

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS GESTURH

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GASTRONOMÍA

PROPUESTA DE UN CATÁLOGO DE TORTAS Y BOCADITOS PERSONALIZADOS PARA EL MICROEMPRENDIMIENTO “PEQUEÑOS CAPRICHOS” EN IBARRA

ALEJANDRA ANAHI TORRES MORÁN

TUTOR: MBA. ESTEBAN GONZALO RUBIO RUEDA

IBARRA – ECUADOR

JULIO, 2024

Ibarra, 17 de junio de 2024

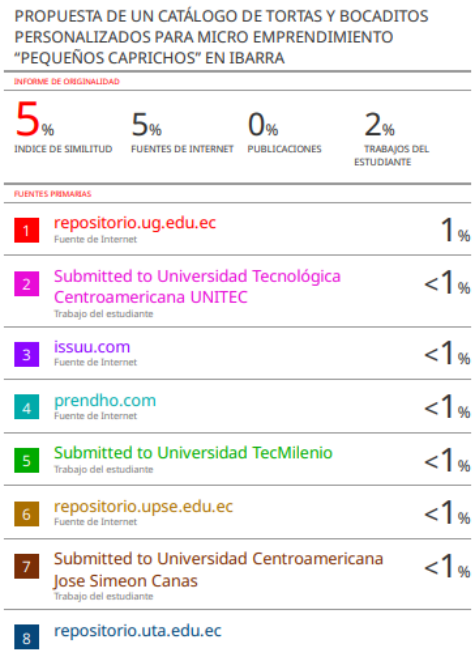
CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación titulado:

Propuesta de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el micro emprendimiento “Pequeños Caprichos” en Ibarra, presentado por la estudiante Alejandra Anahi Torres Morán con cédula de ciudadanía N°1050149853, para obtener el Título de Licenciada en Gastronomía.

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.



PROPUESTA DE UN CATÁLOGO DE TORTAS Y BOCADITOS PERSONALIZADOS PARA MICRO EMPRENDIMIENTO “PEQUEÑOS CAPRICHOS” EN IBARRA

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%	5%	0%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	<1%
3	issuu.com Fuente de Internet	<1%
4	prendho.com Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1%
6	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Centroamericana Jose Simeon Canas Trabajo del estudiante	<1%
8	repositorio.uta.edu.ec	

(f):_____
Gonzalo Rubio
Firmado digitalmente por Gonzalo Rubio
Fecha: 2024.08.16 16:17:24 -05'00'

MBA. Esteban Gonzalo Rubio Rueda
C.C.: 1001933462

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

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

Gonzalo Rubio
Firmado digitalmente por Gonzalo Rubio
Fecha: 2024.08.16 16:17:42 -05'00'

(f): ……

MBA. Esteban Gonzalo Rubio Rueda

C.C.: 1001933562

MsC. Patricia Saltos G.
Firmado digitalmente por MsC. Patricia Saltos G.
Fecha: 2024.08.16 16:20:06 -05'00'

(f):……

Mgs. Silvia Patricia Saltos Gordillo

C.C.: 1002683017

Juan Carlos Andrade Villacreses
Firmado digitalmente por Juan Carlos Andrade Villacreses
Fecha: 2024.08.16 16:12:04 -05'00'

(f):……

Mgs. Juan Carlos Andrade Villacreses

C.C.: 1002165213

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, *Alejandra Anahi Torres Morán*, 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 utilizaciones 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, 30 de julio de 2024

(f): ALEJANDRA ANAHI TORRES MORÁN

Firmado digitalmente por ALEJANDRA ANAHI TORRES MORÁN
Fecha: 2024.08.14 13:19:31 -05'00'

Alejandra Anahi Torres Morán

C.C.: 1050149853

AUTORÍA

Yo, *Alejandra Anahi Torres Morán*, portadora de la cedula de ciudadanía N° 1050149853, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad de la autora, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

ALEJANDRA ANAHI TORRES MORÁN

Firmado digitalmente por ALEJANDRA ANAHI TORRES MORÁN
Fecha: 2024.08.14 13:20:04 -05'00'

(f):……..

Alejandra Anahi Torres Morán

C.C.: 1050149853

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Dedico este proyecto a las personas que han sido mi fuente constante de apoyo y motivación en este viaje de formación.

A mi amada madre Hildita, mi mayor apoyo en todo momento. Su dedicación, amor inquebrantable y sabiduría han sido pilares fundamentales en cada etapa de mi vida. Gracias a ella, he encontrado la fuerza para superar los desafíos y la confianza para seguir adelante con determinación.

A mi querida abuela Esthelita, por sus palabras sabias y constante aliento. Su fortaleza y ejemplo de vida han sido una guía luminosa en mi camino, inspirándome a enfrentar los obstáculos con valentía y persistencia.

A mi querido abuelo Alonso, que desde el cielo me guía con su sabiduría y amor. Aunque no esté físicamente presente, su espíritu sigue siendo una fuente de inspiración y fortaleza en mi vida, recordándome que nunca estoy solo en este proceso.

A mi querida tía Consuelo, por su presencia y apoyo, que han sido un regalo invaluable en mi vida. Sus consejos y amor incondicional han sido una fuente de motivación y consuelo en los momentos difíciles, recordándome siempre que no estoy sola en este viaje.

Me dedico a mí misma por la dedicación en este proyecto, guiado por el apoyo de mis seres queridos, tanto presentes como ausentes. Agradezco profundamente a quienes han dejado una huella imborrable en mi vida y han contribuido a mi crecimiento personal.

Este proceso ha sido un viaje de transformación, tanto en lo profesional como en lo personal, lleno de emociones que me conmueven al expresar mi profundo agradecimiento a cada persona que ha sido parte vital de este camino.

En primer lugar, mi gratitud se eleva hacia Dios por permitirme vivir este momento trascendental y por bendecirme con una familia que ha sido mi refugio y mi mayor fuente de inspiración. Sin Su guía y Su amor infinito, este logro no habría sido posible.

A mi amada familia en especial a mi madre, les dedico un sincero agradecimiento por ser mi apoyo constante y por brindarme un amor incondicional que ha sido la luz en cada paso que he dado. Su paciencia, comprensión y sacrificios me han dado la fuerza y el valor para seguir adelante. Cada uno de ustedes es una pieza fundamental en este logro, y su amor ha sido mi motor en los momentos más difíciles.

A mi querida hermana Kathy, quiero expresar mi gratitud más profunda. Su apoyo, cariño han sido una constante en mi vida, y su presencia me ha dado la fuerza para superar cada obstáculo. Su fe en mí ha sido una fuente inagotable de motivación y le agradezco por estar siempre a mi lado.

A mi profesora de Integración Curricular, Mgs. Dennis Ortiz, le agradezco inmensamente por su enseñanza y paciencia. Su dedicación y compromiso han sido una guía inestimable en mi formación académica, y su apoyo ha sido crucial en mi desarrollo como profesional.

A mi apreciado asesor de tesis, Mgs. Gonzalo Rubio, le doy las gracias por su guía sabia y su apoyo incondicional, que han sido fundamentales para mi crecimiento académico y personal. Sus consejos y conocimientos han enriquecido mi trabajo y me han impulsado a alcanzar nuevas metas.

A mis lectores de tesis, Mgs. Patricia Saltos y Mgs. Juan Carlos Andrade, les agradezco de corazón por su dedicación y valiosas contribuciones. Su análisis y retroalimentación han elevado la calidad de mi trabajo, y su esfuerzo ha sido esencial para la culminación exitosa de esta etapa.

A mi querida universidad, Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Ibarra, expreso mi más profundo agradecimiento por su compromiso inquebrantable con la excelencia académica, que ha moldeado mi camino hacia el conocimiento y la superación. Los valores y conocimientos que he adquirido aquí son invaluables y siempre llevaré con orgullo el nombre de esta institución.

A mis amigos y compañeros, les agradezco por su amistad sincera y por compartir este viaje conmigo, brindándome motivación y alegría en cada etapa. Sus palabras de ánimo y su compañerismo han sido un soporte esencial en mi vida universitaria y personal.

Alejandra Torres

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN TUTOR ..... **ii**
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL ..... **iii**
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS ..... **iv**
AUTORÍA ..... **v**
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO ..... **vi**
1. RESUMEN **1**
2. ABSTRAC **2**
3. INTRODUCCIÓN **3**
4. ESTADO DEL ARTE **5**
4.1 Investigaciones internacionales 5
4.2 Investigaciones nacionales 7
4.3 Investigaciones locales 9
4.4 Marco Conceptual 12
4.4.1 La Repostería y su Historia 12
4.4.2 La Repostería en el Ecuador 16
4.4.3 Impacto de la Repostería en la Gastronomía 19
4.4.4 Repostería Avanzada 20
4.4.5 Tipos de Repostería 22
4.4.6 Pasteles 22
4.4.7 Tendencias Actuales de Pasteles 23
4.4.8 Bocaditos 25
4.4.9 Catálogo de Productos 26
4.4.10 Empacado y Embalaje 27
4.4.11 Pequeños Caprichos 27
4.5 Marco Legal 28
5 MATERIALES Y MÉTODOS **30**
5.1 Alcance y enfoque de la investigación 30
5.2 Tipos de investigación 30
5.3 Métodos de Investigación 31
5.3.1 Analítico-Sintético 31
5.3.2 Inductivo-Deductivo 31

5.4 Técnicas 32
5.4.1 Documental 32
5.4.2 Encuesta 32
5.4.3 Entrevista 32
5.4.4 Observación 32
5.4.5 Instrumentos 33
5.5 Cálculo de la muestra 33
5.6 Procedimiento 33
5.7 Matriz metodológica 35
6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN 36
6.1 Resultados 36
6.1.1 Tabulación de las encuestas 36
6.1.2 Resultados de las entrevistas 47
6.2 Discusión 57
6.3 Propuesta 60
6.3.1 Diseño del Catálogo 60
6.3.2 Diseño Código QR 62
6.3.3 Creación Enlace PDF 63
6.4 Degustación 64
6.4.1 Invitación a la Degustación 64
6.4.2 Productos Preparados para la Degustación 65
6.4.3 Montaje de Mesa de Bocaditos 71
6.4.4 Presentación y Degustación de los Productos 75
6.5 Resultados de la Degustación 77
6.5.1 Evaluación 77
6.5.2 Análisis de la Evaluación de la Degustación 78
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 80
8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 83
9 ANEXOS 87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Matriz Metodológica* 35

Tabla 2 *Datos de los Entrevistados* 48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Género* 36

Figura 2 *Edad* 37

Figura 3 *Consumo tortas y bocaditos* 37

Figura 4 *Precio porción de torta buttercream* 38

Figura 5 *Precio porción de torta fondant* 38

Figura 6 *Presentación estética* 39

Figura 7 *Preferencia mesa de bocaditos* 40

Figura 8 *Frecuencia de compra* 40

Figura 9 *Personalización del lugar* 41

Figura 10 *Canales de Comunicación* 42

Figura 11 *Interés en la Recepción de Catálogo* 42

Figura 12 *Formato Físico o Digital* 43

Figura 13 *Preferencias en el Catálogo* 43

Figura 14 *Diseño del Catálogo I* 61

Figura 15 *Diseño del Catálogo II* 61

Figura 16 *Diseño del Catálogo III* 62

Figura 17 *Diseño Código QR* 62

Figura 18 *Código QR* 63

Figura 19 *PDF Catálogo Pequeños Caprichos* 64

Figura 20 *Invitación a la Degustación* 65

Figura 21 *Elaboración de torta* 66

Figura 22 *Torta* 66

Figura 23 *Mini Donitas* 67

Figura 24 *Tartaletas de Frutas* 68

Figura 25 *Mousse de Limón* 68

Figura 26 *Cheesecake de Frutos Rojos* 69

Figura 27 *Mini Sanduchitos* 70

Figura 28 *Mini Empanaditas de Queso* 70

Figura 29 *Mini Hamburguesas* 71

Figura 30 *Brochetas de Pollo* 71

Figura 31 *Montaje de Mesa I* 72

Figura 32 *Montaje de Mesa II* 72

Figura 33 *Flyers* 73

Figura 34 *Flyers con Código QR* 73

Figura 35 *Mesa de Degustación* 74

Figura 36 *Presentación* 75

Figura 37 *Degustación* 76

Figura 38 *Ficha de Evaluación* 76

1. RESUMEN

"Pequeños Caprichos", un micro emprendimiento fundado en 2023 por una estudiante de gastronomía en Ibarra, se dedica a la preparación y venta de tortas y bocaditos personalizados para eventos, el objetivo general es implementar un catálogo de tortas y bocaditos personalizados de alta calidad y variedad, mostrando la gama completa de productos disponibles y mejorando la experiencia de compra, este catálogo busca consolidar la marca "Pequeños Caprichos" en el mercado local, atrayendo a un público exigente y diverso con productos exclusivos y personalizados. La metodología empleada en esta investigación es aplicada y con un enfoque mixto, combinando tanto elementos cuantitativos como cualitativos, para obtener una comprensión profunda de las expectativas y preferencias del mercado objetivo, se realizan encuestas a 50 clientes potenciales y entrevistas a 5 clientes frecuentes, esta combinación metodológica permite recolectar datos robustos y variados, garantizando la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos, para maximizar su alcance y visibilidad, se recomienda que "Pequeños Caprichos" fortalezca su presencia en plataformas digitales. Esto incluye la optimización de su sitio web, una mayor interacción en redes sociales y la implementación de estrategias de marketing digital eficaces. La conclusión principal es que el desarrollo del catálogo de tortas y bocaditos personalizados es una iniciativa exitosa que permite a "Pequeños Caprichos" presentar una oferta variada y atractiva a sus clientes, este catálogo incluye descripciones detalladas, imágenes de alta calidad y precios transparentes, lo que facilita la toma de decisiones informadas por parte de los consumidores, la claridad y accesibilidad del catálogo son factores clave para la satisfacción del cliente y la efectividad en la comunicación de la oferta del emprendimiento.

Palabras Clave: Microemprendimiento, Catálogo, Tortas, Bocaditos, Personalización.

2. ABSTRAC

"Pequeños Caprichos", a micro-enterprise founded in 2023 by a gastronomy student in Ibarra, is dedicated to the preparation and sale of customized cakes and snacks for events. The general objective is to implement a catalog of high-quality and varied customized cakes and snacks, showcasing the full range of available products and improving the shopping experience. This catalog aims to consolidate the "Pequeños Caprichos" brand in the local market, attracting a demanding and diverse audience with exclusive and personalized products. The methodology used in this research is applied and with a mixed approach, combining both quantitative and qualitative elements to obtain a deep understanding of the expectations and preferences of the target market. Surveys are conducted with 50 potential customers and interviews with 5 frequent customers. This methodological combination allows for the collection of robust and varied data, ensuring the validity and reliability of the results obtained. To maximize its reach and visibility, it is recommended that "Pequeños Caprichos" strengthens its presence on digital platforms. This includes optimizing its website, increasing interaction on social media, and implementing effective digital marketing strategies. The main conclusion is that the development of the catalog of customized cakes and snacks is a successful initiative that allows "Pequeños Caprichos" to present a varied and attractive offer to its customers. This catalog includes detailed descriptions, high-quality images, and transparent prices, which facilitate informed decision-making by consumers. The clarity and accessibility of the catalog are key factors for customer satisfaction and the effectiveness of the communication of the enterprise's offer.

Keywords: Micro Entrepreneurship, Catalog, Cakes, Snacks, Personalization.

3. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se desarrolla en el contexto del micro emprendimiento "Pequeños Caprichos", fundado en 2023 por una estudiante de gastronomía de la Universidad Católica del Ecuador Ibarra. Este micro emprendimiento se dedica a la preparación y venta de tortas y bocaditos personalizados para eventos y consumo personal. Actualmente, se identifica un problema significativo relacionado con la inconformidad y malestar de los clientes potenciales en la adquisición de estos productos. Esta insatisfacción se origina debido a la falta de información detallada en los catálogos de los diferentes emprendimientos, donde no se especifican claramente los postres ofrecidos ni se presentan de manera visible los precios individuales. Esta carencia de información genera incertidumbre y descontento entre los consumidores, quienes demandan transparencia y claridad al momento de realizar sus compras. En este contexto, surge la pregunta de investigación: ¿La creación de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados permitirá mejorar la comprensión y satisfacción de los clientes respecto a la oferta de "Pequeños Caprichos"?

Sin lugar a dudas, la creación de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados reviste una importancia significativa, dado que despliega ante los clientes una amplia gama de productos y sabores a su disposición, esta oferta diversificada brinda a los clientes la valiosa oportunidad de seleccionar entre diversas alternativas y personalizar sus pedidos según sus gustos individuales, además, es esencial destacar que un diseño cuidadoso y atractivo no solo cumple una función estética, sino que también se convierte en una poderosa herramienta de marketing, en un mercado altamente competitivo, la existencia de un catálogo que ofrezca productos personalizados marca la diferencia dentro de la competencia laboral.

El objetivo general de este trabajo es implementar un catálogo de tortas y bocaditos personalizados de alta calidad y variedad para el micro emprendimiento "Pequeños Caprichos" en la ciudad de Ibarra, para alcanzar este objetivo, se establecen los siguientes objetivos específicos: realizar un estudio de mercado para identificar la situación actual de comercialización de tortas y bocaditos; desarrollar un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el micro emprendimiento "Pequeños Caprichos" de la ciudad de Ibarra; y aprobar el catálogo de tortas y bocaditos personalizados mediante una degustación de productos seleccionados a potenciales clientes.

La metodología empleada en esta investigación es aplicada y con un enfoque mixto, combinando tanto elementos cuantitativos como cualitativos, las técnicas utilizadas incluyen la investigación documental, observación, encuestas y entrevistas, para obtener una comprensión profunda de las expectativas y preferencias del mercado objetivo, se realizan encuestas a 50 clientes potenciales y entrevistas a 5 clientes frecuentes, esta combinación metodológica permite recolectar datos robustos y variados, garantizando la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos, la recolección y análisis de datos se llevan a cabo con rigor científico, asegurando que las conclusiones sean representativas y útiles para la toma de decisiones estratégicas en el micro emprendimiento.

Los resultados de la investigación muestran que los clientes valoran altamente la transparencia en la información de los productos, la variedad de opciones y la posibilidad de personalización, estos hallazgos respaldan la necesidad de un catálogo bien diseñado que responda a las expectativas del mercado, además, se destaca que un catálogo detallado con descripciones precisas, imágenes de alta calidad y precios transparentes facilita la toma de decisiones informadas por parte de los consumidores, mejorando su satisfacción y lealtad hacia la marca, ayudándola a crecer y a posicionarse en el mercado.

La organización del trabajo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, se presenta el estado del arte, que abarca una revisión de la literatura y el análisis de investigaciones nacionales, locales e internacionales similares, en esta sección, se busca información relevante que sustente el trabajo, brindando un marco teórico sólido, a continuación, se describe detalladamente la metodología utilizada en la investigación, incluyendo las técnicas de recolección de datos como la investigación documental, la observación, las encuestas y las entrevistas, luego, se exponen los resultados obtenidos y se discuten en relación con los objetivos planteados. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones, destacando la importancia del catálogo desarrollado para mejorar la satisfacción del cliente y la competitividad de "Pequeños Caprichos", se concluye dando respuesta a la pregunta de investigación y se sugieren futuras líneas de investigación que podrían complementar y ampliar los hallazgos de este estudio.

4. ESTADO DEL ARTE

Esta sección identifica áreas donde la investigación puede contribuir significativamente al resaltar estudios pasados pertinentes que ayudan a comprender el estado actual del conocimiento. Utilizando *Google* y *Google Académico* se han encontrado varios estudios que arrojan luz sobre la investigación de las microempresas de panificación y su papel en la gastronomía. Estos estudios ayudan a sentar las bases de esta investigación y resaltan los vacíos que este trabajo pretende llenar arrojando luz sobre la importancia y el alcance del tema.

4.1 Investigaciones internacionales

En el contexto socioeconómico actual, el emprendimiento es un fenómeno de suma importancia. Se define como el proceso de conceptualizar, iniciar y llevar a cabo un negocio de forma independiente. En inglés, el término "*entrepreneurship*" se refiere a un concepto que se extiende más allá del ámbito de los negocios para incluir una variedad de esfuerzos, como iniciativas personales, investigaciones científicas y esfuerzos deportivos. Su núcleo se basa en la capacidad de un individuo para innovar, arriesgarse y contribuir a la sociedad, a pesar de su amplia gama de aplicaciones. En este contexto menciona Calviño (2022)

> El emprendimiento es el proceso de iniciar y llevar a término un proyecto de negocio por cuenta propia. En inglés este término es entrepreneurship y aunque se puede aplicar a casi cualquier cosa como proyectos personales, actividades deportivas o científicas o inclusive desafíos o juegos, generalmente se reserva para actividades de negocio. (p. 1)

Parece que el espíritu emprendedor es una fuerza impulsora crucial detrás del desarrollo y el cambio en muchas facetas de la vida moderna. El emprender es un proceso que no sólo impulsa el crecimiento económico, sino que también inculca en las personas un sentido de creatividad, autonomía e iniciativa al darles la oportunidad de transformar ideas en

realidades tangibles. Como resultado, es fundamental reconocer y apoyar el papel del emprendimiento como catalizador del crecimiento y el cambio en la sociedad contemporánea.

La repostería ha experimentado una profunda evolución, ajustándose a las cambiantes tendencias en alimentación, a los avances tecnológicos y al ingenio de los reposteros. Desde sus sencillos comienzos hasta las sofisticadas creaciones de la actualidad, la repostería perdura como una manifestación culinaria que encanta los sentidos y colma los paladares ávidos de dulzura. Es por eso que se conoce que "Los antecedentes históricos de la repostería comienzan hace más de 7 mil años en el Antiguo Egipto y en Mesopotamia, cuando se comenzó a elaborar pasteles con levadura y panes de miel redondos" (Machuca, 2022, párr. 7).

La repostería resulta atractiva para los micro emprendedores gracias a su potencial creativo, su versatilidad y la capacidad de alcanzar tanto a audiencias locales como globales a través de las redes sociales y las ventas en línea. La creciente demanda de productos de repostería personalizados y de alta calidad ofrece oportunidades de crecimiento a las microempresas en este sector a nivel mundial, es por eso que "Dentro de la oferta gastronómica, los postres siempre tendrán un lugar privilegiado en la pirámide alimenticia mundial. Además de estar ligados al cierre de una comida o cena, son alimentos que pueden comerse en casi cualquier ocasión" (López, 2023, párr 2). La pastelería se posiciona como una opción deseable para los propietarios de pequeñas empresas debido a su potencial creativo, adaptabilidad y gran audiencia a la que se puede llegar a través de las redes sociales y las ventas por Internet. Además, los postres ocupan una posición importante en el panorama culinario mundial.

Enero se convierte en un mes de exquisita celebración en el mundo de la repostería dulce, donde sabores y aromas se funden para satisfacer hasta los paladares más exigentes. Este mes se convierte en un festín para los golosos, con todo, desde el delicioso *croissant* recién horneado hasta la crema batida ligera y esponjosa. Es una época en la que la creatividad

culinaria explota en una gran cantidad de sabores. Con el propósito de validar indica Zurita (2022)

> En ciertos lugares califican a enero como el mes de la repostería, debido que durante este tiempo se celebran los días de lacrema batida, de las galletas escocesas de tipo shortbread, del toffee inglés, del chocolate bittersweet, del bagel, del buttercrunch (combinación de toffee cubierto de chocolate con textura crujiente y sabor a caramelo), del pan de banana, del pie, del brownie blondie, de la torta de chocolate, del croissant y de otros más. (p. 1)

Cada bocado de repostería es un tributo a la tradición, el amor y la habilidad de quienes crean estas delicias, ya que enero sirve como una celebración de la dulzura en todas sus formas. Como resultado, celebran el arte culinario en su máxima expresión y ampliando los paladares mientras se sumergen en el universo de sabores que este mes tiene para ofrecer. Que enero sea siempre el mes de la repostería, el lugar donde residen las delicias más deliciosas.

4.2 Investigaciones nacionales

En Ecuador se ha visto el crecimiento notorio de la pastelería llevándola a esta a otro nivel y buscando cada día innovar con sabores, técnicas, etc. Es por ello que una ecuatoriana Pía Salazar ha llegado a obtener un título de gran renombre a nivel mundial. Según afirma e indica Mélières (2023)

> En la ceremonia de premiación del reconocido Óscar gastronómico, The World's 50 Best, la cuencana recibió el galardón a la mejor pastelera del mundo. Enamorada de las frutas, vegetales, hortalizas y tubérculos de su país, crea platos que pusieron Ecuador en el mapa mundial. (p. 1)

Sin duda es un orgullo para el país y sobre todo para los gastrónomos pasteleros los cuales diariamente se esfuerzan por crear e innovar en este mundo de la azúcar, buscando satisfacer los paladares de todos quienes disfrutan de sus preparaciones.

A lo largo de este tiempo se ha podido observar cómo el gobierno ecuatoriano, las entidades privas y universidades a impulsado varios programas de ayuda a emprendedores locales los cuales incluyen incentivos fiscales, programas de apoyo financiero y capacitaciones. Así lo explica y lo señala Holguín & Villacreses (2023)

> En el marco normativo legal se aprobó la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, donde enmarca los puntos más importantes a tratar, haciendo énfasis a temas como el financiamiento, la innovación, la cultura, actores del ecosistema emprendedor que necesitan más atención. Los esfuerzos son notables, cada vez más hay programas para que lo emprendedores accedan a ellos y obtengan incentivos, las entidades públicas y privadas también unen sus esfuerzos para ser clave en esta transferencia de conocimientos e información que necesita este sector de la población. Las universidades por su parte contribuyen a la creación de centros de emprendimiento para que los estudiantes se familiaricen con emprender. (p. 1)

Cada vez se puede notar más el interés en que los emprendedores junto con sus emprendimientos salgan adelante al igual de estar respaldados por el gobierno y varias instituciones privadas con el fin de superarse y crecer cada día más.

Se observa que varias marcas ecuatorianas las cuales son las principales en distribuir insumos de repostería brindan capacitaciones a las personas con el fin de fomentar el emprendimiento en el ámbito repostero, esta iniciativa no solo promueve la creatividad y el talento local, sino que también contribuye al crecimiento de la industria de la pastelería en Ecuador. Así lo muestra Cabanilla (2022)

> Coberchoc eligió a los ganadores de su programa Master Cake by Coberchoc, un espacio de capacitaciones dirigido a emprendedores y aficionados de la repostería y pastelería. Cerca de 8.687 inscritos al programa recibieron capacitaciones en técnicas de pastelería, fotografía, manejo de redes sociales, entre otros; y luego de cumplir retos semanales se eligió a los mejores. (p. 1)

Es importante aprovechar estas capacitaciones que brindan las marcas reconocidas del mercado ya que motivan e incentivan a crear o a potenciar sus negocios y muchos de estos cursos son totalmente gratuitos y abiertos a todo público.

La historia de San Honoré, escondido en una zona tranquila de Quito, está entrelazada con los recuerdos nostálgicos de tres valientes amigos que decidieron dedicarse a su amor por la repostería como un exitoso negocio en 2004. Equipados con valentía y un secreto comercial. Estos empresarios allanaron el camino para una revolución que cambiaría no solo sus propias vidas sino también la capital del paisaje culinario de Ecuador. Así lo muestra Diario El Comercio (2022)

> Pamela y Byron son actualmente la cabeza del negocio. Tomaron un rumbo nuevo y en Quito cuentan con cuatro sucursales. Pero, ¿qué los hace especiales? Los ingredientes y la receta de años, afirma Byron. A pesar de que su producción de postres es masiva, el sabor no cambia. Eso se lo deben a la receta original que crearon las chicas hace mucho tiempo atrás. (párr. 2)

San Honoré es ahora mucho más que una simple pastelería: es una representación de calidad, perseverancia y tradición. Pamela y Byron son los líderes de este imperio dulce, que tiene cuatro sucursales en Quito y honra la esencia de sus raíces en cada bocado. Con el tiempo, han demostrado que a pesar de que su producción se ha ampliado, la esencia de sus deliciosos postres se ha mantenido constante, imbuida de un sabor distintivo que solo se puede encontrar en la receta original.

4.3 Investigaciones locales

Más de 120 emprendedores y empresarios de Ibarra participaron en un riguroso programa de capacitación destinado a fomentar la expansión de las pequeñas empresas en la comunidad. Los principales objetivos de este programa fueron avanzar en las estrategias de marketing digital y fotografía publicitaria. El Municipio de Ibarra y su Dirección de Desarrollo Económico son los patrocinadores de esta iniciativa, que muestra un fuerte

compromiso con el apoyo a las empresas emergentes de la zona. De esta manera señala Ayala (2020)

> Más de 120 emprendedores de Ibarra se capacitaron en técnicas de fotografía publicitaria y marketing digital con el objetivo de fortalecer sus iniciativas comerciales. La actividad se desarrolló durante los días 17 y 21 de diciembre de 2020 en el marco del Programa de Desarrollo Empresarial para Emprendedores que impulsa la Municipalidad de Ibarra a través de la Dirección de Desarrollo Económico. (p. 1)

La conclusión de estos días capacitación no sólo marca el final de una ocasión sino también el comienzo de un nuevo capítulo en la vida de estos empresarios. Con las herramientas adecuadas, puede expandir y fortalecer sus proyectos comerciales de muchas maneras. Este es sólo el comienzo de un futuro apasionante para Ibarra que estará repleto de oportunidades de negocio.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) dispuso la “Feria de Encuentros” para apoyar los proyectos surgidos del Crédito de Desarrollo Humano en Imbabura y Carchi. Este evento marca un logro destacable en la promoción y comunicación de proyectos regionales. Este evento mostró la diversidad e inventiva de los proyectos de 50 emprendedores de Imbabura y uno solo del Carchi. Dentro de esta perspectiva así lo señala el Ministerio de Inclusión Económica y Social (2021)

> Con el propósito de promocionar los productos de emprendimientos generados a través del Crédito de Desarrollo Humano en Imbabura y Carchi, el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) efectuó la “Feria del Encuentro”. Esta actividad, que se realizó de manera presencial y tomando todas las medidas de bioseguridad, contó con la participación de 50 emprendedores de esta provincia y un emprendedor de Carchi. (p. 1)

Además de ofrecer un lugar para la exhibición de bienes y servicios de vanguardia, la "Feria de Encuentros" mejoró las relaciones entre empresarios, clientes y público en general. Este

evento muestra el potencial de las empresas locales para impactar positivamente a sus comunidades y la economía regional y local.

Un paso importante se ha dado en los esfuerzos de la región para promover el emprendimiento y la innovación con la exitosa transferencia del modelo de incubación del Centro de Innovación y Emprendimiento Prendho y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede de Ibarra. A través de su programa de incubación denominado "Co-Creari", la PUCE graduó diez emprendimientos de Imbabura, Carchi y Pichincha luego de un exigente proceso de capacitación de seis meses. En este contexto especifica Prendho (2022)

> La transferencia del modelo de incubación del Centro de Innovación y Emprendimiento Prendho – UTPL a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) sede Ibarra, fue exitosa. Luego de un proceso de formación de seis meses, ellos graduaron a 10 emprendimientos de Imbabura, Carchi y Pichincha, por medio de su programa de incubación denominado "Co-Creari". (párr. 1)

La conclusión exitosa del programa muestra el valor del modelo de incubación transferido, así como la dedicación de las instituciones académicas para apoyar el emprendimiento y el desarrollo local. Los emprendimientos graduados sirven como un ejemplo concreto del potencial inventivo del área y resaltan el valor de la cooperación interinstitucional en el desarrollo y crecimiento de negocios duraderos y altamente influyentes.

Los participantes de este curso aprendieron a preparar una gama de productos de panadería y pastelería durante su desarrollo, el cual se realizó de manera presencial en el Centro Múltiple Ibarra de SECAP. Se comprometieron a aprender los métodos esenciales para producir una variedad de productos de pastelería, pan especial y pan básico durante todo el programa. También se concentraron en perfeccionar sus habilidades y aprender otras nuevas en la elaboración de masas. De esta manera lo explica SECAP (2022)

> Los participantes de este curso, que se desarrolló en la modalidad presencial en las instalaciones del Centro Múltiple Ibarra del Secap, aprendieron a elaborar pan base, pan especial y productos en pastelería. Así también, reforzaron y adquirieron

> conocimientos para la elaboración de masas, pastas y productos básicos, aplicando herramientas de alta gastronomía e higiene industrial. (párr. 2)

Con una emocionante clase de demostración, los participantes del curso de preparación de productos de panadería y pastelería concluyeron eficazmente su formación. Esta culminación marca el final de un ciclo de aprendizaje y el comienzo de uno nuevo en el que los participantes adquieren las habilidades y la información necesarias para tener éxito en el despiadado campo de la gastronomía

4.4 Marco Conceptual

4.4.1 La Repostería y su Historia

Los orígenes de la repostería no son misteriosos; más bien, se puede encontrar una gran cantidad de evidencia de varias civilizaciones históricas que se entregaron a los dulces para respaldar esta teoría. Al principio, este término se incluyó en el ámbito de lapanadería en lugar de denominarse "repostería". Algunos datos muestran como esta ramade la gastronomía surgió en Egipto y Mesopotamia. De esta manera lo expone Machuca (2022), “los antecedentes históricos de la repostería comienzan hace más de 7 mil años en el Antiguo Egipto y en Mesopotamia, cuando se comenzó a elaborar pasteles con levadura y panes de miel redondos” (párr. 7). En este sentido podemos darnos cuenta que desde hace millones de años sentían la necesidad de comer dulce por ende nace el ir creando saboresnuevos y combinaciones exóticas.

En la Antigua Grecia, también se evidencia la participación activa en la historia de la repostería explorando con distintos sabores y fusionándolos entre sí. De esta manera lo afirma Machuca (2022):

> En la Antigua Grecia, la historia de la repostería nos indica que los griegos también experimentaron con una mezcla de ingredientes para hacer dulcescon almendras, semillas de amapola, pimienta negra y miel envueltos en una masade harina, miel y ajonjolí. Incluso, tenían la costumbre de celebrar los nacimientoscon pasteles. (párr. 8)

La civilización griega experimentó un notable auge en la adopción del consumo de dulces lo que resultó en la difusión de ciertas recetas a las civilizaciones vecinas ayudándolas así a deleitarse con sabores poco conocidos y apetitosos para el paladar. Estos ingredientes que existían en gran cantidad fueron los que dieron lugar a varios mangares como la "*Scribilita*" la cual era una especia de pastel romano que no contenía miel de igual manera la "*Spira*" que se trataba de una torta a modo de trenza endulzada con miel.

Avanzando y adentrándonos un poco en la historia de la repostería ofrece una mirada intrigante a los orígenes de la cocina romana. El filósofo y chef Apicio, que vivió en el siglo I a.C., más renombrado por su obra maestra "*De re coquinaria*", o mejor dicho y más conocido "*Apicius*". Este histórico y grandioso libro de cocina destacó no sólo por su énfasis gastronómico sino también por iniciar el registro metódico de recetas y métodosde cocción. Así lo explica Levy (2019)

> Se cree que sus recetas se escribieron por y para cocineros, ya que solo seindican los ingredientes de los platillos, sin cantidades ni instrucciones de elaboración. Además, varias recetas incluyen ingredientes caros y necesarios paracreaciones de más dificultad; las especias traídas de Asia, como el jengibre, la pimienta, la canela, la nuez moscada o el clavo eran algunos de ellos. (párr. 7)

Este libro fue y es considerado el más antiguo del mundo el cual dejo y deja un gran legado a las generaciones próximas en varios aspectos de la gastronomía abriendo un mundo de nuevos sabores, combinaciones, técnicas culinarias, etc.

Durante la Edad Media, la pastelería jugó un papel fundamental en el panorama culinario de la época, evolucionando debido a diversas circunstancias. Los pasteles y dulces medievales se definían por la disponibilidad de ingredientes, el impacto de las rutas comerciales y los avances en los métodos culinarios. Las especias se utilizaban ampliamente para mejorar los sabores y ocultar posibles defectos en los ingredientes, y se consideraban artículos de lujo importados. De esta manera lo explica La Escuela Torre Blanca (2023)

> Durante la Edad Media, la pastelería experimentó un gran auge en Europa, y en especial en las cortes nobiliarias, donde se elaboraban dulces y postres cada vez más sofisticados y elaborados. Estos platos se servían en grandes banquetes y simbolizaban la riqueza y el poder de sus anfitriones. (p. 1)

Antes de que el azúcar estuviera ampliamente disponible, la miel era el principal edulcorante y ahora se utiliza en la fabricación de muchos productos diferentes. Como importantes centros de actividad panadera, los conventos y monasterios produjeron y refinaron recetas de sus monjes y monjas, contribuyendo al patrimonio culinario de la Edad Media.

El término repostería nace de una forma muy peculiar y no precisamente porque un repostero se dedica a realizar preparaciones de dulce si no por que antiguamente se los llamaba así a lo que hoy por hoy se conoce como bodeguero y es el encargado de cuidary guardar toda la materia prima o provisiones antiguamente llamadas. De esta manera lo explica Lahuerta (2020)

> Si nos fijamos en la palabra "repostería", su significado más antiguo hacía referencia a una despensa de pequeño tamaño donde se guardaban determinadas provisiones. El repostero, por tanto, era el encargado de guardar y cuidar estas provisiones. Se cuenta que para aprovechar el tiempo del que disponían en aquella despensa, comenzaron a elaborar pastas y otros dulces. Con el tiempo estos reposteros comenzaron a tener más competencias y a diversificar su trabajo: guardaban la vajilla, las cuberterías de plata y se les empezó a dar otras responsabilidades. Poco a poco las reposterías se empezaron a conocer no solo por esos lugares donde se guardaban provisiones y objetos de diversa índole, sinocomo lugares donde se elaboraban determinados dulces y pastas de forma artesanal, que comenzaron a tener gran éxito entre las personas que podían accedera ellos. Poco a poco los reposteros comenzaron a elaborar más dulces: masas, galletas, pastas, mazapanes, cremas, mermeladas, merengues… y comenzaron a tener sus propios establecimientos, eran los artesanos del dulce. (párr. 2)

En este contexto se puede claramente distinguir que un repostero no solo es un maestro en preparaciones de dulce si no también es muy práctico en la gestión de provisiones, gracias a sus diferentes destrezas y sobre todo su creatividad fue lo que dio lugar a creaciones muy variadas y exquisitas las cuales conquistaron el paladar de las personas que en ese entonces las podían degustar ya que en esa época no todos eran “dignos” de degustar así pues cada vez la repostería fue apoderándose y creciendo tanto que marco el nacimiento de varias pastelerías.

Los mismos cocineros fueron los responsables de utilizar por primera vez la palabra "pastelería" y “pastelero” en el año 1440, al notar un aumento en la demanda de postres. Este término supuso un punto de inflexión en la evolución de las gastronomías, nacido de la necesidad de distinguir una especialidad culinaria dedicada a los postres. A medida que crecía la complejidad y sofisticación de los postres, también lo hacía el pastelero, un especialista responsable de elaborar pasteles, tartas y otras delicias para satisfacer el paladar después de las comidas. Tal como lo ha expuesto Lahuerta (2020)

> El término pastelería y pastelero aparece como tal por primera vez hacia el año 1440 y fueron los cocineros los que lo acuñaron. El termino pastelería surge para definir una especialidad dentro de la cocina enfocada en la parte dulce. Llegó un momento en el que se creó la necesidad de que determinados cocineros se especializaran en la realización de los platos dulces que se servían de postre después de la comida, surgiendo así el pastelero. Este, por lo tanto, sería la persona responsable de elaborar los pasteles, tartas y otros dulces en las cocinas. En 1566 bajo el reinado de Carlos IX, en Francia nace “la corporación de pasteleros”, la cual regulaba la reglamentación, el aprendizaje y el acceso a la “maestría”. Aparecen así los maestros pasteleros. (p. 2)

Desde sus inicios bajo la inventiva de los cocineros hasta la institucionalización de la "corporación de pasteleros" en el siglo XVI, la historia de la pastelería ilustra así la evolución de una disciplina culinaria que se ha ido endureciendo con el tiempo. Los maestros pasteleros, descendientes de esta rica tradición, han continuado el arte de crear delicias dulces, lo que suma a la diversidad y exquisitez de la repostería. Esta sucesión histórica continúa inspirando e influyendo en la pastelería moderna debido a su

flexibilidad para responder a las necesidades gastronómicas y su inquebrantable búsqueda de la perfección.

La Edad Moderna provocó un cambio significativo en la amplitud y complejidadde la confitería, iniciando un período de refinamiento y expansión para la industria de elaboración de postres. La expansión del comercio internacional facilitó el comercio de especies raras, ingredientes exóticos y habilidades culinarias entre continentes, lo que aumentó las opciones de sabores y permitió crear postres más complejos. Generalmente incorporado, el azúcar, que alguna vez fue un lujo costoso y exclusivo, democratizó el acceso a los dulces y desató una explosión creativa en la repostería. Durante esta época también se publicaron los primeros libros de cocina modernos que incluían recetas completas para hacer pasteles, pasteles y otras delicias.

Se crearon gremios y asociaciones de pasteleros en otras partes de Europa para ayudar al desarrollo de la pastelería como arte culinario. Estos gremios no sólo controlaban el calibre de las mercancías, sino que también ayudaban a preservar las costumbres y a formar a los aprendices. En este sentido, la repostería contemporánea no sólo satisfizo los paladares sofisticados de la aristocracia, sino que también se convirtió en una encarnación ampliamente disponible de creatividad y lujo que dejó una impresión duradera en la tradición culinaria occidental.

4.4.2 La Repostería en el Ecuador

La pastelería de Ecuador es testigo de la intrincada mezcla de influencias culturales que se han desarrollado a lo largo de la historia de la nación. La creación de dulces distintivos se basó en las tradiciones culinarias indígenas profundamente arraigadas, que se centraban en el uso de ingredientes locales como maíz, yuca y frutas tropicales. Los sabores europeos se combinaron con ingredientes locales cuando los colonos españoles trajeron nuevos ingredientes como azúcar, huevos y harina de trigo. Através de este proceso se ha descrito una pastelería ecuatoriana que destaca por su particular fusión de influencias y representa

una expresión culinaria distinta dentro del contexto local. De esta manera lo indica Navas (2022)

> El gusto por lo dulce ocupó un lugar importante entre los quiteños desde el periodo colonial. Las recetas de dulces se incorporaron a la cocina quiteña por influencia de la tradición española y gracias a la introducción de la caña de azúcar con sus productos derivados como la panela y el alcohol, y la producción de miel, a través de la domesticación de las abejas. Gracias a la introducción del trigo fue posible la elaboración de productos como el pan y el hojaldre, masa con la que se elaboran aplanchados, milhojas, chimborazos y caracoles. (p. 1)

Asimismo, la influencia africana ha añadido nuevos métodos y sutilezas al gusto, especialmente con la introducción de la caña de azúcar. Muchos postres y dulces ecuatorianos se pueden encontrar fruto de las adaptaciones y enriquecimientos que han sufrido estas influencias a lo largo del tiempo. Según lo que está disponible localmente, cada región de la nación ha aportado sus propias especialidades. Por lo tanto, los pasteles de Ecuador representan una representación distinta y deliciosa de la fusión cultural que ha definido la identidad culinaria del país.

Al igual que en Europa, la Iglesia fue crucial para la creación, propagación y posterior arraigo de recetas en la cultura ecuatoriana durante la era colonial. La convergencia de recetas se originó con las preparaciones europeas que realizaban los monjes en los conventos ecuatorianos. Recetas como budín de pan, buñuelos, arroz con leche y flanes se adaptaron a las tradiciones españolas. En este contexto indica Garrido (2021)

> Todo este conocimiento adquirido a lo largo de los años devino en una reconocida tradición culinaria conventual. Las monjas habían desarrollado recetas únicas, que eran el resultado de décadas de investigación y ensayos por parte de las religiosas. Algunos conventos como el Carmen Alto se especializaron en la elaboración de dulces; otros, como La Concepción, en platos principales, dándoles fama a recetas que con el tiempo han sido consideradas secretas y que hasta hoy en día son muy codiciadas. Además, el mestizaje gastronómico estuvo muy presente, ya que se

> usaban muchos productos europeos y americanos, los cuales se fueron fusionando para dar como resultado platos y sabores únicos. (párr. 5)

Estas recetas se modificaron para utilizar ingredientes ecuatorianos, lo que dio como resultado nuevos dulces como higos confitados y dulce morocho que se convirtieron en especialidades regionales. Además, como resultado de los intercambios culturales, se introdujeron especias adaptadas al clima, como maracuyá, fresa, mora, piña,higo, sandía y pera. Luego, estas especias se agregaron a postres clásicos como higos enalmíbar y El Jucho, que es una mezcla dulce de manzana silvestre, durazno, pera, fresa yuva.

Se cree que la pastelería más antigua del Ecuador surgió de una fusión de las costumbres culinarias regionales profundamente arraigadas y las influencias traídas por los colonos europeos durante la época de la colonización además de la gran influencia de las religiosas. La ausencia de documentación completa plantea un desafío a la hora de señalar con precisión la ubicación exacta y el período histórico del posible surgimiento de este primer asentamiento. La intrincada fusión de elementos culinarios y culturales que define la pastelería ecuatoriana probablemente se desarrolló gradualmente, enriqueciéndose con el tiempo a medida quese incorporaron diferentes influencias en la creación de productos dulces, dando origen ala ilustre tradición pastelera del país.

Para comprobar lo dicho se muestra la vida de René en los años anteriores a la Segunda Guerra Mundial la cual se caracterizó inicialmente por su empleo como aprendiz de pastelería y panadero, pero cambió significativamente con el comienzo de la guerra. La historia comienza con su huida de España y finaliza con su llegada a Ecuador en 1948, donde busca trabajo y estabilidad. Se puede observar la transición de René al llegar a Quito, donde se sumerge en el reino de la pastelería y la panadería francesa, solidificando su reputación vendiendo sus exquisitas creaciones en un puesto en Machachi, cerca de las piscinas de Tesalia. En este contexto destaca Cyrano (2019)

> Antes de la Segunda Guerra Mundial, René trabaja como aprendiz de pastelero. Cuando estalla el conflicto, logra escapar a España y luego, en 1948, llega al

> Ecuador en busca de paz y trabajo. A su llegada a Quito, René se dedica a preparar pan y repostería francesa en un puesto en Machachi, junto a las piscinasde Tesalia. Posteriormente, abre un salón de té y se da a conocer en el medio forjando su fama como panadero. Elabora y vende las deliciosas pastas que se fueron haciendo famosas: chimborazos, milhojas, relámpagos, tartaletas, tortas, quiché y su especialidad, el volován. Por esos años conoce a Úrsula, migrante alemana, con quien se casa y tiene dos hijos: Christian y Danielle. (párr. 2)

La amplia variedad de creaciones de René tiene un impacto duradero en la escenaculinaria de Ecuador, solidificando un legado culinario que trasciende las fronteras nacionales y los períodos históricos. La historia de René demuestra no sólo su extraordinario talento como pastelero sino también su profunda influencia en la sociedad y las costumbres gastronómicas del Ecuador. Su viaje de Europa a Quito, su legado por la elaboración de pan y repostería a la francesa. Su influencia se extiende más allá de unsimple relato autobiográfico para convertirse en un punto fundamental en la historia culinaria del país, influyendo profundamente en las inclinaciones gastronómicas y la apreciación cultural de las generaciones actuales y futuras.

4.4.3 Impacto de la Repostería en la Gastronomía

La pastelería ha tenido una influencia profunda y continua en la gastronomía, mejorando enormemente la diversidad y profundidad de la escena culinaria global. Su influencia se puede ver en la forma en que se transmiten y preservan las tradiciones culturales, incluidas recetas y técnicas nativas probadas a lo largo del tiempo. Lapastelería también ha elevado el listón de la gastronomía animando a cocineros ypasteleros a probar nuevos sabores y técnicas de presentación. Esto ha fomentado la innovación en la cocina. Además de potenciar la oferta culinaria, este arte culinario ha creado atractivos turísticos y una experiencia multisensorial para viajeros de todo el mundo.

Sin embargo, sus efectos no están exentos de inconvenientes, incluidos los riesgospara la salud derivados del consumo excesivo de azúcar y grasa, así como los problemas medioambientales derivados de la producción en masa. Como resultado, los dulces siguen

siendo una parte esencial de la cocina en todo el mundo, lo que inspira pensamientos sobre cómo lograr un equilibrio entre la tradición y el fomento de hábitos alimentarios saludables y sostenibles creando postres increíbles.

4.4.4 Repostería Avanzada

La pastelería avanzada es una cocina que trasciende la elaboración básica de los postres tradicionales y se distingue por sus métodos creativos, técnicos y artísticos. En este nivel de repostería, los pasteleros y chefs se esfuerzan por superar los límites de la creatividad, probar métodos de vanguardia y servir platos que desafían las nociones convencionales. Esto puede implicar la aplicación de técnicas culinarias de vanguardia, como la cocina molecular, así como el uso de equipos y tecnologías especializado, En este contexto menciona María (2023)

> La repostería moderna es una disciplina que ha evolucionado de manera impresionante en los últimos años. Atrás quedaron los días en que los pasteles y postres eran simples combinaciones de harina, azúcar y huevos. Hoy en día, la repostería se ha convertido en una verdadera ciencia, en la que los chefs utilizan técnicas y herramientas sofisticadas para crear postres que desafían los límites de la imaginación. (párr. 1)

La cocina de dulce avanzada frecuentemente combina sabores inusuales, texturas intrincadas y presentaciones visualmente impresionantes para crear postres que se asemejan a obras de arte comestibles y de esa manera conquistando paladares exóticos.

Dado que cada componente de la creación pretende proporcionar una experiencia sensorial distinta, este campo pone un fuerte énfasis en la precisión y la atención al detalleen la ejecución. Se otorga una importancia similar a la elección de ingredientes de primeracalidad y a la aplicación de métodos de presentación creativos innovando no solo en lo visual sino también en las técnicas utilizadas, Así lo manifiesta María (2023)

> Uno de los mayores avances en la repostería moderna ha sido el uso de latecnología molecular. Esta técnica implica la descomposición de los alimentos en sus

> componentes moleculares para crear nuevas texturas y sabores. La tecnología molecular ha permitido a los chefs crear postres que parecen imposibles, como helados calientes, nubes de algodón de azúcar y espumas de frutas. (párr. 3)

Este sofisticado método eleva la repostería a tal nivel que representa una expresiónartística con el objetivo de sorprender y deleitar visualmente además de satisfacer el paladar de los consumidores. Sin embargo, es importante señalar que la repostería y pastelería avanzada podría requerir una capacitación y conocimientos técnicos más especializados, además de más tiempo y materiales para la preparación. En pocaspalabras, la repostería avanzada es un arte culinario fascinante y en desarrollo que constantemente va más allá y crea experiencias gastronómicas inolvidables.

La pastelería avanzada es un arte culinario donde la creatividad es un componente fundamental y único. En este campo, los pasteleros y cocineros no sólo se esfuerzan por producir delicias, sino que también superan los límites de la creatividad combinando sabores, texturas y métodos de formas novedosas e inesperadas. La finura del sabor se complementa con experiencias visuales que combinan funcionalidad y estética, haciendo de la atención al detalle una característica destacada, Así llega a deducir María (2023)

> Otro aspecto importante de la repostería moderna es la creatividad. A medida que se desarrollan nuevas técnicas y se utilizan nuevos ingredientes, los cocineros tienen la libertad de experimentar y crear nuevos sabores y texturas. Larepostería moderna se ha convertido en una forma de arte, en la que los chefs pueden expresar su creatividad y personalidad a través de sus postres. (párr. 6)

La creatividad en la repostería avanzada toma la forma de una fuerza impulsora que amplía los límites de lo que es concebible en la cocina dulce, produciendo experiencias culinarias extraordinarias y sorprendiendo a los comensales con cada propuesta novedosa, sin la creatividad sin duda muchas creaciones hoy por hoy no existirían así que se lleva un gran mérito los creativos chefs.

4.4.5 Tipos de Repostería

Un buen repostero debe dominar una amplia gama de recetas, desde las más fáciles hasta las más difíciles. Los postres juegan un papel importante en celebraciones como cumpleaños, bautizos, graduaciones y matrimonios, por lo que el profesionalespecializado debe estar lleno de conocimientos en técnicas de repostería tanto finas comobásicas. Así lo menciona y lo explica Farrés (2023)

> En el actual contexto global y cambiante el chef pastelero tiene muchas oportunidades y retos que afrontar. La pastelería artesanal busca la manera de diferenciarse de las grandes marcas de la industria alimentaria que utilizan conservantes y colorantes para producir género de rápido consumo y largas fechas de caducidad. La pastelería artesanal ofrece calidad de producto basándose en los procesos tradicionales y mejorándolos con la tecnología actual. (párr. 2)

El pastelero domina los métodos fundamentales para elaborar masas, cremas y rellenos en pastelería básica. Esta información es necesaria para garantizar resultados consistentemente deliciosos con cada receta. La base de toda la carrera de un repostero es su capacidad para crear pasteles ligeros, glaseados delicados y rellenos ricos.

La repostería fina, por el contrario, requiere un mayor grado de talento e imaginación. La especialidad del pastelero en este campo es crear postres técnicamente exigentes y más sabrosos. Esto abarca la creación de postres gourmet como *entremets* y *petits fours*, así como la decoración creativa y el atemperado del chocolate. La exquisita repostería pretende ofrecer una experiencia visual y táctil integral, además de satisfacer el paladar.

4.4.6 Pasteles

Las creaciones en repostería transportan a un mundo de dulzura y sabor, y las tortas son los representantes más conocidos de este delicioso ámbito culinario. Los pasteles son algo común en fiestas y reuniones, y han desarrollado un estrecho vínculo con las costumbres y ocasiones memorables. Estos pasteles, que se elaboran con una base de harina y mantequilla cocida al horno, no sólo satisfacen el paladar, sino que también despiertan la

imaginación con sus infinitas posibilidades para la decoración interior y exterior. En este contexto sostiene Tenerife (2020)

> Los pasteles pueden que sean los tipos de postres más comunes y que más conocemos, ya que, no existe un cumpleaños sin su pastel. Los pasteles son un tipo de postre el cual se elabora a partir de una base de harina y manteca cocida alhorno. Además se pueden decorar tanto en el interior como en el exterior. (párr.4)

Los pasteles son más que simples postres; están anclados en el espíritu mismo de la celebración. Un pastel siempre está presente en ocasiones especiales ya que simboliza la dulzura de la vida. Cada pieza se convierte así en un bocado de alegría y nostalgia, transportándonos a una tierra de gustos y recuerdos. En el mundo de la repostería, las tartas representan algo más que un delicioso manjar; son la encarnación de recuerdos preciados y el comienzo de futuras festividades.

4.4.7 Tendencias Actuales de Pasteles

El sector de la panificación y repostería se destacará especialmente por sus inventivos métodos de decoración y su atención a la salud y la sostenibilidad. Los pasteleros utilizan ingredientes prácticos y ecológicos, crean hermosos diseños y combinan tradición y tecnología de punta. La dedicación a la calidad artesanal, la preocupación por el medio ambiente y el deseo por opciones saludables se reflejan en esta adaptación, que marca el comienzo de una nueva era en la composición y decoración de tortas las más vistas este año serán:

4.4.7.1 Drip Cake

Los pasteles que han sido decorados con glaseado, chocolate derretido u otra variación, aplicados a lo largo de los bordes del pastel para crear un efecto característico de "goteo"se conocen como "Drip Cakes". Esta aplicación produce un efecto de gota que hace que el papel parezca contemporáneo y atractivo. Esta técnica de decoración se ha vuelto muy popular en la repostería moderna, dando a los pasteles un aspecto llamativo y sofisticado (Equipo BCH, 2023).

4.4.7.2 Naked Cake

En la repostería contemporánea, los "Naked Cakes" o pasteles desnudos se han convertido en un estilo muy buscado. Estos pasteles se destacan por su presentación distintiva, que presenta relleno visible y capas de pastel expuestas. Se presta especial atención para garantizar que los lados estén completamente descubiertos de fondant o glaseado. El objetivo de este diseño es transmitir una estética rústica y natural, alejándose de la apariencia totalmente cubierta que se asocia típicamente con las tartas comerciales (Gavilán, M., & Muniesa, J., s.f.).

4.4.7.3 Meme Cake

Los "Meme Cakes" son pasteles decorados con memes populares de Internet, como florks y otras imágenes. Estos pasteles incorporan elementos textuales, gráficos o visuales que son bien conocidos o apreciados en la comunidad de memes en línea. Expresan la esencia de la comunicación digital y ayudan a expresar el humor y el sentido de identidad de una generación adentrada al Internet.

4.4.7.4 Tortas con Formas Geométricas

El enfoque en patrones hechos de formas geométricas, como cuadrados, triángulos, hexágonos y otras formas simétricas o abstractas, hace que los pasteles geométricos se destaquen. Las tartas tienen un aspecto contemporáneo, fresco y llamativo gracias a estos diseños. Son una gran opción para quienes quieren ser creativos y añadir un toque moderno, vanguardista y artístico a sus celebraciones (Frida Enamorada, 2019).

4.4.7.5 Pastel con Líneas de Falla

En el ámbito de la repostería actual, el "*Fault Line Cake*" se ha vuelto cada vez más popular. El sorprendente efecto visual de este pastel es creado por una "línea de falla" central. Su característica única aumenta su adaptabilidad y lo convierte en una opción sofisticada para una variedad de eventos, como bodas y otras celebraciones destacadas como cumpleaños. Estas tartas se destacan entre otras reposterías modernistas y contemporáneas por sus opciones personalizables y su atractiva apariencia (Luisana, R., 2019).

4.4.7.6 Pasteles Decorados o Pintados a Mano

Los pasteles pintados a mano exhiben una atractiva fusión de expresión creativa y destreza culinaria, lo que da como resultado pasteles exquisitos, únicos y personalizados que son visualmente impactantes. Esta técnica produce resultados visualmente cautivadores al garantizar un alto grado de complejidad en la decoración de pasteles y al mismo tiempo permitir una expresión artística única en cada diseño (Frida Enamorada, 2019).

4.4.7.7 Tortas Saludables

En respuesta a las dietas especializadas y a las crecientes preocupaciones por la salud, los pasteles saludables se han vuelto cada vez más populares en el mundo de la repostería. Estos pasteles están elaborados con ingredientes naturales y sustitutos para adaptarse a necesidades dietéticas particulares, como bajos en azúcar, veganos o sin gluten. Este surgimiento puede atribuirse al creciente deseo de los consumidores por opciones de alimentos más conscientes y saludables, lo que atrae tanto a personas con una dieta restringida como a quienes buscan opciones de postres más saludables (Arango, 2015).

4.4.8 Bocaditos

En Ecuador se conoce como "bocadito" a las pequeñas porciones de comida que se sirven como aperitivos en reuniones sociales y celebraciones. Como menciona la Asociación de Academias de la Lengua Española (2010) un bocadito es: "Alimento elaborado con ingredientes variados, que pueda ingerirse en un solo bocado y que se sirve generalmente en aperitivos para acompañar bebidas". Estos snacks son muy apreciados por su comodidad y adaptabilidad en escenarios de restauración y entretenimiento. Se comen tanto en variedades saladas como dulces. Dado que estas delicias se disfrutan mejor en uno o dos bocados, lo más probable es que la palabra "bocadito" derive de la palabra "mordisco". Le permiten ofrecer a los invitados una amplia gama de opciones y sabores sin sacrificar el estilo o la presentación en un evento. Además, las comidas del tamaño de un bocado liberan a los

anfitriones de la carga de servir platos enteros, lo que les permite ofrecer una experiencia gastronómica variada y satisfactoria

4.4.8.1 Bocadito de Dulce

En Ecuador se denomina bocado dulce a una pequeña porción de alimento dulce que se sirve como aperitivo en reuniones sociales y celebraciones. En estos dulces se puede incluir una variedad de opciones, que incluyen mini cupcakes, trufas, shots de chessecake, tartas y otros postres en miniatura. Son un delicioso regalo para los invitados, quienes podrán saborear una variedad de sabores y texturas dulces durante todo el evento, gracias a su dulzor y atractiva presentación (Navas, s.f.).

4.4.8.2 Bocadito de Sal

Un bocado de sal es una pequeña porción de comida salada que se ofrece como aperitivo durante fiestas y reuniones. Puede tratarse de una amplia variedad de alimentos, incluidos mini sándwiches, brochetas de queso o carne, empanadas y más. Son perfectos para saciar el apetito y realzar otros platos en una fiesta o evento por su sabor salado y, según el tipo, a menudo por su textura crujiente o suave.

4.4.9 Catálogo de Productos

Un recurso indispensable para cualquier negocio, el catálogo de productos es una recopilación exhaustiva y bien estructurada de todos los bienes y servicios que ofrece la empresa. Los usuarios acceden fácil y rápidamente a la lista de opciones gracias a esta completa recopilación. Definiendo un catálogo como “El catálogo de productos es un documento en el que se encuentran organizados todos los productos o servicios de una empresa con el fin de que sean visitados por los usuarios” (Aguilar, 2019, párr. 6).

Los clientes consideran que el catálogo de productos es una herramienta invaluable cuando buscan los bienes o servicios adecuados. Su diseño bien estructurado y su completo conjunto de funciones facilitan la navegación, permitiendo a los usuarios encontrar rápidamente lo que buscan y tomar decisiones de compra bien informadas.

4.4.10 Empacado y Embalaje

La exportación de productos presenta una serie de dificultades, la más importante de las cuales es el traslado de la mercancía a su destino. En este punto, la protección adecuada del artículo es crucial para evitar el deterioro o daño durante el tránsito. Para garantizar la integridad de los productos y su llegada en óptimas condiciones, es fundamental un embalaje adecuado. En este contexto, SafeLink (2024) explica:

> Una de las etapas más delicadas durante el proceso de exportación es la del traslado de mercancías hacia su destino final, ya que no todos los artículos llegan en buen estado. Es por esto que el apropiado embalaje y empaque es fundamental para guardarlos y protegerlos y así evitar que se dañen o descompongan. (párr. 1)

Dado su papel crítico en la conservación y protección de las mercancías, los envases y embalajes son componentes esenciales del proceso de exportación. La reputación y la satisfacción del consumidor final se ven afectadas por la calidad de estos componentes, además de la seguridad de los productos durante el tránsito.

En Pequeños Caprichos, se reconoce la importancia crucial del adecuado embalaje y empaque en el proceso de exportación de productos perecederos. Por consiguiente, la empresa se compromete a ofrecer un servicio de excelencia, garantizando un embalaje meticuloso y un empaque cuidadoso para cada uno de sus productos personalizados. Pequeños Caprichos se esfuerza por asegurar que cada entrega llegue en condiciones óptimas, preservando así la frescura y la calidad de sus creaciones hasta su destino final.

4.4.11 Pequeños Caprichos

Pequeños Caprichos surge en el año 2023, en medio de un contexto de incertidumbre y angustia, pero también de un fuerte deseo de emprender. Nacido de la determinación y las ganas de hacer realidad un sueño, este microemprendimiento se dedica a la elaboración de tortas y bocaditos personalizados. Fundado con el firme propósito de ofrecer productos de calidad y atención meticulosa, cada creación de Pequeños Caprichos refleja un compromiso

con la excelencia y la satisfacción del cliente. Nos esforzamos por mejorar continuamente, dedicando cada día al estudio y perfeccionamiento de nuestras técnicas y habilidades, garantizando así que cada celebración se convierta en una experiencia culinaria única y memorable.

4.5 Marco Legal

La investigación se centra en el caso particular de la microempresa "Pequeños Caprichos"de Ibarra, que ofrece tortas y bocaditos personalizados. Muestra cómo la estructura legalactual puede respaldar la expansión y el dominio del mercado del emprendimiento.

En el desarrollo de este estudio, se examinan documentos regulatorios que facilitarán la implementación de las propuestas presentadas. Se analizó la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación la cual está vigente desde el año 2020. En este contexto el Art.1 Emprendimiento enmarca que: "Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo". (p. 4)

De igual manera es importante analizar el Art. 3. Emprendedor el cual señala que: "Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo". (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020, Art. 1, p. 4)

En este estudio, se examinan documentos regulatorios claves para implementar las propuestas presentadas, con un enfoque especial en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Esta ley, vigente desde el 2000 y modificada en el 2015, en este ámbito el Art. 4 Derechos del Consumidor señala:

> Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecimos a la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil,

> lo siguiente: Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2015, p. 3)

Destaca cuan crucial es un marco regulatorio adecuado para el crecimiento de los micro emprendimientos en la industria. Se ha demostrado que el conocimiento de estas leyes y su adecuada implementación no sólo salvaguarda los intereses de los consumidores, sino que también brinda a los dueños de negocios como el de "Pequeños Caprichos" una base sólida sobre la cual desarrollarse, expandirse y competir en el mercado. Como resultado, este estudio enfatiza la importancia de políticas públicas que apoyen un clima empresarial positivo para que microempresas como "Pequeños Caprichos" puedan prosperar y crear empleos, desarrollo y satisfacción del cliente en Ibarra y más allá.

5 MATERIALES Y MÉTODOS

La propuesta de elaborar un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el micro emprendimiento "Pequeños Caprichos" en Ibarra implicaba un proceso meticuloso y estratégico que se desarrolló a lo largo de los meses de marzo a julio del año pasado. Este proyecto fue guiado por una metodología enfocada en entender las necesidades del mercado local de repostería, diseñar una oferta atractiva y de calidad, y validarla a través de pruebas piloto y la retroalimentación clientes potenciales. A través de este enfoque estructurado, se buscaba posicionar a "Pequeños Caprichos" como una opción destacada en el segmento de tortas y bocaditos personalizados en la ciudad de Ibarra.

5.1 Alcance y enfoque de la investigación

Este estudio investigativo abordó dos enfoques: uno cuantitativo y otro cualitativo. El enfoque cuantitativo se orientó hacia la identificación clara y precisa de una variedad de bocaditos y tortas, elaborados con distintos métodos y materiales, con el fin de desarrollar un catálogo centrado en esta oferta diversa. Por otro lado, el enfoque cualitativo se enfocó en recopilar información sobre las preferencias de personalización de tortas y bocaditos por parte de la clientela, mediante encuestas, entrevistas y degustaciones. La combinación de ambos enfoques dio lugar a una investigación mixta que proporcionó una comprensión integral de las necesidades y deseos de los clientes, permitiendo así la elaboración de un catálogo que respondiera efectivamente a sus demandas.

5.2 Tipos de investigación

La metodología empleada para la propuesta de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el micro emprendimiento "Pequeños Caprichos" en Ibarra se centró en la investigación explicativa. Este enfoque buscó ampliar el conocimiento sobre el tema, explorando detalladamente los aspectos relacionados con la personalización de los productos y las preferencias de los clientes. El objetivo era obtener una comprensión profunda y

completa que permitiera desarrollar un catálogo que satisficiera las demandas del mercado local de manera efectiva.

5.3 Métodos de Investigación

5.3.1 Analítico-Sintético

Mediante el método analítico-sintético, se llevó a cabo un proceso exhaustivo de preparación y degustación de las tortas y bocaditos personalizados. En la fase analítica, se elaboraron diversas variedades de productos, cada uno con distintos métodos y materiales, y se evaluaron individualmente sus características de calidad. Durante la fase sintética, se presentaron los productos en sesiones de degustación, utilizando fichas de evaluación para recopilar datos específicos sobre cada producto. Esta combinación de herramientas permitió obtener una comprensión detallada y profunda de las necesidades y deseos de los clientes de "Pequeños Caprichos" en Ibarra.

5.3.2 Inductivo-Deductivo

El método inductivo-deductivo empleó diversas herramientas de investigación para generar información clave y derivar conclusiones sólidas. En la fase inductiva, se recopilaron datos empíricos a través de encuestas, entrevistas y observaciones directas del comportamiento de los consumidores en Ibarra, identificando patrones y tendencias en sus preferencias. Luego, en la fase deductiva, estos datos se utilizaron para formular hipótesis y desarrollar estrategias específicas, ajustando la oferta de "Pequeños Caprichos" a las demandas del mercado local. Este enfoque permitió una comprensión profunda y precisa del mercado, asegurando que el catálogo de tortas y bocaditos personalizados satisfaga las expectativas y deseos de los clientes.

5.4 Técnicas

5.4.1 Documental

Se revisaron fuentes secundarias como libros, artículos académicos y páginas web especializadas en la industria de la repostería y el marketing gastronómico. Esta revisión bibliográfica permitió obtener una comprensión amplia y profunda de las mejores prácticas en la creación de catálogos de productos personalizados.

5.4.2 Encuesta

Se realizaron encuestas en las cuales resultó muy importante la elaboración de varias preguntas dirigidas a la importancia de tener un catálogo al momento de consumir bocaditos o tortas, haciendo hincapié en la personalización que podría requerir el cliente al consumir un producto específico.

5.4.3 Entrevista

Se llevaron a cabo entrevistas cortas a clientes habituales para conocer su opinión sobre la personalización de tortas y bocaditos, así como sus preferencias. Estas entrevistas guiaron el desarrollo del catálogo, asegurando que la oferta del micro emprendimiento se alineara con las expectativas de su clientela más frecuente.

5.4.4 Observación

La observación se empleó como técnica complementaria para enriquecer la investigación con datos empíricos directos. Esta técnica se llevó a cabo en diferentes micro emprendimientos de repostería en la ciudad de Ibarra y sus alrededores. A través de visitas a estos establecimientos, se observó de manera detallada la presentación de los productos, la interacción con los clientes y las estrategias de venta utilizadas. También se prestó atención

a los catálogos disponibles, analizando la información proporcionada y la claridad con la que se presentaban los precios y descripciones de los productos.

5.4.5 Instrumentos

- ✓ Cuestionario
- ✓ Guía de entrevista
- ✓ Teléfono celular
- ✓ Computadora
- ✓ Redes sociales

5.5 Cálculo de la muestra

Para calcular la muestra se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se seleccionaron 50 clientes de manera intencional y deliberada para participar en la investigación sobre la propuesta de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el micro emprendimiento "Pequeños Caprichos" en Ibarra. Esta selección se realizó considerando criterios específicos, como la frecuencia de compra, la fidelidad, la diversidad de preferencias y otros factores relevantes para la investigación. Al elegir a 50 clientes de manera no aleatoria, se buscó obtener una muestra representativa que refleje la variedad de opiniones y experiencias dentro de la base de clientes de "Pequeños Caprichos".

5.6 Procedimiento

En la primera fase, se diseñaron los instrumentos de recolección de datos necesarios: se creó una encuesta con un total de 11 preguntas realizadas exclusivamente de manera online a través de *Google Forms* y un guion de entrevista compuesto por 6 preguntas específicas dirigidas a clientes habituales de "Pequeños Caprichos". Estos instrumentos fueron validados para asegurar su claridad y relevancia.

En la segunda fase, se aplicaron los instrumentos diseñados. El enlace de la encuesta, compartido a través de redes sociales con un enfoque particular en *WhatsApp*, permitió alcanzar un total de 50 encuestas completadas de manera digital. Estas encuestas recogieron datos cuantitativos sobre las percepciones y preferencias de los clientes potenciales. Paralelamente, se realizaron entrevistas en profundidad con 5 clientes frecuentes utilizando el guion desarrollado. Estas entrevistas permitieron obtener información cualitativa detallada sobre las experiencias y opiniones de los clientes habituales, enriqueciendo así los datos recolectados.

En la tercera fase, se analizó y operativizó la información recolectada. Los datos cuantitativos de las encuestas fueron analizados con técnicas estadísticas descriptivas para identificar tendencias en las preferencias de los clientes. Los datos cualitativos de las entrevistas fueron codificados y categorizados para identificar temas recurrentes. Basándose en estos hallazgos, se elaboró un catálogo de tortas y bocaditos personalizados que incluye descripciones detalladas, imágenes de alta calidad y precios transparentes. Finalmente, se realizaron pruebas piloto con productos seleccionados para recibir retroalimentación y ajustar el catálogo, asegurando su aceptación en el mercado.

5.7 Matriz metodológica

Tabla 1

Matriz metodológica

‘ **Tema de investigación**	**Objetivos específicos**	**Sujeto de estudio**	**Método**	**Técnica**	**Instrumento**	**Resultados**
Propuesta de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para micro emprendimiento “Pequeños Caprichos” en Ibarra	Realizar un estudio de mercado para identificar lasituación actual de comercialización de tortas y bocaditos.	Situación actual de comercialización de tortas y bocaditos	Inductivo-Deductivo. Analítico- sintético.	Documental Encuesta Entrevista	Fuentes secundarias Cuestionario Guion de entrevista	Marco teórico
	Desarrollar un catálogo detortas y bocaditospersonalizados para el micro emprendimiento “Pequeños Caprichos” de la ciudad de Ibarra.	Catálogo de tortas y bocaditos personalizados	Analítico-sintético	Documental Encuesta Entrevista	Fuentes secundarias Cuestionario Guion de entrevista	Catálogo de Bocaditos
	Aprobar el catálogo de tortas y bocaditos personalizados mediante una degustación de productos seleccionados a potenciales clientes.	Degustación de tortas y bocaditos	Analítico-sintético	Encuesta	Ficha de evaluación	Validación escrita

6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se exponen los resultados cuali-cuantitativos derivados de la investigación enfocada en la "Propuesta de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el micro emprendimiento 'Pequeños Caprichos' en Ibarra", en el análisis cuantitativo, se considera una muestra conformada por 50 encuestas realizadas a los clientes del micro emprendimiento en la ciudad de Ibarra, para representar estos datos de manera visual, se emplearon gráfica, seguidas de un análisis general de los resultados. Por otro lado, en cuanto a los datos cualitativos, se elaboró una narrativa basada en los testimonios recabados de los 5 entrevistados, estos testimonios fueron analizados en conjunto al final de la sección, proporcionando una visión integral de las percepciones de los clientes.

6.1 Resultados

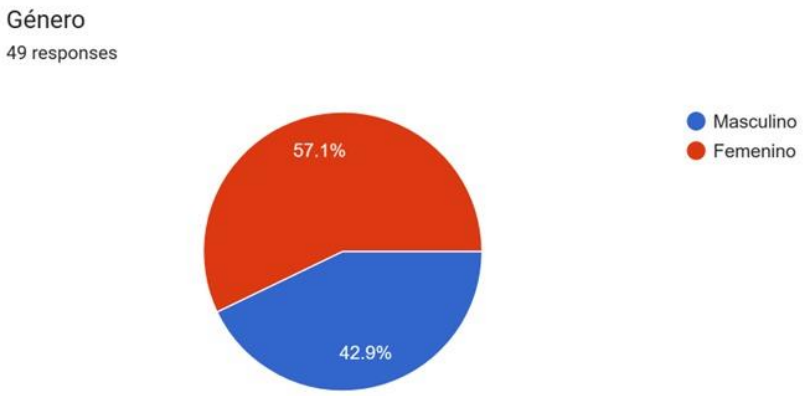
6.1.1 Tabulación de las encuestas

Datos generales

Pregunta 1.- Género

Figura 1

Género

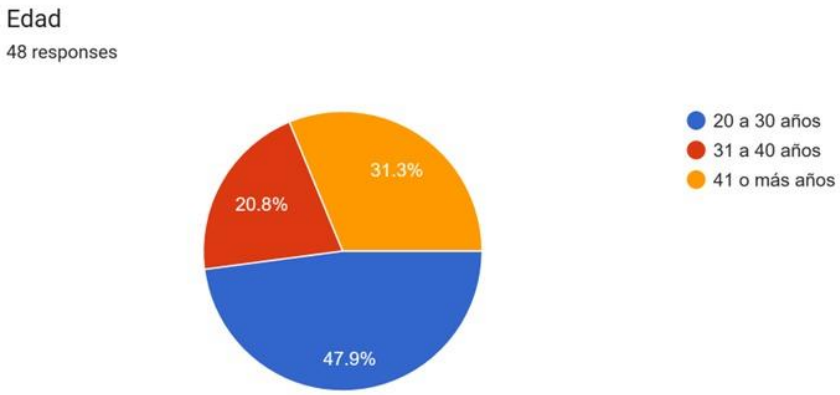


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 2.- Edad

Figura 2

Edad

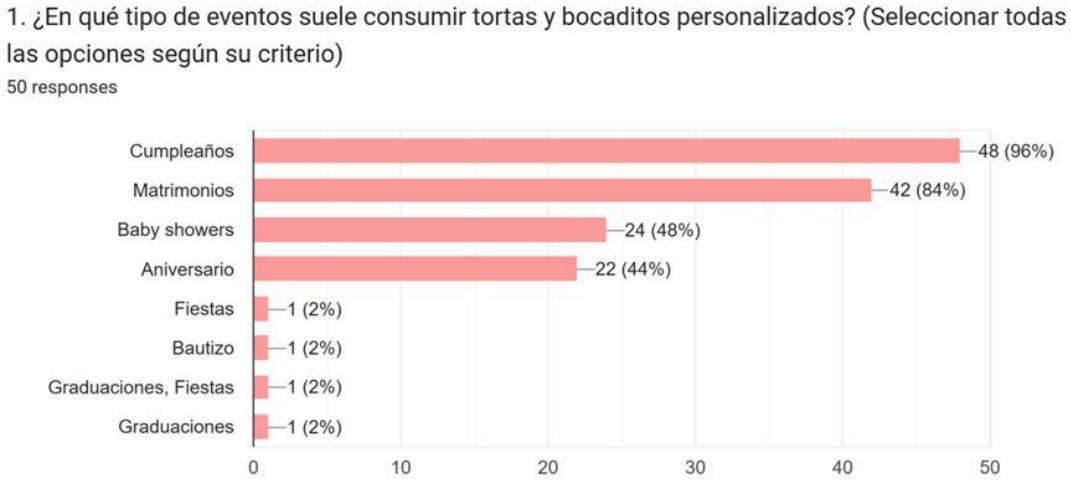


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 3.- ¿En qué tipo de eventos suele consumir tortas y bocaditos personalizados?

Figura 3

Consumo tortas y bocaditos



Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 4.- ¿Considera usted que $1,50 es un precio adecuado por una porción de torta personalizada con buttercream (crema de mantequilla) para un evento especial, por ejemplo, una torta para 20 personas tendría un costo total de $30 ya que (20 x $1,50 = $30)?

Figura 4

Precio porción de torta buttercream

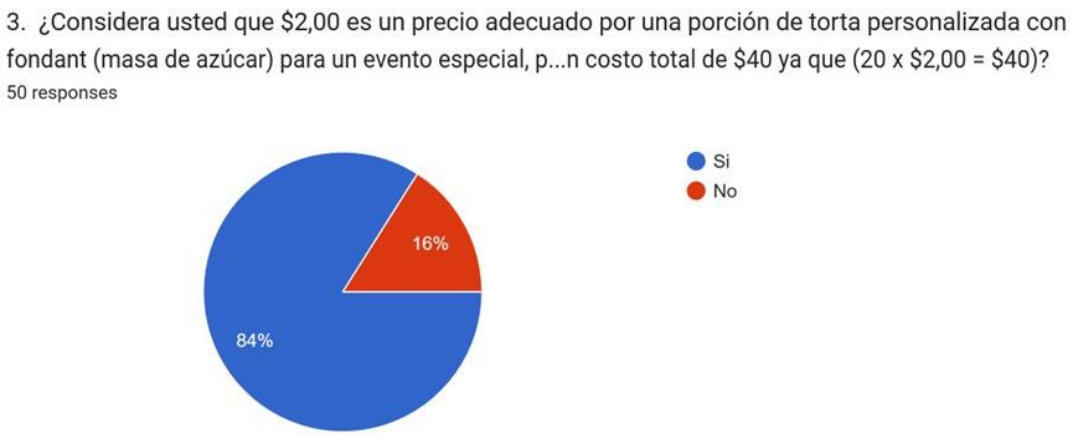


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 5.- ¿Considera usted que $2,00 es un precio adecuado por una porción de torta personalizada con fondant (masa de azúcar) para un evento especial, por ejemplo, una torta para 20 personas tendría un costo total de $40 ya que (20 x $2,00 = $40)?

Figura 5

Precio porción de torta fondant

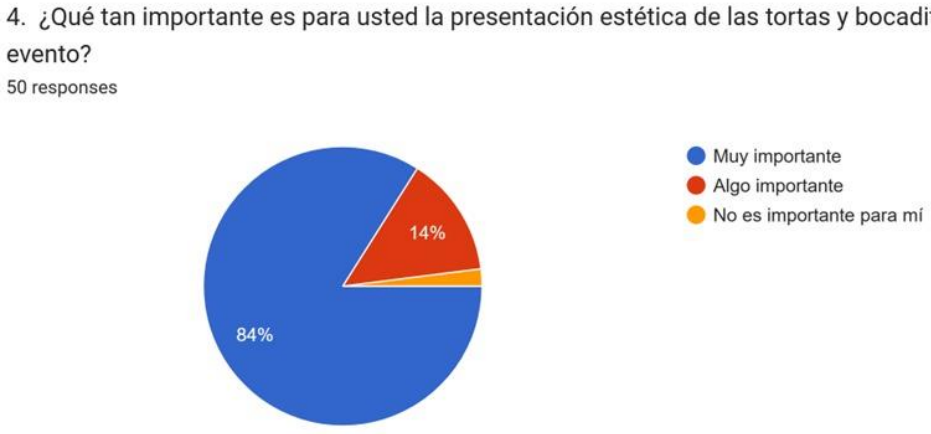


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 6.- ¿Qué tan importante es para usted la presentación estética de las tortas y bocaditos en un evento?

Figura 6

Presentación estética



Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 7.- ¿Prefiere tener una mesa de bocaditos en sus eventos sociales?

Figura 7

Preferencia mesa de bocaditos

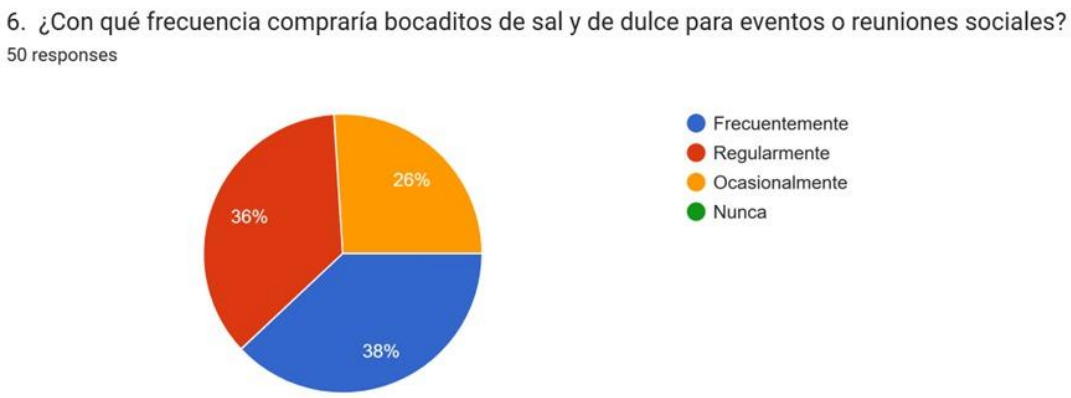


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 8.- ¿Con qué frecuencia compraría bocaditos de sal y de dulce para eventos o reuniones sociales?

Figura 8

Frecuencia de compra

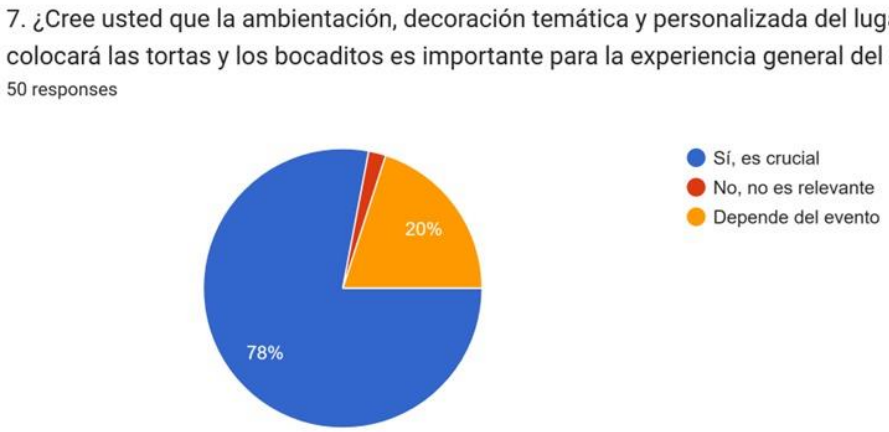


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 9.- ¿Cree usted que la ambientación, decoración temática y personalizada del lugar donde se colocará las tortas y los bocaditos es importante para la experiencia general del evento?

Figura 9

Personalización del lugar

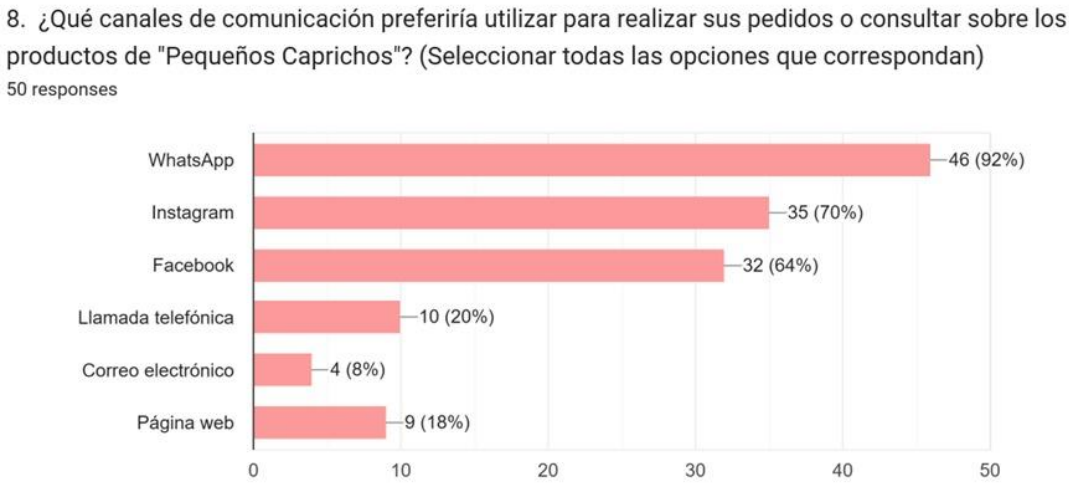


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 10.- ¿Qué canales de comunicación preferiría utilizar para realizar sus pedidos o consultar sobre los productos de "Pequeños Caprichos"? (Seleccionar todas las opciones que correspondan)

Figura 10

Canales de Comunicación

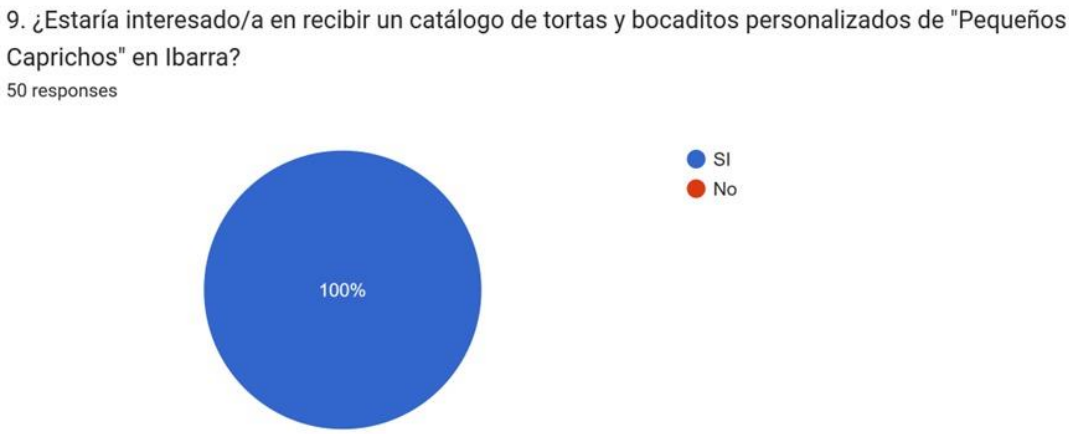


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 11.- ¿Estaría interesado/a en recibir un catálogo de tortas y bocaditos personalizados de "Pequeños Caprichos" en Ibarra?

Figura 11

Interés en la Recepción de Catálogo



Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 12.- Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿preferiría recibir el catálogo en formato físico o digital?

Figura 12

Formato Físico o Digital

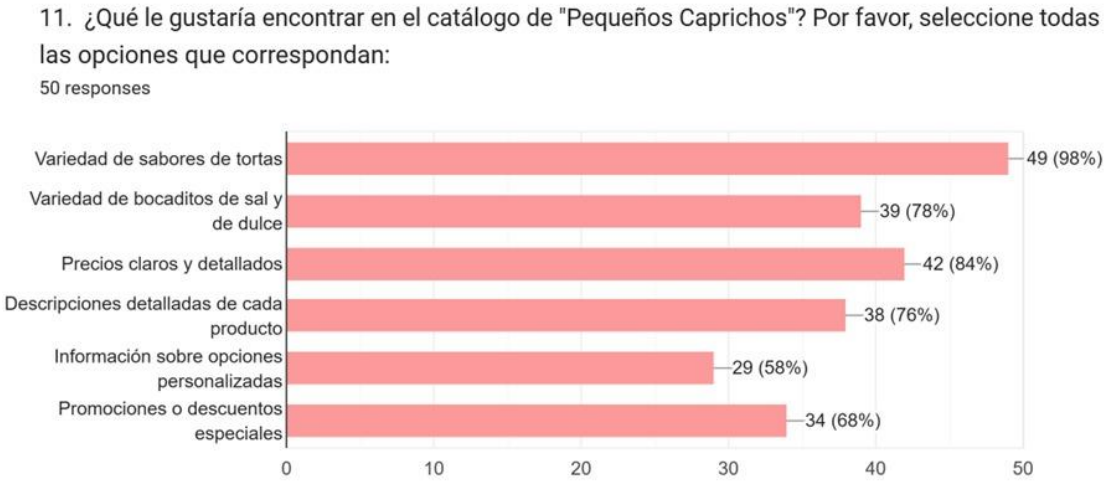


Elaborado por: Autora de investigación

Pregunta 13.- ¿Qué le gustaría encontrar en el catálogo de "Pequeños Caprichos"?

Figura 13

Preferencias en el Catálogo



Elaborado por: Autora de investigación

6.1.1.1 Análisis de resultados de las encuestas

El análisis del género y la edad de los encuestados proporciona información importante sobre el perfil demográfico de la audiencia objetivo, en cuanto al género, el 57.1% de los encuestados fueron mujeres, mientras que el 42.9% fueron hombres, esto sugiere una ligera mayoría de mujeres entre los clientes potenciales de "Pequeños Caprichos", lo que podría influir en las estrategias de marketing y en la oferta de productos y servicios para adaptarse a las preferencias de este segmento de mercado.

El análisis de la edad de los encuestados revela una diversidad significativa en la muestra. El 47.9% de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 20 a 30 años, lo que indica una presencia notable de jóvenes en el grupo de clientes potenciales, esto sugiere una demanda de productos y servicios para eventos más juveniles y modernos, como fiestas de cumpleaños y reuniones informales, además, el 20.8% se sitúa en la franja de edad de 31 a 40 años, lo que destaca la importancia de considerar eventos más diversos en la oferta de productos de "Pequeños Caprichos", por último, el 31.3% de los encuestados tienen 41 años en adelante, lo que indica una presencia significativa de clientes de mediana a mayor edad, la diversidad en la edad sugiere la necesidad de una oferta de productos y servicios que se adapten a una amplia gama de eventos y preferencias.

El análisis de la primera pregunta revela que la mayoría de los encuestados tienen una preferencia por consumir tortas y bocaditos personalizados en eventos específicos, en particular, el 96% de los encuestados seleccionaron al menos una opción, la opción más popular fue "cumpleaños", elegida por el 96% de los encuestados, le siguen en preferencia "matrimonios", seleccionada por el 84% de los encuestados, y "baby showers", con un 48% de los encuestados. "Aniversarios" también fue una opción popular, seleccionada por el 44% de los encuestados, sin embargo, hubo una diversidad en las preferencias, con un pequeño porcentaje 1% de encuestados que mencionaron otros tipos de eventos, como "fiestas", "bautizos" y "graduaciones", esto indica una amplia gama de eventos en los que los clientes potenciales están interesados en consumir productos de "Pequeños Caprichos".

Continuando la segunda pregunta refleja una aceptación abrumadora del precio propuesto por una porción de torta personalizada con buttercream a $1,50, con un 92% de los encuestados que consideran este precio adecuado y solo un 8% que lo rechazan, se evidencia

una marcada conformidad con la tarifa propuesta, esta alta tasa de aceptación sugiere que el precio ofrecido está alineado con las expectativas y percepciones de valor de los clientes potenciales, además, el hecho de que una amplia mayoría esté de acuerdo con este precio puede indicar una percepción generalizada de que el producto ofrecido proporciona un buen equilibrio entre calidad y costo.

En cuanto a la tercera pregunta el 84% de los encuestados considera que $2,00 es un precio adecuado por una porción de torta personalizada con fondant para un evento especial, esta alta tasa de aceptación sugiere una fuerte disposición del mercado a pagar por este producto, aunque el 16% de los encuestados no están de acuerdo con este precio, la mayoría ve el costo como razonable para un producto de calidad en un evento especial. Esto indica una percepción generalizada de valor asociado con el fondant y sugiere que la oferta de "Pequeños Caprichos" tiene una buena aceptación en el mercado.

Mediante la cuarta pregunta se conoció que la mayoría de los encuestados 84% consideran la presentación estética de las tortas y bocaditos como "muy importante", mientras que el 14% la percibe como "algo importante". Solo un pequeño porcentaje 2%no le otorga importancia, esto destaca la relevancia que se le da al aspecto visual de los productos en un evento, resaltando la necesidad de mantener altos estándares de presentación estética en la oferta de "Pequeños Caprichos".

El análisis de la quinta pregunta revela una clara preferencia por tener una mesa de bocaditos en los eventos sociales. El 77.6% de los encuestados indicaron que sí prefieren tener una mesa de bocaditos, ya que consideran que agrega un toque especial a sus eventos. Además, el 22.4% expresó que a veces prefieren esta opción, dependiendo del tamaño y el tema del evento, sorprendentemente, ningún encuestado expresó una preferencia por otros tipos de servicio de alimentos, ni manifestó estar indeciso respecto a la elección de una mesa de bocaditos, este resultado sugiere una alta aceptación y valoración de la inclusión de una mesa de bocaditos en los eventos sociales, lo que respalda la relevancia de este servicio en la oferta de "Pequeños Caprichos".

La sexta pregunta muestra que la mayoría de los encuestados expresaron una intención de comprar bocaditos para eventos sociales, con un 38% indicando que lo harían con frecuencia y un 36% de manera regular, otro 26% señaló que lo haría ocasionalmente.

Sorprendentemente, ningún encuestado dijo que nunca compraría bocaditos, estos resultados reflejan una demanda sólida y continua de bocaditos tanto dulces como salados para una variedad de ocasiones sociales.

Continuando la séptima pregunta indica que la mayoría de los encuestados 78% considera crucial la ambientación y decoración temática del lugar donde se colocarán las tortas y bocaditos para la experiencia general del evento, un 20% opina que su importancia depende del tipo de evento, mientras que solo un 2% no considera relevante este aspecto. Estos resultados resaltan la importancia de una ambientación adecuada y personalizada para mejorar la experiencia del evento y la percepción de calidad de los productos y servicios de "Pequeños Caprichos".

El análisis de la octava pregunta revela las preferencias de los encuestados en cuanto a los canales de comunicación para realizar pedidos o consultar sobre los productos de "Pequeños Caprichos", la opción más popular fue WhatsApp, seleccionada por el 92% de los encuestados, seguida de Instagram, con un 70%, y Facebook, con un 64%, estos resultados sugieren una preferencia clara por las plataformas de mensajería instantánea y redes sociales para interactuar con el negocio, en contraste, las preferencias por los métodos de comunicación tradicionales como las llamadas telefónicas, el correo electrónico y la página web fueron menos populares, siendo seleccionados por el 20%, 8% y 18% de los encuestados respectivamente, esto refleja una tendencia hacia la conveniencia y la inmediatez en la comunicación con el negocio, así como una preferencia por plataformas más informales y accesibles para realizar pedidos y consultas sobre productos.

Mediante la novena pregunta se revela un resultado contundente: el 100% de los encuestados expresaron interés en recibir un catálogo de tortas y bocaditos personalizados de "Pequeños Caprichos" en Ibarra. Este resultado indica una alta receptividad hacia la idea de recibir información detallada sobre los productos ofrecidos por el negocio, la falta de respuesta negativa sugiere que todos los encuestados ven valor en recibir un catálogo, lo que puede ser atribuido a la conveniencia de tener acceso a una variedad de opciones y precios para sus eventos.

Seguido la décima pregunta muestra que la gran mayoría de los encuestados 98% que expresaron interés en recibir un catálogo de tortas y bocaditos personalizados de "Pequeños

Caprichos" prefieren recibirlo en formato digital, a través de medios como correo electrónico, redes sociales o página web, solo un pequeño porcentaje 2% expresó preferencia por recibir el catálogo en formato físico, impreso, este resultado refleja una clara preferencia por la comodidad y la accesibilidad de la información en formato digital, lo que sugiere que los clientes potenciales valoran la conveniencia y la facilidad de acceso a través de medios electrónicos.

El análisis de la última pregunta revela las preferencias de los encuestados sobre qué les gustaría encontrar en el catálogo de "Pequeños Caprichos", la opción más popular, seleccionada por el 98% de los encuestados, fue la variedad de sabores de tortas, lo que indica un fuerte interés en opciones diversas y personalizadas para satisfacer diferentes gustos y preferencias, le sigue en preferencia la variedad de bocaditos salados y dulces, con un 78%, y los precios claros y detallados, con un 84%. Esto sugiere que los clientes potenciales valoran la transparencia y la accesibilidad en cuanto a la información de precios se refiere, además, el 76% expresó interés en descripciones detalladas de cada producto, mientras que el 58% manifestó interés en información sobre opciones personalizadas, por último, el 68% indicó que les gustaría encontrar promociones o descuentos especiales en el catálogo, estos resultados resaltan la importancia de ofrecer una amplia variedad de productos con descripciones claras y detalladas, así como la posibilidad de personalización y ofertas especiales para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes potenciales.

6.1.2 Resultados de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a los clientes que más habían consumido los productos desempeñaron un papel crucial en la investigación, ya que proporcionaron una comprensión profunda y especializada de las preferencias y expectativas del mercado objetivo en Ibarra, a través de estas conversaciones, se obtuvo información valiosa que sirvió como base para proponer mejoras significativas en el catálogo de tortas y bocaditos personalizados de “Pequeños Caprichos”, estas aportaciones permitieron enriquecer la oferta gastronómica y adecuarla mejor a las necesidades y gustos de los consumidores. Los entrevistados se mencionaron en la figura siguiente.

6.1.2.1 Datos de los entrevistados

Tabla 2

Datos de los entrevistados

Código	Fecha de entrevista	Nombre del entrevistado	Edad	Ocupación
E1	28.04.2024	 Gabriela García	38	Administradora Hostería “Quinta San Miguel”
E2	27.04.2024	 Jossue Erazo	24	Abogado
E3	04.05.2024	 Katherine Gavilima	22	Estudiante

E4	04.05.2024	 Juan Francisco Orellana	44	Odontólogo
E5	06.05.2024	 Nancy Vilatuña	48	Comerciante

---

6.1.2.2 Guion de la entrevista

- ¿Qué le llevó a elegir productos de repostería personalizados para su evento en lugar de opciones más tradicionales?
- ¿Qué le atrajo de la propuesta de "Pequeños Caprichos" en comparación con otros proveedores de tortas y bocaditos personalizados en Ibarra?
- ¿Cómo evaluaría la calidad de los productos ofrecidos por "Pequeños Caprichos" en términos de sabor, presentación y frescura?
- ¿Qué información específica le gustaría que incluyera el catálogo de "Pequeños Caprichos" para facilitar su selección de productos?
- ¿Qué aspectos le parecen más importantes en la presentación estética del catálogo de "Pequeños Caprichos"?

- ¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional sobre cómo mejorar el catálogo para que se ajuste mejor a sus necesidades y preferencias?

6.1.2.3 Transcripción entrevistas

- **E1. La Ing. Gabriela García**

¿Qué le llevó a elegir productos de repostería personalizados para su evento en lugar de opciones más tradicionales?

Opté por la repostería personalizada para mi evento debido a que quería una mesa de bocaditos que reflejara estilo y estuviera en sintonía con la temática del evento. La personalización de los productos me permitió crear una atmósfera única y coherente con el resto de la decoración.

¿Qué le atrajo de la propuesta de "Pequeños Caprichos" en comparación con otros proveedores de tortas y bocaditos personalizados en Ibarra?

La propuesta de "Pequeños Caprichos" me llamó la atención principalmente por la combinación de calidad, precio y presentación. En comparación con otros proveedores en Ibarra, encontré que ofrecían una excelente relación calidad-precio, además de una presentación impecable que realmente destacaba.

¿Cómo evaluaría la calidad de los productos ofrecidos por "Pequeños Caprichos" en términos de sabor, presentación y frescura?

La calidad de los productos de "Pequeños Caprichos" es sobresaliente en todos los aspectos. El sabor es delicioso y se nota la frescura de los ingredientes utilizados. Además, la presentación de los productos es cuidadosamente elaborada, lo que realza la experiencia visual y gustativa.

¿Qué información específica le gustaría que incluyera el catálogo de "Pequeños Caprichos" para facilitar su selección de productos?

Para facilitar mi selección de productos, me gustaría que el catálogo de "Pequeños Caprichos" incluyera fotografías detalladas de cada producto, información sobre la cantidad mínima requerida para ordenar, precios claros y la modalidad de compra disponible.

¿Qué aspectos le parecen más importantes en la presentación estética del catálogo de "Pequeños Caprichos"?

En cuanto a la presentación estética del catálogo, considero fundamental que sea visualmente atractiva. Esto implica contar con fotografías que muestren los productos de manera llamativa y apetitosa. Además, la inclusión de videos podría brindar una experiencia aún más inmersiva al cliente.

¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional sobre cómo mejorar el catálogo para que se ajuste mejor a sus necesidades y preferencias?

Para mejorar el catálogo y satisfacer mejor mis necesidades y preferencias, sugiero que se incluya una variedad amplia de productos para elegir. Asimismo, sería beneficioso contar con una sección dedicada a promociones o paquetes especiales, así como información clara sobre los precios y opciones de personalización disponibles. En resumen, una presentación visualmente atractiva, combinada con una amplia gama de productos y precios competitivos, sería ideal para cubrir mis expectativas.

- **E2. El Abg. Jossue Erazo**

¿Qué le llevó a elegir productos de repostería personalizados para su evento en lugar de opciones más tradicionales?

La diversidad, los productos, postres entre otros de repostería tradicionales muy comúnmente utilizados en cualquier tipo de evento, mi interés de elegir algo más personalizado nació por la necesidad de tener bocaditos más específicos de apego a la temática del evento a celebrar.

¿Qué le atrajo de la propuesta de "Pequeños Caprichos" en comparación con otros proveedores de tortas y bocaditos personalizados en Ibarra?

La manera en que hace y personaliza cada bocadito y torta, el detalle y profesionalismo que plasma en la elaboración de cada bocadito y torta, asimismo, la variedad de combinaciones que dan y ofrecen un sabor excelente.

¿Cómo evaluaría la calidad de los productos ofrecidos por "Pequeños Caprichos" en términos de sabor, presentación y frescura?

Diría que estaría en un nivel muy bueno convirtiéndose en excelente, la presentación impacta y deslumbra a cada persona, por otra parte, el sabor y frescura dan como resultado una experiencia extraordinaria.

¿Qué información específica le gustaría que incluyera el catálogo de "Pequeños Caprichos" para facilitar su selección de productos?

En realidad, no tengo una información específica que necesite

¿Qué aspectos le parecen más importantes en la presentación estética del catálogo de "Pequeños Caprichos"?

La especificación de los productos y sabores que se utilizan, la información detallada y variada de cada postre, bocadito o torta.

¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional sobre cómo mejorar el catálogo para que se ajuste mejor a sus necesidades y preferencias?

Mi único comentario sería, seguir plasmando e impregnando su esencia en cada bocadito, postre o torta que elabore, así como también, seguir con el mismo profesionalismo que ha tenido durándote todo este tiempo, solo así, se alcanzará el éxito.

- **E3. La Srt. Katherine Gavilima**

¿Qué le llevó a elegir productos de repostería personalizados para su evento en lugar de opciones más tradicionales?

Elegí productos de repostería personalizados por su atractivo visual, estética única y calidad superior, asegurando una experiencia más chévere para mis invitados.

¿Qué le atrajo de la propuesta de "Pequeños Caprichos" en comparación con otros proveedores de tortas y bocaditos personalizados en Ibarra?

Me atrajo por su diversidad de opciones frescas y juveniles para todo tipo de eventos, ideal para mi estilo y preferencias.

¿Cómo evaluaría la calidad de los productos ofrecidos por "Pequeños Caprichos" en términos de sabor, presentación y frescura?

La calidad de "Pequeños Caprichos" es excelente, ya que he probado personalmente su variedad de productos como pasteles, cupcakes y galletas, lo que me permitió apreciar su frescura, sabor y presentación

¿Qué información específica le gustaría que incluyera el catálogo de "Pequeños Caprichos" para facilitar su selección de productos?

Me gustaría que el catálogo incluyera información detallada sobre los precios y los contenidos específicos de cada producto para facilitar la comunicación.

¿Qué aspectos le parecen más importantes en la presentación estética del catálogo de "Pequeños Caprichos"?

Me gustaría que el catálogo incluyera precios detallados y una descripción clara de cada producto, facilitando así mi elección y garantizando una experiencia de compra más informada.

¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional sobre cómo mejorar el catálogo para que se ajuste mejor a sus necesidades y preferencias?

No tengo ninguna sugerencia.

- **E4. El Odont. Juan Francisco Orellana**

¿Qué le llevó a elegir productos de repostería personalizados para su evento en lugar de opciones más tradicionales?

Opté por productos de repostería personalizados en lugar de opciones tradicionales debido a los gustos del homenajeado, quien expresó su preferencia por experiencias personalizadas que reflejen su personalidad y estilo.

¿Qué le atrajo de la propuesta de "Pequeños Caprichos" en comparación con otros proveedores de tortas y bocaditos personalizados en Ibarra?

Lo que me atrajo de "Pequeños Caprichos" en comparación con otros lugares fue la combinación de precios competitivos y calidad muy buena que ofrecen, lo que garantiza una excelente relación costo-beneficio y una experiencia satisfactoria para mis eventos.

¿Cómo evaluaría la calidad de los productos ofrecidos por "Pequeños Caprichos" en términos de sabor, presentación y frescura?

La calidad de los productos se destaca por su frescura y el empleo de ingredientes naturales, lo que asegura un sabor auténtico. Además, su presentación impecable refleja el cuidado y la atención al detalle en cada creación.

¿Qué información específica le gustaría que incluyera el catálogo de "Pequeños Caprichos" para facilitar su selección de productos?

Para tomar decisiones más informadas, sería útil que el catálogo de "Pequeños Caprichos" especifique el tamaño de cada producto, permitiendo una mejor planificación y adaptación a las necesidades de los clientes para diferentes eventos.

¿Qué aspectos le parecen más importantes en la presentación estética del catálogo de "Pequeños Caprichos"?

Me gustaría que el catálogo de "Pequeños Caprichos" presentara colores vibrantes para resaltar los productos y crear una impresión visual atractiva.

¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional sobre cómo mejorar el catálogo para que se ajuste mejor a sus necesidades y preferencias?

Sería beneficioso incluir anuncios cortos y de fácil lectura en el catálogo, ya que esto facilitaría la búsqueda de productos y proporcionaría información de manera rápida y efectiva.

- **E5. La Sra. Nancy Vilatuña**

¿Qué le llevó a elegir productos de repostería personalizados para su evento en lugar de opciones más tradicionales?

Me gusta elegir productos de repostería personalizados realza la belleza del evento con detalles bonitos y además añade elegancia y sofisticación a la ocasión.

¿Qué le atrajo de la propuesta de "Pequeños Caprichos" en comparación con otros proveedores de tortas y bocaditos personalizados en Ibarra?

Me atrajo por qué me dan confianza además por qué ocupa productos de buena calidad y eso se ha notado en el trabajo que realiza.

¿Cómo evaluaría la calidad de los productos ofrecidos por "Pequeños Caprichos" en términos de sabor, presentación y frescura?

Muy bueno la verdad porque Los productos se destacan por su buen sabor y presentación.

¿Qué información específica le gustaría que incluyera el catálogo de "Pequeños Caprichos" para facilitar su selección de productos?

A mí me gustaría que en el catálogo se incluya los precios y sean claros y también que se pueda leer y entender con facilidad.

¿Qué aspectos le parecen más importantes en la presentación estética del catálogo de "Pequeños Caprichos"?

Siento que sería importante que el cátalo sea llamativo y con colores muy vivos.

¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional sobre cómo mejorar el catálogo para que se ajuste mejor a sus necesidades y preferencias?

No tengo ninguna sugerencia al respecto.

6.1.2.4 Análisis general de las entrevistas.

En respuesta a la elección de productos de repostería personalizados para sus eventos, e1 expresó su interés en una mesa de bocaditos que reflejara estilo y estuviera en armonía con la temática del evento, mostrando una preocupación por la coherencia estética. E2, por otro lado, destacó su preferencia por bocaditos específicos que se ajustaran al tema de la celebración, revelando una atención particular a la personalización, en contraste, E3 mencionó la búsqueda de productos personalizados por su atractivo visual y calidad superior, mientras que E4 optó por experiencias personalizadas que reflejaran la personalidad y estilo del homenajeado, señalando una preocupación por la individualización de la experiencia, por último, E5 valoró la oportunidad de realzar la belleza del evento con detalles personalizados y sofisticados, indicando una búsqueda de distinción y elegancia.

Con respecto a la atracción hacia la propuesta de "Pequeños Caprichos", cada entrevistado mencionó aspectos específicos que los llevaron a preferir este proveedor sobre otros, todos ellos, E1, E2, E3, E4, E5, destacaron la combinación de calidad, precio y presentación como un factor decisivo, evidenciando una búsqueda de excelencia y atención al detalle, además, algunos entrevistados resaltaron el detalle y profesionalismo en la elaboración de cada producto, mientras que otros mencionaron la confianza en la calidad de los productos ofrecidos por este proveedor en particular, lo que sugiere una preocupación por la fiabilidad y la variedad en la oferta.

En lo que respecta a la evaluación de la calidad de los productos, todos los entrevistados, E1, E2, E3, E4, E5, elogiaron la excelencia en aspectos como el sabor, la presentación y la frescura de los productos de "Pequeños Caprichos", lo cual indicó una experiencia satisfactoria y gratificante para los clientes.

Con respecto a la información específica deseada en el catálogo, las sugerencias variaron desde la inclusión de precios claros y fáciles de entender hasta la especificación detallada de los productos y sabores disponibles, todos, E1, E2, E3, E4, E5, consideraron importante la claridad y accesibilidad de la información para facilitar la selección de productos, lo cual reflejó una necesidad de transparencia y facilidad en el proceso de compra.

En cuanto a la presentación estética del catálogo, algunos entrevistados, E1, E2, E4, E4, E5**,** resaltaron la importancia de que fuera visualmente atractivo, con colores vibrantes y una presentación que destacara los productos de manera llamativa. Esto contribuiría a una experiencia de compra más placentera y atractiva para los clientes, lo cual sugirió una búsqueda de estímulos visuales atractivos y estimulantes.

Finalmente, en cuanto a sugerencias adicionales para mejorar el catálogo, se destacaron la inclusión de una amplia variedad de productos, la claridad en los precios y la información sobre promociones especiales. Todos, E1, E2, E3, E4, E5**,** consideraron que estas mejoras ayudarían a satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes de manera más efectiva, evidenciando una preocupación por la oferta variada y la accesibilidad en el proceso de compra.

6.2 Discusión

La motivación principal para escoger este tema radica en el deseo de brindar un mejor servicio a los clientes de "Pequeños Caprichos", mejorando la comunicación e impulsando el posicionamiento de la marca en el mercado. La estudiante de gastronomía que fundó el micro emprendimiento en 2023 ha observado que la falta de información detallada en los catálogos de productos genera insatisfacción e incertidumbre entre los clientes. Este problema se ha convertido en un obstáculo significativo para la fidelización de los consumidores y el crecimiento de la marca es por eso que eligió este tema de investigación.

La problemática de investigación se centra en la necesidad de abordar la insatisfacción de los clientes potenciales debido a la falta de claridad en la presentación de los productos y precios en los catálogos. La justificación del estudio se basa en la importancia de desarrollar un catálogo detallado y visualmente atractivo que facilite la toma de decisiones informadas

por parte de los consumidores. Los objetivos principales incluyen realizar un estudio de mercado para entender las expectativas de los clientes, desarrollar un catálogo completo de tortas y bocaditos personalizados, y evaluar su efectividad a través de degustaciones con clientes potenciales. Este enfoque busca no solo mejorar la satisfacción del cliente, sino también fortalecer la presencia de "Pequeños Caprichos" en el mercado local.

La preferencia por productos de repostería personalizados muestra una fuerte demanda para eventos especiales. Dentro del contexto gastronómico, los postres tienen un lugar privilegiado, consumiéndose en diversas ocasiones (López, 2023, párr. 2). El análisis de encuestas muestra que el 96% de los encuestados prefieren tortas y bocaditos personalizados para eventos como cumpleaños (96%), matrimonios (84%), y baby showers (48%). En entrevistas, E1 y E2 destacaron la importancia de la coherencia estética y personalización temática, respectivamente. E3 y E4 valoraron el atractivo visual y la individualización de los productos, mientras que E5 enfatizó la búsqueda de distinción y elegancia en los detalles personalizados.

La repostería ha experimentado una notable evolución, convirtiéndose en una disciplina que combina arte y ciencia, con chefs que emplean técnicas avanzadas para crear postres innovadores. La repostería moderna va más allá de simples mezclas de ingredientes, transformándose en una práctica sofisticada que desafía la imaginación (María, 2023, párr. 1). La sexta pregunta revela que el 38% de los encuestados comprarían bocaditos con frecuencia y el 36% de manera regular, reflejando una demanda sólida y continua para eventos sociales. En las entrevistas, E1 destacó la importancia de la coherencia estética, mientras que E2 enfatizó la personalización temática. E3 valoró la calidad y el atractivo visual de los productos, E4 resaltó la individualización de la experiencia, y E5 buscó distinción y elegancia en los detalles personalizados. Estos resultados subrayan la necesidad de ofrecer productos de alta calidad y personalizados para satisfacer las diversas preferencias de los clientes.

En el contexto de la importancia de los catálogos en la oferta de productos, se define el catálogo como un documento que organiza todos los productos o servicios de una empresa para que sean visitados por los usuarios (Aguilar, 2019, párr. 6). La novena pregunta revela que el 100% de los encuestados expresaron interés en recibir un catálogo de tortas y bocaditos personalizados de "Pequeños Caprichos" en Ibarra. Este resultado sugiere una alta

receptividad hacia la idea de contar con información detallada sobre los productos, ya que la falta de respuestas negativas indica que todos ven valor en ello. Las entrevistas revelan que los encuestados, E1 a E5, consideran fundamental la inclusión de precios claros y la especificación de productos y sabores. Esta necesidad de transparencia y accesibilidad es crucial para facilitar el proceso de selección y compra, reflejando la importancia de un catálogo bien diseñado para mejorar la experiencia del cliente.

La investigación presenta varias limitaciones que impactan la solidez de los resultados. En primer lugar, hubo dificultades significativas para localizar a la mayoría de los encuestados y entrevistados, lo que limitó la representatividad de la muestra y podría influir en la generalización de los hallazgos. Esta situación afectó la diversidad de opiniones recopiladas, lo que es crucial para comprender completamente las preferencias del consumidor. Además, se identificó una falta de información confiable sobre temas específicos relacionados con los productos y tendencias del mercado. Esta escasez de datos impidió un análisis más profundo y exhaustivo de ciertas cuestiones. A pesar de estas limitaciones, los hallazgos obtenidos aún ofrecen información valiosa sobre las preferencias del mercado, aunque es importante abordarlos con cautela en futuras investigaciones para fortalecer la base de datos y la comprensión del tema.

Para futuras investigaciones, se proponen varias líneas que podrían complementar los hallazgos actuales. Una opción es analizar las tendencias en el consumo de productos de repostería personalizados, observando cómo las preferencias varían según factores demográficos como la edad y el nivel socioeconómico. También sería útil investigar el impacto de las plataformas digitales en la promoción y venta de tortas y bocaditos, dado el aumento del uso de redes sociales y comercio electrónico en el sector gastronómico. Otra línea podría enfocarse en la percepción del valor y la calidad de los productos, examinando cómo estos aspectos afectan la decisión de compra. Por último, un estudio comparativo entre diferentes micro emprendimientos podría ayudar a identificar prácticas exitosas en la personalización y comercialización de productos de repostería. Estas áreas de estudio enriquecerían el entendimiento del mercado y ofrecerían estrategias prácticas para mejorar la competitividad de "Pequeños Caprichos".

6.3 Propuesta

Este estudio propone la creación de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el micro emprendimiento “Pequeños Caprichos” en Ibarra, el enfoque inicial consistirá en diseñar un catálogo visualmente atractivo que refleje la diversidad y calidad de los productos ofrecidos por la empresa, se prestará especial atención a la presentación de los productos, utilizando fotografías de alta calidad y descripciones detalladas para resaltar sus características únicas, posteriormente, se llevará a cabo una fase de validación del catálogo mediante una degustación con clientes seleccionados, con el objetivo de recoger retroalimentación sobre la presentación, sabor y calidad de los productos, esta retroalimentación será fundamental para realizar ajustes necesarios en el catálogo y garantizar que la oferta de productos de “Pequeños Caprichos” satisfaga las expectativas del mercado.

Una vez validado y ajustado el catálogo, se procederá a su implementación en la estrategia de marketing y ventas de “Pequeños Caprichos”, el catálogo se utilizará como una herramienta clave para promocionar y vender los productos personalizados de la empresa, la implementación efectiva del catálogo no solo mejorará la presentación y comercialización de los productos de “Pequeños Caprichos”, sino que también contribuirá al crecimiento y posicionamiento de la empresa como un referente en el sector de la pastelería personalizada en Ibarra, en resumen, este estudio ofrece una oportunidad única para mejorar la oferta de productos de “Pequeños Caprichos” y aumentar la satisfacción del cliente a través de un catálogo atractivo y bien elaborado.

Nota. Las fotografías que se presentan a continuación son del autor, tomadas durante el desarrollo experimental. Por esta razón, no se incluyen citas.

6.3.1 Diseño del Catálogo

El diseño del catálogo se llevó a cabo mediante la recopilación de respuestas de los clientes a través de encuestas, donde se identificaron sus preferencias y necesidades, utilizando la

plataforma Canva, se desarrolló un catálogo visualmente atractivo y fácil de entender, que reflejaba la variedad y calidad de los productos ofrecidos por Pequeños Caprichos.

Figura 14

Diseño del Catálogo I

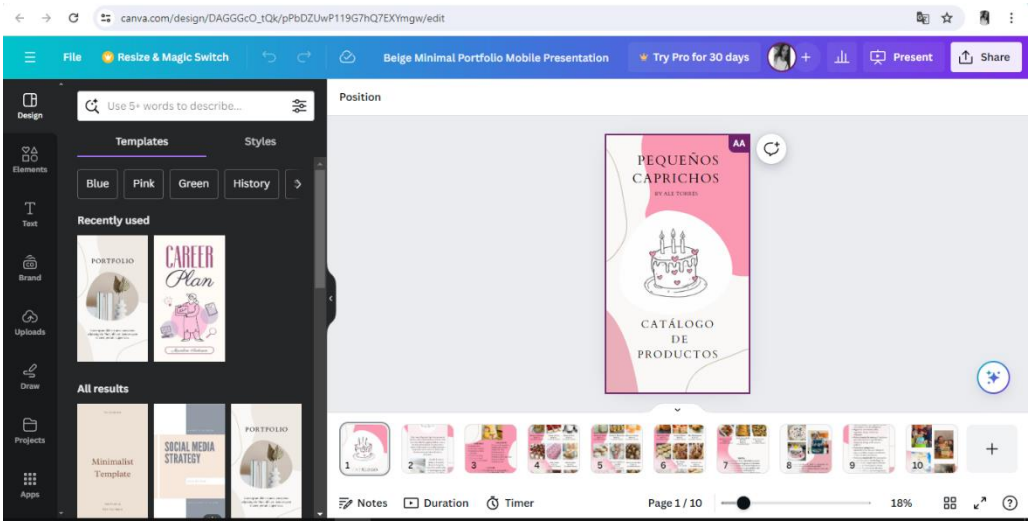


Figura 15

Diseño del Catálogo II

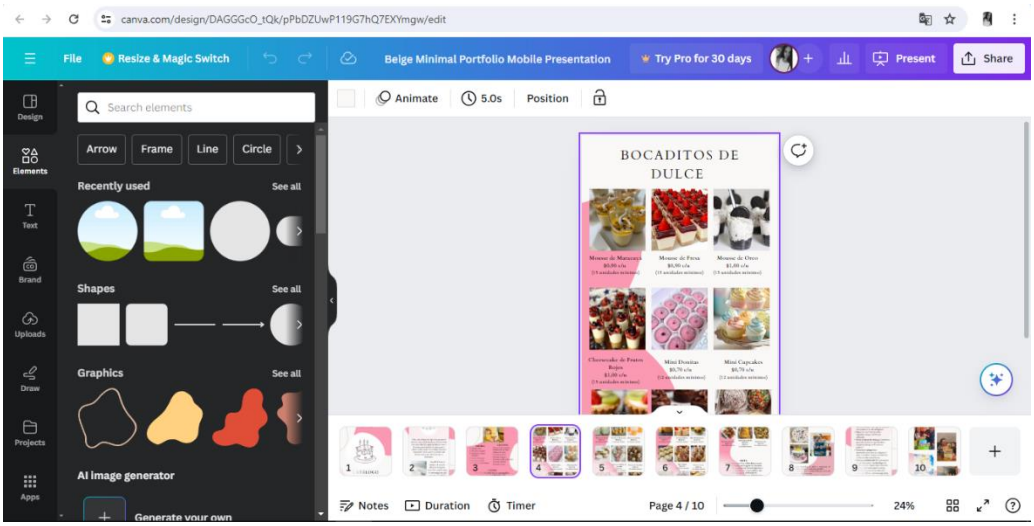
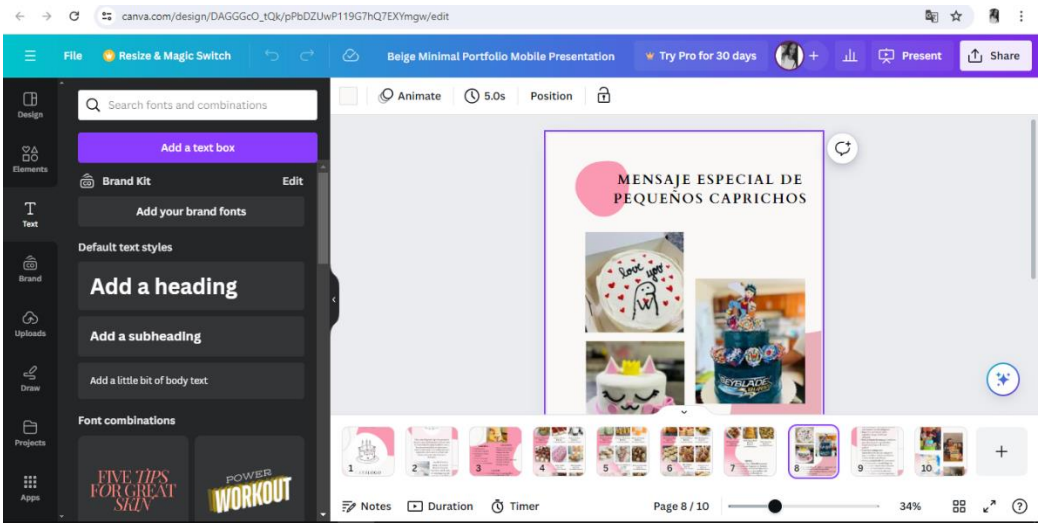


Figura 16

Diseño del Catálogo III



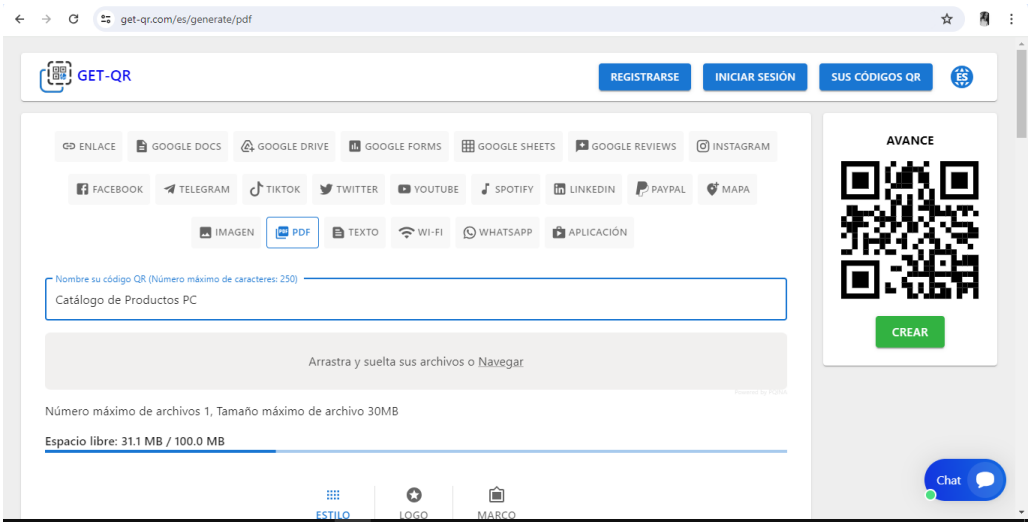
6.3.2 Diseño Código QR

Para optimizar la accesibilidad y la experiencia del cliente, se desarrolló un código QR utilizando la aplicación GET-QR, lo que permitió una conexión directa entre los clientes y el catálogo de productos personalizados de Pequeños Caprichos, este enfoque innovador garantizó que los clientes pudieran acceder fácilmente al catálogo digital desde sus dispositivos móviles con solo escanear el código QR.

Además, el catálogo se transformó en un formato PDF, lo que facilitó su visualización y descarga para aquellos que prefieren una versión digital, esta estrategia reflejó el compromiso de Pequeños Caprichos con la comodidad y la satisfacción del cliente al ofrecer una solución moderna y eficiente para explorar su gama de productos personalizados.

Figura 17

Diseño Código QR



Una vez completado, el código QR se integró en una plantilla diseñada en Canva, una plataforma intuitiva y versátil para la creación de materiales visuales, en esta plantilla, se incluyó un mensaje claro que invitaba a los clientes a escanear el código para acceder fácilmente al catálogo completo de productos de Pequeños Caprichos, junto con sus precios correspondientes, la estrategia de diseño aseguró que la información estuviera claramente disponible y que los clientes pudieran explorar la variedad de productos de manera conveniente y sin esfuerzo.

Figura 18

Código QR

6.3.3 Creación Enlace PDF

Para garantizar una accesibilidad aún mayor, se generó un archivo PDF del catálogo, este formato digital permite a los clientes visualizar el catálogo desde cualquier dispositivo, sin

necesidad de conexión a internet, el PDF incluye una presentación detallada de los productos y sus precios, asegurando que la información esté siempre al alcance, de manera clara y organizada, esta decisión responde a las necesidades expresadas por los clientes durante las encuestas y entrevistas, proporcionando una herramienta útil y fácil de usar.

Figura 19

PDF Catálogo Pequeños Caprichos



6.4 Degustación

Se llevó a cabo una sesión de degustación en la que se seleccionaron varios productos destacados del catálogo, para este evento, se invitó a un grupo de clientes potenciales, quienes fueron cuidadosamente elegidos para participar, durante la degustación, estos clientes tuvieron la oportunidad de probar los productos y proporcionar sus opiniones y sugerencias, lo que permitió obtener una valiosa retroalimentación para mejorar y ajustar la oferta de "Pequeños Caprichos".

6.4.1 Invitación a la Degustación

Se diseñó una invitación en Canva para invitar a los clientes a participar en la degustación. Esta invitación fue enviada a través de WhatsApp, asegurando una comunicación rápida y directa con los invitados, de esta manera, se garantizó una amplia participación y se facilitó el proceso de confirmación de asistencia.

Figura 20

Invitación a la Degustación



6.4.2 Productos Preparados para la Degustación

6.4.2.1 Torta/Pastel

Para la degustación, se seleccionó cuidadosamente una torta de vainilla mojada con tres leches, la cual se rellenó con dulce de leche para proporcionar una experiencia gustativa rica y satisfactoria, la torta fue cubierta con una buttercream de chocolate blanco, aportando un contraste de sabor suave y cremoso, además, se decoró con flores naturales, añadiendo un toque de elegancia y sofisticación, esta combinación no solo buscó resaltar la calidad y creatividad del micro emprendimiento "Pequeños Caprichos", sino también ofrecer una

presentación visualmente atractiva que reflejara la dedicación y el esmero en cada detalle del producto.

Figura 21

Elaboración de torta



Figura 22

Torta



6.4.2.2 Bocaditos de Dulce

Se prepararon cuatro exquisitos bocaditos dulces cuidadosamente seleccionados para deleitar a los participantes, los cuales incluyeron un refrescante mousse de limón, un delicioso cheesecake de frutos rojos, unas tentadoras mini donitas y unos sofisticados canapés de frutas, cada bocado fue diseñado para ofrecer una experiencia única, combinando sabores frescos, texturas suaves y presentaciones elegantes.

Se produjeron 20 unidades de cada bocadito, garantizando así que cada asistente pudiera disfrutar de una variedad completa y satisfactoria durante la degustación, el objetivo fue no solo resaltar la calidad de los productos de "Pequeños Caprichos", sino también brindar a los asistentes un festín culinario que despertara sus sentidos y los dejara con ganas de más.

Figura 23

Mini Donitas



Figura 24

Tartaletas de Frutas



Figura 25

Mousse de Limón



Figura 26

Cheesecake de Frutos Rojos



6.4.2.3 Bocaditos de Sal.

Para complementar y equilibrar la degustación, se prepararon también cuatro tipos de bocaditos salados, seleccionados con el objetivo de ofrecer una experiencia gustativa variada y placentera, estos bocaditos salados incluían mini hamburguesas, brochetas de pollo, mini sándwiches y mini empanaditas de queso, se elaboraron 20 unidades de cada variedad, garantizando que todos los asistentes pudieran disfrutar de una muestra representativa, los bocaditos salados fueron elegidos no solo por su popularidad, sino también por su capacidad para contrastar los sabores dulces de la degustación, proporcionando un equilibrio perfecto de sabores.

La incorporación de estos bocaditos salados permitió a los clientes experimentar una gama completa de sabores, desde la jugosidad de las mini hamburguesas hasta la frescura de los mini sándwiches, así, la degustación no solo destacó la diversidad y calidad de los productos ofrecidos por "Pequeños Caprichos", sino que también deleitó a los paladares con una armonía de sabores seleccionados.

Figura 27

Mini Sanduchitos



Figura 28

Mini Empanaditas de Queso



Figura 29

Mini Hamburguesas



Figura 30

Brochetas de Pollo



6.4.3 Montaje de Mesa de Bocaditos

El montaje de la mesa de bocaditos se realizó con meticulosa delicadeza, buscando crear una presentación visualmente atractiva y apetecible, los bocaditos, tanto dulces como salados, fueron cuidadosamente emplazados en bandejas elegantes y platos decorativos, seleccionados para resaltar la belleza y el apetito de cada creación.

Se eligieron colores vibrantes y armónicos como el tomate, el rosado, el amarillo, el blanco y el dorado, para añadir un toque de elegancia y sofisticación, estos colores no solo

complementaron la estética general, sino que también realzaron la frescura y la calidad de los alimentos presentados, la disposición estratégica de los bocaditos permitió una fácil accesibilidad para los clientes, invitándolos a disfrutar de cada uno con una presentación que reflejaba la atención al detalle y el compromiso con la excelencia de "Pequeños Caprichos".

Figura 31

Montaje de Mesa I



Figura 32

Montaje de Mesa II



Además, se añadieron varios flyers estratégicamente colocados alrededor de la mesa. Estos flyers incluían un código QR que los clientes podían escanear fácilmente con sus teléfonos

móviles para acceder al catálogo digital de productos y precios, adicionalmente, varios flyers mostraban el logo de "Pequeños Caprichos", reforzando la identidad de la marca y asegurando que los asistentes pudieran identificar rápidamente la procedencia de los deliciosos bocaditos.

Esta estrategia no solo facilitó la interacción con los clientes, sino que también promovió una experiencia de degustación moderna y conveniente.

Figura 33

Flyers



Figura 34

Flyers con Código QR



6.4.3.1 Resultado Mesa de Bocaditos

Como resultado, la mesa de bocaditos se convirtió en un centro de atención destacado durante el evento, la disposición fue realizada con esmero, asegurando que cada elemento contribuyera a una estética cohesiva y atractiva, los bocaditos, tanto dulces como salados, se presentaron de manera ordenada y apetecible, lo que no solo resaltó su frescura, sino también la atención al detalle en la preparación.

Además, los flyers con el código QR y el logo de "Pequeños Caprichos" se integraron estratégicamente en la decoración, facilitando el acceso al catálogo digital y reforzando la presencia de la marca, en conjunto, estos elementos lograron crear una mesa no solo atractiva visualmente, sino también tentadora y sofisticada, invitando a los asistentes a disfrutar de una experiencia gastronómica completa.

Figura 35

Mesa de Degustación



6.4.4 Presentación y Degustación de los Productos

Durante el evento, se ofreció una presentación detallada del desarrollo de la degustación, explicando cada uno de los bocaditos, tanto dulces como salados, se describieron los procedimientos de elaboración y se especificaron los ingredientes empleados, resaltando la calidad y el esmero dedicados a cada producto, cabe recalcar que cada degustador invitado asistió acompañado de familiares cercanos, lo que enriqueció aún más la experiencia colectiva.

Se agradeció a los asistentes por su tiempo y participación, subrayando la importancia de sus opiniones en la validación del catálogo, posteriormente, se invitó a los presentes a degustar los productos exhibidos en la mesa de bocaditos, permitiéndoles experimentar de primera mano la creatividad y el cuidado que caracterizan a "Pequeños Caprichos".

Figura 36

Presentación



Figura 37

Degustación



6.4.4.1 Ficha de Evaluación

Se desarrolló una ficha de evaluación integral para recopilar la opinión de los clientes tanto sobre los bocaditos presentados como sobre el catálogo elaborado, la misma ficha permitió analizar detalladamente, según el criterio de los evaluadores, aspectos como el gusto, la presentación visual y el aroma de los productos, así como la claridad, la accesibilidad y la atractividad del catálogo, esta metodología facilitó la obtención de valiosos comentarios y sugerencias de los participantes, proporcionando una base sólida para mejorar y ajustar tanto los productos como el catálogo a las preferencias y expectativas de los consumidores.

Figura 38

Ficha de Evaluación

FICHA DE EVALUACIÓN PARA DEGUSTACIÓN DE PEQUEÑOS CAPRICHOS				
Nombre				
Edad				
Fecha				
	Excelente	**Bueno**	**Regular**	**Malo**
Decoración del Lugar: ¿Cómo calificaría la decoración del lugar, incluyendo la presentación de la mesa de bocaditos y la ambientación del lugar en general?				
Sabor, Aroma y Textura de los Productos: ¿Cómo calificaría en general la experiencia sensorial de los productos, considerando sabores, aromas y texturas?				
Claridad de la Información del Catálogo: ¿Cómo calificaría la claridad de la información en el catálogo?				
Cumplimiento del Catálogo: ¿Se ajustan los productos degustados a lo especificado en el catálogo?				
Claridad de los precios: ¿Los precios de los productos están claramente indicados en el catálogo?				
Fotografías de los productos: ¿El catálogo incluye fotografías de alta calidad que representan fielmente los productos ofrecidos?				

6.5 Resultados de la Degustación

6.5.1 Evaluación

En la respectiva ficha de degustación, se dividió la evaluación en tres fases distintas, cada una centrada en aspectos específicos que contribuyeron a comprender plenamente la calidad y la experiencia de los productos ofrecidos.

- La primera fase se centró en la Apariencia y Presentación de los bocaditos, donde se

valoraron la estética y el cuidado en la disposición de los elementos en la mesa de degustación.

- La segunda fase, se evaluaron las Propiedades Sensoriales, que incluían el sabor, aroma y textura de cada bocado, buscando capturar la satisfacción sensorial de los degustadores.
- La tercera fase, se analizó la Información y Comunicación, donde se revisaron la claridad del catálogo, la precisión de los precios y la calidad de las fotografías, elementos cruciales para una experiencia completa y satisfactoria para los clientes.

De entre la amplia gama de productos ofrecidos, se seleccionaron cuidadosamente cuatro bocaditos salados y cuatro dulces, así como una torta de vainilla rellena de manjar y decorada con buttercream de chocolate blaco, para representar la diversidad y la excelencia de la oferta de "Pequeños Caprichos", entre los elegidos se encontraban las Mini Hamburguesas, las Brochetas de Pollo, los Mini Sanduchitos y las Mini Empanaditas de Queso, para los bocaditos salados, y el Mousse de Limón, el Cheesecake de Frutos Rojos, las Mini Donitas y los Canapés de Frutas, para los dulces.

Cabe destacar que los degustadores representaban un rango diverso de edades, desde los 22 hasta los 68 años, los cuales fueron al

- Ing. Christian García (D1)
- Sra. Gabriela Flores (D2)
- Ing. Gabriela García (D3)
- Lic. Rosario Morán (D4)
- Ing. Daniel Tejada (D5)
- Srta. Katherine Gavilima (D6)

6.5.2 Análisis de la Evaluación de la Degustación

El análisis de la degustación refleja una percepción extremadamente positiva por parte de los clientes en cada uno de los aspectos evaluados, respecto a la Ambientación del espacio, la disposición y decoración de la mesa de bocaditos obtuvieron calificaciones sobresalientes,

resaltando la meticulosidad en el diseño y la elegancia en la presentación, lo cual contribuyó a una experiencia visualmente agradable y acogedora para los comensales.

En términos de la experiencia sensorial, que engloba el Sabor, Aroma y Textura de los Productos, se observó una apreciación uniformemente positiva por la excelencia en la calidad de los sabores, la armonía de los aromas y la textura impecable de los productos ofrecidos, este aspecto, crucial en la experiencia gastronómica, fue altamente valorado y contribuyó significativamente a la satisfacción general de los degustadores.

La Claridad de la Información en el Catálogo fue otro aspecto destacado, con los clientes elogiando la organización precisa y la presentación clara de los productos y sus características, este aspecto facilitó la selección de los productos deseados, brindando una experiencia de compra fluida y sin inconvenientes.

Además, el Ajuste a las Especificaciones del Catálogo fue evaluado positivamente, ya que los productos degustados se alinearon fielmente con lo indicado en el catálogo, lo que generó confianza y cumplió las expectativas de los clientes en términos de calidad y presentación.

La Transparencia en los Precios también fue objeto de elogio, con una clara indicación de los precios en el catálogo que permitió a los clientes tomar decisiones informadas y sentirse cómodos con sus elecciones.

Por último, en relación a las Fotografías de los Productos, si bien la mayoría de los clientes elogiaron la calidad de las imágenes por su capacidad para representar los productos de manera atractiva, se sugirió mejorar ligeramente la fidelidad de las mismas para reflejar con mayor precisión los productos ofrecidos.

En resumen, el análisis refleja una experiencia excepcional en todos los aspectos evaluados, destacando la excelencia en la calidad, presentación y satisfacción general de los clientes, lo que afianza la reputación de "Pequeños Caprichos" como un referente en la oferta gastronómica de alta calidad.

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El estudio de mercado realizado en la ciudad de Ibarra permite identificar la situación actual de la comercialización de tortas y bocaditos. Se constata que existe una demanda considerable de productos personalizados para eventos, con una preferencia marcada por la calidad, la presentación estética y la coherencia temática. Estos hallazgos proporcionan una comprensión clara de las tendencias de consumo y las expectativas del mercado local, lo que es esencial para adaptar las estrategias de negocio de Pequeños Caprichos.

- El desarrollo del catálogo de tortas y bocaditos personalizados es una iniciativa exitosa que permite a Pequeños Caprichos presentar una oferta variada y atractiva a sus clientes. Este catálogo incluye descripciones detalladas, imágenes de alta calidad y precios transparentes, lo que facilita la toma de decisiones informadas por parte de los consumidores. La claridad y accesibilidad del catálogo demuestran ser factores clave en la satisfacción del cliente y en la efectividad de la comunicación de la oferta del emprendimiento.

- La degustación de productos con potenciales clientes proporciona una validación importante de la calidad y el atractivo de las tortas y bocaditos de Pequeños Caprichos. Los comentarios positivos recibidos durante estas degustaciones confirman que los productos no solo cumplen con las expectativas de sabor y presentación, sino que también generan una experiencia satisfactoria para los consumidores. Este paso es crucial para asegurar la aceptación del mercado y fortalecer la reputación de Pequeños Caprichos como un proveedor confiable y de alta calidad en el sector de la repostería personalizada.

- La investigación destaca que la personalización de productos no solo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también potencia la lealtad y la recomendación boca a boca. Los clientes valoran altamente los productos que pueden ser adaptados a sus preferencias y eventos específicos, lo que subraya la importancia de continuar ofreciendo

opciones personalizadas y únicas que diferencien a Pequeños Caprichos de la competencia.

- La investigación responde afirmativamente a la pregunta: "¿La creación de un catálogo mejorará la comprensión y satisfacción de los clientes sobre los productos ofrecidos?" El 100% de los encuestados mostraron interés en un catálogo detallado, valorando la transparencia en productos y precios. Las entrevistas resaltaron la importancia de la personalización y coherencia estética. En resumen, un catálogo bien diseñado aumentará la satisfacción del cliente y fortalecerá la posición de "Pequeños Caprichos" en el mercado local.

- Crear e implementar cursos específicos sobre la preparación de tortas y bocaditos personalizados. Estos cursos, dirigidos a emprendedores y estudiantes de gastronomía, pueden ser ofrecidos por instituciones educativas y centros de capacitación, mejorando las habilidades técnicas y creativas en el ámbito de la repostería.

- Promover activamente el espíritu emprendedor entre los estudiantes de la Universidad Católica del Ecuador en Ibarra y otras instituciones educativas. Esto puede lograrse mediante la integración de programas de emprendimiento en los planes de estudio, la organización de talleres y seminarios, así como la realización de competencias que incentiven la creación y desarrollo de ideas de negocio innovadoras.

- Implementar campañas y programas diseñados para despertar y fomentar el interés de los jóvenes en el emprendimiento. Estas iniciativas pueden incluir charlas motivacionales, presentación de casos de éxito y la participación de mentores que orienten y apoyen a los jóvenes en el proceso de creación y gestión de sus propios negocios.

- Comprometer a los emprendedores en el sector de la repostería, especialmente aquellos involucrados en la preparación de productos personalizados, con la capacitación

continua. Asistir a talleres, cursos de actualización y eventos del sector permitirá a los emprendedores mantenerse informados sobre las últimas tendencias y técnicas, mejorando así la calidad y competitividad de sus productos.

- Adquirir conocimientos en marketing digital para los emprendedores. La formación en el uso de herramientas de redes sociales y plataformas de comercio electrónico permitirá expandir el alcance de sus negocios y mejorar su competitividad en el mercado.

- Explorar futuras líneas de investigación centradas en la aplicación de nuevas tecnologías en la personalización de productos de repostería. Como la integración de software de diseño personalizado que permita a los clientes visualizar y crear sus propios diseños antes de la compra.

8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, J. D. (02 de Junio de 2019). *¿Qué es un catálogo de productos y cómo elaborarlo paso a paso?*. PrestaShop https://prestashop.es/blog/recursos-es/que-es-un-catalogo-de-productos-y-como-elaborarlo-paso-a-paso/

Arango, C. (8 de Julio de 2015). *Los postres saludables, tendencia que endulza las redes sociales.* El colombiano: https://www.elcolombiano.com/cultura/postres-saludables-en-redes-sociales-tendencia-de-moda-BC2271939

Asamblea Nacional, A. (16 de Enero de 2015). *Ley orgánica de defensa del consumidor*. Defensoría del Pueblo: https://www.dpe.gob.ec/lotaip/pdfenero/JURIDICO/a2/a2_ley_org_defen_consum.pdf

Asamblea Nacional, A. (28 de Febrero de 2020). *Ley orgánica de emprendimiento e innovación.* Gob.ec.: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf

Asociación de academia de la lengua española. (2010). *Diccionario de americanismos*. Asociación de academias de la lengua española: https://www-asale-org.webpkgcache.com/doc/-/s/www.asale.org/damer/bocado

Ayala. (22 de Diciembre de 2020). *Municipalidad fortalece emprendimientos a través de capacitaciones*. Gobierno Autómo Desentralizado Municipal San Miguel de Ibarra: https://www.ibarra.gob.ec/site/2020/12/13313/

Blanca, E. T. (20 de Junio de 2023). *La fascinante historia de la pastelería: evolución y tradición*. Escuela Torre Blanca: https://escuelatorreblanca.com/la-fascinante-historia-de-la-pasteleria-evolucion-y-tradicion/

Cabanilla, A. (20 de Diciembre de 2022). *Máster Cake by Coberchoc capacitó y retó a los mejores pasteleros del país*. PPelVerdadero: https://www.ppelverdadero.com.ec/2022/12/master-cake-by-coberchoc-capacito-y.html

Calviño, F. (11 de Octubre de 2022). *¿Qué es el emprendimiento y qué se necesita para triunfar?.* Shopify: https://www.shopify.com/es/blog/que-es-el-emprendimiento

Comercio, E. (20 de Agosto de 2022). *Pastelería, el arte de la paciencia y la precisión.* El Comercio: https://www.elcomercio.com/tendencias/gastronomia/pasteleria-reposteria-pasteles-comida-postres.html

Cyrano. (2019). *Cyrano, panadería tradicional francesa fundada en 1958 en Quito por René Elie* . Cyrano: https://www.cyrano.com.ec/nuestra-historia

Equipo BCH. (5 de Octubre de 2023). *Drip cakes, la nueva tendencia en pastelería.* Barcelona Culinary Hub: https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/drip-cakes-la-nueva-tendencia-en-pasteleria

Farrés, J. (30 de Agosto de 2023). *Culinary Institute of Barcelona*. https://blog.cib.education/es/chef-pastelero

Frida Enamorada. (18 de Junio de 2019). *Nuestras 10 tendencias favoritas de pasteles de boda del 2019.* Frida Enamorada: https://www.fridaenamorada.com/blog/nuestras-10-tendencias-favoritas-de-pasteles-de-boda-del-2019

Garrido, C. (25 de Mayo de 2021). *Muyuyo*. https://muyuyoec.com/2021/05/25/la-cocina-conventual-una-historia-detras-de-sus-puertas/

Gavilán, M., & Muniesa, J. (s.f.). *Qué es un naked cake.* Gastronomía&Cía: https://www.gastronomiaycia.com/que-es-un-naked-cake/

Lahuerta, X. (10 de Mayo de 2020). *Aunque ambas se utilizan indistintamente, y no son fáciles de diferenciar, en su origen no significaban lo mismo.* Xavier Lahuerta: https://xavierlahuerta.com/la-reposteria-y-la-pasteleria-sus-origenes/

Levy, P. G. (28 de Octubre de 2019). *El Apicius, el libro de cocina más antiguo de Occidente (tiene 1200 años)*. https://www.travesiasdigital.com/comida/apicius-libro-de-cocina-mas-antiguo-de-occidente/

Luisana, R. (3 de Septiembre de 2019). *Fault Line cake: la torta con grieta que causa furor.* Dulcear: https://dulcear.com/blog/fault-line-cake-torta-con-grieta

Machuca, F. (31 de Marzo de 2022). *Conoce la historia de la repostería en un dulce viaje a través del tiempo*. Crehana: https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/historia-reposteria/#google_vignette

María, F. (04 de Mayo de 2023). *Repostería moderna, ¿ciencia o cocina?* . Ok Diario: https://okdiario.com/ciencia/reposteria-moderna-ciencia-o-cocina-10859312

Mélières, S. (21 de Junio de 2023). *Pía Salazar: así llegó la ecuatoriana a convertirse en la mejor pastelera del mundo.* Viztaso: https://www.vistazo.com/estilo-de-vida/pia-salazar-asi-llego-la-ecuatoriana-a-convertirse-en-la-mejor-pastelera-del-mundo-DF5421360

Navas, C. (s.f.). Dulce tradición. *Fundación Museos de la Ciudad – Quito*: https://fundacionmuseosquito.gob.ec/wp-content/uploads/2022/03/Dulce-Tradicion.pdf

Prendho. (25 de Noviembre de 2022). *Co-creari Gradúa a 10 Emprendedores del Norte del País.* Prendho UTPL: https://prendho.com/co-creari-gradua-a-10-emprendedores-del-norte-del-pais/

SafeLink. (04 de Agosto de 2024). *La Importancia Del Embalaje Y Empaque En La Logística.* SafeLink: https://www.safelinkmexico.com/la-importancia-del-embalaje-y-empaque-en-la-logistica/

SECAP. (13 de Marzo de 2022). *El Curso de Elaboración de Productos en Panadería y Repostería Finalizó Exitosamente*. Secap.gob: https://www.secap.gob.ec/el-curso-de-elaboracion-de-productos-en-panaderia-y-reposteria-finalizo-exitosamente/

Social, M. d. (23 de Septiembre de 2021). 50 *Emprendedores de Imbabura comercializaron sus productos durante la feria del encuentro*. Ministerio de Inclusión Económica y Social: https://www.inclusion.gob.ec/50-emprendedores-de-imbabura-comercializaron-sus-productos-durante-la-feria-del-encuentro/

Tenerife, L. (06 de Julio de 2020). *Tipos de Repostería*. Leoter Tenerife: https://www.leotertenerife.com/tipos-de-reposteria/

Villacreses, R. H. (Marzo de 2023). Repositorio.UG. *Repositorio.UG*: https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/79083113-7708-4e69-bd66-6903dde1e642/content

Zurita, A. (2022). El Negocio de la Repostería Crece y Hace más Dulce la Vida de Muchos. *Sabor El Universo*: https://sabor.eluniverso.com/el-negocio-de-la-reposteria-crece-y-hace-mas-dulce-la-vida-de-muchos/

9 ANEXOS

Anexo 1 Encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Encuesta

Objetivo. – Analizar la satisfacción del cliente, identificar áreas de mejora y validar la propuesta de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados mediante esta encuesta dirigida a clientes, como parte integral de la investigación para **la "Propuesta de un catálogo de tortas y bocaditos personalizados para el microemprendimiento 'Pequeños Caprichos' en Ibarra"**

Agradecemos su participación y sus valiosas opiniones.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente cada pregunta antes de ser contestada.
- Marque con una X según corresponda su respuesta.

a) Genero
Masculino ( )
Femenino ( )

b) Edad
20 a 25 años ( )
26 a 30 años ( )
31 a 35 años ( )
36 a 40 años ( )
41 a 45 años ( )
46 a 50 años ( )
51 o más años ( )

1. ¿En qué tipo de eventos suele consumir tortas y bocaditos personalizados? (Seleccionar todas las opciones que correspondan)

Cumpleaños
Matrimonios

Baby showers
Aniversario
Otros (especificar) _____

2. **¿Considera usted que $1,50 es un precio adecuado por una porción de torta personalizada con buttercream (crema de mantequilla) para un evento especial, por ejemplo, una torta para 20 personas tendría un costo total de $30 ya que (20 x $1,50 = $30)?**

   Sí
   No

3. **¿Considera usted que $2,00 es un precio adecuado por una porción de torta personalizada con fondant (masa de azúcar) para un evento especial, por ejemplo, una torta para 20 personas tendría un costo total de $40 ya que (20 x $2,00 = $40)?**

   Sí
   No

4. **¿Qué tan importante es para usted la presentación estética de las tortas y bocaditos en un evento?**

   Muy importante
   Algo importante
   No es importante para mí

5. **¿Prefiere tener una mesa de bocaditos en sus eventos sociales?**

   Sí, considero que una mesa de bocaditos agrega un toque especial a mis eventos.
   No, prefiero otros tipos de servicio de alimentos.
   A veces, dependiendo del tamaño y el tema del evento.
   No estoy seguro/a.

6. **¿Con qué frecuencia comprarías bocaditos de sal y de dulce para eventos o reuniones sociales?**

   Nunca
   Ocasionalmente
   Regularmente
   Frecuentemente

7. **¿Cree usted que la ambientación y decoración temática y personalizada del lugar donde se colocara las tortas y los bocaditos es importante para la experiencia general del evento?**

   Sí, es crucial.
   No, no es relevante.
   Depende del evento.

8. **¿Qué canales de comunicación preferiría utilizar para realizar sus pedidos o consultar sobre los productos de "Pequeños Caprichos"? (Seleccionar todas las opciones que correspondan)**

   Llamada telefónica
   Correo electrónico
   Página web
   WhatsApp
   Instagram
   Facebook

9. ¿**Estaría interesado/a en recibir un catálogo de tortas y bocaditos personalizados de "Pequeños Caprichos" en Ibarra?**

   Sí
   No

10. **Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿preferiría recibir el catálogo en formato físico o digital?**

    Formato físico (impreso)
    Formato digital (correo electrónico, redes sociales, página web, etc.)

11. **¿Qué le gustaría encontrar en el catálogo de 'Pequeños Caprichos'? Por favor, seleccione todas las opciones que correspondan:**
    Variedad de sabores de tortas
    Variedad de bocaditos de sal y de dulce
    Precios claros y detallados
    Descripciones detalladas de cada producto
    Información sobre opciones personalizadas
    Promociones o descuentos especiales

Anexo 2 Fichas de degustación evaluadas

FICHA DE EVALUACIÓN PARA DEGUSTACIÓN DE PEQUEÑOS CAPRICHOS				
Nombre	Katherine Gavilima			
Edad	22 años			
Fecha	28 / 05 / 2024			
	Excelente	**Bueno**	**Regular**	**Malo**
Decoración del Lugar: ¿Cómo calificaría la decoración del lugar, incluyendo la presentación de la mesa de bocaditos y la ambientación del lugar en general?	✓			
Sabor, Aroma y Textura de los Productos: ¿Cómo calificaría en general la experiencia sensorial de los productos, considerando sabores, aromas y texturas?	✓			
Claridad de la Información del Catálogo: ¿Cómo calificaría la claridad de la información en el catálogo?	✓			
Cumplimiento del Catálogo: ¿Se ajustan los productos degustados a lo especificado en el catálogo?	✓			
Claridad de los precios: ¿Los precios de los productos están claramente indicados en el catálogo?	✓			
Fotografías de los productos: ¿El catálogo incluye fotografías de alta calidad que representan fielmente los productos ofrecidos?	✓			

20 23
Pequeños Caprichos
BY ALE TORRES

Scanned with CamScanner

FICHA DE EVALUACIÓN PARA DEGUSTACIÓN DE PEQUEÑOS CAPRICHOS				
Nombre	Rosario Morán			
Edad	68			
Fecha	29/05/2024			
	Excelente	**Bueno**	**Regular**	**Malo**
Decoración del Lugar: ¿Cómo calificaría la decoración del lugar, incluyendo la presentación de la mesa de bocaditos y la ambientación del lugar en general?	X			
Sabor, Aroma y Textura de los Productos: ¿Cómo calificaría en general la experiencia sensorial de los productos, considerando sabores, aromas y texturas?	X			
Claridad de la Información del Catálogo: ¿Cómo calificaría la claridad de la información en el catálogo?	X			
Cumplimiento del Catálogo: ¿Se ajustan los productos degustados a lo especificado en el catálogo?	X			
Claridad de los precios: ¿Los precios de los productos están claramente indicados en el catálogo?	X			
Fotografías de los productos: ¿El catálogo incluye fotografías de alta calidad que representan fielmente los productos ofrecidos?	X			

Scanned with CamScanner

FICHA DE EVALUACIÓN PARA DEGUSTACIÓN DE PEQUEÑOS CAPRICHOS				
Nombre	Gabriela Flores			
Edad	43			
Fecha	28/05/2024			
	Excelente	**Bueno**	**Regular**	**Malo**
Decoración del Lugar: ¿Cómo calificaría la decoración del lugar, incluyendo la presentación de la mesa de bocaditos y la ambientación del lugar en general?	X			
Sabor, Aroma y Textura de los Productos: ¿Cómo calificaría en general la experiencia sensorial de los productos, considerando sabores, aromas y texturas?	X			
Claridad de la Información del Catálogo: ¿Cómo calificaría la claridad de la información en el catálogo?	X			
Cumplimiento del Catálogo: ¿Se ajustan los productos degustados a lo especificado en el catálogo?	X			
Claridad de los precios: ¿Los precios de los productos están claramente indicados en el catálogo?	X			
Fotografías de los productos: ¿El catálogo incluye fotografías de alta calidad que representan fielmente los productos ofrecidos?	X			

20 23
Pequeños Caprichos
BY ALE TORRES

Scanned with CamScanner

FICHA DE EVALUACIÓN PARA DEGUSTACIÓN DE PEQUEÑOS CAPRICHOS				
Nombre	DAVID TEJADA			
Edad	33			
Fecha	28 – 05 – 2024			
	Excelente	**Bueno**	**Regular**	**Malo**
Decoración del Lugar: ¿Cómo calificaría la decoración del lugar, incluyendo la presentación de la mesa de bocaditos y la ambientación del lugar en general?	X			
Sabor, Aroma y Textura de los Productos: ¿Cómo calificaría en general la experiencia sensorial de los productos, considerando sabores, aromas y texturas?	X			
Claridad de la Información del Catálogo: ¿Cómo calificaría la claridad de la información en el catálogo?	X			
Cumplimiento del Catálogo: ¿Se ajustan los productos degustados a lo especificado en el catálogo?	X			
Claridad de los precios: ¿Los precios de los productos están claramente indicados en el catálogo?	X			
Fotografías de los productos: ¿El catálogo incluye fotografías de alta calidad que representan fielmente los productos ofrecidos?		X		

20 23
Pequeños Caprichos
BY ALE TORRES

Scanned with CamScanner

FICHA DE EVALUACIÓN PARA DEGUSTACIÓN DE PEQUEÑOS CAPRICHOS

20 23 Pequeños Caprichos BY ALE TORRES

Nombre	Gabriela García
Edad	39
Fecha	28/05/2024

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Decoración del Lugar: ¿Cómo calificaría la decoración del lugar, incluyendo la presentación de la mesa de bocaditos y la ambientación del lugar en general?	✓			
Sabor, Aroma y Textura de los Productos: ¿Cómo calificaría en general la experiencia sensorial de los productos, considerando sabores, aromas y texturas?	✓			
Claridad de la Información del Catálogo: ¿Cómo calificaría la claridad de la información en el catálogo?	✓			
Cumplimiento del Catálogo: ¿Se ajustan los productos degustados a lo especificado en el catálogo?	✓			
Claridad de los precios: ¿Los precios de los productos están claramente indicados en el catálogo?	✓			
Fotografías de los productos: ¿El catálogo incluye fotografías de alta calidad que representan fielmente los productos ofrecidos?	✓			

Scanned with CamScanner

FICHA DE EVALUACIÓN PARA DEGUSTACIÓN DE PEQUEÑOS CAPRICHOS

20 23 Pequeños Caprichos BY ALE TORRES

Nombre	Christian García
Edad	42.
Fecha	28/05/2024

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Decoración del Lugar: ¿Cómo calificaría la decoración del lugar, incluyendo la presentación de la mesa de bocaditos y la ambientación del lugar en general?	✓			
Sabor, Aroma y Textura de los Productos: ¿Cómo calificaría en general la experiencia sensorial de los productos, considerando sabores, aromas y texturas?	✓			
Claridad de la Información del Catálogo: ¿Cómo calificaría la claridad de la información en el catálogo?	✓			
Cumplimiento del Catálogo: ¿Se ajustan los productos degustados a lo especificado en el catálogo?	✓			
Claridad de los precios: ¿Los precios de los productos están claramente indicados en el catálogo?		✓		
Fotografías de los productos: ¿El catálogo incluye fotografías de alta calidad que representan fielmente los productos ofrecidos?	✓			

Scanned with CamScanner

Anexo 3 Recetas Estándar

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #1

NOMBRE DEL PLATO: Torta de Vainilla | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	600	g	Harina	0,007	3,965
100,00%	500	g	Azucar	0,003	1,652
4,00%	20	g	Huevos	0,006	0,110
4,00%	20	g	Esencia de Vainilla	0,001	0,022
4,00%	20	g	Royal	0,007	0,132
2,00%	10	g	Sal	0,002	0,022
			Relleno		
120,00%	600	g	Dulce de Leche	0,007	3,965
			Cubierta Buttercream		
100,00%	500	g	Marva Blanca	0,007	3,304
40,00%	200	g	Mantequilla sin sal	0,004	0,881
60,00%	300	g	Chocolate Blanco	0,011	3,304
40,00%	200	g	Azucar Impalpable	0,007	1,322
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	14,493
0,00%				COSTO PORCIÓN:	1,45

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. Mezclar todos los ingredientes del bizcoho de acuerdo a su orden.
2. Poner la mezcla en 4 moldes proporcionalmente iguales.
3. Meter al horno a 180° por 30 minutos, sacar y dejar enfriar el bizcocho.
4. Batimos la marva junto con la mantequilla y el azucar impalpable.
5. Agregamos el chocolate derretido a la mezcla cremosa y esta el buttercream.
6. Comenzamos armar el pastel, primero el bizcocho luego humedecemos con leche endulzada la crema y el relleno.
7. Luego una vez armada cubrimos con la buttercream toda la parte exterior.
8. Decoramos con flores naturales previamente limpas.

ÁREA
FRÍA ☐ CALIENTE ■

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos) | Otro
5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ○ Alta ●

INSTRUMENTACIÓN

Horno	cuchara
Batidora	Pesa
bowl	Moldes
Miserable	

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #2

NOMBRE DEL PLATO: Mini Donitas | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	150	g	Huevos	0,007	0,991
100,00%	150	g	Azucar	0,003	0,496
60,00%	90	ml	Aceite	0,006	0,496
200,00%	300	ml	Leche	0,001	0,330
266,67%	400	g	Harina	0,004	1,762
26,67%	40	g	Royal	0,002	0,088
			Cubierta		
200,00%	300	g	Chocolate Blanco	0,007	1,982
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	6,145
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,61

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. Batir los huevos por 5 min e ir agregando todos los liquidos poco a poco.
2. Agegar la harina y el royal poco a poco e ir batiendo.
3. Una vez lista poner la mezcla en la maquina de mini donitas.
4. Dejar endriar.
5. Derretir el chocolate y decorar como nos guste.

ÁREA
FRÍA ☐ CALIENTE ■

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos) 5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ○ Alta ●

INSTRUMENTACIÓN

Horno	cuchara
Batidora	Pesa
bowl	Maquina mini donitas
Miserable	

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #3

NOMBRE DEL PLATO: Tartaleta de Frutas | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX:** 20

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	20	Uni.	Tartaletas	0,154	3,084
100,00%	50	g	Crema Pastelera	0,033	1,652
30,00%	15	g	Kiwi	0,044	0,661
30,00%	15	g	Arandanos	0,055	0,826
30,00%	15	g	Fresa	0,057	0,859
30,00%	15	g	Frambuesa	0,044	0,661
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	7,742
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,77

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. En las tartaletas ya listas poner 5g de crema pastelera.
2. Cortar todas las frutas en brunoise.
3. Poner una fruta de cada uno en cada tartaleta, que todas queden iguales.
4. Decorar con papel de oro.

ÁREA
FRÍA ■ CALIENTE □

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)
5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ○ Alta ●

INSTRUMENTACIÓN

Horno	cuchara
Batidora	Pesa
bowl	Microondas
Miserable	

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #4

NOMBRE DEL PLATO: Mousse de Limón | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	40	ml	Zumo de limón	0,007	0,264
100,00%	50	g	Leche condensada	0,022	1,101
80,00%	40	g	Chantipack	0,077	3,084
60,00%	30	g	Gelatina sin sabor	0,022	0,661
100,00%	50	g	Galletas maria	0,022	1,101
50,00%	25	ml	Mantequilla	0,026	0,661
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	6,872
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,69

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. En una batidora agregar el chantipack y batir por 5min.
2. Agregar el zumo de limon junto a la leche condensada.
3. En un bowl agregar la gelatina junto con agua y dejar reposar.
4. Calentar la gelatina sin sabor y agregar a la mezcla y batir muy bien.
5. Triturar las galletas maria y agrgar la mantequilla liquisa y mezclar.
6. En los vasitos agregar una base de galletas maria y la mezcla del mousse.
7. Refrigerar por minimo 1 hora.

ÁREA
FRÍA ■ CALIENTE □

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)
5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ○ Alta ●

INSTRUMENTACIÓN

Horno	cuchara
Batidora	Pesa
bowl	Microondas
Miserable	

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #5

NOMBRE DEL PLATO: Cheesecake de frutos rojos | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	40	ml	Almibar de arandanos mora y frambuesa.	0,007	0,264
100,00%	50	g	Queso crema	0,066	3,304
60,00%	30	g	Chantipack	0,033	0,991
60,00%	30	g	Gelatina sin sabor	0,022	0,661
100,00%	50	g	Galletas maria	0,022	1,101
50,00%	25	ml	Mantequilla	0,026	0,661
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	6,982
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,70

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. En una batidora agregar el chantipack y batir por 5min.
2. Agregar el queso crema.
3. En un bowl agregar la gelatina junto con agua y dejar reposar.
4. Calentar la gelatina sin sabor y agregar a la mezcla y batir muy bien.
5. Triturar las galletas maria y agrgar la mantequilla liquisa y mezclar.
6. En los vasitos agregar una base de galletas maria y la mezcla del mousse.
7. Refrigerar por 30min. Y agregar el almibar y dejar enfiar de nuevo.

ÁREA
FRÍA ■ CALENTE □

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)
5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ○ Alta ●

INSTRUMENTACIÓN

Horno	cuchara
Batidora	Pesa
bowl	Microondas
Miserable	

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #6

NOMBRE DEL PLATO: Mini Sanduchitos | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	200	g	Pan Blanco	0,004	0,881
100,00%	50	g	Jamon	0,022	1,101
100,00%	50	g	Queso cheddar	0,022	1,101
120,00%	60	g	Mayonesa de ajo	0,020	1,189
60,00%	30	g	Tomate cherry	0,042	1,256
60,00%	30	g	Albaca	0,026	0,793
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	6,322
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,63

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. Cortamos el pan en cuadrados pequeños al igual que el queso y el jamon.
2. En el pan ponemos la mayonesa y la esparcimos por todo el pan.
3. agergamos el queso el jamon y la albaca y lo tapamos con el pan.
4. Cortamos los tomates cherry por la mitad.
5. A cada sanduchito le ponemos un palillo junto con el tomate crerry.

ÁREA
FRÍA ■ CALIENTE □

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)
5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ● Alta ○

INSTRUMENTACIÓN

Tabla	cuchara
Cuchillo	Pesa
bowl	Licuadora
Miserable	

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #7

NOMBRE DEL PLATO: Mini Empanaditas de Queso | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	150	g	Masa de empanada	0,018	2,643
100,00%	30	g	Cebolla larga	0,011	0,330
166,67%	50	g	Queso picado	0,020	0,991
33,33%	10	g	Sal	0,004	0,044
16,67%	5	ml	Achote	0,015	0,077
333,33%	100	ml	Aceite	0,013	1,322
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	5,407
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,54

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. Preparamos la masa de las empanadas.
2. Cortamos finamente la cebolla larga y desmenuzamos el queso.
3. En un sarten hacemos un refrito la cebolla con cahiote sal y el queso.
4. Formamos las mini empandas agregamos nuestro relleno y cerramos muy bien.
5. Las freimos en un sarten con mucho cuidado.

ÁREA
FRÍA ☐ CALIENTE ■

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)
5 ☐ 15 ☐ 20 ☐ 30 ☐ 45 ☐ 60 ☐ Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ○ Alta ●

INSTRUMENTACIÓN

Tabla	cuchara
Cuchillo	Pesa
bowl	Licuadora
Sarten	Estufa

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #8

NOMBRE DEL PLATO: Mini Hamburguesas | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	150	g	Carne Molida sal pimentada	0,029	4,295
100,00%	140	g	Mini panes	0,011	1,542
35,71%	50	g	Lechuga	0,018	0,881
14,29%	20	g	Queso cheddar	0,033	0,661
14,29%	20	g	Mayonesa	0,015	0,308
14,29%	20	g	Salsa de tomate	0,018	0,352
21,43%	30	g	Tomate en rodajas	0,013	0,396
7,14%	10	g	Aceitunas		
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	8,436
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,84

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. Preparamos la carne molida con sal pimienta ajo miga de pan y un huevo.
2. Cortamos en pan por la mitad.
3. Cortamos el tomate y la lechuga en rodajas pequeñas
4. En una plancha cocemos la carne, una vez cocida ponemos el queso encima.
5. En el pan ponemos la salsa de tomate la mayonesa la lechuga y el tomate.
6. Ponemos la carne con el queso y tapamos con el pan.
7. Introducimos un palillo en la mitad y decoamos con la aceituna.

ÁREA
FRÍA ☐ CALIENTE ■

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)
5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ● Alta ○

INSTRUMENTACIÓN

Tabla	cuchara
Cuchillo	Pesa
bowl	Licuadora
Sarten	Estufa

Alejandra Torres

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS "GESTURH"

CODIGO: GREC002

CARRERA:
Hotelería ○
Gastronomía ●

RECETA ESTÁNDAR #9

NOMBRE DEL PLATO: Mini Brochetas de Pollo | **Porción Estándar (g.):** | **No-PAX: 20**

%	CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total
100,00%	200	g	Pollo	0,016	3,216
100,00%	30	g	Pimiento rojo	0,011	0,330
100,00%	30	g	Pimiento verde	0,013	0,396
100,00%	30	g	Cebolla perla	0,033	0,991
33,33%	10	g	Sal	0,007	0,066
16,67%	5	g	Comino	0,007	0,033
16,67%	5	g	Ajo	0,009	0,044
33,33%	10	g	Aceite	0,110	1,101
0,00%					
0,00%					
0,00%				COSTO TOTAL:	6,178
0,00%				COSTO PORCIÓN:	0,62

FOTO



PROCEDIMIENTO

1. Preparamos el pollo con sal pimienta ajo y comino.
2. Cortamos el pollo en cubos medianos.
3. Cortamos los pimientos y la cebolla en cubos medianos.
4. En una plancha cocemos el pollo y los vegetales los salteamos.
5. En un pincho colocamos un vegetal y el pollo intercalandolos.
6. Acompañamos con aji.

ÁREA
FRÍA ☐ CALIENTE ■

TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)
5 | 15 | 20 | 30 | 45 | 60 | Otro ■ H.

GRADO DE DIFICULTAD: Baja ○ Media ● Alta ○

INSTRUMENTACIÓN

Tabla	cuchara
Cuchillo	Pesa
bowl	Licuadora
Sarten	Estufa

Alejandra Torres