrece el mercado diario de Cayambe a su criterio los considera? Señale una y explique el porque

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

Porque: _____

4. ¿La variedad que ofrece los productos del mercado diario de Cayambe a su criterio considera que son?

- Muy amplia
- Amplia
- Limitada
- Escasa
- Muy escasa

5. El precio que ofrece el mercado diario de Cayambe a su criterio le parece:

- Muy económico
- Económico
- Razonable
- Caro
- Muy caro

6. La atención al cliente que recibe en el mercado diario de Cayambe como lo considera subraye su respuesta:

- Muy amable
- Amable
- Indiferente
- Desagradable
- Muy desagradable

7. La higiene y el manejo de los alimentos que se observa en el mercado diario de Cayambe como cree que son:

- Muy adecuado
- Adecuado
- Deficiente
- Inadecuado
- Muy inadecuado

8. El ambiente y la infraestructura del mercado diario de Cayambe a su criterio considera que es subraye la respuesta que usted considere:

- Muy agradable

- Agradable
- Regular
- Desagradable
- Muy desagradable

9. ¿Qué tipo de oferta gastronómica le gustaría encontrar en el mercado diario de Cayambe? Subraye su respuesta:

- Más platos típicos de la zona
- Más platos nacionales de otras regiones
- Más platos internacionales o de otras culturas
- Más platos saludables o vegetarianos
- Más platos innovadores o creativos

10. ¿Qué recomendaciones de calidad le haría al mercado diario de Cayambe para mejorar su productividad? Subraye su respuesta:

- Mejorar la calidad de los productos
- Aumentar la variedad de los productos
- Reducir el precio de los productos

11. ¿Qué recomendaciones le daría al personal del mercado diario de Cayambe?

- Capacitar al personal en atención al cliente
- Capacitar al personal en higiene y manejo de alimentos
- Crear un aula gastronómica

12. ¿Qué aspecto mejoraría o implementaría al mercado diario de Cayambe?

- Mejorar el ambiente y la infraestructura

- Promocionar el mercado en redes sociales
 - Realizar eventos o actividades culturales
 - Otros (especifique)
-

Anexo 2. Guía de entrevista

1. ¿Qué entiende por modelo de gestión eficiente, en un mercado nacional?
2. ¿Qué opinión tiene sobre el rol del mercado en la preservación de las tradiciones y costumbres de Cayambe?
3. ¿Cuál es su visión para el mercado diario de Cayambe en el futuro para evidenciar una mejora en el producto y el servicio?
4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que usted considera que enfrenta el mercado diario de Cayambe y cuál sería su opinión para poder corregirlos?
5. ¿Como considera usted se podría promover el turismo y la cultura gastronómica de Cayambe a través de una gestión eficiente del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?
6. ¿Como piensa q el Gobierno Municipal de Cayambe podría aportar (a excepción de lo económico) en el desarrollo y gestión del patio de comidas del mercado diario de Cayambe?
7. ¿Considera usted que en el mercado diario de Cayambe se podría realizar un rescate del patrimonio gastronómico del cantón? Argumente su respuesta
8. ¿Qué consideración me daría para este proyecto innovador teniendo en cuenta su perfil profesional?

Anexo 3. Fotografías mercado diario de Cayambe



Área derecha del patio de comidas del mercado diario de Cayambe



Área de comida típica del patio de comidas



Área de jugos del mercado diario de Cayambe