



GASTRONOMÍA

Tesis previa a la obtención del título de
Magister en Gastronomía con mención en
gestión e Innovación

AUTOR: CHRISTIAN ADRIAN CHUCHUCA PILLAJO

C.I. 0104942263

TUTOR: - ADM. FRANCISCO MENA,

C.I. 1707785455

“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD GASTRONÓMICA Y NUTRICIONAL EN
RESTAURANTES Y CAFETERÍAS EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA
CORRESPONDIENTE A LAS PARROQUIAS DE CAÑARIBAMBA, HUAYNA CAPAC, SAN BLAS
Y SUCRE”.

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: "ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD GASTRONÓMICA Y NUTRICIONAL EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA CORRESPONDIENTE A LAS PARROQUIAS DE CAÑARIBAMBA, HUAYNA CAPAC, SAN BLAS Y SUCRE", previo a la obtención del Título de MAGISTER EN GASTRONOMÍA CON MENCIÓN EN GESTIÓN E INNOVACIÓN , CERTIFICO, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación. Ciudad, 4 de Enero de 2024.

.....

David Rodolfo Guambi Espinosa

C.I.

Lectora del proyecto de investigación

.....

Ivanova Elizabeth Riofrio Freire

C.I.

Lector del proyecto de investigación

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada para mi familia que, gracias a su apoyo y fuerza, me dieron la sabiduría para culminar la maestría, sin problemas y continuar con mi innovación de conocimientos en mi carrera y seguir avanzando para un buen futuro.

A mis padres, John Chuchuca y Fabiola Pillajo que me han apoyado siempre en todas mis metas y han estado a mi lado a pesar de las circunstancias y lo seguirán estando para verme crecer tanto como persona, como profesionalmente.

A mis hermanos, Juan y Esteban Chuchuca que siempre he contado con su apoyo incondicional y han sido de ejemplo a seguir y lo seguirán siendo siempre a futuro, de igual manera a todos quienes estuvieron a mi lado en este tiempo de estudio y nos hemos brindado un apoyo infinito y aconsejado ante nuestras dificultades cotidianas.

CHRISTIAN ADRIÁN CHUCHUCA PILLAJO

AGRADECIMIENTO

Estoy agradecido totalmente con mi familia por cada etapa de vida que han estado a mi lado y viéndome crecer profesionalmente, a mi mami que incondicionalmente están para escucharme y darme los consejos correspondientes para cada etapa de mi vida, a mi papi que siempre ha sido un ejemplo de fuerza, honestidad y trabajo duro y que sobre todo ha sido una persona llena de paciencia y amor a sus hijos y nietos.

A todos los dueños de los restaurantes que me abrieron sus puertas para la realización del trabajo final de investigación para la culminación en mi maestría de gastronomía e innovación.

A cada uno de mis compañeros que han brindado apoyo y ayuda para el comienzo y el final de los estudios Byron, Cesar, Vane, David, Paulo, Edwin, Jhon, Andre y Gaby

A la universidad Internacional del Ecuador y a los docentes que abrieron sus puertas para expresarnos sus anécdotas y sobre todo sus conocimientos de muchos temas interesantes a lo largo del periodo de estudio.

A todas las personas que me apoyaron y me dieron una mano para la conclusión de esta etapa y que muy seguro nos seguiremos ayudando.

CHRISTIAN ADRIÁN CHUCHUCA PILLAJO

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTO	8
ÍNDICE DE CONTENIDO	9
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	12
ÍNDICE DE GRÁFICOS	12
RESUMEN.....	14
ABSTRACT	16
INTRODUCCIÓN	18
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
FORMULACION DEL PROBLEMA	22
SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	22
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
OBJETIVO GENERAL	23
OBJETIVOS ESPECIFICOS	23
JUSTIFICACIÓN.....	24
1. CAPÍTULO 1	25
1.1. CONCEPTO DE GASTRONOMÍA	25
1.1.1. TIPOS DE GASTRONOMÍA	27
1.1.2. TENDENCIA GASTRONÓMICA	29
1.2. CONCEPTO DE GASTRONOMÍA ECUATORIANA	30
1.3. CONCEPTO DE COMIDA RÁPIDA	31
1.3.1. DONDE NACE LA COMIDA RÁPIDA.....	32
1.3.2. CARACTERÍSTICAS DE LA COMIDA RÁPIDA	33
1.3.3. VENTAJAS DE LA VENTA DE COMIDA RÁPIDA	34
1.4. CONCEPTO DE CALIDAD CULINARIA	34
1.5. NORMAS BPM	37
1.6. NUTRICIÓN Y ALIMENTOS PRIMORDIALES PARA LA ALIMENTACIÓN DEL SER HUMANO	40
1.6.1. GUIA PARA UN PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL EN RESTAURANTES Y CAFETERIAS.....	42

1.7.	FORMAS DE CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS	44
1.8.	MARKETING GASTRONÓMICO	46
2.	CAPÍTULO 2	49
2.1.	INFORMACION GENERAL DE CIUDAD DE CUENCA	49
2.1.1.	BREVE HISTORIA DE ORIGEN DE LA CIUDAD DE CUENCA.....	50
2.1.2.	COSTUMBRES PRINCIPALES EN LA CIUDAD	51
2.2.	ACTIVIDADES LABORALES EN CUENCA	52
2.3.	EL TURISMO EN CUENCA	53
2.4.	TIPO DE COMIDA OFERTADA EN LA CIUDAD DE CUENCA	55
3.	CAPITULO 3 - MARCO METODOLÓGICO	58
3.1.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN TEÓRICOS	58
3.1.1.	ANÁLISIS SÍNTESIS.....	58
3.1.2.	HISTÓRICO – LÓGICO	58
3.1.3.	CUANTITATIVO.....	58
3.2.	TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	58
3.2.1.	ENCUESTAS	58
3.2.2.	ENTREVISTA	60
3.3.	TIPO DE ESTUDIO	61
3.3.1.	ESTUDIO EXPLORATORIO.....	61
3.3.2.	ESTUDIO DESCRIPTIVO.....	61
3.3.3.	ESTUDIO EXPLICATIVO	61
3.4.	TIPO DE FUENTES	62
3.4.1.	FUENTES PRIMARIAS	62
3.4.2.	FUENTES SECUNDARIAS.....	62
3.5.	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	62
3.6.	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	63
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	66
4.1.	ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	66
4.2.	ENTREVISTA A LA EXCOORDINADORA DE LA ARCSA MGS. TATIANA LUCIO – ARCSA	88
	CONCLUSIONES	89
	RECOMENDACIONES	91
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
		10

AUTOR:

CHRISTIAN ADRIÁN CHUCHUCA PILLAJO

ANEXOS	98
FORMATO DE ENCUESTA REALIZADA EN KOBOTOOLBOX	99
FOTOGRAFÍAS DE RESTAURANTES ENCUESTADOS	102
CARTA FIRMADA DE LA ENTREVISTA CON SUS RESPECTIVAS RESPUESTAS	104
CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTAS	110

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	Ciencias vinculadas a gastronomía.....	26
TABLA 2.	Tipos de movimientos gastronómicos.....	28
TABLA 3.	Características principales de la Comida Rápida.....	33
TABLA 4.	Ventaja de la venta de la Comida Rápida.....	34
TABLA 5.	Aspectos fundamentales de las normas BPM	38
TABLA 6.	Alimentos principales para el ser humano.....	40
TABLA 7.	Categorías que estable el Reconocimiento de Restaurante Saludable	44
TABLA 8.	Formas de conservación.....	44
TABLA 9.	Principales características del marketing gastronómico.....	46
TABLA 10.	Parroquias Urbanas y Rurales de la ciudad de Cuenca	50
TABLA 11.	Costumbres principales de la ciudad de Cuenca.....	51
TABLA 12.	Cantidad de habitantes de la provincia del Azuay.....	53
TABLA 13.	Tipos encuestas metodológicas	59
TABLA 14.	Análisis del catastro del MINTUR para la muestra de encuestas	63
TABLA 15.	Cantidad de restaurantes encuestados	67
TABLA 16.	Características de los Restaurante y Cafeterías Evaluados	68
TABLA 17.	Permisos de Funcionamiento	70
TABLA 18.	Productos de comida rápida ofertados	71
TABLA 19.	Tipo de medio publicitario.....	73
TABLA 20.	Características del Menú.....	74
TABLA 21.	Cumplimiento del personal.....	75
TABLA 22.	Grado de cumplimiento sobre ofrecer agua gratuitamente.....	76
TABLA 23.	Grado de ofrecimiento de preparación hecha con vegetales no procesados.....	77
TABLA 24.	Opción de reemplazo por preparaciones saludables.....	77
TABLA 25.	Control de salsas y aderezos disponible en las mesas	78

TABLA 26.	No muestran imágenes de productos naturales en las preparaciones ofertadas si no son parte de los ingredientes	79
TABLA 27.	Se promueve la entrega de regalos, premios o incentivos	79
TABLA 28.	Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta	80
TABLA 29.	Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta	81
TABLA 30.	Sistema gráfico de esferas	82
TABLA 31.	Categorías	83
TABLA 32.	Las parroquias como factores asociados al cumplimiento de criterios de evaluación para ser restaurantes y cafeterías de comida rápida con responsabilidad nutrición	85
TABLA 33.	Factores asociados a las categorías de restaurantes y cafeterías de comida rápida con Responsabilidad Nutricional	86

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Foto 1.	Catedral de la ciudad de Cuenca	49
Foto 2.	Calle Gran Colombia - Centro Histórico de Cuenca	49
Foto 3.	Vista panorámica de la ciudad de Cuenca – Turi	54
Foto 4.	Laguna Toreadora – Parque Nacional el Cajas	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.	Diagrama del árbol de problemas	21
GRÁFICO 2.	<i>Cálculo de la muestra para encuestas</i>	<i>64</i>
GRÁFICO 3.	<i>Ubicación geográfica de los restaurantes encuestados</i>	<i>67</i>
GRÁFICO 4.	Características de los Restaurante y Cafeterías Evaluados	68
GRÁFICO 5.	<i>Comparación empleados con el aforo</i>	<i>69</i>
GRÁFICO 6.	Permisos de Funcionamiento	70
GRÁFICO 7.	<i>Productos de comida rápida ofertados</i>	<i>72</i>
GRÁFICO 8.	<i>Tipo de medio publicitario.</i>	<i>73</i>
GRÁFICO 9.	<i>Características del Menú</i>	<i>74</i>
GRÁFICO 10.	<i>Cumplimiento del personal</i>	<i>75</i>
GRÁFICO 11.	Grado de cumplimiento sobre ofrecer agua gratuitamente	76
GRÁFICO 12.	Grado de ofrecimiento de preparación hecha con vegetales no procesados	77

<i>GRÁFICO 13.</i>	Opción de reemplazo por preparaciones saludables	78
<i>GRÁFICO 14.</i>	Control de salsas y aderezos disponible en las mesas.....	78
<i>GRÁFICO 15.</i>	No muestran imágenes de productos naturales en las preparaciones ofertadas si no son parte de los ingredientes	79
<i>GRÁFICO 16.</i>	Se promueve la entrega de regalos, premios o incentivos.....	80
<i>GRÁFICO 17.</i>	Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta	81
<i>GRÁFICO 18.</i>	Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta	82
<i>GRÁFICO 19.</i>	Sistema gráfico de esferas	83
<i>GRÁFICO 20.</i>	<i>Categorías</i>	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo en demostrar la importación gastronómica y nutricional de los restaurantes y cafeterías de comida rápida en la ciudad de Cuenca dentro de las parroquias de Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre. Apoyando el estudio, por medio de la guía rápida para el proceso de reconocimiento de la responsabilidad a nivel nacional aportada por el ministerio de salud pública del Ecuador para todo tipo de establecimientos de comida con el objetivo de mejorar la calidad alimentaria de los habitantes y de esta forma buscar una mejor sostenibilidad de los emprendimientos, con lo antes mencionado se realizó un estudio analítico a restaurantes de comida rápida en las parroquias antes mencionadas para saber datos que ayuden a aclarar y definir el estado actual de la ciudad de Cuenca.

Para ello es muy importante aclarar varios de los conceptos gastronómicos que son primordiales para el entendimiento del trabajo de estudio como lo son: concepto de gastronomía, gastronomía ecuatoriana, comida rápida, la calidad culinaria y las normas BPM, los alimentos más importantes para el consumo humano con su conservación y un poco de lo que es el marketing gastronómico. Como de igual manera conocer un poco de la ciudad, incluyendo el campo turístico y gastronómico que ofrece, como que tan importantes son estos temas con la cultura de los habitantes.

En la actualidad se puede observar la fusión gastronómica que ha tenido la comida tradicional con la extranjera para la llegada de turistas de todo el mundo, con la finalidad de mejorar la rentabilidad de los restaurantes y ofrecer una gama más extensa de productos en el mercado nacional, en la ciudad de Cuenca, se puede encontrar negocios tanto populares y tradicionales donde la mitad de los propietarios tiene un conocimiento básico de conceptos gastronómicos y que manejan un cierto tipo de estandarización de sus productos enfocados en su propio bien, por ello es casi nulo el conocimiento de los

valores energéticos que tiene los alimentos tanto para el emprendedor y el consumidor. Por otra parte, el uso de las buenas prácticas de manufactura está presentes en los restaurantes, manejando cada uno a su estilo y de forma independiente. De igual manera se tiene en consideración la elevación del turismo en de la ciudad que han aportado al crecimiento de mercado y de la competencia en varias zonas de la ciudad, pero siempre situadas en las zonas más concurridas.

En el análisis realizado por medio de las encuestas, se identificó que los factores como el uso de uniforme, y la buena manipulación de los alimentos es primordial para los establecimientos, de igual manera se ve el uso de ingredientes naturales sin la aplicación de aditivos y edulcorantes en los mismo, pero al ser restaurantes de comida rápida existe una escasa facilidad de productos estandarizados o incluso de origen vegetal ricos en nutrientes saludables, se observa varios factores más que dan como positivo o negativo para los restaurantes que es necesario tomar en cuenta, es recomendable que se apliquen cambios para el beneficio tanto de los locales y de los clientes para el mejoramiento o incluso para elevar la afluencia de personas en los restaurantes.

PALABRAS CLAVES: Gastronomía, Comida Rápida, Restaurante Saludable, Calidad.

ABSTRACT

This research aims to demonstrate the gastronomic and nutritional import of fast-food restaurants and cafeterias in the city of Cuenca within the parishes of Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas and Sucre. Supporting the study, through the quick guide for the process of recognition of responsibility at the national level provided by the Ministry of Public Health of Ecuador for all types of food establishments with the objective of improving the food quality of the inhabitants and In this way, to seek better sustainability of the entrepreneurship, with the aforementioned, an analytical study was carried out on fast food restaurants in the aforementioned parishes to obtain data that helps us clarify and define the current state of the city of Cuenca.

For this, it is very important to clarify several of the gastronomic concepts that are essential for the understanding of the study work, such as: concept of gastronomy, Ecuadorian gastronomy, fast food, culinary quality and BPM standards, he most important foods for human consumption with its conservation and a little of what gastronomic marketing is. As well as getting to know a little about the city, including the tourist and gastronomic field that the city offers and how important these topics are with the culture of the inhabitants.

For this, it is very important to clarify several of the gastronomic concepts that are essential for the understanding of the study work, such as: concept of gastronomy, Ecuadorian gastronomy, fast food, culinary quality and BPM standards, he most important foods for human consumption with its conservation and a little of what gastronomic marketing is. As well as getting to know a little about the city, including the tourist and gastronomic field that the city offers and how important these topics are with the culture of the inhabitants.

In the analysis carried out through the surveys, it was identified that factors such as the use of uniforms and good food handling are essential for establishments, in the same way the use of natural ingredients is seen without the application of additives and

sweeteners in them, but being fast food restaurants there is a lack of standardized products or even plant-based products rich in healthy nutrients, we can see several more factors that are positive or negative for restaurants that need to be taken into account, It is recommended changes to be applied for the benefit of both the premises and the customers for the improvement or even to increase the influx of people in the restaurants.

KEYWORDS: Gastronomy, Fast Food, Healthy Restaurant, Quality.

INTRODUCCIÓN

En desarrollo y amplitud de los restaurantes en la ciudad de Cuenca se ha visto en elevación en los últimos años, gracias a la gran cantidad de turistas tanto extranjeros como nacionales que visitan la localidad, por lo que muchos de los restaurantes se han visto en obligación de ofrecer un servicio mucho más profesional, así como también buscar diversidad de productos para el consumo y darles su respectiva publicidad (Urgilés, 2012). Teniendo en cuenta más allá del turismo, también se busca la comodidad de los habitantes de la ciudad al tener mayor capacidad de localizaciones para el consumo de alimentos, esto por su jornada de trabajo se ve una necesidad de los habitantes de consumir productos rápidos, sin fijarse en la calidad y la manipulación correcta de los productos, sin importar el grado nutricional y saludable (INEC, 2017a).

Teniendo en cuenta el grado de necesidad alimentario que se tienen tanto por habitantes locales y turistas en la ciudad de Cuenca es importantes conocer que tan comprometidos están los restaurantes y cafeterías de comida rápida con la parte nutricional y gastronómica para los consumidores, como también que tan importantes es para ello dar a conocer su valor energético incluso para ellos mismos, empleados y clientes. Como de igual manera dar a conocer a las personas varios conceptos gastronómicos como datos generales de la ciudad de Cuenca para un análisis más claro y de conocimiento investigativo. Se utilizo herramientas para la investigación como métodos de investigación empíricos partiendo de encuestas realizadas a las parroquias con más afluencias de personas durante los días como lo son Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre. De igual manera una entrevista con un funcionario público del ARCSA para tener un conocimiento del control alimentario.

Al finalizar dichas pruebas se realizó los correspondientes análisis respectivos de las preguntas realizadas para conocer el grado de compromiso gastronómico y nutricional de los restaurantes y cafeterías de comida rápida de las parroquias antes nombradas y

como se relacionan los factores encontrados, el cual permitirá conocer de manera precisa diferentes situaciones reales en el campo alimentario dentro de la ciudad, y que cantidad de restaurantes puede llegar a una categorización para ser restaurantes y cafeterías de comida rápida con responsabilidad nutricional según el Ministerio de Salud.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los 505.585 habitantes de la ciudad de Cuenca a lo largo de su vida, se han visto obligados a tener que cambiar sus hábitos alimenticios debido a las diferentes obligaciones que tengan cada una de ellas, dando algunos ejemplos de ello el estudio, el trabajo (siendo la ciudad con mayor tasa de empleo del país con un 53%) (Coba, 2021a) o simplemente alguna actividad de distracción que tengan, por lo tanto, se ven expuestos a consumir todo tipo de cantidad de comida que no sea casera o elaborada por sus propias manos (INEC, 2017b). En la actualidad se puede observar dentro la ciudad ya sea Centro Histórico o zonas residenciales una gran variedad de bares, restaurantes y patios de comida que dan la bienvenida a toda clase de público para el consumo de sus productos. Lastimosamente la mayoría de locales comerciales que abren no llegan a tener la rentabilidad que esperan y cierran después del año de funcionamiento, mientras que los restaurantes que logran perdurar y tener popularidad entre los habitantes, optan por incluir productos de todo de de tendencias, con el objetivo de vender a volumen y poder sacar gastos extras para los terceros como el caso de arriendos, empleados, servicios básicos, etc. (Lorenzo, 2019).

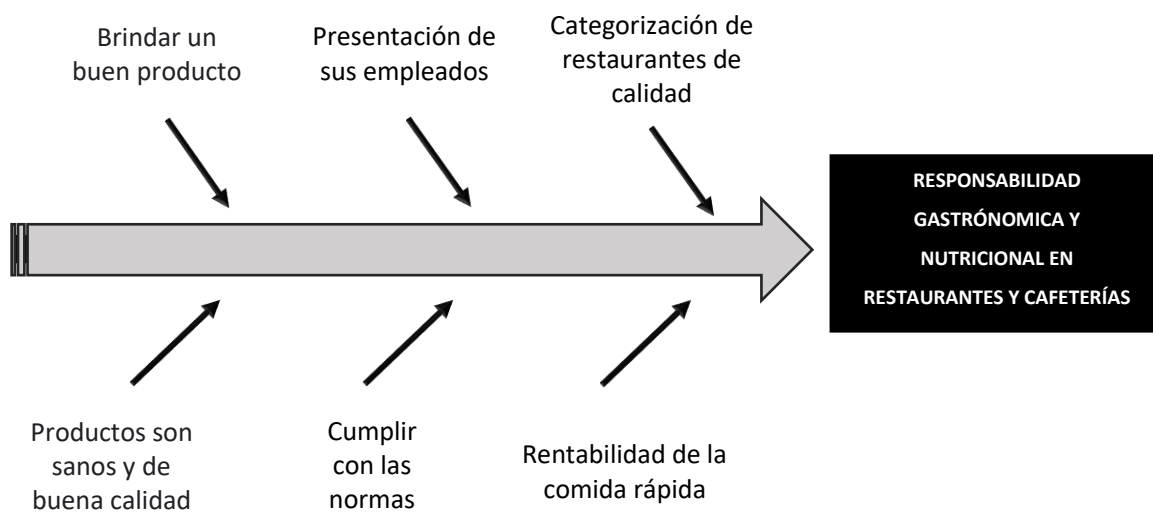
Por otro punto de vista, los habitantes de la ciudad de Cuenca por el poco tiempo que tienen entre una actividad a otra buscan el lugar más cercano para satisfacer su necesidad de alimentarse (Coto et al., 2006). Siendo estos los más cercanos a su ubicación, no tomando en cuenta lo que es la calidad de producto, la manipulación de los mismos, que tan nutritivo y saludable sea para ellos los alimentos, como también el estado y aseo que se encuentren dichos establecimientos (Latham, 2002).

Una de las situaciones que se puede observar dentro de la ciudad, es la falta de empatía por parte de los ciudadanos por siempre buscar lo más económico comparando con una gran cantidad del producto no tomando en cuenta el costo del producto para los dueños de los restaurantes, incluso se observa que la mayoría llevan criterios negativos si no se lo realiza de dicha forma, se toma en cuenta la costumbre de la gente y el favoritismo

a la comida tradicional ecuatoriana, como también al momento de ver algo novedoso como comida fusión de regiones o países diferentes acuden a los emprendimientos, que con el pasar de los tiempos termina teniendo un delimitado número de clientes fieles a los restaurantes (TICcita, 2018).

Árbol de problemas

GRÁFICO 1. Diagrama del árbol de problemas



FUENTE: *Elaboración Propia.*

FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es el grado de preocupación gastronómica y nutricional de los restaurantes y cafeterías de comida rápida en la ciudad de Cuenca con respecto al cuidado de productos ofrecidos a los residentes y turistas en las parroquias de Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre?

SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son los conocimientos de los restaurantes de comida rápida en conceptos gastronómicos y cómo los aplican?
- ¿Qué tanto se preocupan los restaurantes de comida rápida en brindar un buen producto de calidad y sanos para el consumidor?
- ¿Qué tan común es ver dentro de los restaurantes y cafeterías promover productos sanos y buscar las formas de venderlos y su forma correcta de almacenamiento?
- ¿Los restaurantes se preocupan por la forma correcta de la presentación de sus empleados y cumplir con las normas que cada establecimiento tiene para estos?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Examinar la responsabilidad nutricional en restaurantes y cafeterías de comida rápida en la zona urbana de la ciudad de Cuenca con el fin de buscar un mejoramiento de las actividades culinarias en cada uno de los establecimientos de la ciudad correspondiente a las parroquias urbanas Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Informar sobre la cantidad de conceptos en el campo gastronómico para hacer entendible la investigación.
2. Describir los ámbitos generales de la ciudad de Cuenca, oferta laboral, campo turístico y zonas de consumo de alimentos más populares de acuerdo a la actividad económica de los habitantes.
3. Definir la metodología, métodos y técnicas de investigación para aplicarlos en el análisis del objeto de estudio.
4. Analizar e interpretar los estudios realizados para mejorar la calidad gastronómica y nutricional de los restaurantes de la ciudad de Cuenca, dando a conocer los resultados de manera general por la visita de las empresas participantes en el estudio.
5. Compilar la información recabada de las empresas de objeto de estudio para la categorización de una oferta gastronómica saludable.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se centra en el análisis y la investigación de los restaurantes y cafeterías de comida rápida de la ciudad de Cuenca, ubicados en las parroquias de Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre, iniciando con la presentación de varios conceptos gastronómicos, tendencias, cuidados BPM entre otros para el entendimiento significativo de la investigación (Cordero, 2020). Ya que en la actualidad algunos de los emprendimientos de gastronomía, dueños o administradores tiene un déficit del tema.

De igual manera se busca presentar de forma general la dinámica de la Ciudad de Cuenca, como sus actividades y gastronomía tradicional. sus diferentes atractivos turísticos y como este evento ha causado que la ciudad crezca en los últimos años en el ámbito laboral y turístico (Hablemosdecultura, 2023).

Para el respectivo desarrollo del análisis se aplicó una metodología de estudio cuantitativo, observacional, descriptivo – analítico, con el uso de herramientas como encuestas a diferentes restaurantes de las parroquias y entrevista a un funcionario del ARCSA como fuentes primarias. De igual manera se ocupa fuentes de investigación del ministerio como secundarias y por parte de tesis, folletos, artículos de revista y periódico como igual de páginas web.

La importancia principal del proyecto es conocer las diferentes dinámicas de las empresas gastronómicas objeto de estudio y el saber que tan importante es para los mismo, la calidad y la salud de sus clientes con incorporación de alimentos saludables o la estandarización de sus productos de igual manera la forma correcta de llevar su establecimiento.

1. CAPÍTULO 1

1.1. CONCEPTO DE GASTRONOMÍA

A la gastronomía se la puede definir como el arte y la ciencia en la que la preparación de alimentos y su presentación se lo exhibe de manera atractiva y deliciosa para que exista una interacción entre los cinco sentidos, generando una experiencia para el consumidor. De hecho “es un término global que abarca una gran cantidad de aspectos que se relacionan con la comida de todo el mundo y sus maneras de preparación y conservado, incluyendo sus ingredientes, estilos culinarios, preparación de platos ya sean actuales o tradiciones” (Cordero, 2020, p.50). Viéndolo no solo centrado en la preparación de alimentos, si no en el cuidado y la selección de los ingredientes que tengan una calidad eficiente y que garanticen un buen producto final.

La palabra gastronomía por su lado tiene un origen griego que lo divide en dos partes: “gastro”, lo que se refiere al estómago y por otra parte “nomia”, que significa una regla o una norma a cumplir. Lo que junto se resume prácticamente en la ciencia que estudia la alimentación con una relación cercana al ser humano con factores como el medio en que vive y el entorno de su crecimiento, pero siempre enfocándose en la comida y sus diversas presentaciones (Sánchez, 2023). Con esto se llega a aclarar que no solo se enfoca en la preparación de alimentos de una forma básica y general, si no que va siempre enfocada en los gustos, atracciones y aspectos sociales del ser humano (cursosgastronomia, 2023).

Todo lo que se refiere el campo gastronómico está vinculado con la cultura que ofrece cada país a nivel global, pero también se lo considera como un conjunto de ciencias que trabajan en común como lo son:

TABLA 1. Ciencias vinculadas a gastronomía.

Física:	Estudia los cuerpos y componentes de cada uno de los ingredientes y las estructuras y formas que se puede elaborar con cada uno de estos.
Química:	Estudia los diferentes aspectos y reacciones que tienen los productos con las diferentes técnicas que se utilizan para sus elaboraciones en platos diferentes y como forman diferentes tipos de texturas.
Matemáticas:	Intervienen en la realización de recetas con el porcentaje y gramajes exactos para la elaboración de recetas de preparaciones gastronómicas, tanto operativas y administrativas y así ofertar productos rentables y que dejen una utilidad razonable.

FUENTE:(Cordero, 2020)

Elaborado por: Autor.

De acuerdo a Vivanco (2021), el campo gastronómico está muy arraigado el turismo, ya que siempre es uno de los campos que atrae a personas de diferentes partes del mundo y de su constante movimiento a otros países, ya que en algunos lugares es uno de los principales resaltantes para el turismo y la hotelería, por los ricos y variados sabores que se puede encontrar.

En el artículo de Cordero (2020), la gastronomía en la actualidad va en base a estudios sobre conocimientos y habilidades culinarias, en aprendizaje sobre la presentación de platos y el entendimiento sobre las técnicas y formas ancestrales de la producción de alimentos de cada cultura y región del mundo. Es una forma en la que diferentes culturas del mundo expresan y reflejan su identidad, dando a conocer a la persona acerca de su identidad e historia con el pasar de los años y como se ha ido desarrollando con el pasar de los tiempos, como esta ha sido influenciada por factores climáticos y la introducción de ingredientes de otras zonas del mundo y como se mezcla con otras costumbres.

En épocas recientes se ha podido observar como la gastronomía ha cambiado en diferentes aspectos, para resaltar tanto en la innovación culinaria, la recurrente fusión de

las tradiciones de diferentes zonas con la incorporación de ingredientes nuevos, así como los mismos han sido experimentados en otro tipo de preparaciones que no se ha visto en el pasado (Hernández, 2018). Haciendo de la gastronomía aparte de una ciencia elaborada y correcta, a ser un arte y una forma de entrenamiento para los profesionales en gastronomía y a los mismos consumidores.

En los últimos años es muy importante para cada uno de los restaurantes ofrecer platos para sus consumidores que jueguen con algún tipo de concepto que desean presentar, esto incluye las emociones, realizando esto con la funcionalidad de los colores, sabores y texturas que asemejan un paisaje, una pintura o una estructura (Cordero, 2020). Lo que significa que ayuda a despertar los sentidos y que exista una simbiosis a lo sensual y atractivo ante los ojos de las personas y sus gustos.

La gastronomía es un campo en el cual está en constante innovación y cambio con el pasar de los años, ahora considerado también un arte que detalla la belleza y las expresiones de los creadores mediante sus productos, los cuales ponen su propio sello de autoría, llenándoles de humanidad y sabores únicos (Triviño, 2019). Se debe tener en cuenta que, así como existe la actualización de platos también es muy importante mantener los platos tradicionales, porque esto ayuda a mantener un interés por la elaboración y darles un toque diferente que vaya por muchos caminos diferentes para cada uno de los profesionales de cocina, siempre y cuando se mantenga las recetas originales.

1.1.1. TIPOS DE GASTRONOMÍA

Dentro del campo gastronómico se encuentra una gran cantidad de formas de preparación y elaboración de los platos, incluso por la relación con la alimentación que va directamente con una necesidad del ser humano, se encuentra una serie de clasificaciones distintas como alguna de ellas lo son:

TABLA 2. Tipos de movimientos gastronómicos

Gastronomía Nacional:	Prácticamente está centrada en la gastronomía de una sola nación, los ingredientes y las técnicas diversas que tienen, muchas de ellas son las ancestrales y que van de la mano con los platos tradicionales, estos que son considerados como el patrimonio cultural de un país
Gastronomía Internacional:	Abarca a la gastronomía a nivel global donde se ve la esencia de otras culturas y sus diferentes formas de preparar sus productos consiguiendo nuevos sabores y olores que, con investigaciones y estudios, se da lo que es la comida fusión con la mezcla de la gastronomía nacional.
Gastronomía Molecular:	Se lo considera la incorporación de la ciencia dentro de la alimentación, es una de las gastronomías más innovadoras, que se enfoca en la preparación y presentación de platos con un alta calidad visual y gustativa, opta por usar nuevas técnicas en productos extraños para conseguir nuevas texturas y sabores, esto considera las técnicas con temperaturas, químicos, cocciones y entre otras técnicas de renombre.
Gastronomía Vegetariana:	Es una de las tendencias más populares en los últimos tiempos, se basa en una alimentación con ingredientes de origen vegetal, como verduras, cereales y frutas. Lo más importante aquí es la no tolerancia al consumo de alimentos de origen animal, a veces incluso el no consumo de los derivados de los mismo.
Alimentación Sostenible:	Este tipo de gastronomía se centró en el consumo de alimentos que ayuden con el medio ambiente, ya sea con el respeto hacia los ingredientes y saber que alimentos se puede consumir y cuales no, apoyando al cuidado animal y vegetal para preservar la flora y la fauna de una nación o a nivel mundial.

Fast food:	Es considerado un sistema de servicio y producción de alimentos rápidos y económicos para las necesidades de los consumidores con poco tiempo en sus actividades diarias o con recursos escasos.
Cocina fusión:	Prácticamente es un tipo de gastronomía donde la elaboración de los productos es una mezcla de técnicas o ingredientes de diferentes culturas con el fin de demostrar por medio de la cocina diferentes historias y sabores.

Fuente: (Armendáriz, 2019; BarcelonaCulinaryHub, 2023)

Elaborado por: Autor.

1.1.2. **TENDENCIA GASTRONÓMICA**

Durante el pasar de los años se ha visto la actualización de técnicas gastronómicas gracias a las nuevas tecnologías que se van renovando con transcurso de los tiempos, por lo que en BarcelonaCulinaryHub (2023), indica que los nuevos conceptos gastronómicos van tomando forma con lo que es la nueva ciencia y la macrobiótica las cuales ayudan a adaptar a la actualidad recetas y productos culturales a los nuevos tiempos y haciendo algo común para la sociedad.

La ciencia enfocada en la gastronomía prácticamente ayuda a resolver y analizar los cambios físicos y organolépticos de un alimento mediante los procesos de cocción que son sometidos. Por lo que según Hernández (2018), ayuda a entender con qué otros grupos de ingredientes se los puede combinar para las nuevas recetas que se pueden realizar, esto va de la mano con el uso de químicos que dan por sentido la transformación de los alimentos. Mientras que por otro lado la gastronomía macrobiótica, se centra en el uso de productos naturales de la flora que cada nación tiene en su territorio que, dentro de la actualidad, se lo relaciona fuertemente con la alimentación vegana o vegetariana, que muchos consumidores han optado por hacer parte de su modo de alimentación diario.

1.2. CONCEPTO DE GASTRONOMÍA ECUATORIANA

Se define a la gastronomía ecuatoriana como una cocina nacional y tradicional, con platos típicos llenos de historia por el pasar de los años y que debido a su ubicación geográfica tiene una gran diversidad de sabores, colores, y texturas, con ingredientes de todo tipo desde mariscos y pescados, hasta carnes de cerdo, res y pollo, granos, frutas, verduras y tubérculos en las zonas más altas, cada una de las regiones del país con platos distinto y emblemáticos que han encantado no solo a personas nativas del país, sino también a personas extranjeras que han elogiado dichos platos (MINTUR, 2023b).

Según Triviño (2019), el campo alimentario en el Ecuador está muy influenciado por la gastronomía española y francesa que han sido fusionada junto con la de los ancestros incas y cañaris que habitaban antes de la conquista. En el artículo de Martínez (2008), dice que gracias a la diversidad de fauna y flora que existe en las cuatro regiones se puede encontrar una serie de alimentos característicos para los habitantes de cada zona, pero siempre hay algunos que son comunes dentro de todo el territorio nacional que son el arroz, huevos, ají igualmente en carnes de cerdo, res y pollo. La región de la costa se caracteriza por sus platos a base de mariscos (camarones, pulpo, conchas, crustáceos) pescados de ríos o mar (lenguado o corvina) y plátano, algunos de los platos tradicionales en esta región son encebollados, ceviches, chupes, menestras, tigrillos o bolones. Mientras que la región sierra, se caracteriza por el uso de tubérculos como la papa dentro de sus preparaciones, acompañada de carne de res o cerdo y el uso del maíz en diferentes presentaciones realizando en conjunto platos como fritadas, carnes a la parrilla, sancocho o locros y sopas a base de fondos de res, cerdo o pollo. Por otro lado, la región Amazónica tiene ingredientes como la yuca, plátano, papa china, frutas (pitahaya, mango, cítricos, guanábanas, etc.) y pescados de río o animales de monte o de la zona (piraña, mono, manatí, chontacuros) con cocciones a vapor en envueltos con hojas de plátano y la región Insular es similar a la región costa con consumo de mariscos y pescados con más verduras y frutas que carbohidratos.

Así como se puede encontrar una gran variedad de platos de sal, se observa una gran cantidad de postres, como helados de paila, arroz con leche o dulces característicos de cada una de las regiones (MINTUR, 2012). Incluso bebidas alcohólicas y no alcohólicas que dependiendo de cada una de las regiones se las encuentra con diferentes ingredientes, como caña de azúcar, canela, naranja, maíz, mote, etc.

1.3. CONCEPTO DE COMIDA RÁPIDA

La comida rápida es aquella tendencia que se caracteriza por la velocidad de su preparación y un servicio ágil. Se especializan en la preparación de alimentos que sea de fácil adquisición y de un consumo rápido, con un tiempo de espera mínimo, incluso la ambientación de los establecimientos se caracteriza por no ser muy cómoda (Molina et al., 2016). Es una de las tendencias o temáticas de restaurantes más versátiles se lo puede encontrar en diferentes lugares como centros comerciales, carritos de comida o en las grandes cadenas de restaurante.

Se sabe por Brito (2019), *que* dentro de los platos emblemáticos y por lo que se da a conocer la comida rápida sin dudar son las hamburguesas, *hot-dogs*, pizzas, pollo broster o frito, nachos, tacos, comida chica, chuzos, entre otros. En los cuales la mayoría de los ingredientes que lo integran es con comida procesada que pueden o no ser alto en grasa y calorías. Por ende, siempre se ha asociado a la comida rápida como los causantes de problemas de salud, los más comunes son la obesidad, diabetes, hipertensión y problemas hepáticos, esto relacionado con el exceso de porciones que se consume o el poco grado nutricional que tendría en las preparaciones que se realiza.

Sin embargo según Molina et al. (2016), es muy importante saber que no todo tipo de comida rápida se basa en alimentos procesados y poco saludables, en la actualidad existe un sin número de restaurantes que optan por un tipo de comida rápida saludable y de innovación, que ayuda a prevenir enfermedades, con la preparación de sus productos con ingredientes de calidad frescos y estandarizados, incluso por la realización de sus propios embutidos y salsas, evitando el alto grado de calorías y preservantes, inclusive dentro de

establecimientos se puede ver las opciones de ensaladas y panes libres de gluten, incluyendo a un mercado de personas mucho más amplio y que tomen las opciones veganas como una opción de vida, promoviendo a las personas que no toda comida rápida es mala ya que tiene su valor nutricional.

1.3.1. DONDE NACE LA COMIDA RÁPIDA

Se sabe por Espada (2021), que la comida para llevar o la comida rápida no era un concepto nuevo para los habitantes, ya que sus inicios se dan en el antiguo Egipto y también en Grecia, prácticamente por la venta de pescados fritos, siendo en Roma frecuentemente utilizado el término con la comida preparada que se podía comprar en ciertos lugares para llevar o servirse en barras en los mismos sitios. Continuando con la época Medieval, se observa carritos con venta de productos para comer al paso como carnes, quesos y verduras, que, con la revolución industrial, muchos de estos sitios se convierten en restaurantes de comida rápida. Hasta que en 1860 aparecen las papas fritas con pescado y más adelante la pizza napolitana.

El concepto de *fast food* es una forma de llevar la comida a un consumo rápido y económico de productos específicos entre el principal las hamburguesas, tomando origen a principios del siglo XX en los Estados Unidos. Según la National Geographic (2018), la cadena de comida rápida más longeva es *A&W Restaurants* que inicia operaciones alrededor de 1919, por lo emprendedores *Roy Allen y Frank Wright*. Lo cual sirve como ejemplo para la empresa *White Castle* en 1921, para después dar comienzo a una de las franquicias más grandes del mundo fundada por *Richard y Maurice McDonald*, quienes perfeccionaron la estandarización de la producción de estos tipos de alimentos con un costo de 15 centavos por unidad en un estilo de restaurante *Drive-in* y siendo ejemplo para la creación de otras empresas a futuro como *Burger King, Kentucky Fried Chicken y Subway*.

En la actualidad según Espada (2021), muchos restaurantes de comida rápida han optado por poner dentro de su menú productos como ensaladas, productos vegetarianos

y alimentos con poca cantidad de grasa para el cuidado del medio ambiente, tendencias innovadoras y la salud del consumidor, incluso en locaciones chinas y japonesas se ayudan con la incorporación de materiales tecnológicos para un mejor servicio como menús virtuales y el uso de robots camareros o barras corredores automáticas.

1.3.2. **CARACTERÍSTICAS DE LA COMIDA RÁPIDA**

Dentro de lo antes mencionado podemos determinada que la comida rápida goza de diferentes tipos de características que lo hacen ver con una opción eficaz tanto para el consumidor, como para el emprendedor como los son:

TABLA 3. Características principales de la Comida Rápida.

Es una comida muy completa al tener incluido dentro de sus productos carbohidratos como el pan, papas fritas, tortillas o masas, goza con vegetales dependiendo de que producto se consuma (lechuga, tomate, cebolla, champiñones, pimientos, etc.) y grasas en sus respectivos aderezos, como también uno o dos productos cárnicos.

Básicamente mucho de los productos de esta gama, llegan a ser baratos comparado con otras tendencias, pero hay que tener en cuenta que esto dependerá de la calidad de los platillos que a ofrecer, pero comúnmente es muy accesible a una gran cantidad de personas vendiéndose a grandes volúmenes y al consumo de todas las edades.

Por su forma de preparación y embalaje es un producto el cual es de fácil transporte, para llevar a diferentes sitio y forma de preservarlo, igualmente la forma de consumo es muy cómoda y fácil, facilitando al emprendedor en gastar en maneje exagerado.

El tiempo de entrega al consumidor es muy rápido, siendo de fácil preparación por la razón de que muchos de sus ingredientes están preelaborados.

Mantiene precios moderados para los clientes y es muy versátil para el servicio, siendo este dentro del local, para recogerlo, consumirlo en la calle o a domicilio.

FUENTE:(Brito, 2019; Molina et al., 2016)

Elaborado por: Autor.

1.3.3. **VENTAJAS DE LA VENTA DE COMIDA RÁPIDA**

La venta de comida rápida, muchas de las veces es el realce de un emprendimiento para subir sus ventas y tener un grupo de personas para el consumo de estos productos que ayudan a la rentabilidad y la estabilidad en el mercado de modo que esta tendencia es un complemento positivo para incorporar en un establecimiento (Brito, 2019). Las ventajas de vender dichos productos son variadas por las que:

TABLA 4. Ventaja de la venta de la Comida Rápida.

Los alimentos de comida rápida son de rápida producción por lo que se ve una rapidez incluso en los clientes ya que necesitan menos tiempo para el consumo y dan plazo para la llegada de más consumidores.

Es un restaurante preferido para las personas que tienen un tiempo limitado para el consumo de alimentos ya sea por su trabajo o estilo de vida, siendo la manera más favorable para obtener alimentos en el tiempo estimado.

Siempre y cuando mantenga las normas de calidad y se respete las normas establecidas para el manejo y conservación de alimentos, no son productos los cuales perjudiquen la higiene o la seguridad alimentaria para el consumidor, está claro como cualquier otro alimento que las personas no consuman en exceso por el riesgo a la salud que existe a futuro.

Es un tipo de comida que se lo puede ubicar en cualquier sitio, como lugares de paso, carritos o establecimientos de no mucha extensión, y el tipo de servicio puede ser muy versátil, presentándole en diferentes formas, para llevar, servicio directo a la mesa o quick service.

FUENTE: (Brito, 2019)

Elaborado por: Autor.

1.4. **CONCEPTO DE CALIDAD CULINARIA**

La calidad es un concepto general que se lo resume como un conjunto de expectativas dentro de un producto o servicio con el objetivo de mejorar el modo de vida de las

personas, siempre y cuando estos servicios u objetos cumplan con las expectativas y la comodidad, que ayudan de una manera u otra a mejorar la vida de los seres humanos, estos pueden o no ser innovados con el pasar de los años, pero siempre se encuentra algo que lo reemplace para mejor. Para ello el producto debe pasar por pruebas o controles científicos y de análisis sociales para hacerlos óptimos para el consumo humano (Mora, 2011).

Dentro de la formación de concepto de calidad se observa que en la antigüedad de una forma artesanal los productos y servicios de los realizaba sin ningún costo, tan solo se lo realiza con la satisfacción de ayudar y complacer a sí mismo y buscar a un grupo de personas con el mismo objetivo y ayudarse entre ellos. Luego de la Revolución Industrial estos productos y servicios llegan a ser remunerados y existen industrias las cuales comienzan a producir en masa para la transportación y venta de productos a las personas que lo necesitan, con el fin de complacer al mercado sin ningún tipo de estudio posterior por las necesidad de las personas, esto llega a mejorar con la incorporación de la ciencia dentro de la producción llegando a controlar la calidad por medio de inspección y retirar de los productos en mal estado o malos para la salud. En la Segunda Guerra Mundial es donde se mejora la calidad de los productos, a un tiempo más reducido y con costos muchos más bajos. Hoy en día es muy importante ofrecer lo que es un producto a un costo más bajo para que sea rentable para la empresa y se puede remunerar a los empleados, pero sobre todo para el emprendedor es importante la renovación de sus productos y actualización de ellos para la comodidad de la vida de las personas (Constanza et al., 2009).

Dentro de zonas residenciales, lugares de trabajo y establecimientos alrededor del mundo se puede observar que existe un lugar determinado para la producción de alimentos y bebidas que con el paso de los tiempos se le dio el nombre de espacio culinario o mejor conocido por las personas como la cocina, este siendo un lugar casero con instrumentaría básica, como también a niveles industriales con maquinaria pesada para la

elaboración a volumen grande para el sistema hotelero, turístico y empresarial para la comercialización específica (Gutiérrez, 1998).

Desde los inicios de la humanidad, se ha encontrado registros que las personas siempre han visto la necesidad de reunirse para el consumo de los alimentos a causa del descubrimiento del fuego y la realización de comida cocida por medio del calor y en ese momento en específico se ha realizado esta práctica hasta la actualidad, claramente con elaboraciones más sofisticadas y renovadas gracias a toda la instrumentaria que existe hoy en día y que ha hecho para el hombre una necesidad básica con oportunidad en un campo laboral y que distingue la sociedad incluso con admiración (Guzmán & Sánchez, 2012).

A finales del siglo XIX se comienza a dar una importancia más grande al mundo de la cocina llegando a ser parte del mundo laboral ofreciendo una gran cantidad de empleo en el campo de la cocina y el servicio, ocasionando el crecimiento empresarial con la construcción de restaurantes y puestos pequeños de comida callejera, los cuales comenzaron a utilizar ingredientes a gran cantidad y compartiendo preparaciones mediante recetas personales para la construcción de comida tradicional. Los productos alimenticios comenzaron a ser parte del comercio por lo cual se los llega a vender a precios aceptables o por medio del trueque con otro producto, también se da la aparición de las tendencias y clasificación de los restaurantes dependiendo del tipo de comida que se realice con su respectiva maquinaria sus elaboraciones de esos productos. Según Guzmán & Sánchez (2012), en la actualidad, la cocina ya no es solo definido para las amas de casas y una obligación diaria, si no como una profesión donde no depende de género ni razas para aprender, llegando a crearse escuelas e institutos para la educación en técnicas y elaboraciones con más detalle y cuidado de los alimentos

En cada uno de los países se puede encontrar una gastronomía única que no se comparan entre sí con las culturas internas incluso de la misma nación, algunas de ellas que fueron globalizadas y llevadas al entorno profesional y popular para el mundo, mientras que otras se han quedado reservadas en sus zonas de confort, pero si algo es lo

que se comparte es el respeto a las tradiciones de todo lado y su forma de innovar los productos para que no sean olvidados por las futuras generaciones y se siguen manteniendo como historia (Toledo, 2019),

En la actualidad el termino de calidad culinaria, va estrechamente relacionado a la innovación de los platos que son tradicionales y que distingue a la región, siempre respetando la receta original pero llegando un paso más allá de lo común, muchos de los profesionales de cocina dan a conocer la actualización de los mismos y fomentan a nuevos o futuros profesionales de cocina a seguir con los mismos cambios, incluso con ingredientes que han perdido su importancia en la cocina y dándolos a conocer tanto física y su versatilidad en el espacio de trabajo. Dado lo antes mencionado más la incorporación a las recetas ancestrales se da una fusión con lo internacional con un producto que sobre salta de los demás con la atracción de turistas con platos llenos de historias con un toque ahora vanguardista o gourmet (Toledo, 2019).

1.5. NORMAS BPM

Según el ARCSA (2023), Las Buenas Prácticas de Manufactura se refieren a todo el conjunto de directrices y regulaciones generales que son establecidas con el objetivo de garantizar la calidad, seguridad y eficiencia en la producción, elaboración, mezcla, empaquetado y almacenamiento de alimentos frescos, y preparados de origen animal y vegetal para el consumo humano, productos farmacéuticos y de salud como también productos relacionados con lo mismo, normas que nacieron para evitar los graves problemas a la salud de los habitantes por falta de higiene en la producción de todo tipo de productos de consumo.

Las normas BPM tienen un objetivo clave dentro de la industria alimentaria la cual es prevenir los riesgos que se pueda tener con la contaminación o la mala manipulación de los productos, con la finalidad de proteger la salud de los consumidores, como también mantener a salvo la integridad de los productos a lo largo de la vida útil que tengan para el consumo humano, aquellas prácticas se deben llevar a cabo en toda la cadena por la

que pasa un alimento como la manipulación, preparación, elaboración, envasado como de igual forma en el transporte y distribución a diferentes destinos finales (Winterhalter, 2022).

Las Buenas Prácticas de Manufactura en una empresa de alimento traen muchas ventajas como el garantizar la higiene y la calidad de los productos, permite de igual manera identificar los riesgos y problemas de una operación, disminuye costos innecesarios y ayuda a estandarizarlos, brinda capacitación y educación a los trabajadores de cada zona y por último origina confianza y fiabilidad en el consumidor.

TABLA 5. Aspectos fundamentales de las normas BPM

Instalaciones:	Se establece requisitos para el diseño, la infraestructura dentro de una zona y el fácil mantenimiento de los mismos con todo lo relacionado con la producción y procesamiento de los alimentos. También se ve aspectos dentro de la una zona culinaria, como la distribución de los espacios para las máquinas, el control de la temperatura y la humedad en zonas de riesgos, entre otras.
Equipos:	Definen las normas y los criterios para la selección, calibración y mantenimiento de los equipos que se utiliza para la elaboración de los productos y el procesamiento para su respectiva producción. Así como también existen listas de procedimientos para la limpieza y desinfección de todo el espacio de elaboración.
Personal:	Se ofrece una serie de reglamentos para la capacitación y la higiene personal y del uniforme para los trabajadores de todo el establecimiento, incluyendo también la facilidad de guantes y lavado de manos adecuadas con instructivos para la adecuada manipulación de los alimentos.
Procesos de producción:	En esta parte se estable las ordenes que deben ser muy estrictas para la manipulación y almacenado de los alimentos desde el primer proceso, hasta el último, en este punto también se analiza la

	prevención de la contaminación cruzada y el proceso correcto por si sucede algún tipo de anomalía en los productos finales.
Documentación y registros	Esta es una forma en la que las empresas tienen un claro registro de las actividades que hace cada uno de los empleados en la zona de producción, limpieza y administración. De esta forma son más organizados y que se cumple con los respectivos reglamentos de la empresa.

FUENTE:(Winterhalter, 2022)

Elaborado por: Autor.

El primer acercamiento del ser humano con las BPM son en el año 1906 en los Estados Unidos con el origen de la FDA (*Food and Drug Administration*), posterior a ello con la ayuda de la OMS desarrollan el *Codex Alimentarius* donde se recopilan normas y leyes que se respetarían a nivel internacional asegurando la salud a nivel mundial (Winterhalter, 2022). Teniendo en cuenta que cada uno de los países tiene como reglamento un decreto que ordena y controla las normas de salubridad, en el caso del Ecuador es el decreto ejecutivo 3253 (ARCSA, 2023).

El ARCSA (2002), por medio del reglamento de Buenas Prácticas para Alimentos Procesados se indica que es un deber garantizar la salud y la protección de los procesos alimentarios de todo tipo de empresa que manipule los mismos, no solo de restaurantes si no también a fábricas de ingeniería de alimentos, por medio de la obtención de registro sanitario, certificados de funcionamiento que se verifique las Buenas Prácticas de Manufactura que se obtendrá con la revisión de cada uno de los pasos de producción, como también el conocimiento y capacitación de las personas ante agentes patógenos, contaminación cruzada, desinfección, higiene de los alimentos y la limpieza general de productos y maquinaria, de igual manera si al personal se le somete a exámenes médicos para que sean aptos a la manipulación y fabricación de los productos.

De igual se preocupa de todo lo que es el área de producción, iluminación, espacios establecidos, ventilación, instalaciones sanitarias, señaléticas y suministro del agua

para los alimentos. En caso de los productos o materia prima utilizada la observación de la calidad física y saludable es primordial, como también los recipientes y envasados, como el lugar de almacenamiento de los mismos (ARCOSA, 2002).

1.6. NUTRICIÓN Y ALIMENTOS PRIMORDIALES PARA LA ALIMENTACIÓN DEL SER HUMANO

Según Guerrero (2017), la nutrición es el proceso por el cual el cuerpo humano aprovecha los alimentos consumidos por medio de la digestión, absorción, asimilación y excreción, con dichos pasos los productos satisfacen las necesidades de las células y permite el desarrollo y reconstrucción de muchos de los órganos y sistemas que componen las funciones vitales y la resistencia

Existe una gran variedad de alimentos primordiales para el buen estado de salud de los seres humanos, los cuales proporcionan una cantidad de nutrientes esenciales para el crecimiento, desarrollo y mantenimiento del cuerpo en general. Aquellos alimentos son los más utilizados para las dietas saludables y el equilibrio nutricional (Guerrero, 2017).

TABLA 6. Alimentos principales para el ser humano.

Grasas Saludables:	Estas se encuentran en alimentos como aguacate, nueces, semillas, aceite de oliva y pescados grasos como el salmón. Proporcionan ácidos grasos omega-3 y omega-6, que son importantes para la salud cardiovascular y el funcionamiento del cerebro.
Frutas y verduras:	Son fuentes esenciales de vitaminas, minerales, antioxidantes y fibra, que ayudan a tener un sistema inmunológico saludable y fuerte, que combate varias enfermedades.
Granos enteros:	Incluye todos los alimentos los cuales poseen minerales y antioxidantes como también vitaminas del grupo B, estos alimentos son pan integral, pasta integral, avena o quinoa. Aquellos productos

	ayudan a mantener la saciedad y la energía de las personas luego de su consumo.
Proteínas magras	Es uno de los constituyentes principales que contiene las carnes magras, aves, pescados y huevos, incluso se lo puede encontrar en algunas legumbres y setas, en productos lácteos en pocas cantidades, son los reconstituyentes para la formación de nuevos tejidos, ayudando en su crecimiento y reparación, como ayuda en la formación de hormonas y en la construcción del sistema inmunológico.
Lácteos o Alternativas:	La leche y derivados son importantes para el consumo por la gran cantidad de calcio y proteína que representan. Aunque también existe otras opciones para las personas que por alguna razón no consumen lácteos, sustitutos como los son leche de soya, almendras o hasta de avena que tiene los mismos nutrientes en cantidades menores.

FUENTE: (Callejo, 2022)

Elaborado por: Autor.

En esencial el consumo de muchos alimentos sanos para que el organismo tenga la energía y que cumpla con las funcionalidades diarias, como lo que son las legumbres, verduras, frutas e incluso el chocolate. Como lo dice Callejo (2022) el consumo de grasa moderado como el aceite de oliva o pescados azules y mariscos ayudan a la funcionalidad cerebral, de igual manera los hidratos de carbono como pastas, cereales, arroz y papas aportan una gran cantidad de azúcar que ayudan a tener energía y fuerza durante actividades rutinarias. Las frutas también ayudan a esta función, pero en un grado de tiempo mucho más cortos, pero con un gran grado de vitaminas, minerales y fibra para ayudar al metabolismo.

Así como existe una cantidad de alimentos que ayudan, se encuentra algunos que con exceso debilita o trae daño a la salud con el pasar del tiempo como los dulces, bollería, refrescos, snacks salados y el alcohol (Callejo, 2022).

Dentro de una dieta balanceada se menciona por Roper (2017), que es necesario para todas las personas repartir la ingesta de alimentos diaria en cinco estaciones sin saltarse alguna de ellas, empezando el día con un desayuno bastante completo con cereales, lácteos, frutas y una proteína magra como embutidos de pavo o pollo, en la media mañana la ingesta de un fruto seco o frutas. Mientras que en el almuerzo no puede faltar el consumo de verduras con algún tipo de hidrato de carbono (arroz, papa, frejol, maíz, pastas, etc.), un producto proteico de origen animal. Mientras que en la merienda se opta por el consumo de productos integrales y lácteos o derivados de los mismos, con la cena se tiene que evitar el consumo de productos pesados por el motivo de ser inútil la cantidad de energía para lo que queda del día. A inclusión de esto el ser humano debe tomar agua por lo menos entre 1.5 a 2 litros esto dependiendo del grado de actividad física que tiene en sus acciones diarias (Achon et al., 2016).

1.6.1. GUIA PARA UN PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL EN RESTAURANTES Y CAFETERIAS.

En los últimos años en el país se ha visto un problema grande con la mal nutrición de los habitantes, que se da por diferentes tipos de factores socio-económicos o por costumbres y cultura, que causa en la población ecuatoriana un aumento de sobrepeso estando presente en 8.5% en niños de 5 años, 55.9% en niños y adolescentes y en mayoría un 66.8% en las personas adultas, de igual manera se presenta problemas de salud como hipertensión, cáncer, y diabetes. Por ello el Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2017), al tener conciencia del problema alimentario y nutricional de la población realiza un acuerdo ministerial con referencia al reconocimiento de la responsabilidad nutricional en restaurantes y cafeterías a nivel nacional con una duración de 2 años, enfocándose principalmente en la atención y la información a los clientes, enfocándose en una promoción a la salud de los consumidores dando a saber sobre factores que ayuden a la salud, como de igual manera el asesoramiento a los establecimientos para el alcance de un reconocimiento y categorización de un restaurante saludable.

Dado lo anterior todo tipo de restaurante o cafetería pasaría por una fase de diagnóstico para así ubicar los establecimientos en unas categorías respectivas según el porcentaje de avance en criterios que el Ministerio de Salud califica de una forma justa y seria, estos criterios estarían centrados en el cuidado de la salud de los clientes como también el grado de sabiduría de los emprendedores con un puntaje de llegar lo que es el 0 hasta el 100% y que son vigilados por el ARCSA y las Coordinaciones Zonales en que se cumplan en todo este tiempo del reconocimiento, en estos ámbitos se distingue los siguientes:

- El ofrecimiento de agua para el consumo humano
- Preparaciones a base de productos vegetales
- Algún tipo de reemplazo de guarniciones
- La disponibilidad de los aderezos
- El manejo de imágenes publicitarias con productos naturales
- Entrega de incentivos para los clientes
- Mensajes promocionales para el consumidor
- Los valores energéticos de los productos
- Un sistema gráfico de esferas referido a edulcorantes y aditivos.

El total obtenido en la ponderación de los resultados servirá para definir la categoría en que los restaurantes estarán para recibir un reconocimiento como restaurante saludable, dando paso a que el Ministerio de Salud brinde asistencia a los restaurantes para llegar al 100% de ponderación y gozar de los beneficios de promoción pública, capacitaciones, y certificados impresos que otorga la entidad *pública* (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2017).

TABLA 7. Categorías que estable el Reconocimiento de Restaurante Saludable

CATEGORIA 1	CATEGORIA 2	CATEGORIA 3
Se establece en esta posición a todo restaurante que cumpla con el 50 al 75% de los criterios para la calificación, posee todos los beneficios que tiene el MSP.	Se asigna en esta posición a los restaurantes que cumplan del 75 al 99% de los criterios para la calificación de una forma voluntaria, posee todos los beneficios que tiene el MSP.	Se establece en esta posición a todo restaurante que cumpla con el 100% de los criterios para la calificación, posee todos los beneficios que tiene el MSP.

Fuente: (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2017)

Elaborado por: Autor.

1.7. FORMAS DE CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS

Se tiene en cuenta que existe una gran cantidad de formas para la conservación de alimentos que se utiliza para alargar su vida útil, la calidad y la seguridad para el consumo, por lo contrario, a estas actividades muchos de los alimentos que son para el consumo de los humanos sería prácticamente insalubres y su tiempo de uso disminuiría considerablemente (Bertrán, 2020).

TABLA 8. Formas de conservación

Refrigeración:	Es una de las formas más usadas y también muy efectiva para garantizar una buena manera de conservación de alimentos perecederos por tener en temperaturas bajas de entre 0° a 5° C, por ende, ayuda que no exista un crecimiento de bacterias, virus o otros patógenos que alteren las propiedades organolépticas y causen enfermedades.
Congelación:	Es uno de los métodos más usados para la conservación de carnes, verduras y productos que ya han sido pasados por cocción por ser

	<p>una manera de mantener sus nutrientes y propiedades con una totalidad casi perfecta por estar a temperatura de -18° C. que es una forma perfecta de cuidarlos de patógenos que pueden contaminar los productos.</p>
Enlatado:	<p>Es un procedimiento que se trata de sellar a un tipo de alimentos en un recipiente que esté completamente hermético y que a continuación se somete a temperaturas muy altas para destruir todo tipo de microorganismo patógeno. Principalmente se utiliza para la conservación de vegetales y salsas, teniendo la facilidad de poder almacenarlos a temperatura ambiente hasta el momento de su consumo.</p>
Deshidratación:	<p>Es un método que se encarga de eliminar los líquidos naturales que tenga un alimento, lo cual ayuda a evitar el crecimiento de microorganismos y la rápida descomposición, es muy utilizado para frutas y verduras. A veces también podemos ver este procedimiento en carnes, lo cual pasan por un proceso de secado reduciendo rápidamente su humedad. Con este método se puede almacenar alimentos por largos periodos.</p>
Fermentación:	<p>Es un proceso en el que los microorganismos como las bacterias y las levaduras llegan a convertir los azúcares de los alimentos en ácido láctico o incluso en alcohol. Es un proceso que ayuda a conservar muchos alimentos, e incluso mejoran su sabor y textura, dando nuevos productos para los emprendedores.</p>
Ahumado:	<p>Este es un proceso por el cual un alimento pasa por un método de calor en el que humo de maderas aromáticas dan al producto un nuevo sabor y aroma, que incluso ayuda a tener una conservación más larga para los alimentos que pasaron por este método, los</p>

alimentos que pasan por estos métodos comúnmente son las carnes y quesos.

FUENTE: (De Pablos, 2021)
Elaborado por: Autor.

Es importantes para la conservación de los alimentos las prácticas adecuadas para su almacenamiento, conocer las temperaturas de conservación y los recipientes correctos para su envasado, para de esta manera asegurar una calidad óptima y segura durante su periodo de consumo (Bertrán, 2020).

1.8. MARKETING GASTRONÓMICO

Según Azafrán (2019), el marketing gastronómico se lo define como un conjunto de acciones y estrategias las cuales son diseñadas para fomentar y posicionar un emprendimiento de comida dentro de un mercado objetivo en una ciudad o país, con el principal objetivo de atraer clientes y fidelizar a los consumidores por medio de propuestas llamativas.

TABLA 9. Principales características del marketing gastronómico

Identidad de Marca:	Este objetivo es crucial para poder ser identificado dentro del mundo de la gastronomía, establecer una marca sólida y coherente es fundamental para que los consumidores conozcan el valor que tiene la empresa para ofrecer, su estilo y ambiente culinario. Junto con la visión y misión que se ofrece a los clientes.
Estrategia Digital:	En la actualidad el mundo digital juega un papel muy fundamental en la promoción de productos que ofrece un emprendimiento gastronómico, esto incluyen tener un sitio web que sea atractivo, práctico y entendible, el uso de redes sociales actualizadas y con pagos de publicidades compartiendo un contenido relevante y centrado en los productos ofrecidos, optimizado por la implementación de

	<p>motores de búsqueda como los famosos <i>hashtag</i> que ayudan a la visibilidad del contenido.</p>
<p>Menús y Presentación:</p>	<p>Dentro de este aspecto un restaurante debe de tener siempre un menú o carta atractivo para el consumidor y que refleje la oferta culinaria del negocio, esto va de la mano con el diseño gráfico y fotografías que ayudan al realce de los platos y que juegan con la psicología del cliente al despertar el apetito a base de la cromatología que contenga en fotos y colores del menú. Se tiene en cuenta que no debe existir publicidad engañosa, es decir que lo que se ve en las fotografías, tiene que ser tal cual el producto final que llega a la mesa.</p>
<p>Eventos y promociones:</p>	<p>Una de las principales observaciones que se debe tener en cuenta es que un negocio que este en su popularidad, para mantenerse, desde organizar eventos como degustaciones o temáticas que llamen la atención para las personas, también se puede ayudar a base de colaboraciones con otros negocios, para atraer a nuevos clientes de otros gustos gastronómicos. Incluso se puede incluir una serie de promociones especiales cada cierto tiempo, con descuentos o con programas de fidelidad para incentivar de cierta forma a las personas a regresar y consumir el producto que se les ofrece.</p>
<p>Relaciones públicas:</p>	<p>Los medios de comunicación es una virtud que nos ofrece la actualidad para promocionar lugares de trabajo, incluyendo una cantidad de <i>bloggers</i> gastronómicos y redes sociales que ayudan a generar comunidad y publicidad más factible con resultados. Incluso existe la facilidad de invitar a personas conocidas o famosas de la zona para ayudar a que la gente llegue y escriba reseñas para aumentar la reputación del negocio.</p>

Experiencia del cliente:	Una característica relacionada con el servicio y la ambientación que se ofrece a los clientes, todo a un punto profesional basado en el respeto y la buena comunicación, para ello se debe aceptar críticas positivas y negativas, acompañar al consumidor con un salón cuidado con música o material audio visual atractivo es crucial para asegurar futuras visitas al restaurante no solo de esas personas si no de igual manera de sus allegados y conocidos.
---------------------------------	---

FUENTE: (Flavián & Fandos, 2011)

Elaborado por: *Autor.*

2. CAPÍTULO 2

2.1. INFORMACION GENERAL DE CIUDAD DE CUENCA

Foto 1. Catedral de la ciudad de Cuenca



Elaborado por: Christian Chuchuca, 2018

Según la Fundación Turismo Cuenca (2023), Cuenca o mejor conocida como Santa Ana de los 4 Ríos de Cuenca o Atenas del Ecuador, se encuentra a 2.500 m.s.n.m, es la tercera ciudad más grande del Ecuador, localizada en la parte sur del valle interandino de la Sierra Austral, siendo la capital de la provincia del Azuay y está ubicada entre las provincias de Cañar, Loja, Guayas, Machala, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, ocupa un territorio de aproximadamente 8.639 km² y con una población de 505.585 habitantes y en crecimiento. Gozando de un clima que va entre los 14°C y los 18° C y presenta su propio sistema hidrográfico que este compuesto por cuatro ríos que cruzan la ciudad de oeste a este los cuales son el Tomebamba, Yanuncay, Machángara y Tarqui.

Foto 2. Calle Gran Colombia - Centro Histórico de Cuenca.



Elaborado por: Christian Chuchuca, 2017

Su independencia es el 3 noviembre de 1820 y su fundación el 12 de abril de 1557, La ciudad de Cuenca está compuesta por 15 parroquias urbanas y 22 Parroquias rurales (GoRaymi, 2022).

TABLA 10. Parroquias Urbanas y Rurales de la ciudad de Cuenca

URBANAS		RURALES	
Bellavista	Totoracocha	Molleturo	Turi
El Batán	Hermano Miguel	Chauca	El Valle
Yanuncay	EL Vecino	Sayausi	Santa Ana
Cañaribamba	Huayna Cápac	Chiquintad	Tarqui
San Blas	Sucre	Checa	Victoria del Portete
El sagrario	Monay	San Joaquin	Cumbe
Gil Ramírez D.	Machángara	Baños	Quingeo
San Sebastián		Sinincay	Nulti
		Octavio C. Palacios	Paccha
		Sidcay	Cuenca
		Llacao	Ricaurte

FUENTE: (AlcandíadeCuenca, 2023b)

Elaborado por: Autor.

Cuenca es considerada una de las ciudades más hermosas del Ecuador, la UNESCO la declaró como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1999, por sus calles empedradas, sus iglesias antiguas y parques coloniales, es uno de los destinos favoritos para los extranjeros jubilados que han llegado para quedarse y vivir una vida tranquila dentro de la ciudad, por su modo de costumbres y tradiciones que le hacen un lugar amigable y conformable, incluso por el costo de vida relativamente normal (INEC, 2017).

2.1.1. BREVE HISTORIA DE ORIGEN DE LA CIUDAD DE CUENCA

La historia de la ciudad de Cuenca comienza con los Cañaris mucho antes de la llegada de los españoles a tierras americanas con el nombre de “Tierra grande como el cielo” o Guapondeleg, dado su origen aproximadamente en el año 500 d.C. en donde luego de la batalla contra los Incas, estos últimos al ser ganadores se apoderaron del territorio, respetando sus costumbres en agricultura y astronomía, cambiaron todo lo que fue la arquitectura del territorio cambiando al nombre de Pumapungo (Halberstadt, 2023).

Como se refiere Halberstadt (2023), Pumapungo conocido por los Incas como la “puerta del puma”, fue una de las ciudades más importantes por esta cultura, siendo incluso la segunda ciudad más grande, por debajo del Cuzco y una de las más enriquecidas, que a la llegada de los españoles se retiraron de dicho sector dejándolo en total abandono y en medio de ruinas, sin saber exactamente cuál fue la razón de dicho suceso y dejándola a potestad de los españoles para su uso.

Según Espinosa (2002) el lugar donde vivían dos culturas distintas en la antigüedad fue ocupado por los españoles en el año 1557 fue refundada con el nombre de Cuenca por Gil Ramírez Dávalos por orden del virrey de Perú y en honor a la ciudad de España que lleva el mismo nombre, donde fue incrementando su arquitectura y población al estilo español tomando una principal relevancia en sus primeros años. Que luego cambiaría con la Independencia de Ecuador, convirtiéndose en una de las tres ciudades capitales para el origen del país, por debajo de Guayaquil y Quito.

2.1.2. **COSTUMBRES PRINCIPALES EN LA CIUDAD**

TABLA 11. Costumbres principales de la ciudad de Cuenca.

La Chola Cuencana	Los días de los compadres y comadres	La noche Cuencana	Día de los muertos
Es un referente a la mujer mestiza en su vestimenta con bordados españoles y calzado al estilo cañari, compuesto por una pollera roja, blusa y sombrero de paja toquilla.	Celebración común que se da el jueves previo de Carnaval con el objetivo de realizar actividades en familia y amigos en el Centro Histórico, donde lo principal es jugar con agua, carioca y maicena, celebrando dicha festividad	Es una de las celebraciones que se realizan en ocasiones especiales o festividades, donde se disfruta con comida y bebidas típicas, junto con danzas y bailes.	Homenaje que se da a los difuntos de cada familia el 2 de noviembre de cada año. Donde se reúne en familia y degustan de la colada morada y guagua de pan, y se brinda a todos los conocidos o incluso del comercio.

FUENTE: (Halberstadt, 2023)

Elaborado por: Autor.

2.2. ACTIVIDADES LABORALES EN CUENCA

El INEC (2010) explica que las principales actividades de trabajo que tiene la ciudad están enfocadas en la industria, el servicio y el comercio, los cuales aportan una gran cantidad de ingresos a la ciudad y al país en general. El principal medio para la economía de la ciudad es el sector del servicio, siendo el turismo uno de los sectores de mayores auges en la actualidad, por el recibimiento de gente por conocer lugares distintos, la comida, paisajes, arquitectura, etc.

En la ciudad de Cuenca la población tiene un nivel económicamente activo, por gozar de un empleo, lo que brinda unos resultados positivos para la tasa de empleo de la provincia, teniendo como general salarios mínimos de USD 450 o más dependiendo del rendimiento, trabajando una cantidad de 40 horas semanales con disponibilidad de horas adicionales, teniendo en cuenta que algunos de los empleos son bajo contrato y seguro, mientras que otros no gozan de estas oportunidades (AlcandíadeCuenca, 2023).

Según el INEC (2010) se determina que dentro de la provincia del Azuay existe un 52,7% de mujeres y un 47,3% de hombres con una edad promedio de 25 a 39 años que ejercen una actividad laboral y es una gran cantidad conforme a la cantidad de habitantes que contiene de 712.127 de la provincia, teniendo en cuenta que los hombres son los que más abarcan en un trabajo de actividad dura. Con la notoriedad de que existe un aproximado de 60% de personas que no gozan de estar asegurados al seguro general, mientras que los tiene un seguro ya sea general o campesino están entre un 30 a 32%, siendo muchos de los casos empleados o trabajadores para empresas privadas y de segundo teniendo sus mismos emprendimientos. “Se ve pocos casos de trabajadores no remunerados o socios y en una división resumida se puede concretar que los hombres se dedican a un tipo de trabajo de artesanos, agricultores o trabajadores calificados, mientras que las mujeres tienden a trabajos de vendedoras o servicios y de igual manera en trabajadoras calificadas” (Coba, 2021).

TABLA 12. Cantidad de habitantes de la provincia del Azuay.

CANTONES	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL	Analfabetismo	Edad promedio
Camilo Ponce Enríquez	12211	3,60%	9787	2,6%	21998	7,3%	26
Chordeleg	5821	1,70%	6756	1,8%	12577	11,9%	29
Cuenca	239497	71,10%	266088	70,9%	505585	4,9%	29
El Pan	1420	0,40%	1616	0,4%	3036	10,3%	36
Girón	5777	1,70%	6830	1,8%	12607	11,3%	31
Guachapala	1560	0,50%	1849	0,5%	3409	10,2%	32
Gualaceo	19481	5,80%	23228	6,2%	42709	11,2%	28
Nabon	7340	2,20%	8552	2,3%	15892	19,1%	29
Oña	1647	0,50%	1936	0,5%	3583	14,6%	32
Paute	11881	3,50%	13613	3,6%	25494	12,2%	29
Pucará	4898	1,50%	5154	1,4%	10052	18,0%	28
San Fernando	1744	0,50%	2249	0,6%	3993	8,3%	32
Santa Isabel	8910	2,60%	9483	2,5%	18393	7,9%	29
Sevilla de Oro	2942	0,90%	2947	0,8%	5889	5,5%	30
Sigsig	11915	3,50%	14995	4,0%	26910	11,6%	28
TOTAL	337044	100%	375083	100%	712127	11,0%	30

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Autor.

2.3. EL TURISMO EN CUENCA

Dentro de la ciudad se puede encontrar un terminal terrestre y el aeropuerto Mariscal Lamar que permiten que múltiples turistas nacionales o internacionales puedan viajar de diferentes partes para disfrutar de su arquitectura, gastronomía y diferentes actividades. Llamando la atención su Centro Histórico con las casas patrimoniales como también su mezcla con lo moderno en las zonas más residenciales (Fundación Turismo Cuenca, 2023).

Foto 3. Vista panorámica de la ciudad de Cuenca – Turi



Elaborado por: *Christian Chuchuca, 2022*

Según Urgilés (2012) se tiene en cuenta que los habitantes de la ciudad suele ser muy tradicionales y que su cultura se ve marcada en su vestimenta y costumbres, pero esto no limita que dentro de la ciudad se puede encontrar una serie de restaurantes y bares que tiene una fusión de productos con otras regiones del país y del mundo, se puede observar que muchos de los hoteles o lugares de recreación son de hecho casas o mansiones coloniales antiguas que han sido adaptadas para ofrecer dichos servicios que aparte de su actividad, brinda a turistas cultura sobre historias en sus paredes y arquitectura.

Según el Ministerio del Turismo (2023) indica que por lo general la ciudad de Cuenca se enfoca en un turismo cultural, por sus grandes iglesias, monumentos, museos y parques, se puede encontrar una serie de actividades al aire libre en el Parque Nacional el Cajas, como también ciclismo en montañas y dentro de la ciudad, incluso con senderismo. Igualmente existe la posibilidad por la agencia de turismo de brindar la posibilidad de hacer parapente, puénting, canopy entre otras actividades a las afueras de la ciudad, también se oferta turismo gastronómico y de agroturismo, donde las personas tienen la autorización para la visita de siembras de hortalizas y legumbres en San Joaquín o plantaciones y jardines de cultivo en Sayausi como también rutas turísticas por diferentes restaurantes típicos y populares por diferentes zonas de la ciudad capital como uno de ellos las panaderías de hornos de leña en Todo Santos y las Conceptas.

Foto 4. Laguna Toreadora – Parque Nacional el Cajas.



Elaborado por: Christian Chuchuca, 2017

Dentro del Centro Histórico existe la vida nocturna con una serie de bares y discotecas para las zonas para las personas jóvenes. Calles en específico para estas actividades como la Calle Larga o la Av. Remigio Crespo.

Muchas de las plazas y exhibiciones de artes que se encuentran en el Centro Histórico atiende en horarios de la mañana y tarde con un pase gratuito para todo tipo de turistas que desee visualizar de las zonas como, por Ejemplo: La casa de la Mujer, La galería de Eduardo Vega, La Plaza San Francisco y Plaza Rotari (MINTUR, 2023a).

2.4. TIPO DE COMIDA OFERTADA EN LA CIUDAD DE CUENCA

Para la ciudad es muy importante que los turistas conozcan la gastronomía típica que abraza su población por el hecho de contener mucha historia y tradiciones atrás de sus preparaciones, incluso por el consumo de animales que dentro de otros países se los considera como mascotas, ayuda a los turistas a tener una mentalidad abierta y se comprenda la tradición y el respeto hace el producto (Urgiles, 2012). Se puede observar una gran cantidad de restaurantes por todas las zonas que ofrecen no solo comida típica, también podemos encontrar comida rápida y comida internacional que dan un buen servicio en su mayoría para poder competir con sus semejantes y atraer más clientes.

Según Fundación Turismo Cuenca (2023), la gastronomía va muy arraigada a las festividades propias o a nivel Nacional, siempre se tiene la costumbre de tener un ingrediente principal en las preparaciones ya sea parte del mismo o acompañamiento

como es el maíz, realizando preparaciones como los tamales, mote pillo, mote pata y mote sucio, igualmente en el uso de bebidas como el morocho, rosero o la chicha.

El consumo del pavo como incorporación internacional en Navidad y Año Nuevo es muy característico en el cantón Cuenca, pero es acompañado con preparaciones nacionales como los buñuelos con recetas prácticamente tradicionales de la familia, envueltos como quimbolitos o las humitas cocinadas en hojas de achira o de maíz al vapor (Fundación Turismo Cuenca, 2023).

Indica El Mercurio (2022) que dentro del mes de febrero en la festividad del Carnaval es característico ver el consumo de un plato llamado el mote pata, definido como una sopa densa de maíz con caldo de carne, acompañado con trozos de carne de cerdo, tocino y longaniza o vienasas de diferentes tipos, la preparación y el sabor cambia de acuerdo con la receta de cada persona, pero la mayoría de las veces lo realiza con pepas de sambo.

Si se tiene en consideración la Semana Santa el plato característico es el mismo que en todo el Ecuador la fanesca que contiene la cantidad de 12 granos que representa los 12 apóstoles: arveria, haba, choclo, chocho, mote, garbanzo, melloco, frejol tierno, frejol canario, frejol panamito, lenteja y arroz. Con limeño, zapallo y sambo. Igualmente varía de acuerdo la receta algunos con col, papa o achogcha, pero siempre con el pescado característico como el bacalao. En la mesa se lo acompaña con chumales, mote blanco, queso, aguacate y empanadas (ElUniverso, 2022). Mientras que en junio con la llegada el Corpus Cristi con procesiones y ceremonias con siete días de bocados dulces tradicionales los cuales se ubican en el centro de la ciudad, alrededor de la Catedral, algunos de los dulces que se puede apreciar son las roscas enconfitadas, alfajores, panes de viento, pernilitos de camote, cocadas, quesitos de manjar, hostias, bolas de coco, bombones y diferentes dulces en chocolatería (MINTUR, 2023a).

Por medio de El Mercurio (2022) desde Julio a noviembre se puede ver una ciudad tranquila, donde se disfruta de una comida más común y diaria, como la trucha frita y las carnes secas y asadas, acompañadas siempre con mote pillo y habas con queso o también las diferentes preparaciones con carne de cerdo como sancochos, fritadas, chicharrones,

chancho a la Barbosa y hornado, con llapingachos y morcillas. Sin faltar la preparación del cuy a la brasa con papas doradas y el aliño de parte personal en la Av. Don Bosco.

3. CAPITULO 3 - MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN TEÓRICOS

3.1.1. ANÁLISIS SÍNTESIS

Es un método el cual facilita la investigación global para una consulta de la información requerida en códigos y leyes que brinda datos necesarios y de mayor aplicación como el INEC, datos del consolidado del MINTUR o de la alcaldía de Cuenca, como la guía de reconocimiento de un restaurante saludable del MSP que ayudan a tener un conocimiento del tema y cumplir los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

3.1.2. HISTÓRICO – LÓGICO

Aquel método de investigación ayuda a tener ideas claras sobre un desarrollo o un avance evolutivo sobre un tema con el objetivo de mejorar los temas de investigación dentro de diferentes etapas y como se ha ido mejorando esto mediante las circunstancias en la actualidad (Cortés, 2004).

3.1.3. CUANTITATIVO

Es un modo de estudio para averiguar la calidad de un estudio con el uso de números matemáticos y estadísticas para analizar los datos de un sistema complejo, para hacer una comparación entre algunas variables. Este método se puede aplicar mediante el uso de encuestas o datos de fuentes secundarias que ya existen (Ñaupas, 2014).

3.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. ENCUESTAS

Es uno de los métodos más efectivos para la recopilación de datos con una cantidad considerable de personas, saber criterios y temas en común que coincide entre las personas para luego presentar una conclusión representativa y exacto de los hechos de investigación (Grasso, 2006).

Según (Grasso, 2006) se puede encontrar diferentes tipos de encuestas para poderlas realizar dependiendo del resultado que se espera tener y que tan acertado serían las respuestas y por ello las preguntas deben tener un diseño claro y preciso para el

entendimiento del encuestado. Dentro del tipo de encuestas que existen están las siguientes:

TABLA 13. Tipos encuestas metodológicas

Según e objetivo	
Descriptiva:	Busca crear un registro sobre una situación actual de un momento o situación personal.
Analítica:	Explica y describe la situación de un problema para encontrar una solución.
Según la forma de aplicación	
Online:	Se lo realiza por medio de internet y facilita el análisis de los datos recogidos
Correo:	Se lo realiza por medio de correo electrónico el cual se envía el cuestionario y facilita la recolección de varias encuestas.
Presencial:	Es la forma más común de realizarlo, con la interacción frente a frente, se puede tomar nota o presentar los cuestionarios en forma impresa.
Según la frecuencia de la aplicación	
Transversal:	Abarca una pequeña muestra con respuestas cortas y rápidas sobre temas del momento.
Longitudinal:	Es aquella que ayuda al investigador obtener lo datos de forma

observacional y con recopilación de respuestas, para ello el público objetivo debe tener características similares.

Retrospectiva: Se enfoca en el criterio sobre una situación pasada y las experiencias vividas.

Según el tipo de pregunta y respuesta

Abierta: Permite responderlas con respuestas mas profundas y libres. Por lo general se da la escritura de la respuesta.

Cerrada: Son respuestas especificas o enumeradas en las que el encuestado se ve obligado a elegir entre las opciones.

Fuente: (QuestionPro, 2023)

Elaborado por: Autor.

Esta Actividad es la principal dinámica que se realizará a dueños, administradores o encargados de restaurantes de comida rápida en las parroquias de San Blas, Huayna Capac, Sucre y Cañaribamba en la ciudad de Cuenca, con encuestas de tipo analíticas, de forma online realizadas presencialmente, con una aplicación longitudinal con preguntas cerradas, abiertas al dialogo compuesta de preguntas concretas sobre el tema de investigación ([Ver anexo A](#)) las cuales después de proceder a ser tabuladas brindará una serie de datos reales para saber que tan importantes es la responsabilidad gastronómica y nutricional para los establecimientos ([Ver tabulaciones](#)).

3.2.2. ENTREVISTA

En un instrumento fundamental de investigación que se trata sobre una conversación entre el investigador con uno o más individuos con el objetivo de recolectar información sobre temas en específicos que apoyen o respaldan otros métodos de investigación, viendo otros puntos de vista sobre un tema. Algunos de los elementos para que una

entrevista sea exitosa están, la selección correcta del contenido, la comodidad de los individuos, en centralismo a los temas específicos de investigación, la planificación anticipada de las preguntas, mostrar conocimiento sobre los temas y la influencia del entrevistador para tener respuestas positivas para el estudio (Cortés, 2004).

Este tipo de estudio permitirá tener un conocimiento más amplio sobre las actividades del ARCSA ([ver información](#)) y su forma de llevar el control de la sanidad de los alimentos en un restaurante y cuáles serán las consecuencias al no cumplirlas, como también saber si existe algún motivador o certificado extra por mantener el orden ([ver formato de entrevista](#)).

3.3. TIPO DE ESTUDIO

Prácticamente el proyecto de investigación se lo toma con base a un Estudio cuantitativo observacional, descriptivo y analítico.

3.3.1. ESTUDIO EXPLORATORIO

Es una forma de partida para el comienzo de un tipo de estudio, por el cual se busca una familiarización con los conceptos o datos que se logró obtener por medio de los métodos de investigación aplicados para poderlos transformar cada uno de ellos en información relevante (Grasso, 2006).

3.3.2. ESTUDIO DESCRIPTIVO

Prácticamente comprende a la segunda fase del proyecto, en donde podremos analizar los objetivos de estudio y como sobre llegan los dueños, administradores o encargados de restaurantes de comida rápida, sobre los conocimientos gastronómicos y nutricionales para el ofrecimiento de lo mismo para los consumidores, y el nivel de desarrollo y determinación que tiene con su emprendimiento y que tan arraigados están a ello esto se determina por medio de la respuestas y tabulaciones de las encuestas (Cortés, 2004).

3.3.3. ESTUDIO EXPLICATIVO

Dentro de la investigación al final de ella podemos comprobar que se llega a cumplir cada uno de los objetivos propuestos, explicando las situaciones que se dan y sus

variables y como existe una influencia por los mismo a nivel externo e interno en el análisis de la responsabilidad gastronómica y nutricional en restaurantes y cafeterías de comida rápida en la zona urbana de la ciudad de Cuenca correspondiente a las parroquias urbanas Huayna Cápac, San Blas, Cañaribamba y Sucre con respecto al cuidado de la salud o de sus productos para los consumidores.

3.4. TIPO DE FUENTES

3.4.1. FUENTES PRIMARIAS

Las principales fuentes para la realización de las encuestas aplicadas de acuerdo a la norma del Ministerio de Salud Pública del Ecuador – Reconocimiento de responsabilidad nutricional, guía rápida para el proceso de reconociendo de responsabilidad a restaurantes y cafeterías a nivel nacional y los Restaurantes de la ciudad de Cuenca, enfocando principalmente las encuestas los restaurantes y cafeterías de las parroquias de Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre.

3.4.2. FUENTES SECUNDARIAS

Dentro de la realización del marco teórico se tomará en cuenta búsquedas en internet como apoyo para la recopilación de datos sobre varios conceptos referidos a la gastronomía, como también sobre datos generales de la ciudad de Cuenca y su gastronomía, turismo y cultura. De igual manera se tendrá en cuenta folletos y documentos digitales como tesis y libros para la recopilación de datos apoyándose en documentos del ministerio y el INEC.

3.5. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El análisis final con toda la información agrupada se lo presentara por medio de cuadros y gráficos estadísticos los cuales nos ayudará a mostrar conclusiones como criterios para finalmente dar una propuesta de mejoramiento que favorezcan a los emprendedores a permanecer dentro de una categorización para ser un restaurante de calidad y saludable para el consumidor que será importante y primordial dentro de este proceso de investigación, teniendo en cuenta que los resultados se los presentara en un

forma global de la información brindada por todos los restaurantes que ofrecieron su ayuda, entregado a cada uno de ellos de forma individual.

3.6. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.

Dentro de la determinación de una muestra para la realización de las encuestas es muy importante abarcar a un grupo de individuos los cuales compartan unas características en común y que puedan ofrecer respuestas comunes o con carácter profesional y con seriedad en el tema nombrados principalmente como el “universo”, tomando como principal objetivo todo restaurante o cafeterías que conste en el consolidado de emprendimientos que dispone el Ministerio de turismo a nivel nacional, enfocados en la ciudad de Cuenca. Para luego de ello proceder a encontrar la **población**, con aquellos lugares que cumplan con la variable establecida para el proyecto de investigación, como lo es la venta de productos de comida rápida en las parroquias de Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre. Determinado la zona de estudio y la población numera adecuada para el estudio se procede a la **muestra** definido como la subpoblación a la que se realiza la actividad.

TABLA 14. Análisis del catastro del MINTUR para la muestra de encuestas

Restaurantes, bares, discotecas, cafeterías en la ciudad	962
Restaurantes y cafeterías en la ciudad	848
En parroquias elegidas	
Cañaribamba	13
Huayna Capac	94
San Blas	26
Sucre	74
Restaurantes totales de las 4 parroquias	207
Resta de Dulcerías, Panaderías, Sucursales repetidas en zonas, tipos de comida que no sea comida rápida y restaurantes cerrados.	82

Fuente:(MINTUR, 2020)

Elaborado por: Autor.

Se determino la muestra por medio del MINTUR (2020), por donde se llegó al **Universo** de la ciudad de Cuenca constituidos en bares, discotecas, cafeterías y restaurantes con

una variante de 962 establecimientos. Con una cantidad de restaurantes y cafeterías de todo tipo de comida de 848.

Para la muestra final se consideró a los 4 parroquias dentro de la ciudad que existe un movimiento mayor de los habitantes por ser zonas de ubicación de oficinas, centros de distracción, universidades y zonas turísticas, las cuales son las parroquias Cañaribamba con (Hospitales, escuelas y centros de distracción), Huayna Capac, (Estadio, Universidad del Azuay, Oficinas, Centros bancarios y de leyes), San Blas (Centro histórico, zonas de distracción nocturna y zonas de trabajo) y Sucre (Zonas de distracción, Univeridad de Cuenca, Lugares de deportes y zonas residenciales de habitantes de mejor economía), que dan un total de 207 restaurantes. Aquello reduciendo a todos los restaurantes que no son de comida rápida o no tengo dentro de su menú estos productos, como de igual manera de restaurantes cerrados y sucursales que se repiten en entre las parroquias nos dan una **población** total de 82 establecimientos.

GRÁFICO 2. Cálculo de la muestra para encuestas

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

FUENTE: (*QuestionPro, 2023*)

Por medio de *QuestionPro (2023)* se realizó el cálculo de la **Muestra** con los 82 establecimientos como la población y un margen de error de 10% esto por la veracidad del consolidad al tener incluido establecimientos ya no existentes en los lugares establecidos y por la incorporación de establecimientos que no tiene una actividad de producción de alimentos, esto acompañado con un nivel de confianza de 95% para tener

un margen de confianza aceptable y verídico para la realización de las encuestas en las 4 parroquias elegidas.

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

La siguiente encuesta se realiza para saber exactamente el grado en que los restaurantes y cafeterías de comida rápida se relacionan con la responsabilidad nutricional y gastronómica a los clientes que día a día visitan sus establecimientos y que tan familiarizados están los mismos con conceptos gastronómicos y la publicidad realizada para alcanzar la oferta deseada enfocadas en un menú saludable, las preguntas están basadas en el documento de guía rápida para el proceso de reconocimiento de responsabilidad nutricional a restaurantes y cafeterías a nivel nacional por parte del Ministerio de Salud Pública del Ecuador ([ver información](#)), con adicional de preguntas de datos generales y publicidad que ayudan al conocimiento y el uso cotidiano que los restaurantes utilizan en la actualidad. Las encuestas fueron realizadas hacia los restaurantes y cafeterías que ofrecen dentro de su menú tipos de comida rápida dentro de las parroquias de Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre, que son prácticamente las parroquias donde existe más afluencia de personas en el día y noche de la ciudad entre semana y fin de semana, esto con el consentimiento de cada uno de los dueños de los restaurantes (Véase [Anexo D](#)). A continuación, los resultados de las encuestas con el detalle y análisis de cada una de las preguntas realizadas y especificando de forma general cuantos de los establecimientos están en la categorización de restaurante saludable o simplemente no constan en una de ellas.

TABLA 15. Cantidad de restaurantes encuestados

Parroquia	Cantidad
Cañaribamba	7
Huayna Capac	12
San Blas	15
Sucre	11
TOTAL	45

Elaborado por: *Autor.*

GRÁFICO 3. Ubicación geográfica de los restaurantes encuestados



Elaborado por: *Christian Chuchuca, 2023*

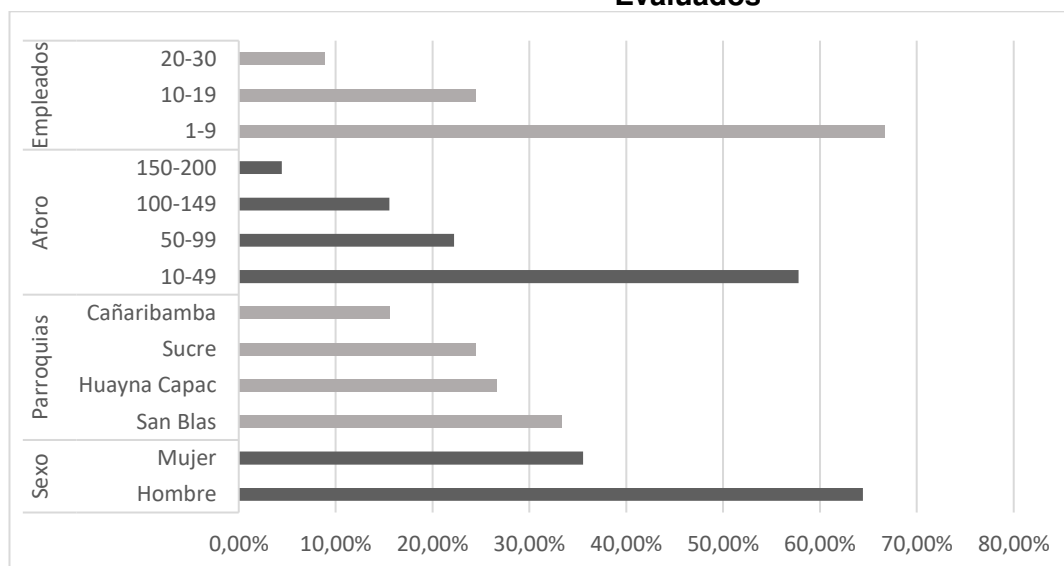
Se realizó un total de 45 encuestas virtuales (Véase [Anexo A](#)) en las cuatro parroquias elegidas de la ciudad de Cuenca, en restaurantes y cafeterías que tengan dentro de su menú productos de comida rápida, con una división de 7 restaurantes en Cañaribamba, 12 en Huayna Capac, 15 en San Blas y 11 en la parroquia de Sucre.

TABLA 16. Características de los Restaurante y Cafeterías Evaluados

Características	n	%
Sexo		
Hombre	29	64,44%
Mujer	16	35,56%
Parroquias		
San Blas	15	33,33%
Huayna Capac	12	26,67%
Sucre	11	24,44%
Cañaribamba	7	15,56%
Aforo		
10-49	26	57,78%
50-99	10	22,22%
100-149	7	15,56%
150-200	2	4,44%
Empleados		
1-9	30	66,67%
10-19	11	24,44%
20-30	4	8,89%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 4. Características de los Restaurante y Cafeterías Evaluados



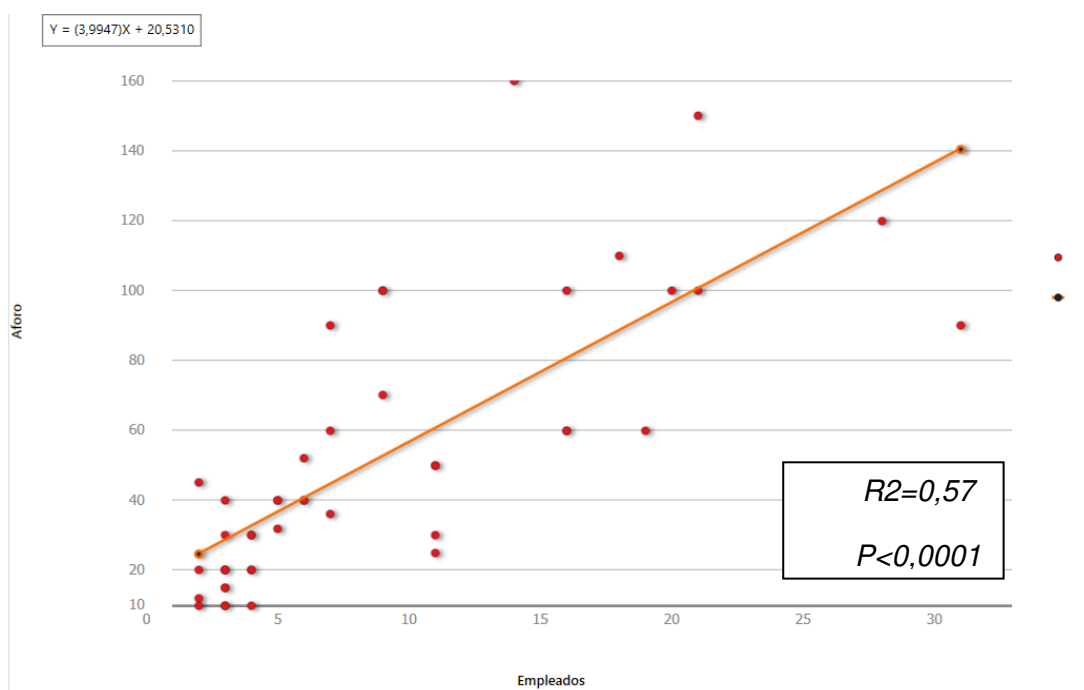
Elaborado por: Autor.

Dentro de las características generales de los restaurantes encuestados se puede observar que en las 4 parroquias por cada 1 propietaria mujer existen casi 2 restaurantes con propietarios hombres. Lo que se relaciona con los datos del INEC

(2010) donde se explica que existe un 52,7% de mujeres y un 47,3% de hombres en actividad laboral, dado el caso que en producción de alimentos de comida rápida hay más movimiento en hombres que mujeres.

Por otro lado, se analiza que el 80% de restaurantes tienen un aforo inferior a 99 personas que puede consumir sus alimentos dentro de los establecimientos y que el 33,29% tienen más de 10 empleados para brindar sus servicios.

GRÁFICO 5. Comparación empleados con el aforo



Elaborado por: Autor.

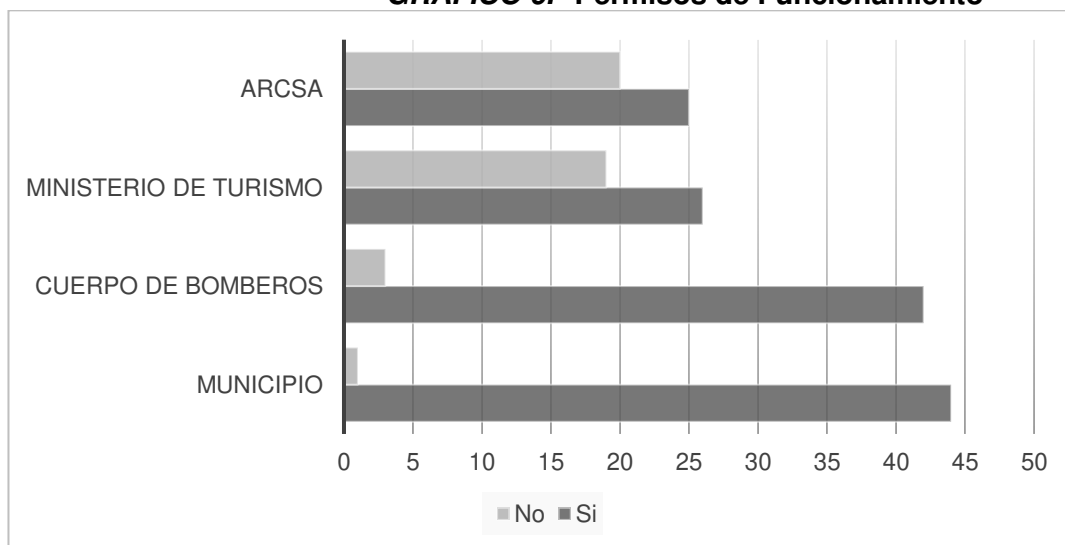
Como se puede observar en el presente gráfico que existe una asociación estadísticamente significativa entre el número de empleados que laboran en los restaurantes encuestados y la capacidad de aforo que tienen los mismos, sin embargo a pesar que relación es directa positiva, la intensidad es moderada ya que el 57% de los cambios en el aforo se explican por las variaciones que puede darse en la cantidad de empleados.

TABLA 17. Permisos de Funcionamiento

Permisos	n	%
Municipio		
Si	44	97,78%
No	1	2,22%
Cuerpo de bomberos		
Si	42	93,33%
No	3	6,67%
Ministerio de Turismo		
Si	26	57,78%
No	19	42,22%
ARCSA		
Si	25	55,56%
No	20	44,44%
Total	45	100%

Elaborado por: Autor

GRÁFICO 6. Permisos de Funcionamiento



Elaborado por: Autor.

Con relación a los permisos de funcionamiento se puede evidenciar que para el caso del permiso del municipio y el cuerpo de bomberos que por cada 10 establecimientos más de 9 cumplen con dicho requisito no siendo el caso para los permisos del Ministerio de Turismo y ARCSA en los que de cada 10 a penas un poco más de 4 cumplen con esta condición, esto se debe a que en la ciudad de cuenta no

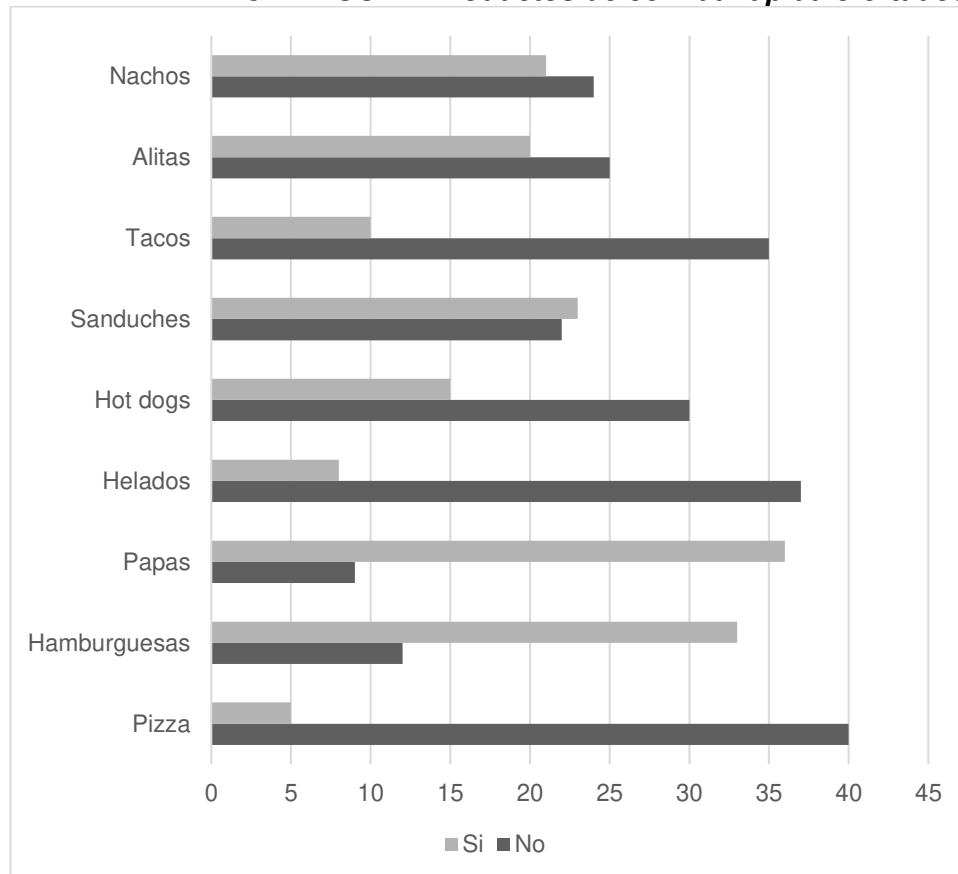
es obligatorio ser un restaurantes turístico pero si tener un certificado para el funcionamiento y como evidencia para el ARCSA.

TABLA 18. Productos de comida rápida ofertados

Producto que oferta	n	%
Pizza		
Si	5	11,11%
No	40	88,89%
Hamburguesas		
Si	33	73,33%
No	12	26,67%
Papas		
Si	36	80,00%
No	9	20,00%
Helados		
Si	8	17,78%
No	37	82,22%
Hot dogs		
Si	15	33,33%
No	30	66,67%
Sanduches		
Si	23	51,11%
No	22	48,89%
Tacos		
Si	10	22,22%
No	35	77,78%
Aлитas		
Si	20	44,44%
No	25	55,56%
Nachos		
Si	21	46,67%
No	24	53,33%
Total		45 100%

Elaborado por: *Autor.*

GRÁFICO 7. Productos de comida rápida ofertados.



Elaborado por: Autor.

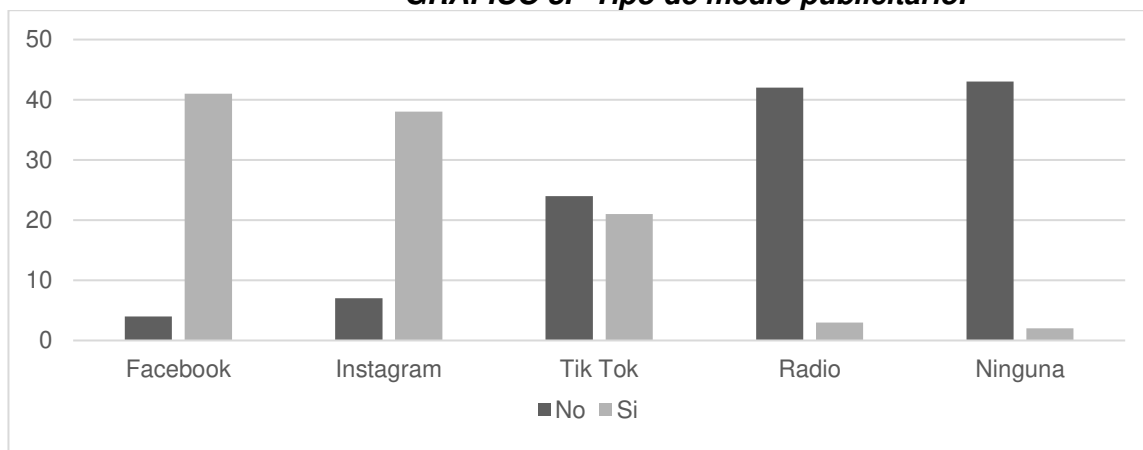
Dentro de los productos ofertados podemos observar que por cada 10 restaurantes encuestados muchos de ellos ofertan productos como Papas (8), Hamburguesas (7) y Sandwiches (5) como sus platillos favoritos, mientras que lo que menos ofertan es pizza (1), helados (1), tacos (2) y *hot-dogs* (3), por otro lado como opciones secundarias están las alitas y los nachos en los cuales por cada 10 restaurantes que no ofrecen estos productos un poco más de 11 si lo hacen.

TABLA 19. Tipo de medio publicitario.

Medios de Difusión	n	%
Facebook		
Si	41	91,11%
No	4	8,89%
Instagram		
Si	38	84,44%
No	7	15,56%
TikTok		
Si	21	46,67%
No	24	53,33%
Radio		
Si	3	6,67%
No	42	93,33%
Ninguna		
Si	2	4,44%
No	43	95,56%
Total	45	100%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 8. Tipo de medio publicitario.



Elaborado por: Autor.

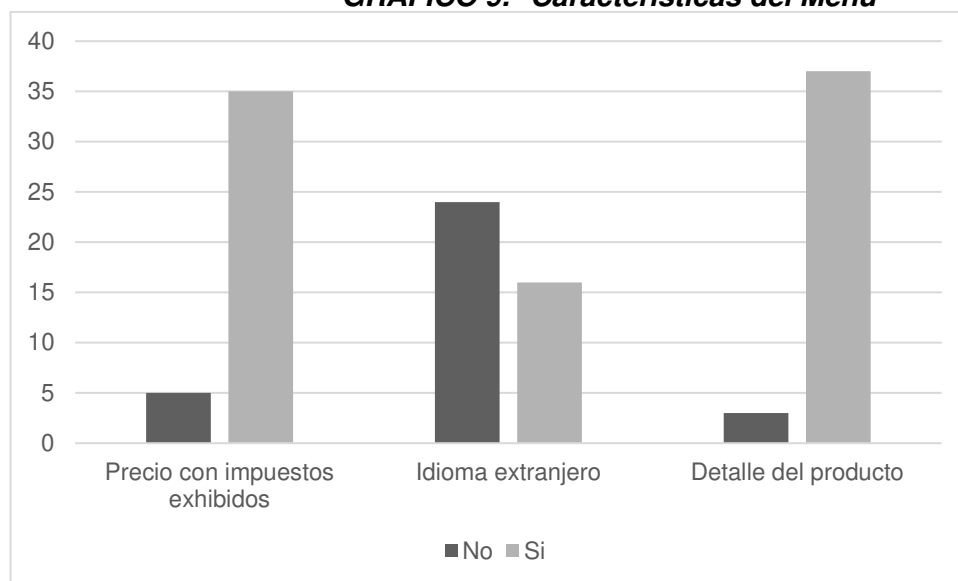
Según las encuestas realizadas a los restaurantes todos realizan publicidad por medios de comunicación actuales, pero existe una preferencia grande por el uso de las redes sociales, como lo es Facebook e Instagram ya que por cada 1 establecimiento que no usa estas redes 10 si usan Facebook y un poco más de 5 Instagram, por otro lado por cada 10 establecimientos encuestados casi 5 usan Tik Tok, pero en el caso de Radio no llegan ni a 1 que hagan uso de este medio y esto se debe al costo de inversión ya que el pautaaje en este último medio es relativamente caro en relación a las redes sociales.

TABLA 20. Características del Menú

Característica	n	%
Precio con impuestos exhibidos		
Si	35	87,50%
No	5	12,50%
Idioma extranjero		
Si	16	40,00%
No	24	60,00%
Detalle del producto		
Si	37	92,50%
No	3	7,50%
Total	40	100%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 9. Características del Menú



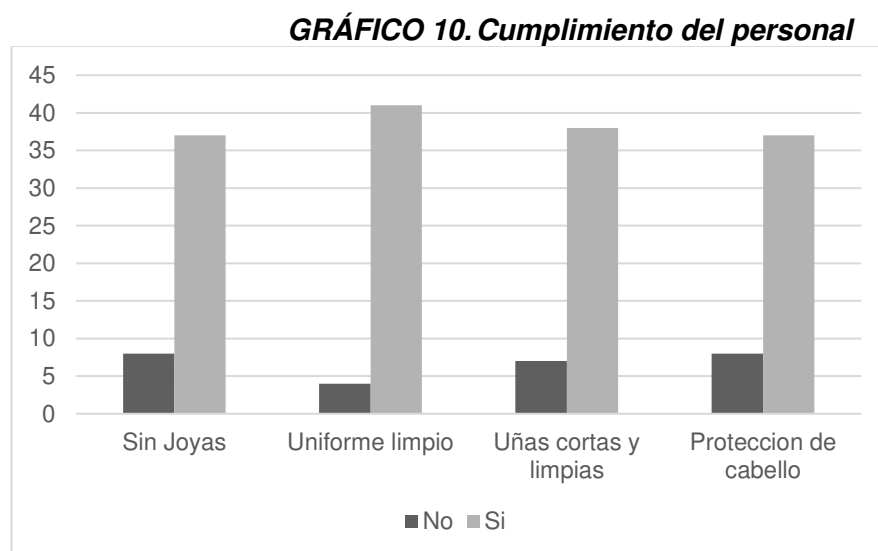
Elaborado por: Autor.

Con respecto a las características que contienen los menús o cartas se evidenció que por cada 10 establecimientos encuestados un casi 8 si exhiben los impuestos de los productos mientras que un poco más de 8 tienen el detalle de los ingredientes que contienen cada producto, pero en lo que compete a contener un idioma extranjero apenas un poco más de 3 de los 10 tienen esta característica importante para los clientes considerando que Cuenca es una ciudad bastante turística y en la que habitan ciudadanos extranjeros.

TABLA 21. Cumplimiento del personal

Criterio evaluado	n	%
Sin Joyas		
No	8	17,78%
Si	37	82,22%
Uniforme limpio		
No	4	8,89%
Si	41	91,11%
Uñas cortas y limpias		
No	7	15,56%
Si	38	84,44%
Protección de cabello		
No	8	17,78%
Si	37	82,22%
Total	45	100%

Elaborado por: Autor.



Elaborado por: Autor.

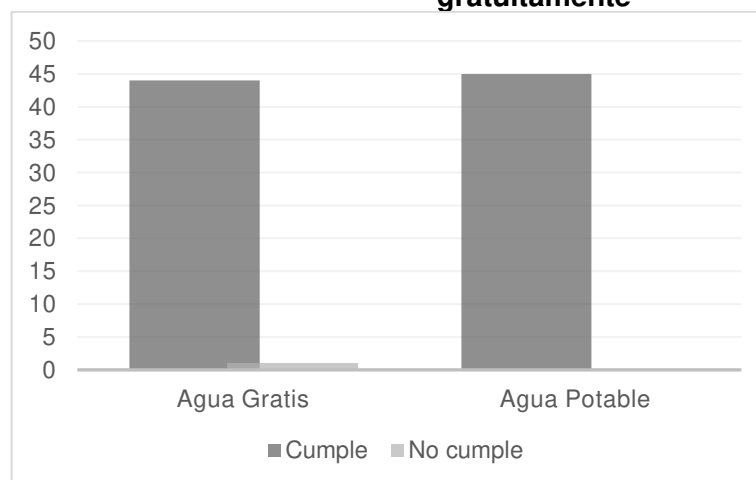
Con relación al cumplimiento del personal de estos criterios evaluados se encontró que por cada 10 establecimientos evaluados en un poco más de 8 se encontró a sus empleados sin joyas en su sitio de trabajo al igual que usan protección de cabello, siendo estos 2 parámetros los que menos se cumplen ya que para el caso de tener uñas cortas y limpias, así como uniforme limpio, casi 9 de los 10 cumplen con estos criterios.

TABLA 22. Grado de cumplimiento sobre ofrecer agua gratuitamente

	n	%
Agua Gratis		
Cumple	44	97,78%
No cumple	1	2,22%
Agua Potable		
Cumple	45	100,00%
No cumple	0	0,00%
Total	45	100%

Elaborado por: *Autor.*

GRÁFICO 11. Grado de cumplimiento sobre ofrecer agua gratuitamente



Elaborado por: *Autor.*

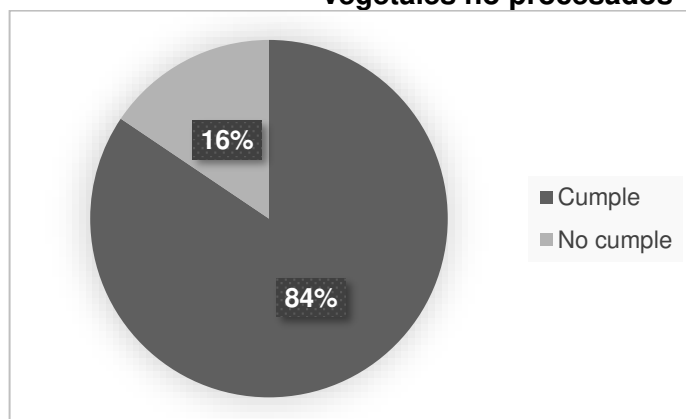
Dentro del grado de cumplimiento en los restaurantes de ofrecer agua gratis a los consumidores se observa que casi la totalidad lo hace, mientras que el uso de agua potable para la preparación de los alimentos podemos destacar que todos los restaurantes lo cumplen esto se debe a que en la ciudad de Cuenca el acceso a agua potable y que puede ser consumida de manera directa del grifo es alta como se evidencia por ETAPA EP (Empresa Municipal de Telecomunicaciones, Agua Potable y Saneamiento de Cuenca), que corresponde al cuidado y la gestión adecuada del agua en la zona urbana para el uso de muchas actividades de los cuencanos.

TABLA 23. Grado de ofrecimiento de preparación hecha con vegetales no procesados

	n	%
Vegetales no procesados		
Cumple	38	84,44%
No cumple	7	15,56%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 12. Grado de ofrecimiento de preparación hecha con vegetales no procesados



Elaborado por: Autor.

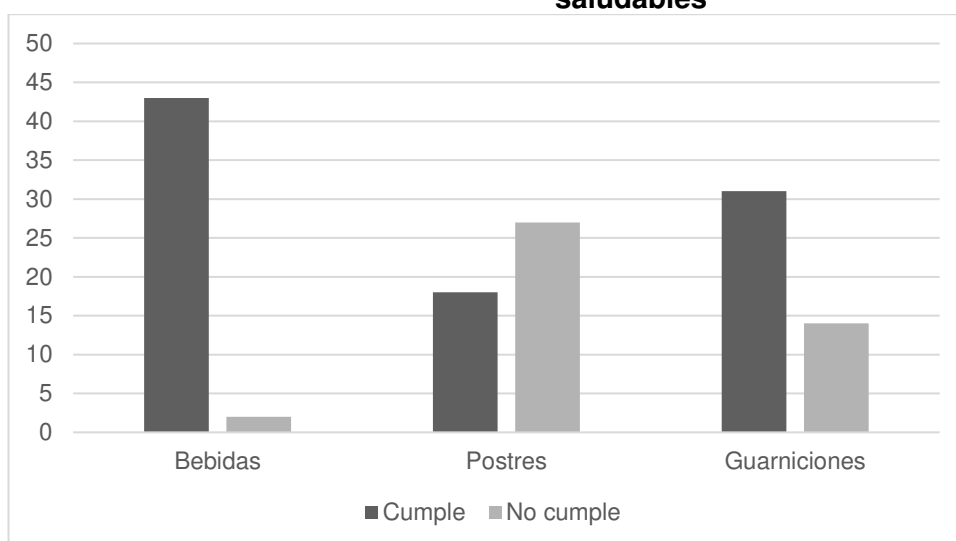
Dentro de los establecimientos que tiene una variedad de producto a base de productos vegetales no procesados, como ensaladas o incluso la incorporación de alimentos para vegetarianos o veganos se evidenció que por cada 1 establecimiento que no lo ofrece existe un poco más de 5 restaurantes que si lo hacen. Llegando a un 16% que lo cumple y el 84% que no.

TABLA 24. Opción de reemplazo por preparaciones saludables

Características	n	%
Bebidas no Edulcoradas		
Cumple	43	95,56%
No cumple	2	4,44%
Postres		
Cumple	18	40,00%
No cumple	27	60,00%
Guarniciones		
Cumple	31	68,89%
No cumple	14	31,11%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 13. Opción de reemplazo por preparaciones saludables



Elaborado por: Autor.

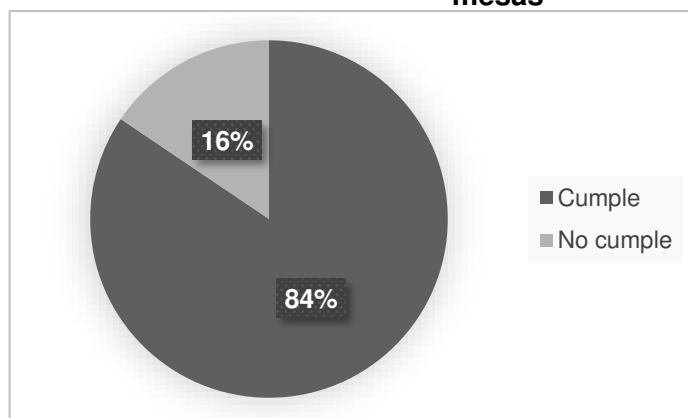
Podemos destacar que de los 45 restaurantes encuestados todos ofrecen alguna sustitución de producto para los clientes, evidenciando que por cada 10 restaurantes 4 cumplen con ofrecer un reemplazo a los postres y casi 7 a las Guarniciones. Con un porcentaje de 95.56% de establecimientos que ofrecen bebidas no edulcoradas con sus productos.

TABLA 25. Control de salsas y aderezos disponible en las mesas

Características	n	%
Salsas y aderezos		
Cumple	38	84,44%
No cumple	7	15,56%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 14. Control de salsas y aderezos disponible en las mesas



Elaborado por: Autor.

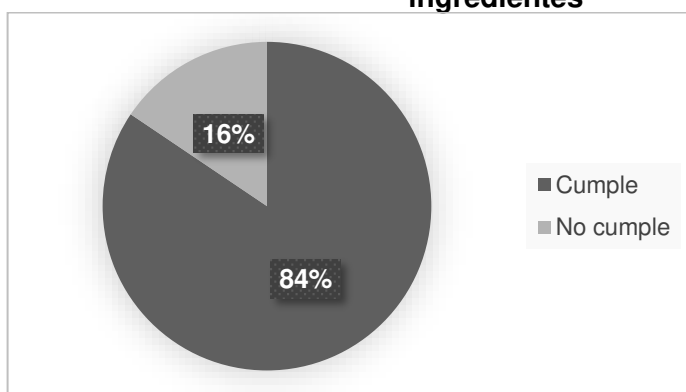
Con relación a no tener exhibidas en las mesas o la barra sus respectivos aderezos y salsas con el objetivo de cuidar el uso exagerado de los mismos se identificó que por cada 1 establecimiento que si incumple esta característica analizada un poco más de 5 cumplen con evitar esta práctica al momento del servicio.

TABLA 26. No muestran imágenes de productos naturales en las preparaciones ofertadas si no son parte de los ingredientes

Características	n	%
Imágenes de productos naturales		
Cumple	38	84,44%
No cumple	7	15,56%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 15. No muestran imágenes de productos naturales en las preparaciones ofertadas si no son parte de los ingredientes



Elaborado por: Autor.

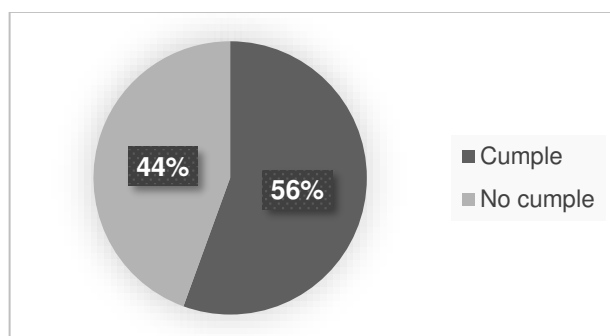
Dentro de no exhibir imágenes de productos naturales en las propagandas si estos no van a estar en los productos ofertados sucede nuevamente que por cada 1 establecimiento que incumple este aspecto existen más de 5 que si cumplen con evitar esta práctica de publicidad engañosa para "fomentar" el consumo de sus productos.

TABLA 27. Se promueve la entrega de regalos, premios o incentivos

Características	n	%
Entrega de regalos		
Cumple	25	55,56%
No cumple	20	44,44%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 16. Se promueve la entrega de regalos, premios o incentivos



Elaborado por: Autor.

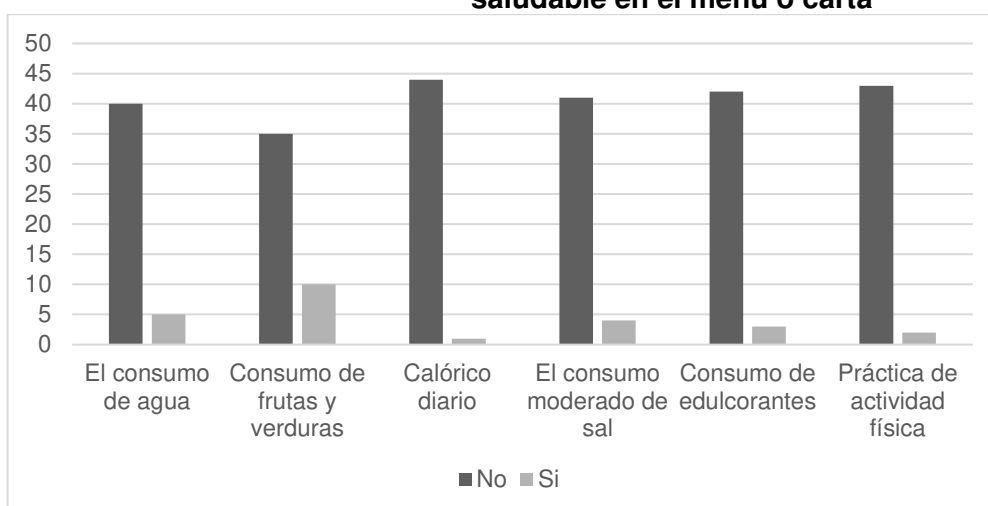
Como se puede evidenciar la práctica de fomentar el consumo de productos mediante la entrega de regalos, premios o incentivos como detalles a cumpleaños que se hizo énfasis en el desarrollo de las encuestas se identificó que por cada 1 establecimiento que incumple con este aspecto un poco más de 1 si lo cumple.

TABLA 28. Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta

	n	%
El consumo de agua		
No	40	88,89%
Si	5	11,11%
Consumo de frutas y verduras		
No	35	77,78%
Si	10	22,22%
Calórico diario		
No	44	97,78%
Si	1	2,22%
El consumo moderado de sal		
No	41	91,11%
Si	4	8,89%
Consumo de edulcorantes		
No	42	93,33%
Si	3	6,67%
Práctica de actividad física		
No	43	95,56%
Si	2	4,44%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 17. Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta



Elaborado por: Autor.

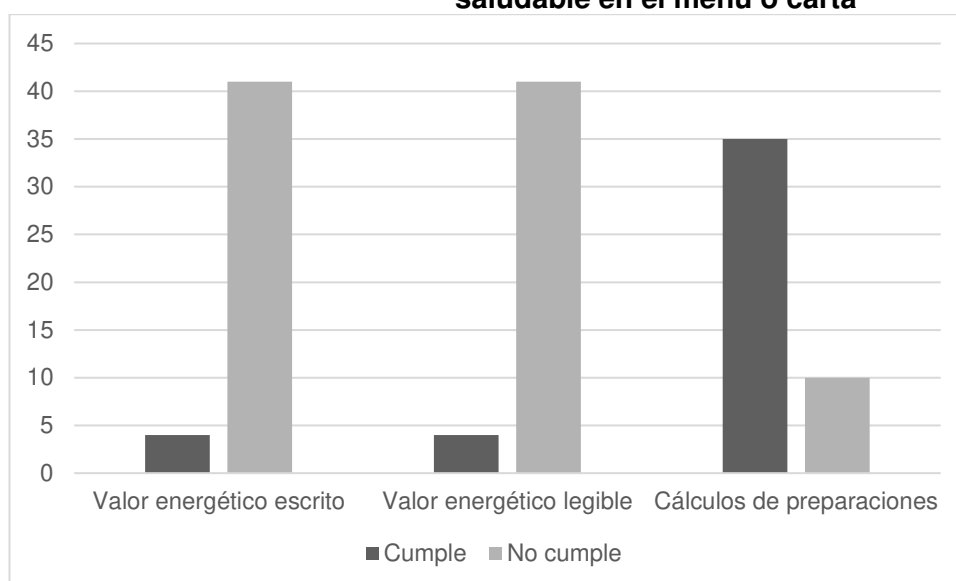
Con relación a fomentar mensajes, dar información sea en las cartas o dentro de las instalaciones como acciones de promoción de hábitos de consumo de alimentos saludables se evidencio que por cada 1 establecimiento que sí fomenta el consumo de agua 8 no lo cumplen, un poco más de 3 no fomentan el consumo de frutas y verduras, un poco más de 10 no incentivan el consumo de moderado de sal, 14 no promocionan el consumo de edulcorantes y 21 no impulsa la práctica de actividad física, pero como se observa en la tabla el aspecto que menos se difunde es el aporte calórico del alimento que se va a consumir dentro de la dieta de la persona que acude a los restaurantes con apenas 1 restaurante que cumple con este aspecto.

TABLA 29. Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta

	n	%
Valor energético escrito		
Cumple	4	8,89%
No cumple	41	91,11%
Valor energético legible		
Cumple	4	8,89%
No cumple	41	91,11%
Cálculos de preparaciones		
Cumple	35	77,78%
No cumple	10	22,22%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 18. Mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta



Elaborado por: Autor.

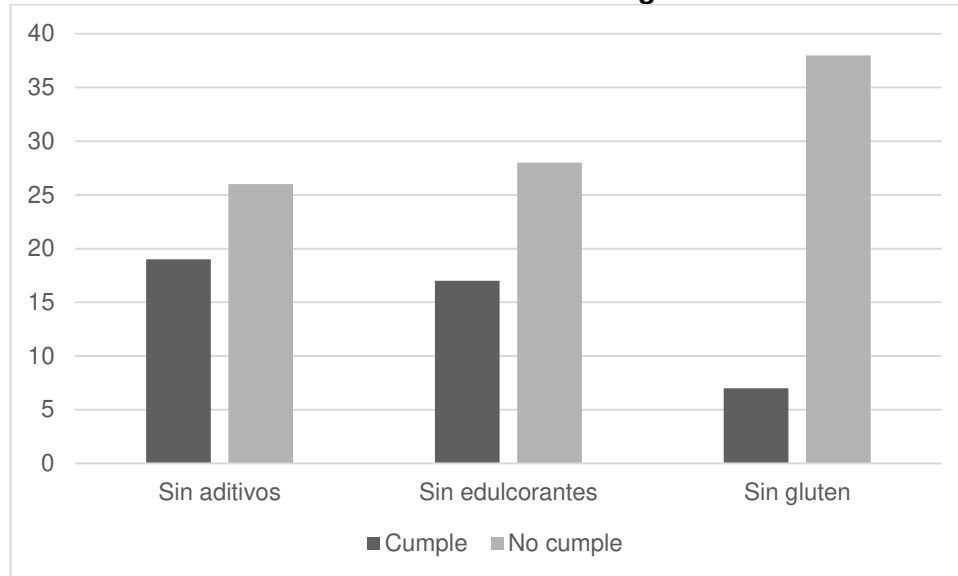
Con relación a tener detalles que permitan a los clientes tomar decisiones sobre el consumo basado en el valor energético de los alimentos que se ofertan en la carta, por cada 1 restaurante que cumple con tener el valor energético escrito y legible, 10 no lo tienen esto se debe a que no es un aspecto obligatorio en el país en el campo de los restaurantes y solo en industrias de alimentos, mientras que en referencia a contar con los cálculos de las preparaciones por cada 10 restaurantes encuestados más de 7 si cumplen con este parámetro.

TABLA 30. Sistema gráfico de esferas

	n	%
Sin aditivos		
Cumple	19	42,22%
No cumple	26	57,78%
Sin edulcorantes		
Cumple	17	37,78%
No cumple	28	62,22%
Sin gluten		
Cumple	7	15,56%
No cumple	38	84,44%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 19. Sistema gráfico de esferas



Elaborado por: Autor.

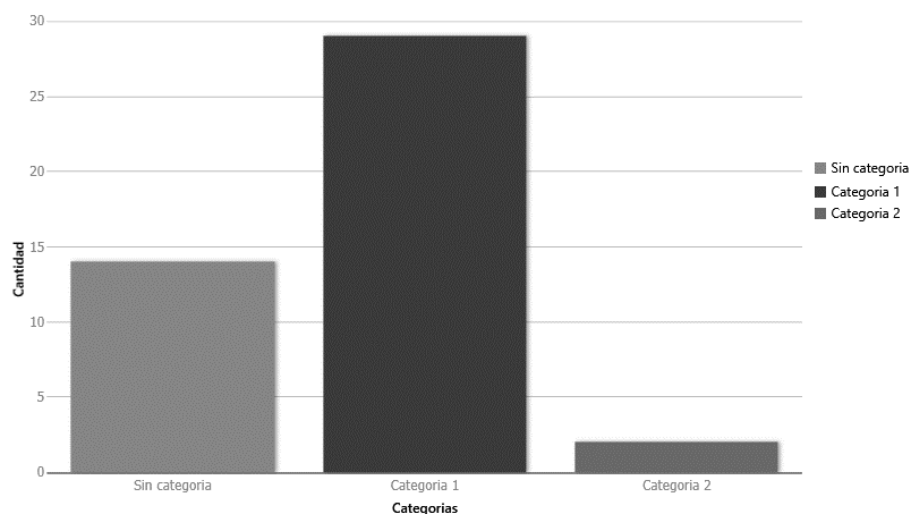
Según el *Ministerio de Salud Pública (2017)* el sistema gráfico de esferas corresponde al modo de avisar a la población sobre el uso de aditivos, edulcorantes o sin gluten de las preparaciones ofrecidas por los productores de alimentos esto por medio de colores verde, celeste y naranja, respectivamente. Con relación al uso del sistema gráfico de esferas por parte de los restaurantes encuestados se evidencia que, por cada 10 restaurantes, más de 4 cumplen con tener en su menú que los productos ofertados no contienen aditivos, mientras que 3 cumplen con detallar si los productos no contienen edulcorante. Finalmente, para el detalle de si no contienen gluten por cada 1 establecimiento que si cumple más de 5 no lo hacen, esto a causa de ser productos de consumo elaborados por restaurantes y cafeterías, en los cuales el país no ha fomentado realizarlo.

TABLA 31. Categorías de los establecimientos encuestados según la guía de reconocimiento de restaurante saludable.

	n	%
Sin categoría	14	31,11%
Categoría 1	29	64,44%
Categoría 2	2	4,44%
Total	45	100,00%

Elaborado por: Autor.

TABLA 32. Categorías de los establecimientos encuestados según la guía de reconocimiento de restaurante saludable.



Elaborado por: Autor.

Según la guía rápida del reconociendo de responsabilidad nutricional a restaurantes y cafeterías a nivel nacional que dispone el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, se encuentra 3 tipos de categorizaciones que se calculan de acuerdo a los puntos antes mencionados en las preguntas de la encuestas, dando como paso que dentro de la CATEGORÍA TRES donde los restaurantes deben obtener un cumplimiento de los criterios al 100%, no se encontró ninguno de los establecimientos dentro de este rango, mientras que en CATEGORÍA DOS se encuentra 2 restaurantes de comida rápida que se encuentran en esta opción cumpliendo un rango del 75 – 100% teniendo en cuenta que no sobrepasan el 80% de los criterios, mientras que en CATEGORÍA UNO que está en los rangos de 50 – 75% se tiene un total de 29 restaurantes encuestados, por último aquellos restaurantes que no supera el 50% de criterios están en el puesto de SIN CATEGORÍA con un total de 14 locales.

TABLA 33. Las parroquias como factores asociados al cumplimiento de criterios de evaluación para ser restaurantes y cafeterías de comida rápida con responsabilidad nutrición

	Cañaribamba	Huayna Capac	San Blas	Sucre	Total	P
Agua Gratis						
Cumple	7 (100,00)	12 (100,00)	15 (100,00)	10 (90,91)	44	0,4
No cumple	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	1 (9,09)	1	
Preparación Vegetales						
Cumple	4 (57,14)	11 (91,67)	14 (93,33)	9 (81,82)	38	0,16
No cumple	3 (42,86)	1 (8,33)	1 (6,67)	2 (18,18)	7	
Entrega de regalos						
Cumple	3 (42,86)	8 (66,67)	8 (53,33)	6 (54,25)	25	0,81
No cumple	4 (57,14)	4 (33,33)	7 (46,67)	5 (45,45)	20	
Cálculos de preparaciones						
Cumple	6 (85,71)	10 (83,33)	12 (80,00)	7 (63,64)	35	0,71
No cumple	1 (14,29)	2 (16,67)	3 (20,00)	4 (36,36)	10	

Análisis realizado con chi cuadrado ($p < 0.05$)

Elaborado por: Autor.

Del total de los restaurantes que no cumplen con ofertar al menos una opción de preparación con vegetales no procesados y sin aditivos alimentarios el 42,86% se encuentra en la parroquia Cañaribamba, por otro lado, en el aspecto de no cumplir con la no entregar regalos del total de restaurantes que no cumplen San Blas es la más alta con el 35%.

Con relación a la parroquia en la que se encuentra ubicado los diferentes restaurantes se evidencia según los datos que no existe una asociación estadísticamente significativa entre el tipo de parroquia y el cumplimiento de ofertar agua de manera gratuita y de ofertar al menos una opción de preparación con vegetales no procesados y sin aditivos alimentarios;

De igual manera no se encuentra asociación estadísticamente significativa entre el tipo de parroquia y que se entreguen regalos para fomentar la adquisición o el consumo de alimentos o bebidas que no sean naturales, y que el administrador o representante del establecimiento explique el método usado y presenta los cálculos realizados de sus preparaciones a la persona que supervisa.

TABLA 34. Factores asociados a las categorías de restaurantes y cafeterías de comida rápida con Responsabilidad Nutricional

características	Sin categoría n (%)	Categoría 1 n (%)	Categoría 2 n (%)	Total	p
Sexo					
Hombre	8 (57,14)	19(65,52)	2 (100,00)	29	0,66
Mujer	6 (42,86)	10 (34,48)	0 (0,00)	16	
Parroquia					
Cañaribamba	4 (28,57)	3 (10,34)	0 (0,00)	7	0,31
Huayna Capac	2 (14,29)	10 (34,48)	0 (0,00)	12	
San Blas	5 (35,75)	8 (27,59)	2 (100,0)	15	
Sucre	3 (21,43)	8 (27,59)	0 (0,00)	11	
Aforo					
1-49	13 (92,86)	13 (44,83)	0 (0,00)	26	0,003
50-99	1 (7,14)	9 (31,03)	0 (0,00)	10	
100-149	0 (0,00)	5 (17,24)	2 (100,00)	7	
150-200	0 (0,00)	2 (6,90)	0 (0,00)	2	
Empleados					
1-9	14 (100,00)	15 (51,72)	1 (50,0)	30	0,007
10-19	0 (0,00)	10 (34,48)	1 (50,0)	11	
20-30	0 (0,00)	4 (13,79)	0 (0,00)	4	

Análisis realizado con chi cuadrado ($p < 0.05$)

Elaborado por: Autor.

Dentro del total de restaurantes encuestados con propietarios hombres el 65.52% de ellos se encuentran en Categoría 1, de igual manera los propietarios mujeres están en Categoría 1 con un porcentaje de 62.50%.

Con relación a los restaurantes que están ubicados en la parroquia Cañaribamba un 57,14% no alcanzaría un reconocimiento como restaurante con Responsabilidad Nutricional, mientras que en el total de restaurantes ubicados en las parroquias Huayna Cápac, San Blas y Sucre no alcanzaría un reconocimiento el 16.67%, 33,33% y el 27.27% respectivamente

Del total de los restaurantes encuestados que están en la parroquia Cañaribamba un 42.86% alcanzaría un reconocimiento categoría 1 como restaurante con Responsabilidad Nutricional, mientras que en el total de restaurantes ubicados en las parroquias Huayna

Cápac, San Blas y Sucre alcanzaría el mismo reconocimiento el 83,33%, 53,33% y el 72,73% respectivamente

Con relación a las características de los restaurantes encuestados se evidencian que no existe una relación estadísticamente significativa entre la posibilidad de recibir un reconocimiento con alguna categoría de responsabilidad nutricional con el sexo y la parroquia donde se encuentren ubicados. Por lo contrario, se encuentra asociación significativa entre obtener una categoría, con el aforo y la cantidad de empleados existentes en los restaurantes y cafeterías.

4.2. ENTREVISTA A LA EXCOORDINADORA DE LA ARCSA MGS. TATIANA LUCIO – ARCSA

La presente entrevista se realiza con la finalidad de tener una base sobre la actividad del ARCSA y cuál es la importancia que se le da a la calidad de los alimentos, como la entidad pública reacciona ante las faltas graves de los restaurantes, y si existe algún método o reglamento específico que se debe de seguir, las preguntas realizadas a la excoordinadora zonal 3 la Mgs. Tatiana Lucio, se las realizo en términos académicos y con carácter investigativo y de ilustración.

A continuación, se resume la entrevista realizada (Véase [Anexo C](#)), para tener uno concepto más claro de las actividades realizadas por dicha organización y su control en la calidad de alimentos en las empresas manipuladoras de alimentos indicando que dentro de los 6 meses la actividad que se realiza es la visita a establecimientos de producción de alimentos, farmacéuticas y actividades de consumo del ser humano, realizando el control de los mismos en las normas del ARCSA, en donde se verifica la actualización de permisos ya sea autorizados por el MINTUR o certificados que comprueben el funcionamiento de la empresa.

También se revisa el ingreso de toda materia prima y producto final que tiene las empresas como de igual manera la maquinaria y el aseo de las áreas de producción y almacenamiento, esto prácticamente con una revisión en común sin tener una alternativa o caso especial respetando el Reglamento de Buenas Prácticas para Alimentos Procesados que está en vigencia en todo el país y de no ser cumplido se procede a la clausura o cierre permanente dependiendo el grado de faltas que las empresas tengan,

Si es el caso de faltas graves el ARCSA pasa a un control de daños de nivel 2 en donde por medios de muestra de los productos que pasa por estudios químicos y físicos ven el grado de peligrosidad y toman las medidas de cierre de los establecimientos, pero si es el caso contrario y los establecimientos cumplen con todas las normas tiene derecho incluso a reconocimientos y uniones a programas de la entidad, que tiene beneficios sobre la capacitación en producción y limpieza que dura por 3 años.

CONCLUSIONES

- Dentro del análisis de los restaurantes y cafeterías de comida rápida, se observa que tanto hombres y mujeres propietarios de los restaurantes están ocupando una gran cantidad de locales ubicados en las parroquias de Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre siendo la mitad de ellos afines al Ministerio de Turismo mientras otros son considerados negocios populares, teniendo en cuenta que dependiendo la zona tiene mayor afluencia de clientes extranjeros y locales, por lo que pueden dar empleo a una cierta cantidad de empleados.
- Muchos de los restaurantes y cafeterías tienen exhibidos productos de acuerdo a la gama central, mas no se relacionan con una alimentación saludable a base de productos frescos, ni buscan la necesidad de buscar este tipo de opciones para brindar una variedad de productos al consumidor, de igual manera tiene una forma publicitaria en la cual no concientizan a las personas a una forma de consumo nutricional.
- En si varios de los restaurantes constan con el cálculo de las preparaciones y sus respectivas recetas estándar. pero no tienen claro la cantidad calórica de los alimentos ni el grado nutricional de los mismo para el buen balance de nutrientes dentro de la preparación de sus productos y el reemplazo de los ingredientes ante la exigencia de los clientes.
- Observamos que, dentro de las categorizaciones de restaurantes y cafeterías de comida rápida con responsabilidad nutricional, la mitad se encuentran ubicados en Categoría 1 siendo la más baja ante las calificaciones mientras que otros incluso se encuentran sin categorización, esto por el hecho de no tener en cuenta la calidad nutricional de los alimentos y que se vea reflejado ante los clientes.
- Se puede observar que la gran mayoría de empresas gastronómicas analizadas, no tienen conocimiento del certificado de restaurante saludable al no ser un requisito obligatorio ya que es una propuesta y reconocimiento por parte del

Ministerio de Salud, por ende, no se esfuerzan por ofertar productos saludables o estandarizados nutricionalmente y ofrecen alimentos de baja calidad y baratos, con el fin de ganar clientes.

- Dentro de la ciudad de Cuenca se ve un déficit sobre conceptos nutricionales y la composición saludable de los productos alimenticios al no saber diferenciar lo saludable de lo equilibrado, ni se tiene un interés sobre concientizar a los consumidores sobre ello por medio de publicidad o de boca en boca, dentro de la comida rápida es muy difícil encontrar tanto por clientes como por los mismo empleados o dueños el grado calórico o energético que tienen sus productos y eso se ve reflejado en sus preparaciones.
- Se observa que la mayoría de los restaurantes de comida rápida se encuentran sin categorización o en categoría 1, siendo muchos de ellos los negocios pequeños los cuales en mayoría son negocios populares que no gozan de los beneficios de tener un nutricionista o una capacitación por parte de una entidad pública, en definitiva, no tiene un apoyo investigativo o didáctico en el cual puedan mejorar el estilo y la calidad de sus alimentos.

RECOMENDACIONES

- ❖ Para los restaurantes y cafeterías de comida rápida sin importar el sexo del propietario ni la parroquia en la que este ubicados debe ser primordial buscar las diferentes formas de tener una cantidad de clientes fieles que ayuden a la rentabilidad, como igual forma acoplar sus instalaciones para formar parte de un restaurante turístico y constar dentro del consolidado de emprendimientos y tener beneficios de dicha entidad.
- ❖ Muchos de los restaurantes y cafeterías de comida rápida deben de buscar opciones saludables para el consumidor, por el simple hecho de presentar variedad de productos dentro de su menú y ampliar su gama de clientes y público más variada que buscan otras necesidades alimentarias sanas.
- ❖ Tanto propietarios como empleados de diferentes locales deben saber la cantidad energética de los productos que ofrecen, por medio de capacitaciones en base a nutrición y balance de macro y micronutrientes en los alimentos, para poder exhibirlos en su menú o carta, modo que garantizaría que los clientes tengan conciencia del grado de consumo que estén por servirse.
- ❖ El modo más apto para mejorar el rendimiento de los restaurantes y cafeterías de comida rápida en las parroquias Cañaribamba, Huayna Capac, San Blas y Sucre, es mejorando la calidad nutricional de sus alimentos como son: el sistema gráfico de esferas de aditivos, edulcorantes y gluten, el valor energético de sus preparaciones, mensajes de promoción de alimentación saludable en el menú o carta y el reemplazo de preparaciones con postres con fruta fresca.
- ❖ Dentro de las entidades públicas como el Municipio o el mismo ARCSA deberían fomentar a los restaurantes de una manera obligatoria a estar dentro de la categorización de este plan y tener este tipo de certificados, como manera de atraer a los clientes y cuidar a la población Ecuatoriana, por el hecho de ser un certificado gratuito y que trae ciertos beneficios por obtenerlo, se lo puede realizar por medios

de puntos con calificación que se cumplan en los restaurantes y si no los cumplen, motivarlos a que se los realice, capacitarlos para alcanzar un mayor rango y pertenecer a las categorizaciones especificadas para el funcionamiento de los establecimientos.

- ❖ Dentro de los beneficios que tienen las empresas gastronómicas al tener el reconocimiento de restaurante saludable están las diferentes invitaciones a eventos organizados por el Ministerio de Salud Pública como son talleres y seminarios para hablar sobre nutrición, ETA y calidad de los alimentos
- ❖ Además, es un reconocimiento impreso que ayuda a la distinción del establecimiento con su categorización seleccionada, como de igual manera publicidad y promoción de las empresas en páginas oficiales y redes sociales de las entidades públicas y también la incorporación en aplicativos móviles que ayuda a identificar por medio de GPS, a estos tipos de restaurantes para que los clientes tengan mayor facilidad de ubicarlos. Con todo esto se puede llegar a capacitaciones del personal y la preparación de un plan en el que se conozca el valor calórico y energético de los productos e ir un paso más al tener alimentación más saludable para la población.
- ❖ Al constar dentro de una de las categorizaciones aparte de los beneficios ya mencionados, las empresas de manera más centrada producirían sus alimentos de una forma más adecuada y manejaría su publicidad con una didáctica diferente para que los clientes se concienticen por esto y cambien su forma de alimentación, viéndose un cambio a nivel de los habitantes y un avance de lo que sería la salud, gastronomía y nutrición tomados de la mano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achon, M., Aperte, A., & Alson, E. (2016). *Programa de alimentación, Nutrición y Gastronomía para la Educación Infantil*.
https://books.google.com.ec/books?id=JiM8DAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gastronomia+y+nutricion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiv1MDwqr_6AhXASTABHTCkAoYQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q&f=false
- Alcandía de Cuenca. (2023a). *Breve descripción socioeconómica de la ciudad*.
https://www.cuenca.gob.ec/page_socioeconomica
- Alcandía de Cuenca. (2023b). *División Política Territorial del Cantón Cuenca*.
https://www.cuenca.gob.ec/page_divisionpolitica#:~:text=El%20sector%20Urbano%20est%C3%A1%20formado,%2C%20Sucre%2C%20Totoracocha%2C%20Yanuncay.
- ARCSA. (2002). *REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ALIMENTOS PROCESADOS*.
<https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/REGLAMENTO-DE-BUENAS-PRACTICAS-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf>
- ARCSA. (2023). *LAS BPM GARANTIZAN LA INOCUIDAD EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE LOS ALIMENTOS PROCESADOS*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/las-bpm-garantizan-la-inocuidad-en-la-cadena-de-produccion-de-los-alimentos-procesados/>
- Armendáriz, J. (2019). *Gastronomía y nutrición* (N. Cabal, Ed.; 2° Edición). Paraninfo.
https://books.google.com.ec/books?id=2n2GDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gastronomia+y+nutricion&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Azafrán. (2019). *Marketing-Gastronomico.pdf*. <https://www.azafran.com.ar/portal/wp-content/uploads/2015/07/MKT-2019-TEC-III-UNIDAD-4-Marketing-Gastronomico.pdf>
- BarcelonaCulinaryHub. (2023, Marzo 16). *¿Qué tipo de gastronomía existe?*
<https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/tipos-de-gastronomia>
- Bertran, P. (2020). *Los 18 principales métodos de conservación de los alimentos*.
<https://medicoplus.com/nutricion/metodos-conservacion-alimentos>
- Brito, G. (2019, Noviembre 22). *Comida Rápida: Características y ventajas para tu negocio*.
<https://www.metalboss.com.mx/blog/comida-rapida>
- Callejo, A. (2022, Junio 14). *Alimentos que aportan la ansiada vitalidad*.
<https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/nutricion/2018/02/15/alimentos-aportan-ansiada-vitalidad-161410.html>
- Coba, G. (2021a, Octubre 26). *Cuenca es la ciudad con mejores indicadores laborales del país, según el INEC*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/trabajadores-cuenca-ingresos-altos-empleo/>

- Coba, G. (2021b, Octubre 26). Cuenca es la ciudad con mejores indicadores laborales del país, según el INEC. *PRIMICIAS*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/trabajadores-cuenca-ingresos-altos-empleo/>
- Constanza, M., Rodríguez, C., & Rozo Rodríguez, D. (2009). *El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad*. <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>
- Cordero, J. (2020). *LOS SENTIDOS DE LA GASTRONOMIA*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/30148/1/Los%20sentidos%20de%20la%20gastronom%c3%ada.pdf>
- Cortés, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación* (M. Iglesias, Ed.; 1st ed.).
- Coto, M., Janzen, K., Molina, V., & Fisher, M. (2006). *LAS 5 CLAVES PARA MANTENER LOS ALIMENTOS SEGUROS*. www.mspas.gob.gt.
- cursosgastronomia. (2023, Febrero 15). *¿Qué es la gastronomía? Definición e historia*. <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/gastronomia/que-es-la-gastronomia/#:~:text=La%20gastronom%C3%ADa%20es%20el%20arte,para%20el%20que%20lo%20consume>.
- De Pablos, V. (2021). *Métodos de conservación de alimentos*. <https://www.traza.net/2021/08/24/metodos-de-conservacion-de-alimentos/>
- ElMercurio. (2022, Abril 15). Las comidas y golosinas que «de ley» debes probar en Cuenca. *Diario El Mercurio*. <https://elmercurio.com.ec/2022/04/15/las-comidas-y-golosinas-que-de-ley-debes-probar-en-cuenca/>
- ElUniverso. (2022, Agosto 9). Listado de lugares para comer típico y gourmet en Cuenca. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/listado-de-lugares-para-comer-tipico-y-gourmet-en-cuenca-nota/>
- Espada, B. (2021, Diciembre 2). *¿Quién inventó la comida rápida?* <https://okdiario.com/curiosidades/quien-invento-comida-rapida-8203909>
- Espinosa, P. (2002). *laCitécuencana* (M. Calle, Ed.; Facultad de Arq). https://www.google.com.ec/books/edition/La_cit%C3%A9_cuencana/bEmX3s0-pWkC?hl=es&gbpv=1&dq=el+lugar+donde+viv%C3%ADan+dos+culturas+distintas+en+la+antig%C3%BCedad+fue+ocupado+por+lo+espa%C3%B1oles+en+el+a%C3%B1o+1557+fue+refundada+con+el+nombre+de+Cuenca+por+Gil+Ram%C3%ADrez+D%C3%A1valos+por+orden+del+virrey+de+Per%C3%BA+y+en+honor+a+la+ciudad+de+Espa%C3%B1a+que+lleva+el+mismo+nombre,+donde+fue+incrementando+su+arquitectura+y+poblaci%C3%B3n+al+estilo+espa%C3%B1ol+tomando+una+principal+relevancia+en+sus+primeros+a%C3%B1os&printsec=frontcover
- Flavián, C., & Fandos, C. (2011). *Turismo gastronómico- Estrategias de marketing y experiencias de éxito*.

- https://books.google.com.ec/books?id=rTSJDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=marketing+gastronomico&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true
- FundacionTurismoCuenca. (2023). *Conoce Cuenca*. <http://cuenca.com.ec/es/conoce-cuenca>
- GoRaymi. (2022). *Información básica de Cuenca*. https://www.goraymi.com/es-ec/azuay/cuenca/historias/informacion-basica-cuenca-a34f471ec#google_vignette
- Grasso, L. (2006). *Encuestas Elementos para su diseño y análisis*. Encuentro Grupo Editor. https://www.google.com.ec/books/edition/Encuestas/jL_yS1pfbMoC?hl=es&gbpv=1&dq=metodologia+de+la+investigacion+encuestas&printsec=frontcover
- Guerrero, A. (2017). *CONCEPTOS BÁSICOS DE NUTRICIÓN*. <https://badali.umh.es/assets/documentos/pdf/artic/piramide.pdf>
- Gutiérrez, J. (1998). *Ciencia y tecnología culinaria*. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vV2-lgh6gqoC&oi=fnd&pg=PA93&dq=calidad+culinaria&ots=BsXhp5-ykx&sig=JKPIYCyEZ9JGLN8p-ekgXgVKD9M#v=onepage&q=calidad%20culinaria&f=false>
- Guzmán, T., & Sánchez, S. (2012). *La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba* (Vol. 2009). <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>
- Hablemosdecultura. (2023). *Cuenca: Ubicación, fundación, independencia y más*. <https://hablemosdeculturas.com/cuenca/>
- Halberstadt, J. (2023). *Cuenca es la capital de la provincia de Azuay, la tercera ciudad más grande de Ecuador y el centro económico de la Sierra austral*.
- Hernández, J. (2018, Junio). *Cuando la alimentación se convierte en gastronomía*. . https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-27892018000100154
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial Azuay*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>
- INEC. (2017a, Noviembre 1). *Conozcamos Cuenca a través de sus cifras*. *Ecuadorencifras*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/conozcamos-cuenca-a-traves-de-sus-cifras/>
- INEC, 2017. (2017b). *Conozcamos Cuenca a través de sus cifras*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/conozcamos-cuenca-a-traves-de-sus-cifras/>
- Latham, M. (2002). *Alimentación familiar, alimentación a grupos y alimentos de venta callejera*. <https://www.fao.org/3/w0073s/w0073s18.htm>
- Lorenzo, T. (2019, Diciembre 30). *Plan de marketing para una empresa de comida rápida*. <https://es.semrush.com/blog/plan-de-marketing-para-empresa-de-comida-rapida/>
- Martínez, J. (2008). *ALIMENTACIÓN Y CULTURA EN EL SUR DEL ECUADOR*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/30112/1/La%20gastronom%c3%ada%20preecolombina.pdf>

- Ministerio de Salud Pública. (2017). *Señalización de preparaciones mediante sistema gráfico de esferas*. https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/Anexo-3-Restaurantes_y_cefetrias.pdf
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2017). *GUIA RAPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL*.
- MINTUR. (2012). *ECUADOR CULINARION saberes y sabores* (Ecuadoralmadevida, Ed.).
- MINTUR. (2020). *Consolidado de catastro de establecimientos turísticos*. <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>
- MINTUR. (2023a). *20 lugares de Cuenca para conocerla mejor*. <https://www.turismo.gob.ec/20-lugares-de-cuenca-para-conocerla-mejor/>
- MINTUR. (2023b). *La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos*. <https://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>
- Molina, C., Hidalgo, S., & Granda, M. (2016). *Estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de comidas rápidas*.
- Mora, C. (2011). *La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*. <https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>
- NationalGeographic. (2018). *Así inició la comida rápida*. <https://www.ngenespanol.com/el-mundo/asi-inicio-la-comidarapida/>
- Ñaupas, H. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. (Tercera). https://www.google.com.ec/books/edition/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_cuantitativa/VzOjDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=metodo+de+investigacion+cuantitativo&printsec=frontcover
- QuestionPro. (2023). *Tipos de encuestas*. <https://www.questionpro.com/es/tipos-de-encuestas.html>
- Ropero, A. (2017). *PIRÁMIDE DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE*. <https://badali.umh.es/assets/documentos/pdf/artic/piramide.pdf>
- Sánchez, A. (2023). *HISTORIA DE LA GASTRONOMIA* (C. Gutiérrez, Ed.). RED TERCER MILENIO. https://conceptodefinicion.de/gastronomia/#google_vignette
- TICcita. (2018). *HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA*. <http://ctic-cita.es/fileadmin/redactores/cticcita/FORMACION/MANUAL%20DE%20MANIPULADOR%20ALIMENTOS-SECTOR%20HOSTELERIA%20Y%20RESTAURACION.pdf>
- Toledo, D. (2019). *Desarrollo de propuestas de innovación gastronómica basadas en elaboraciones culinarias tradicionales ecuatorianas*. | *Convergence Tech*. <https://revista.sudamericano.edu.ec/index.php/convergence/article/view/24/55>

Triviño, K. (2019, Diciembre 16). *FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL-GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, ECUADOR*.

<http://portal.amelica.org/ameli/journal/215/215974010/html/>

Urgilés, C. (2012). *ANÁLISIS DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS EN LOS RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA EL MAÍZ Y GUAJIBAMBA DE LA CIUDAD DE CUENCA* [Universidad de Cuenca].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1742/1/tur96.pdf>

Vivanco, F. (2021, Enero 29). *Turismo Gastronómico*. <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>

Winterhalter. (2022, Septiembre 29). *QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM) Y SU IMPORTANCIA EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS*. <https://www.winterhalter.com/cl-es/blog-winterhalter/que-son-las-buenas-practicas-de-manufactura-bpm-y-su-importancia-en-la-industria-de-alimentos/>

ANEXOS

ANEXO A

FORMATO DE ENCUESTA REALIZADA EN KOBOTOOLBOX

“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD GASTRONOMICA Y NUTRICIONAL EN RESTAURANTES Y CAFETERIAS DE COMIDA RAPIDA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA CORRESPONDIENTE A LAS PARROQUIAS URBANAS HUAYNA CÁPAC, SAN BLAS Y SUCRE”.

INTRODUCCIÓN

BIENVENIDA
La presente investigación corresponde a un proyecto de titulación previo a la obtención del título de Magister en Gastronomía e Innovación que me encuentro cursando en la Universidad Internacional del Ecuador

OBJETIVO DEL ESTUDIO
Analizar la responsabilidad nutricional en restaurantes y cafeterías de comida rápida en la zona urbana de la ciudad de Cuenca con el fin de buscar un mejoramiento de las actividades culinarias y aprovechamiento de la maquinaria en cada uno de los establecimientos del centro histórico de la ciudad correspondiente a las parroquias urbanas Huayna Cápac, San Blas y Sucre.

ACEPTACIÓN
¿Ud acepta participar voluntariamente en la presente investigación?

Sí
 No

DATOS GENERALES

Sexo
Sexo del propietario

Hombre
 Mujer

Parroquia

San Blas
 Huayna Capac
 Sucre

Aforo
Cantidad de personal que pueden ingresar

<https://kf.kobotoolbox.org/#/forms/aGYBy52P7gav8JzqkNeq1edit> 1/6

15/7/23, 19:24 "ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD GASTRONOMICA Y NUTRICIONAL EN RESTAURANTES Y CAFETERIAS DE COMIDA R...

Permiso de Funcionamiento

Municipio
 Cuerpo de bomberos
 Ministerio de Turismo
 ARCSA

Empleados
Cantidad de empleados que laboran en el establecimiento

Tipos de comida
Que tipos de comida ofertan en el establecimiento

Pizza
 Hamburguesas
 Papas
 Helados
 Hot dogs
 Sandwiches
 Tacos
 Alitas

Publicidad
Por que medios sociales se realiza la publicidad del establecimiento

Facebook
 Instagram
 Tik Tok
 Radio
 Ninguna

Ventas
¿Esta de acuerdo en ayudarnos con un dato de sus ventas diarias?

Sí
 No

Promedio de ventas
Cual es el promedio de ventas diarias que recibe el restaurante

<https://kf.kobotoolbox.org/#/forms/aGYBy52P7gav8JzqkNeq1edit> 2/6

SECCIÓN 1

Agua Gratis

Existe agua segura, es gratuita, asequible al cliente

- Cumple
 No cumple

Agua Potable

El agua que se entrega a los clientes es segura, verificando la fuente de agua (potable) y adicionalmente, verificando registros de tratamiento de agua.

- Cumple
 No cumple

Preparación Vegetales

Existe al menos una opción de preparación con vegetales no procesados y sin aditivos alimentarios; está visible en la pantalla, el mostrador, la cartelera, la carta o cualquier medio donde se ofrezca las opciones de menú.

- Cumple
 No cumple

Se oferta de forma verbal o escrita reemplazar:

Bebidas

Bebidas endulzadas por agua o bebidas naturales no endulzadas

- Cumple
 No cumple

Postres

Postres con frutas

- Cumple
 No cumple

Guarniciones

Guarniciones con vegetales no procesados.

- Cumple
 No cumple

SECCIÓN 2

Salsas y aderezos

5 No dispone de sal, salsas ni aderezos en las mesas. Estas se entregan a petición del cliente.

- Cumple
 No cumple

<https://kf.kobotoolbox.org/#/forms/aGYBy52P7gav4LzqkNeqEdt>

3/6

Imágenes de productos naturales

Se observa que no existen imágenes de productos naturales en preparaciones ofertadas que no contienen estos productos como ingredientes en la pantalla, el mostrador, la cartelera, la carta o cualquier medio donde se ofrezca las opciones de menú

- Cumple
 No cumple

Entrega de regalos

Se observa que no se promociona ni se entregan regalos, juguetes, premios u otro tipo de incentivo destinados a fomentar la adquisición o el consumo de alimentos o bebidas que no sean naturales

- Cumple
 No cumple

Promoción de alimentación saludable

Los mensajes de promoción de alimentación saludable están dispuestos en el menú o carta u otro lugar y promueven:

- El consumo de agua.
 Consumo de frutas y verduras
 No exceder el consumo calórico diario.
 El consumo moderado de sal
 Información del riesgo del consumo de edulcorantes.
 Práctica de actividad física.
 Ninguno

Información de valor energético de preparaciones

Valor energético escrito

El valor energético debe estar escrito en calorías junto al nombre o imagen del alimento que conste en la pantalla, el mostrador, la cartelera, la carta o cualquier medio donde se ofrezca las opciones de menú.

- Cumple
 No cumple

Valor energético legible

La información del valor energético debe ser legible.

- Cumple
 No cumple

Cálculos de preparaciones

El administrador o representante del establecimiento explica el método usado y presenta los cálculos realizados de sus preparaciones a la persona que supervisa.

- Cumple
 No cumple

<https://kf.kobotoolbox.org/#/forms/aGYBy52P7gav4LzqkNeqEdt>

4/6

Sistema gráfico de esferas

Sin aditivos

Se encuentra la esfera color verde, las preparaciones "sin aditivos" que no contengan alimentos procesados ni aditivos alimentarios.

- Cumple
- No cumple

Sin edulcorantes

Se cuenta la esfera de color celeste en las preparaciones que no contengan edulcorantes añadidos.

- Cumple
- No cumple

Sin gluten

Se encuentra la esfera color naranja en las preparaciones que no contengan gluten (trigo, centeno, avena) entre sus ingredientes.

- Cumple
- No cumple

Sin aditivos, sin edulcorantes añadidos y libre de gluten

Se incluye la descripción de la señalización de preparaciones "sin aditivos", "sin edulcorantes añadidos" y "libre de gluten" en la parte baja de la pantalla, el mostrador, la cartelera, la carta o cualquier medio donde se ofrezca las opciones de menú según las esferas correspondientes.

- Cumple
- No cumple

SECCIÓN 3

Alimentos

Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. Del piso, 50 cm. Entre hileras y 15 cm de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza

- Cumple
- No cumple

Vajilla y cristalería

La Vajilla, Cristalería, cubertería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estantería o repisas en buenas condiciones, limpias y a una distancia mínima de 15 cm del piso, 50 cm. Entre hileras y 15 cm de pared. No deben estar en contacto con el piso.

- Cumple
- No cumple

Menú

El menú contiene:

- Precio con impuestos exhibidos
- Idioma extranjero
- Detalle del producto

<https://kf.kobotoolbox.org/#/forms/aGYBy52P7gav6JzqkNeqjedit>

5/6

Personal de servicio y/o cocina

El personal cumple con lo siguiente

- Sin joyas
- Uniforme limpio
- Uñas cortas y limpias
- Protección de cabello

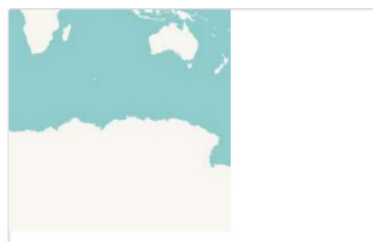
UBICACIÓN

latitud (x,y °)

longitud (x,y °)

altitud (m)

precisión (m)

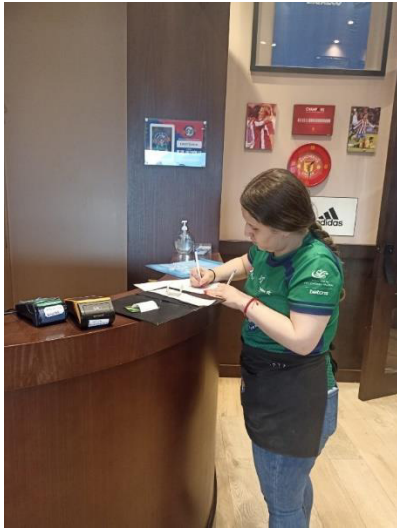


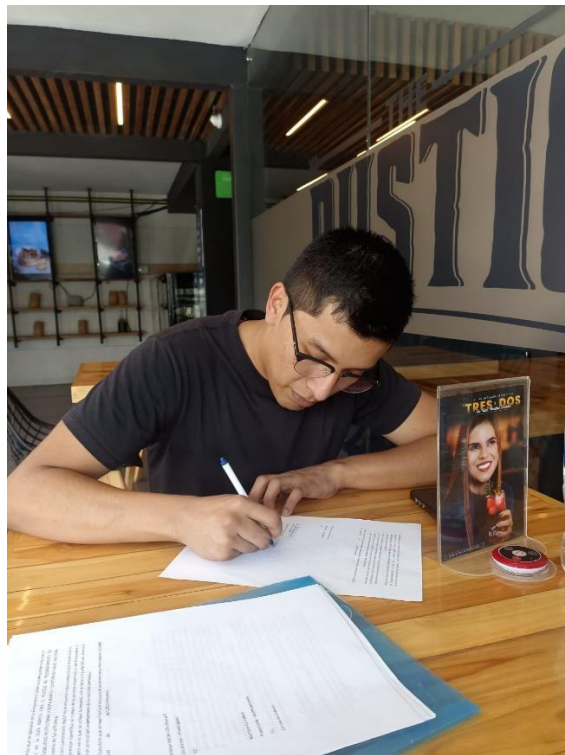
<https://kf.kobotoolbox.org/#/forms/aGYBy52P7gav6JzqkNeqjedit>

6/6

ANEXO B

FOTOGRAFIAS DE RESTAURANTES ENCUESTADOS





ANEXO C

CARTA FIRMADA DE LA ENTREVISTA CON SUS RESPECTIVAS RESPUESTAS



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
CARRERA DE GASTRONOMIA
MAESTRA EN GASTRONOMIA E INNOVACION

Cuenca, Agosto del 2023

Carta de Consentimiento Entrevista

Yo **Christian Adrián Chuchuca Pillajo**, con cedula de identidad **0104942263**, Estudiante de la Maestría en Gastronomía e Innovación de la **Universidad Internacional del Ecuador (UIDE)**, con el proyecto de tesis en “**ANALISIS DE LA RESPONSABILIDAD GASTRONOMICA Y NUTRICIONAL EN RESTAURANTES Y CAFETERIAS DE COMIDA RAPIDA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA CORRESPONDIENTE A LAS PARROQUIAS URBANAS HUAYNA CÁPAC, SAN BLAS, CAÑARIBAMBA Y SUCRE**”. Solicito a Ud. se me ayude con información que será levantada en una entrevista la cual me permitirá realizar preguntas sobre las actividades comunes del instituto ARCSA dentro del funcionamiento y control sanitario en los restaurantes; dicha información serán usadas con fines académicos e investigativos con la responsabilidad de que no se divulgara ningún dato y se guardará la confidencialidad de los datos personales e institucionales de cada institución, debido a que estos se presentarán de manera global al final del proyecto de titulación

EL Objetivo General del proyecto de investigación:

Analizar la Responsabilidad Nutricional en Restaurantes y Cafeterías de comida rápida en la zona urbana de la ciudad de Cuenca en cada uno de los establecimientos del centro histórico de la ciudad correspondiente a las parroquias urbanas Huayna Cápac, San Blas, Cañaribamba y Sucre.

1.- ¿Cuánto tiempo estuvo trabajando para el ARCSA y cuáles eran sus actividades?

En el cargo de coordinadora zonal 3, estuve un tiempo de seis meses, en los cuales las actividades principales fueron el control y vigilancia de los establecimientos sometidos al control de la ARCSA, dentro de la planificación y actividades diarias eran

104

las visitas a los establecimientos, los operativos de control, realización de convenios interinstitucionales para alcanzar más espacio en el territorio y cumplir así con los objetivos de la ARCSA, que es precautelar la salud de los ciudadanos.

2.- ¿Cuáles son los Restaurantes que tiene como obligación tener un permiso de funcionamiento del ARCSA?

En teoría todo establecimiento que manipule alimentos o los transforme para el consumo humano debe mantener un permiso y control constante por la ARCSA, de igual forma dependiendo de la categoría que se brinde a los establecimientos por el departamento de turismo, es el valor a cancelar por los permisos que debe mantener anualmente por los restaurantes.

3.- ¿Son solo los restaurantes que están registrados dentro del Ministerio de Turismo los que están propenso a revisiones cotidianas del ARCSA o existe la posibilidad que otros tipos de negocios también pueden pasar por una revisión de ello?

Dentro del control que se realiza los establecimientos de control son las fábricas de alimentos (lecheras, embutidoras, dulcerías, etc.) tiendas de abastos, supermercados, cosmetólogas, empresas de agua potable, envasadoras de agua, laboratorios clínicos, farmacéuticas, farmacias, hoteles, etc. Es muy amplio el universo de control que mantiene la ARCSA.

4.- ¿Cuáles son los factores o puntos que revisa el ARCSA a los restaurantes (¿clasificación de los alimentos, almacenado en ambiente y frío, embalaje, etc.?)

Fundamentalmente el control que realiza el ARCSA a los restaurantes es el proceso de ingreso de alimentos a ser preparados, almacenamiento (productos a transformar o terminados), control de calidad (clasificación de alimentos en buen o mal

estado), en la preparación de alimentos (indumentaria del personal) es la revisión de materiales, insumos, maquinarias (programa de mantenimiento y limpieza).

5.- ¿Existe tal vez un reglamento diferente por tipo de establecimiento, como por ejemplo para picanterías, comida rápida, bares, discotecas, o es un reglamento general para todos los negocios de consumo de alimentos?

Para todos los establecimientos de preparación de alimentos para el consumo humano son las mismas características a revisar y controlar, lo que cambia es la capacidad de cada establecimiento para adquirir mejor maquinaria o mejores planes de mantenimiento o planes de capacitación al personal. Pero principalmente se debe controlar y vigilar la inocuidad al preparar los alimentos ya que el objetivo de la ARCSA es precautelarla salud de los ciudadanos.

6.- ¿Cuáles son las normas BPM en alimentos que un restaurante tiene que cumplir obligatoriamente?

Los restaurantes deben cumplir todas las normas de BPM que se registra en el REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ALIMENTOS PROCESADOS, que está publicado en la página web de la ARCSA ([ver resumen](#)).

7.- ¿Cuáles son las consecuencias que tiene un restaurante por no cumplir con el reglamento de la salubridad?

El proceso por el cual un establecimiento que no cumplió con las normas del reglamento de salubridad, es la clausura precauteladora, por hasta 10 días; posterior a eso se somete a un proceso administrativo legal, donde se da una audiencia y se emiten las pruebas de rigor tanto para la parte administrada y para la institución, la sanción máxima que puede alcanzar es de diez salarios básicos unificados por atentar a la salud pública.

8.- ¿Cuáles son las situaciones de riesgo donde un negocio tiene que cerrar sus puertas permanentemente?

En el tiempo que estuve en funciones los motivos por los cuales observe el cierre de establecimientos fue por la ausencia de recurso económico para realizarlas adecuaciones solicitadas por la institución para que cumpla con los requisitos mínimos para su funcionamiento. Por parte de la institución se resuelve el cierre definitivo en casos en los cuales el funcionamiento de dicho establecimiento es un atentado a la salud pública.

9.- ¿El arca controla por su parte el uso de aditivos o edulcorantes que deben usarlos restaurantes para sus preparaciones, controlando el exceso de estos para el consumo humano?

Este tipo de control se realiza con mayor énfasis en las fábricas de procesamiento de alimentos es decir las plantas que cambian la materia prima a productos terminados como las plantas lácteas, de embutidos, etc.

10.- ¿Dentro de la verificación de los alimentos, tal vez revisan lo que es el valor energético y calórico que tiene los productos ofertados para el consumidor?

Este tipo de control se lo denomina control por nivel 2 es decir se toma una muestra de los productos en las plantas de fabricación o en los lugares de comercialización, se somete a exámenes químicos, físicos y biológicos y se ratifica lo declarado por el fabricante en la notificación sanitaria y envase del producto con los resultados obtenidos. En el caso que no cumpla se somete a un proceso administrativo legal.

11.- ¿Existe algún tipo de certificado o calificación para los restaurantes que tenga un control de calidad y vigilancia sanitaria correcta, que los incentive a seguir siéndolo por varios años más?

Despejado, se mantiene constantemente el programa de CALIFICATE CON ARCSA. El cual es específico para restaurantes y cafeterías que cumplan con todas las normas de calidad en la preparación de alimentos, en su estructura, capacitación de personal y planes de limpieza tanto del establecimiento como de las maquinarias. No tiene ningún costo y tiene un acompañamiento por un técnico el cual va evaluando los aspectos detallados anteriormente y también brinda la capacitación al personal como al propietario y mantiene un tiempo estimado de tres años

Cabe señalar adicionalmente que:

- En caso de contar con su apoyo, este será libre y voluntario, que no existe un estímulo de ningún tipo y que como investigador no he recibido ni he entregado ningún beneficio de tipo económico.
- Si al momento de desarrollar la entrevista Ud. desea retirarse de la investigación lo puede realizar de manera inmediata.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento se realiza la entrevista en la Ciudad de Cuenca el 24 de agosto el 2023 firmamos:

P. Estudiante – Christian

Adrián Chuchuca

Investigador CC:

0104942263



Firmado electrónicamente por:

**TATIANA
SHELEN
LUCIO
MANCHENO**

Nombre Completo - Entrevistado/a: Tatiana Shelen Lucio Mancheno

CC: 0201772738

Correo electrónico: tattylucio@gmail.com

ANEXO D

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTAS



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

CARRERA DE GASTRONOMIA

MAESTRA EN GASTRONOMIA E INNOVACION

Cuenca, Julio del 2023

Carta de Consentimiento Informado

Yo **Christian Adrián Chuchuca Pillajo**, con cedula de identidad **0104942263**, Estudiante de la Maestría en Gastronomía e Innovación de la **Universidad Internacional del Ecuador (UIDE)**, con el proyecto de tesis en **“ANALISIS DE LA RESPONSABILIDAD GASTRONOMICA Y NUTRICIONAL EN RESTAURANTES Y CAFETERIAS DE COMIDA RAPIDA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA CORRESPONDIENTE A LAS PARROQUIAS URBANAS HUAYNA CÁPAC, SAN BLAS, CAÑARIBAMBA Y SUCRE”**. Solicito a Ud. se me ayude con información que será levantada en una encuesta digital la cual me permitirá realizar un análisis general de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cuenca; dicha información serán usadas con fines académicos e investigativos con la responsabilidad de que no se divulgara ningún dato y se guardará la confidencialidad de los datos personales e institucionales de cada institución, debido a que estos se presentarán de manera global al final del proyecto de titulación.

EL Objetivo General del proyecto de investigación:

Analizar la Responsabilidad Nutricional en Restaurantes y Cafeterías de comida rápida en la zona urbana de la ciudad de Cuenca en cada uno de los establecimientos del centro histórico de la ciudad correspondiente a las parroquias urbanas Huayna Cápac, San Blas, Cañaribamba y Sucre.

Cabe señalar adicionalmente que:

- En caso de contar con su apoyo, este será libre y voluntario, que no existe un estímulo de ningún tipo y que como investigador no he recibido ni he entregado ningún beneficio de tipo económico.
- Si al momento de desarrollar las encuestas Ud. desea retirarse de la investigación lo puede realizar de manera inmediata.
- Me comprometo a hacer llegar mediante correo electrónico los resultados de la misma con la finalidad de que dentro de su planificación y procesos de mejora Ud. Puede implementar acciones en el marco del Programa de Responsabilidad Nutricional.

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante – Investigador

CC: 0104942263

Nombre Completo

Propietario – Representante: Santiago Nauta Toledo

CC: 0105112544

Correo electrónico: santia.gogabriel0395@gmail.com.

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.
Estudiante – Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo

Propietario – Representante: Rebeca Chacón
CC: 002288000
Correo electrónico: sephbecachua@hotmail.com

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.
Estudiante – Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo

Propietario – Representante:
CC: 0104942263
Correo electrónico: jairoangelgomez@gmail.com

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.
Estudiante – Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo

Propietario – Representante:
CC: 0106068433
Correo electrónico: juancha-ga@hotmail.es

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.
Estudiante – Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo

Propietario – Representante:
CC: 0803756710
Correo electrónico: edisonflorea@gmail.com

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante – Investigador

cc: 0104942263

Nombre Completo **María Inés Vilca Merchán**

Propietario – Representante:

cc: 0106905335

Correo electrónico: marivilla2010@hotmail.com

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante – Investigador

cc: 0104942263

Nombre Completo **Wilian Alvarado**

Propietario – Representante:

cc: 0104031134

Correo electrónico: wiloparus@gmail.com

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante – Investigador

cc: 0104942263

Nombre Completo **Martha Gómez**

Propietario – Representante:

cc: 0104506605

Correo electrónico: marthagomez2104@gmail.com

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante – Investigador

cc: 0104942263

Nombre Completo **Christian Alvarado**

Propietario – Representante:

cc: 010611013

Correo electrónico: christovalan2104@gmail.com

encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.

- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante - Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo Juan Carlos Tenencia Galbrea
Propietario - Representante:

CC: 0102183946

Correo electrónico: jcalencoa@gmail.com

encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.

- Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.
- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante - Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo Juan Carlos Tenencia Galbrea
Propietario - Representante:

CC: 0106551740

Correo electrónico: juan.kalencoa@gmail.com

Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.

- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante - Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo Jonathan Mauricio Figueroa Pacheco
Propietario - Representante:

CC: 0104540182

Correo electrónico: maufigue@hotmail.es

Las preguntas que se aplicarán en su Restaurante o Cafetería corresponden a los que se encuentra en la GUÍA RÁPIDA PARA EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD NUTRICIONAL A RESTAURANTES Y CAFETERÍAS A NIVEL NACIONAL del Ministerio de Salud Pública.

- Dentro del cuestionario digital no se encuentra ninguna pregunta que recolecte datos que permitan identificar el nombre de las personas encuestadas ni del Restaurante o Cafetería en la que se aplique la encuesta, solo se tomará el punto GPS de referencia para un control del levantamiento de los datos por parroquias.

Tras dar lectura de lo que se manifiesta en esta carta de consentimiento informado en la Ciudad de Cuenca el de del 2023 firmamos:

Christian Adrián Chuchuca P.

Estudiante - Investigador
CC: 0104942263

Nombre Completo David Humberto Rosado Correal
Propietario - Representante:

CC: 0107406951

Correo electrónico: davidrosadocorreal@gmail.com