



ESCUELA DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

TEMA: “PLAN DE REVALORIZACIÓN DE LOS DULCES
TRADICIONALES DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO”

PERIODO: 2014 - 2015

AUTOR: BRYAN ROBERTO ESCOBAR CARAPAZ

TUTOR: ING. CARLOS ORTIZ

QUITO - ECUADOR

2015



Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Bryan Roberto Escobar Carapaz

C.C:172532239-8



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS

PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Escobar Carapaz Bryan Roberto, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Análisis de Sistemas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “*PLAN DE REVALORIZACION DE LOS DULCES TRADICIONALES DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO.*”, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de un plan de revalorización, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.



SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con

el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.



CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del

presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de



Comercio



v

de

Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 19 días del mes de Abril del dos mil quince

f) _____

Bryan Escobar

C.C. N°172532239-8

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darles la vida y las fuerzas necesarias a mis padres quienes me apoyaron en todo momento con la finalidad de terminar mis estudios, agradecido y orgulloso de que ellos sean mis padres, en especial a mi madre por ser la persona que luchó por mí día a día y logro sacarme adelante y lograr conseguir el lugar en el que me encuentro ahora.

A mis hermanos Jessica, Christian y mi sobrina Ashly por el apoyo moral que fue fundamental durante todo el periodo académico, por la paciencia y la confianza que me brindaron.

A mis mejores amigos Alex y Ricardo por brindarme su apoyo incondicionalmente por los consejos que me brindaron para no rendirme en ningún momento por más difícil que sea la situación nunca dejaron de ayudar en lo que pudieron.

Al Ing. Carlos Ortiz por brindarme su amistad y compartirme sus conocimientos por la paciencia para dirigirme como realizar mi proyecto.



DEDICATORIA

Este trabajo les dedico a mis padres Patricio Escobar y Martha Carapaz por brindarme siempre su confianza amor y apoyo en todo los sentidos a mis hermanos por ser la fuerza y apoyo por más difícil que haya sido la circunstancia quienes me enseñaron que si me caigo tengo que levantarme con más fuerza de seguir adelante y terminar lo que empecé.

También a mi abuelita Lucrecia Aluisa y mi Padrino Ricardo Piarpuezan quienes desde el cielo me dieron sus bendiciones y fueron un apoyo inmenso durante mi periodo académico.

“GRACIAS POR SU CONFIANZA Y APOYO”

Índice General.

DECLARATORIA
i



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS

PROPIEDAD INTELECTUAL	ii
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
Capítulo I.	
1	
1.1. ANTECEDENTES:	1
1.2. CONTEXTO:	3
1.3. JUSTIFICACIÓN:	8
1.4. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL:	9
Capítulo II.	
10	
2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.	
11	
2.1. Mapeo de Involucrados.	11
2.2. Matriz de análisis de involucrados.	12
Capítulo III.	
14	
3. Problemas y Objetivos.	14
3.1. Árbol de problemas.	14



3.2. Árbol de objetivos.

.....	15	Capítulo IV.
.....	16	
4.1 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IMPACTOS	16	
4.2 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	18	
Tabla N° 3 (Matriz del marco lógico)	20	
CAPÍTULO V		
20 PROPUESTA		
.....	20	
5.01. ANTECEDENTES	20	
5.01.01. SISTEMA GASTRONÓMICO Y SUS ELEMENTOS.	20	
¿Qué es un Plan?	20	
¿Qué es un Plan Revalorización?	21	
EJECUCIÓN DE UN PLAN DE REVALORIZACIÓN.	21	
FORMULACIÓN DE UN PLAN DE REVALORIZACIÓN.	21	
ESQUEMA DEL PLAN DE REVALORIZACIÓN.	22	



QUITO	22
5.1.1. Investigación de Mercado.	24
5.1.2. Análisis FODA	27
5.1.3. Población y muestra.	30
TABULACIONES:	33
5.1.4. Instrumentos de investigación.	42
5.2. Descripción de la herramienta.	42
5.3. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.	43
Capítulo VI	44
6.1 Recursos.	44
6.2. Presupuesto.	45
6.3. Cronograma.	46
Capítulo 7.	47
7.1. Conclusiones.	47



7.2. Recomendaciones.	47
.....	47
Bibliografía	48
ANEXOS:	50

INDICE DE TABLAS

TITULO	PÁGINA
TABLA 1. MATRIZ DE INVOLUCRADOS.....	12
TABLA 2. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	16
TABLA 3.MATRIZ DEL MARCO LÓGICO.....	20



TABLA
4.ANLISIS

FODA.....	30
TABLA 5. TALENTO HUMANO.....	44
TABLA 6 .MATERIALES.....	44
TABLA 7.TECNOLÓGICOS.....	44
8. ECONÓMICOS.....	45
TABLA 9. TIEMPO.....	45
TABLA 10. PRESUPUESTO.....	45
TABLA 11. CRONOGRAMA.....	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

TITULO	PÁGINA
GRÁFICO 1. MAPEO DE INVOLUCRADOS.....	11
GRÁFICO 2.ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	14
GRÁFICO 3. ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	15



GRÁFICO 4. DIAGRAMA DE

ESTRATEGIAS.....	18
GRÁFICO 5. TABULACIÓN 1.....	33
GRÁFICO 6. TABULACIÓN 2.....	34
GRÁFICO 7. TABULACIÓN 3.....	35
GRÁFICO 8. TABULACIÓN 4.....	36
GRÁFICO 9. TABULACIÓN 5.....	37
GRÁFICO 10. TABULACIÓN 6.....	38
GRÁFICO 11. TABULACIÓN 7.....	39
GRÁFICO 12. TABULACIÓN 8.....	40
GRÁFICO 13. TABULACIÓN 9.....	41

Capítulo I.

1.1. ANTECEDENTES:

TEMA: Ruta turística vivencial gastronómica enfocada a los dulces tradicionales de la Ciudad de Quito

AUTOR: Velasco Jurado, Christina Gissela

AÑO: 2012

INSTITUCION: UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS.

CONCLUSIÓN: De la presente tesis se tomara el Capítulo III realizado para saber la historia de los dulces, y la vida de sus productores. (Velasco Jurado C, 2012)

TEMA: Evolución, fusión y formas de cocción de la gastronomía de la ciudad de Quito.

AUTOR: CARLOS A. CABANILLA R.

AÑO: 2008

INSTITUSIÓN: UTE.

CONCLUSIÓN: De la presente tesis se tomara el Capítulo II, subtema

COSTUMBRES CULINARIAS DEL QUITO TRADICIONAL, capitulo que será de mucha ayuda para conocer los principales dulces de la época. (Cabanilla C, 2008)

TEMA: COMPILACIÓN DE RECETAS DE DULCES, PASTAS Y POSTRES DEL QUITO TRADICIONAL Y PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA GUÍA



PRÁCTICA

AUTOR: XIMENA VERÓNICA PUENTE AVILÉS

AÑO: 2007

INSTITUCION: UTE.

CONCLUSIÓN: De la presente tesis se tomara el Capítulo III, subtema ESTUDIO SOBRE LOS DULCES DEL QUITO TRADICIONAL Y MODERNO, utilizado para el análisis histórico y tradicional de los dulces. (Puente Avilés X, 2007)

1.2. CONTEXTO:

Quito se encuentra ubicado a 13 km. Latitud sur de la línea equinoccial, a 2850 metros por sobre el nivel del mar, su superficie es de 4204 km².



La ciudad de Quito se encuentra en las faldas orientales del volcán activo

Pichincha, que está en la Cordillera Occidental de los Andes septentrionales de Ecuador.

Quito se encuentra en el centro de la provincia de Pichincha, al suroeste de la hoya del Río Guayllabamba.

La ciudad de Quito consta de los siguientes límites:

- Norte: Provincia de Imbabura.
- Sur: Cantones Rumiñahui y Mejía.
- Este: Cantones Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia del Napo.
- Oeste: Cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Santo Domingo de los Colorados.

Quito posee una gran variedad de climas y zonas, que van desde los valles, los mismos que son cálidos e interandinos, y las estribaciones de la región noroccidental, llegando hasta los fríos páramos y los picos nevados de la cordillera. Los principales valles -Guayllabamba, Puéllaro, Nanegal, Perucho y Los Chillos, son fértiles y están regados por numerosos ríos, entre ellos el Machángara, el Chiche, el Pita, el Guayllabamba y el San Pedro.

En Quito la temperatura varía entre 7 grados centígrados (55°F) en la noche, 26 grados centígrados (78°F) al medio día con promedios de 15 grados centígrados (64°F).

Existen dos estaciones que son la lluviosa y la seca, la lluviosa es considerada como inviernos y verano la seca. El verano de Quito dura aproximadamente 4 meses, de Junio a Septiembre, mientras que el invierno dura de Octubre a Mayo, aunque sin importar en las estaciones que no encontremos en Quito siempre podremos encontrar días soleados en época de lluvias y días de lluvia en época de sol.

Quito ofrece una impresionante mezcla de sabores y secretos culinarios, por ser el punto de fusión de las diferentes latitudes del país, gracias a esto Quito ofrece infinidad de opciones para aquellos que disfrutan de la buena comida.

Debido a su posición geográfica, Quito posee un clima y temperatura, que lo hace privilegiado, éste clima influye directamente en la variedad de productos agrícolas que son la base de la cocina típica quiteña, pero el más tradicional e histórico es el maíz, que en la antigüedad era considerado como un alimento sagrado. En 1950 el padre Acosta, escribió un libro en el cual explica que al maíz se lo consideraba como el pan de los indios y se lo comía cocido en grano y caliente lo que se conoce como mote, éste es un alimento que ha subsistido a través del tiempo y aún en la actualidad es uno de los preferidos no únicamente en la capital sino en todo el Ecuador, al igual que el tostado que es una variedad del maíz. El maíz suele ser molido para elaborar harina y con ella preparar tortillas. Existen siete variedades de maíz que son utilizados en distintos platos como lo es el sancocho, la fanesca, bolas de maíz, condumio de carne y otros, inolvidables como por ejemplo la colada morada, que es un plato típico que se lo consume el 2 de noviembre, día de los difuntos.



América antes de la llegada de los españoles, no se consumían postres ya que en ésta región del mundo no existía la caña de azúcar, a su vez los indígenas endulzaban sus preparaciones con la caña de maíz, que no es muy dulce, los indígenas consumían las frutas al natural, pero a partir del arribo de los españoles quienes trajeron el ganado, del cual se extrajo leche y queso, trajeron también gallinas, huevos, harina, pasas, nueces, caña de azúcar y panela, en fin, productos europeos y sobre todo los secretos culinarios de sus familias españolas y de las monjitas del Monasterio, quienes fusionan los productos europeos con los nuestros e inician la preparación de dulces y postres, ellos tenían a su servicio empleadas quiteñas, las que también aprendieron a elaborar estos dulces.

En las casas quiteñas aproximadamente en el siglo XVIII, se acostumbraba después del plato fuerte o cena ofrecer un helado de frutas como postre, las monjitas de claustro tenían moldes como de peltre de plomo en forma de las frutas, y a los cuales se los sellaba con cera, por los costados en donde era vertido el jugo de las frutas, éstos eran almacenados en bancos de hielo, éstos bancos eran transportados hasta el Pichincha y aquí se los congelaban, después de esto los moldes eran abiertos y se extraía el helado, el mismo que era decorado con flores, hojas, etc., y se los ofrecía a los invitados.

El dulce de leche y de guayaba eran postres muy apetecibles, eran postres que tenían formas de rombos y triángulos, las quesadillas también eran preparadas, a éstas se las elaboraba con los quesos que se transportaban de las haciendas ganaderas que se encontraban en los alrededores de Quito, éstas quesadillas se las preparaba con un queso blanco muy especial que le daba un sabor único.

También se encontraban los miñones que eran un dulce de coco muy fino y delicado, éstos eran preparados para los matrimonios, bautizos y primeras comuniones. El dulce de higo era, un dulce casero que se lo preparaba para la comida diaria y se lo servía con queso, tradición que se conserva hasta la actualidad en muchos hogares del Distrito Metropolitano. Las masitas de hojaldre y los dulces de cortar eran majares que se los preparaba en ocasiones especiales para ofrecer a los invitados.

Los primeros dulces tradicionales que existieron en Quito los preparaban las Madres Conceptas, cinco Madres españolas que llegaron a la ciudad cuando se fundó el Monasterio de las Madres Conceptas, el primero de América, el 13 de Enero de 1577, uno de los primeros dulces que se realizaron fueron los tan famosos higos confitados y en miel, dulce de membrillo, dulce de guayaba, dulce de tomate de árbol, el cual le llaman los ratoncitos (el tomate entero pelado en almíbar y dejando el rabito) y así de diferentes frutas de la época; también preparaban el dulce de zambo, de zapallo, de camote, se hacían las hostias que se utilizaban para el culto, se hacían chocolatines, turrone de miel de abeja con maní o nueces, manjar de leche; de ahí salieron éstos deliciosos dulces hacia las diferentes secciones del país. Se iniciaron nuevas tradiciones en la que la Gastronomía siempre estaba presente, por ejemplo en navidad se preparaban los buñuelos y prístinos, el Jueves Santo hacían dulce de durazno, el dulce de higos y arroz de leche que también eran muy tradicionales durante la semana Santa, en Corpus Christi se preparaba el Champús y el Rosero, en Finados es muy tradicional la colada morada.



llamaba una obra maestra de la confitería quiteña, a la conservación de la corteza de una especie de limón muy grande relleno de naranjas, limones, limas, higos, etc.

Se conoce que en el año de 1822, en Quito ofrecieron una fiesta en honor al Libertador, Simón Bolívar, en donde prepararon tortas de harina con almendras, dulce de leche, helados, dulces de fruta, para beber prepararon chocolate, café y té acompañado con galletas de chuño o almidón con anís y almendras, tortas con pasas y dulces de maní. Ha quedado registrado también en el libro de los Cabildos, que para tres días de lidia de toros, en 1754, se debía preparar muchas libras de colaciones para ofrecer en fuentes a las autoridades, junto con “los exquisitos helados y barquillos”.

(Cabanilla.R, 2008)

Antes de la llegada de los españoles a América no se consumían dulces, ni postres ya que en esta región no existía la caña de azúcar, los indígenas o indios endulzaban sus bebidas con la caña del maíz que no es tan dulce, ellos consumían la fruta al natural, la guaba, naranjilla, tomate de árbol, moras silvestres, ovos, etc., A partir de la llegada de los españoles, quienes trajeron el ganado, de donde se extrajo la leche y los quesos, las gallinas, los huevos, la harina, las pasas, las nueces, la caña de azúcar y por ende la panela productos que eran de Europa y sobre todo los secretos culinarios de sus familias españolas y de las monjitas del Monasterio, quienes fusionaron los productos europeos con los nuestros e iniciaron la preparación de dulces y postres, ellos tenían a su servicio empleadas quiteñas, las que también aprendieron a elaborar estos dulces.

Aproximadamente, por del siglo XVIII las señoras de las casas quiteñas brindaban un helado de frutas como postre después del plato fuerte o cena, en los conventos tenían unos moldes como de peltre de plomo en forma de las frutas que se sellaban con cera por los costados en donde se vertía el jugo de la fruta, esto se colocaba en bancos de hielo que se traían del Pichincha y se congelaban, luego se abría este molde y se sacaba el helado, el cual se decoraba con flores o con hojas en un plato y era un postre muy apetecible para los invitados. (Aviles, 2007)

1.3. JUSTIFICACIÓN:

Este proyecto al estar enfocado en la ciudad de Quito, plantea en ver de manera diferente los dulces tradicionales del centro histórico de Quito, ubicándolos en tiempo, espacio, valor, historia y sabor que tiene cada uno de estos.

Uno de los aspectos importantes que tiene esta propuesta es conocer la gran riqueza de historia de los quiteños, el rescatar nuestras raíces y nuestras tradiciones culinarias vista desde este trabajo, desde siempre ha existido la curiosidad por conocer de mejor forma el valor histórico e importante de estos dulces, la mezcla de los ingredientes para llevar a cabo la elaboración de los dulces tradicionales, que satisfaga a todos los paladares, así rescatando estas tradiciones culinarias y no perderlas.

Con esta propuesta gastronómica, se tratara de recuperar las tradiciones culinarias de la ciudad de Quito y las tradiciones de quienes habitan en la misma, de esta manera las generaciones presentes podrán mantenerlas y transmitir las a las generaciones futuras.



Otro de los aspectos muy importantes dentro

de este proyecto es recuperar la memoria histórica, enfocándonos en los dulces tradicionales y así contribuir con el desarrollo de la ciudad tanto económicamente como culturalmente, económicamente porque sabemos que al desarrollarse este proyecto los productores de estos dulces tendrán mayores ingresos por sus ventas, y culturalmente porque se recuperaría la identidad quiteña no directamente pero si de a poco, logrando que la comunidad se sienta parte de la historia que llevará a un mejor futuro.

1.4. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL:

En la actualidad la ciudad de Quito ha ido perdiendo sus tradiciones culinarias en cuanto se refiere a los dulces tradicionales de la misma, es por eso que dentro del Centro Histórico de Quito y del resto de la ciudad hay un gran desconocimiento en cuanto a los dulces, desconociendo así sus ingredientes y preparación, este problema a hecho que en la ciudad ingresen nuevas ofertas de golosinas dejando atrás los dulces tradicionales y perdiendo la identidad culinaria, extinguiendo así a las personas especializadas que fabrican dichos dulces y que desempeñan el duro trabajo de realizar estos dulces.

Por este motivo se propone la realización de un “PLAN DE REVALORIZACION DE LOS DULCES TRADICIONALES DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO”, con la finalidad de rescatar la producción y degustación de los mismos, manteniendo y difundiendo nuestras costumbres culinarias basadas en estos dulces de mucha importancia para la identidad Quiteña



Capítulo II.

2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.

2.1. Mapeo de Involucrados.

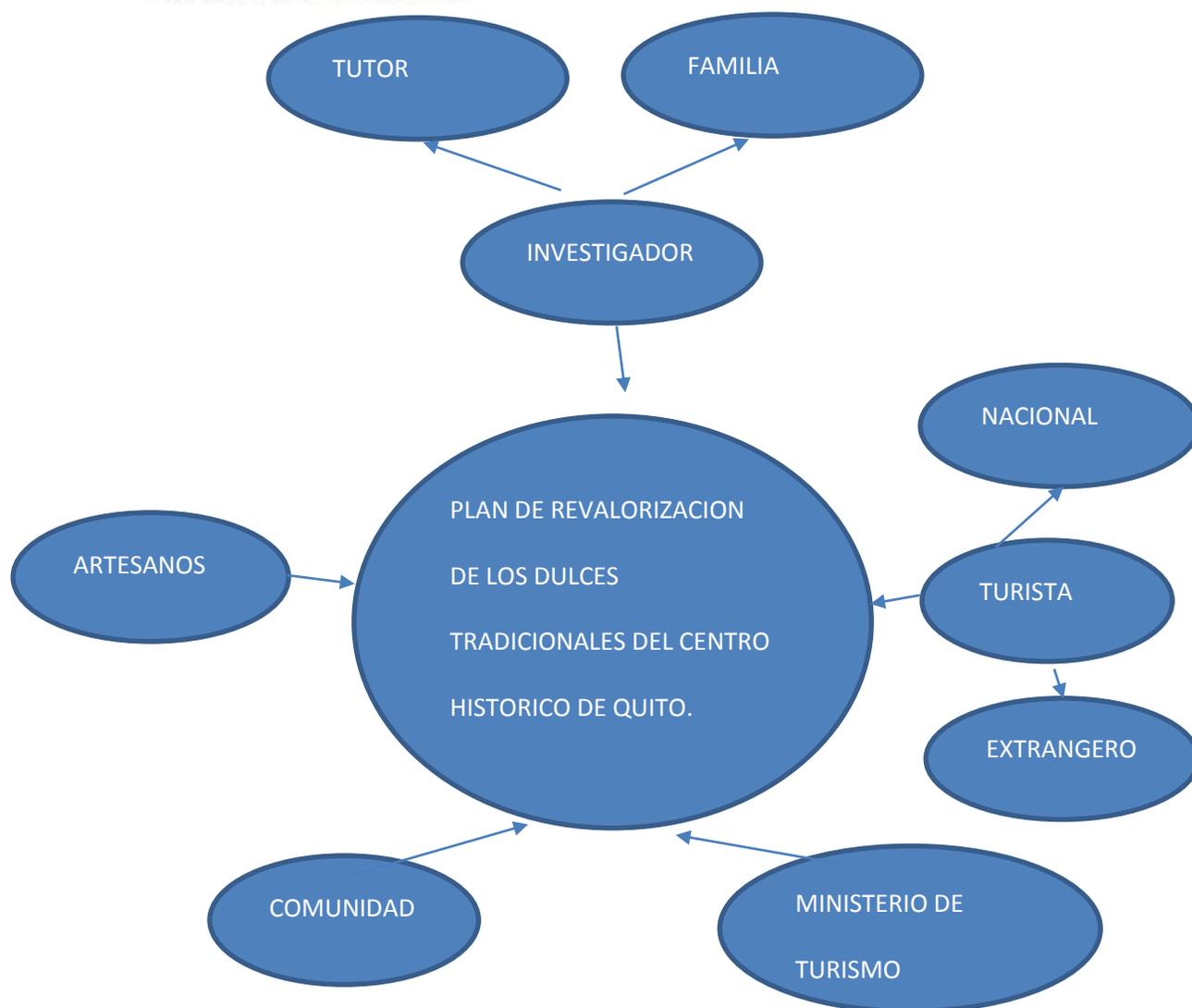


GRAFICO N° 1 (MAPEO DE INVOLUCRADOS)

2.2. Matriz de análisis de involucrados.

MATRIZ DE INVOLUCRADOS:

BENEFICIARIOS	DIR ECTOS	INDIR ECTOS	%
INVESTIGADOR	X		5%
COMUNIDAD	X		20%
MINTUR		X	2%
TURISTAS	X		30%
ARTESANOS	X		40%
FAMILIA		X	3%
TOTAL			100%

Tabla N° 1 (Matriz de involucrados)

Análisis Teórico

Involucrados directos:

En el siguiente proyecto se ha tomado en cuenta como involucrados directos a:

1. Investigador: Es la persona más beneficiada porque el presente proyecto ayudara a que el investigador pueda graduarse, y en un futuro poner en practica dicho proyecto.
2. Turista: Los turistas nacionales como extranjeros podrán apreciar y degustar de estos dulces conociendo más a cerca de la trascendencia de los mismos.

3. Artesanos: Las personas que preparan estos dulces podrán recibir con mayor agrado sin avergonzarse de los productos que preparan así rescatando todo lo que ellos saben.
4. Comunidad: Con la elaboración de este proyecto el cantón tendrá una mayor acogida por turistas nacionales como extranjeros y así tener un mejor ingreso económico.
5. MINTUR: Este ayudaría a dar a conocer los lugares turísticos del cantón y beneficiarse del proyecto y el trabajo en equipo.

Involucrados indirectos:

En el siguiente proyecto se ha tomado en cuenta como involucrados indirectos a:

1. Familia: El apoyo tanto moral como económico para que este proyecto pueda ser llevado a cabo.
2. Tutor: Este ayudará al investigador en el transcurso de su proyecto así el investigador podrá tener un mejor proyecto y muy bien estructurado.



3. Problemas y Objetivos.

3.1.Árbol de problemas.

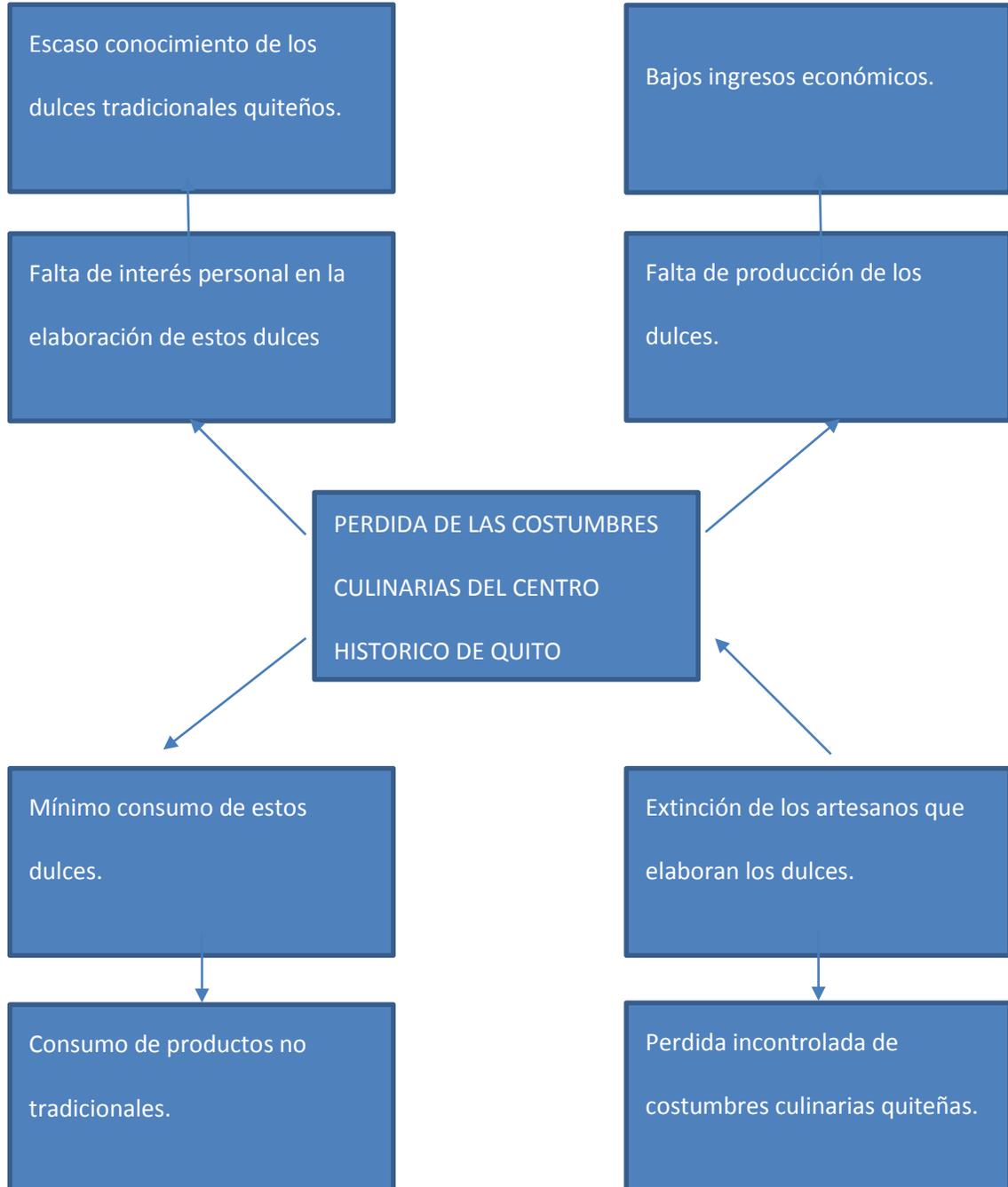


GRAFICO N° 2 (ÁRBOL DE PROBLEMAS)

3.2 Árbol de objetivos.

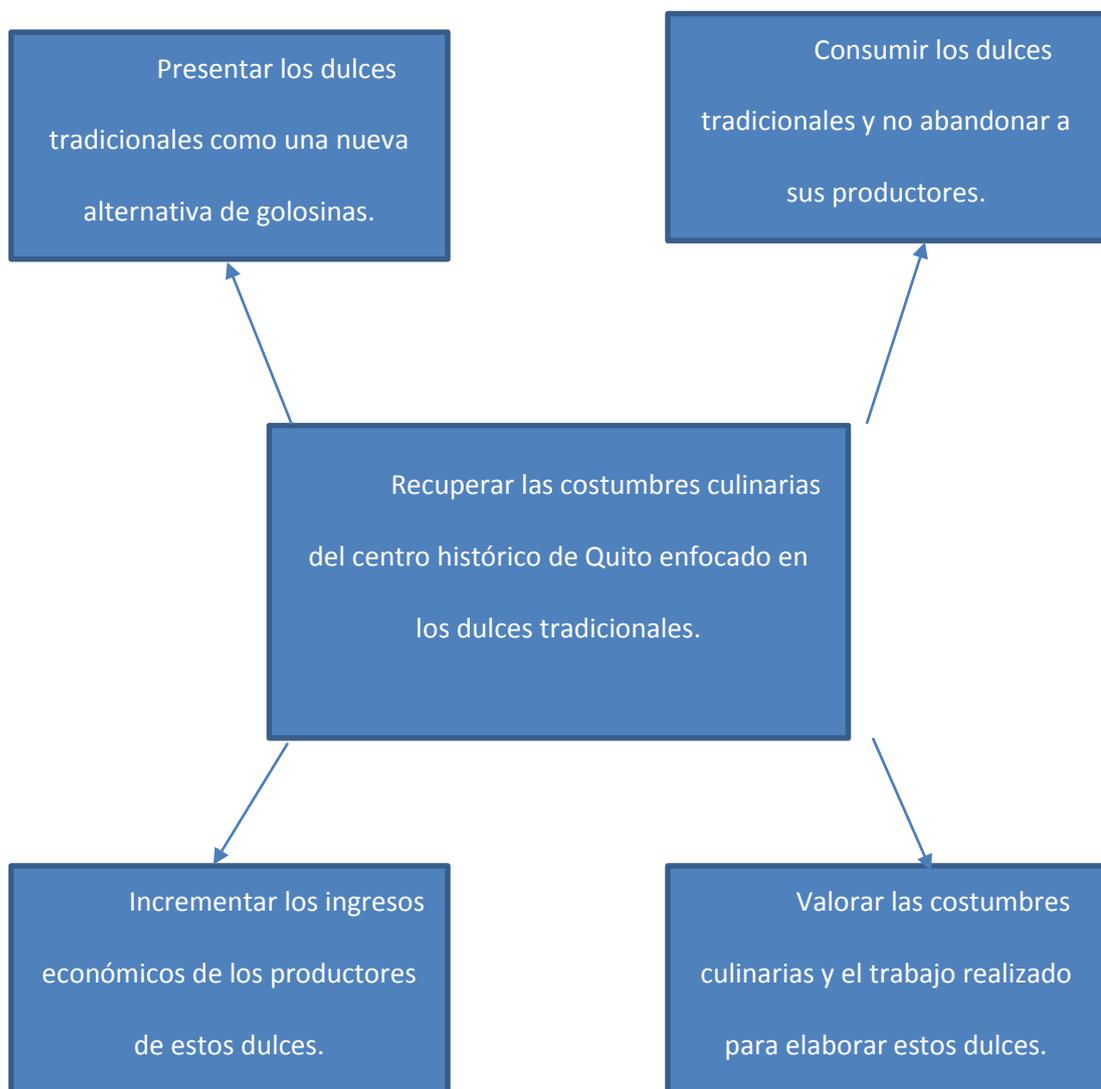


GRAFICO N° 3 (ÁRBOL DE OBJETIVOS)

Capítulo IV.

4.1 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IMPACTOS

RANGOS

1-5 muy bajo

6-11 bajo

12-20 alto

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factib. Técnica	Factib. Financiera	Factib Social	Factib Política	Total	Rango
Recuperar las costumbres culinarias del centro histórico de Quito enfocado en los dulces tradicionales.	4	3	3	4	3	17	Alto
Mantener las costumbres culinarias quiteñas con el fin de interesar al resto de personas nacionales y extranjeros.	4	3	3	4	3	17	Alto
Capacitar a todas las personas que se dedican a la elaboración de estos dulces para mejorar la calidad de los mismos.	4	3	3	3	3	16	Alto
Promocionar los dulces tradicionales de Quito a través de este proyecto con el fin de que sean reconocidos dentro y fuera de la ciudad y sean consumidos en mayor proporción.	3	3	3	4	3	16	Alto

18

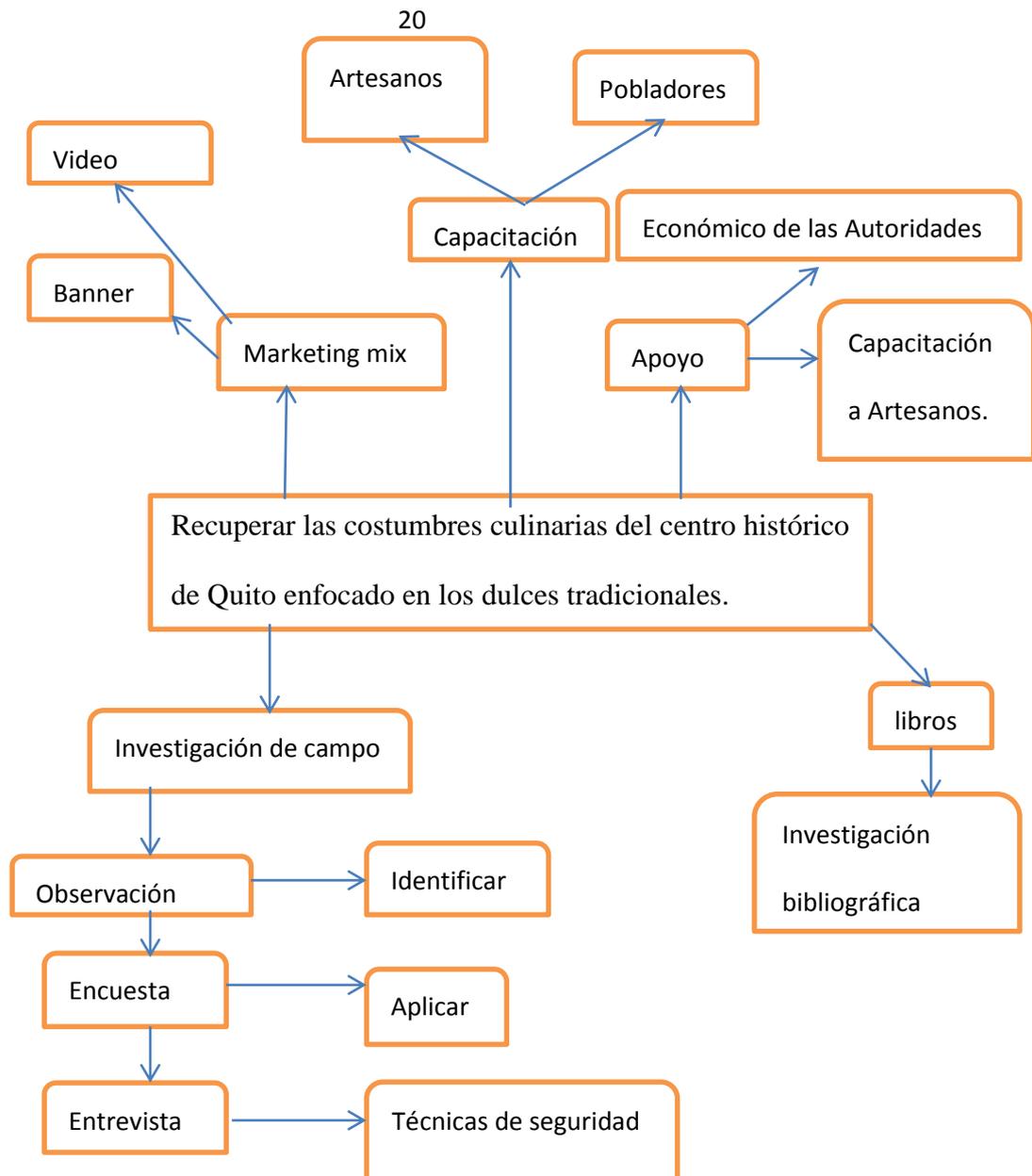
Motivar a los artesanos a no abandonar sus costumbres y menos cuando ellos tienen el talento de realizar estos dulces tradicionales.	4	3	4	3	4	18	Alto
--	---	---	---	---	---	----	------

Tabla N° 2 (Análisis de alternativas)

Con el presente análisis realizado se puede dar cuenta que todos los objetivos son de categoría alta debido al apoyo de las Autoridades y a las diferentes asociaciones, con esto se puede decir que el proyecto está en un rango de posibilidad para lograr la ejecución y llevar a cabo lo propuesto y así lograr que los dulces tradicionales de Quito tengan un mayor reconocimiento dentro y fuera de la ciudad, logrando así no perder las costumbres culinarias permitiendo al artesano Quiteño siga realizando estos dulces y demostrando la habilidad que tiene valorando lo tradicional.

4.2 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS

GRAFICO N°4 (DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS)



Mediante la investigación de campo se lograra observar e identificar la falta de conocimiento acerca de los dulces tradicionales quiteños y costumbres culinarias que tiene esta ciudad, con esto se lograra hacer una encuesta a los turistas nacionales, extranjeros y pobladores de la ciudad sus preferencias y necesidades puestas en

consideración de los dulces tradicionales de Quito y así poder darles un mejor servicio con garantía, igualmente haciendo entrevistas a los artesanos que realizan estos dulces y tomar en cuenta también sus opiniones.

MATRÍZ DE MARCO LÓGICO

Finalidad	Indicadores	Medio verificación y	Supuesto
Revalorizar los dulces tradicionales del Centro Histórico de Quito.	Lograr el interés de los turistas nacionales y extranjeros	Verificación y satisfacción	Inversión de empresas publicas
Propósito Incrementar el interés de estos dulces en las personas nacionales y extranjeras.	Conservar las costumbres culinarias Quiteñas.	Brindar conocimientos, para tener una mejor elaboración de estos dulce.	Apoyo de autoridades Trabajo comunitario
Componentes Capacitar y	A los artesanos que elaboran dichos	Mejorar la calidad de vida de los	Apoyo profesional Apoyo de gobierno
motivar	dulces.	artesanos con mayor producción de sus dulces.	

Actividad	Formular la	Mejoramiento en el	Apoyo de la
Visitas de campo	investigación	desarrollo de la	población
Observación	mediante un	investigación	
Encuestas	FODA		
Entrevistas			

Tabla N° 3 (Matriz del marco lógico)

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Plan de revalorización de los dulces tradicionales del Centro Histórico de Quito.

5.01. ANTECEDENTES

5.01.01. SISTEMA GASTRONÓMICO Y SUS ELEMENTOS.

¿Qué es un Plan?

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (definicion.de, 2014)

¿Qué es un Plan Revalorización?

Un plan de revalorización es utilizado para el rescate de algo, para dar el valor y la estimación que perdió el tema del que se habla. (Ortiz, 2015)

EJECUCIÓN DE UN PLAN DE REVALORIZACIÓN.

1. Hacer visita de campo.
2. Determinar geográficamente el ámbito.
3. Identificar a los actores.
4. Identificar preliminarmente condiciones del mercado gastronómico.
5. Caracterizar la vocación turística de la localidad.
6. Comunicar para que sirva.

FORMULACIÓN DE UN PLAN DE REVALORIZACIÓN.

Es muy importante el conocer las acciones específicas y los objetivos que se tiene preparados para el siguiente plan de revalorización, con la finalidad que este sea cumplido en el plazo establecido.

La identidad singular del territorio como destino gastronómico:

En este punto logramos dos objetivos, el primero rescatar las tradiciones culinarias de nuestra ciudad, y el posicionamiento ante otros dulces traídos desde afuera.

La estimación presupuestario y posibles vías de financiación:

Pues aquí se tendrá el apoyo por parte del municipio del Centro Histórico y también por parte del sector privado pues podrían aportar en la parte económica, una gran aportación sería agencias de viajes, operadoras turísticas, restaurantes y los artesanos que realizan estos dulces.

Dulces Tradicionales.

Los dulces tradicionales son pequeños endulzantes del paladar de las personas, ubicándonos en el tiempo espacio historia y sabor que tiene cada uno de estos, siendo la materia prima de los artesanos de nuestra ciudad, porque materia prima ya que los dulces tradicionales deben mantenerse intactos con el sabor de cada uno de ellos ya que si se intervienen sobre ellos, esas acciones pueden dañar las características de los productos y así ocasionar una destrucción sobre nuestras tradiciones con el paso del tiempo. (Ortiz, 2015)

La ciudad de Quito, posee una variada oferta culinaria que atrae a los turistas deseosos por degustar verdaderos dulces con asombroso colorido y sabor, que la convierte en un destino ideal para quienes no solo se deleitan con los dulces propios de esta ciudad, sino con la oportunidad de conocer los secretos que se esconden tras su preparación. (Ortiz, 2015)

ESQUEMA DEL PLAN DE REVALORIZACIÓN.

DULCES TRADICIONALES DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO

Colaciones:

Conocidas como el “SABOR DE LA MEMORIA”, estos pequeños copos de nieve dulces son hechos a base de maní tostado y miel ésta hecha a base de azúcar y agua, son hechas en una paila de bronce sobre el carbol caliente donde en un movimiento de va i ven los maníes se mesclan directamente con la miel que realiza el artesano. (universo, 2013) Mistelas:

Delicioso bocado de caramelo y licor, líquido por dentro con una cubierta endurecida del mismo caramelo, con formas diferentes en varios colores. Se puede conseguir en los pequeños locales de la tradicional calle La Ronda, en el corazón de la ciudad colonial. Dulce, líquida y colorida, apenas se muerde, la mistela se rompe y se derrama. (universo, 2013) Quesadillas:

Esta delicada receta que al igual que otras llego a Quito en la época colonial son preparadas muy delicadamente con una masa fina i crocante y con su relleno dulce y suave se convirtieron en uno de los dulces más tradicionales de la ciudad y hoy en día se las encuentra en todo el Centro Histórico. (universo, 2013) Espumilla:

Se derriba de espuma por su cremosidad y sabor, este dulce se realiza a base de huevos, guayabas y azúcar, la tradicional y verdadera espumilla se la realizaba a mano hoy en día la misma se realiza ya con maquinaria. (universo, 2013)

Pristiños:

Delicadas coronas de harina acompañadas con miel a base de panela canela y clavo de olor, es otro de los dulces tradicionales que se encuentra en esta ciudad, deleitando el paladar de los quiteños y de las personas que nos visitan de afuera.

(universo, 2013) Maní

confitado:

Pequeñas bolas de maní con miel, miel preparada a base de azúcar agua y esencia de vainilla, este dulce muy tradicional de la ciudad es preparado en una paila de bronce a fuego lento mezclando todo hasta que el maní y la miel se junten y se sequen. (universo, 2013)

Maíz confitado (caca de perro):

Pequeñas bolas de maíz seco con miel, miel preparada a base de azúcar agua y esencia de vainilla, este dulce muy tradicional de la ciudad es preparado en una paila de bronce a fuego lento mezclando todo hasta que el maíz y la miel se junten y se sequen. (universo, 2013)

LUGARES DONDE SE ADQUIRIERE ESTOS DULCES.

En el centro histórico las calles más conocidas y bautizadas por el investigador con el nombre de las calles dulces son LA CALLE ROCAFUERTE Y GARCIA MORENO, donde se puede adquirir estos dulces tradicionales.

5.1.1. Investigación de Mercado.

De acuerdo a las definiciones que presenta la Real Academia

Española (RAE) sobre la palabra investigar (vocablo que tiene su origen en el latín *investigare*), este verbo se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto. (Copyright, 2008) ¿Para qué sirve una investigación de mercado?

Como una herramienta básica de la mercadotecnia, la investigación de mercado puede darte hasta un 95% de certeza sobre tu inversión. Y es que a partir de refinadas técnicas de estadística y muestreo, este tipo de estudios aporta datos clave sobre temas sensibles en todo negocio, como perfil del consumidor, ubicación ideal del local o imagen institucional o de marca. (Copyright, 2008)

A decir de los expertos en mercadotecnia, obtener información sobre el mercado reduce significativamente el riesgo de desaparición del negocio, lo cual representa un bálsamo para un sinnúmero de pequeñas y medianas empresas (PyMEs), que luchan día a día por librar la estadística oficial que habla de la extinción de 80% de los emprendimientos en los primeros 12 meses de vida.

Se piensa que esta es una opción exclusiva para las empresas grandes, está en un error, pues existen diversas empresas de consultoría especializada en estudios de mercado para pequeñas y medianas empresas.

El costo de los estudios depende, entre otras cosas, de las variables a investigar y del tamaño de la muestra, pero lo que es un hecho es que la inversión

vale la pena considerando que sin información de mercado, el capital de la empresa está en riesgo.

A decir de Ipsos Marketing las categorías que más invierten en el ramo son alimentos y bebidas, higiene personal y productos de limpieza para el hogar, aunque la investigación bien puede aplicarse a todos los sectores y segmentos comerciales.

Las firmas expertas en investigación de mercado, admiten que todavía falta mucho camino por recorrer, sobre todo entre las PyMEs, cuya prioridad sigue siendo tener flujo de efectivo para subsanar la cuenta corriente. No obstante, cada vez son más las empresas que ofrecen servicios a medida de la PyME.

Para contactar a una empresa de investigación de mercados, acércate a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), que cuenta con un vasto portafolio de prestadores de ese servicio.

(microsoft corporation, 2013)

¿Por qué realizar una Investigación de Mercados?

Su importancia radica fundamentalmente en ser una valiosa fuente de información acerca del mercado.

Así permite tomar decisiones y crear ideas sobre bases reales, controlando, dirigiendo y disciplinando acciones que habrán de seguirse y evaluarse más adelante.

De aquí se deduce que la investigación de mercados es para el marketing un instrumento básico de desarrollo ya que proporciona información en la fase de

planeación sobre consumidores, distribuidores, competidores, facilitando la definición de las políticas y planes a seguir.

Además auxilia en la selección de las alternativas más convenientes de acuerdo con el mercado, en el control de resultados de la evaluación y en la verificación de los objetivos establecidos.

El conocer que necesita un consumidor, cuanto está dispuesto a invertir para conseguirlo y por medio de que canal será mas accesible que llegue el producto hacia sus manos es información que no se puede dejar de lado, sobre todo si esta por lanzar un nuevo producto o renovar uno ya existente. (webmaster, 2015)

5.1.2. Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se este estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc)

permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Luego de haber realizado el primer análisis FODA, se aconseja realizar sucesivos análisis de forma periódica teniendo como referencia el primero, con el propósito de conocer se esta cumpliendo con los objetivos planteados en la formulación estratégica. Esto es aconsejable dado que las condiciones externas e internas son dinámicas y algunos factores cambian con el paso del tiempo, mientras que otros sufren modificaciones mínimas.

La frecuencia de estos análisis de actualización dependerá del tipo de objeto de estudio del cual se trate y en qué contexto lo estamos analizando.

En términos del proceso de Marketing en particular, y de la administración de empresas en general, la matriz FODA es el nexo que nos permite pasar del análisis de los ambientes interno y externo de la empresa hacia la formulación y selección de estrategias a seguir en el mercado.

El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Ese constituye el primer paso esencial para realizar un correcto análisis FODA. Cumplido el mismo, el siguiente consiste en determinar las estrategias a seguir.

Para comenzar un análisis FODA se debe hacer una distinción crucial entre las cuatro variables por separado y determinar qué elementos corresponden a cada una.

A su vez, en cada punto del tiempo en que se realice dicho análisis, resultaría aconsejable no sólo construir la matriz FODA correspondiente al presente, sino también proyectar distintos escenarios de futuro con sus consiguientes matrices FODA y plantear estrategias alternativas.

Tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede tener injerencia sobre las ellas modificando los aspectos internos.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (FODA, 2011)

<p>F</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento básico de los dulces tradicionales. ➤ Artesanos motivados por que sus productos sean conocidos. 	<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fuerte poder de superación y lograr los objetivos planteados. ➤ Competencia débil.
<p>D</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Problemas de calidad de la materia prima ➤ Falta de motivación por parte del artesano para impulsar sus productos. 	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aumento de precios en la materia prima. ➤ No apoyo de las personas hacia estos dulces.

Tabla N° 4 (Análisis FODA)

5.1.3. Población y muestra.

Población:

Una población es un conjunto de elementos que presentan una característica común.

El tamaño que tiene una población es un factor de suma importancia en el proceso de investigación estadística y en nuestro caso social, y este tamaño viene dado por el número de elementos que constituyen la población, según el número de elementos la población puede ser finita o infinita. Cuando el número de elementos que integra la población es muy grande, se puede considerar a esta como una población infinita, por ejemplo; el conjunto de todos los números positivos.

Una población finita es aquella que está formada por un limitado número de elementos, por ejemplo; el número de habitantes de una comarca.

Muestra:

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global.

Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla.

Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos.

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia.

Por ejemplo estudiar los valores sociales de una población de 5000 habitantes aprox., entendemos que sería de gran dificultad poder analizar los valores sociales de todos ellos, por ello, la estadística nos dota de una herramienta que es la muestra para extraer un conjunto de población que represente a la globalidad y sobre la muestra realizar el estudio. Una muestra representativa contiene las características relevantes de la población en las mismas proporciones que están incluidas en tal población.

Los expertos en estadística recogen datos de una muestra. Utilizan esta información para hacer referencias sobre la población que está representada por la muestra. En consecuencia muestra y población son conceptos relativos. Una población es un todo y una muestra es una fracción o segmento de ese todo.

(Edukanda, 2014)

Por lo que la elaboración del presente proyecto se considera la población de QUITO con censo 2010 de 2239199 habitantes aplicando un margen de error (E) de 7.

$$n = \frac{N}{N - 1(E)^2 + 1} \quad n =$$

$$\frac{2239199}{2239199 - 1(0,0049) + 1} \quad n =$$

$$\frac{2239199}{2239198(0,0049) + 1} \quad n =$$

$$\frac{2239199}{10972,0702 + 1} \quad n =$$

$$\frac{2239199}{10973,0702} \quad n = 202,06$$

TABULACIONES:



GRÁFICO N° 5 (TABULACIÓN 1)

Análisis Cualitativo:

De la presente encuesta la pregunta número 1 nos dice que el 51 % de las personas conocen al maní de dulce, el 26 % el maíz de dulce, el 21 % las colaciones y con un mínimo del 2 % las mistelas.

Llegando a la conclusión que nuestros dulces son conocidos en su mayoría.

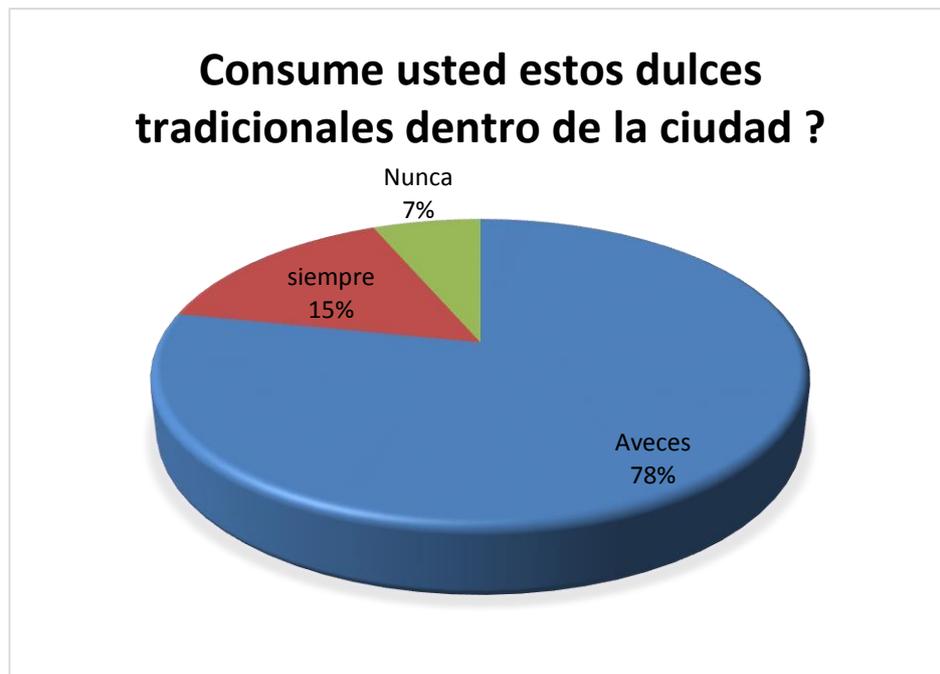


GRÁFICO N° 6 (TABULACION 2)

Análisis cualitativo:

De la presente encuesta la pregunta número 2 nos dice que nuestros dulces tradicionales de Quito son consumidos en un 78 % en algunas ocasiones, un 15 % de las personas y el 7 % nunca los consume.

Como conclusión decimos que nuestros dulces tradicionales son mas preferidos que los dulces que vienen de otras partes.



GRÁFICO N° 7 (TABULACIÓN 3)

Análisis cualitativo:



38

Las personas de nuestra ciudad consumen nuestros dulces en gran proporción pero en un lapso de tiempo muy largo con el presente proyecto se ayudara a la mejor distribución de los dulces.



GRÁFICO N° 8 (TABULACIÓN 4)

Análisis cualitativo:

Las personas prefieren adquirir los dulces ya preparados, pero un pequeño porcentaje lo realizan en sus casas esto quiere decir que los dulces si despierta interés en nuestra población.

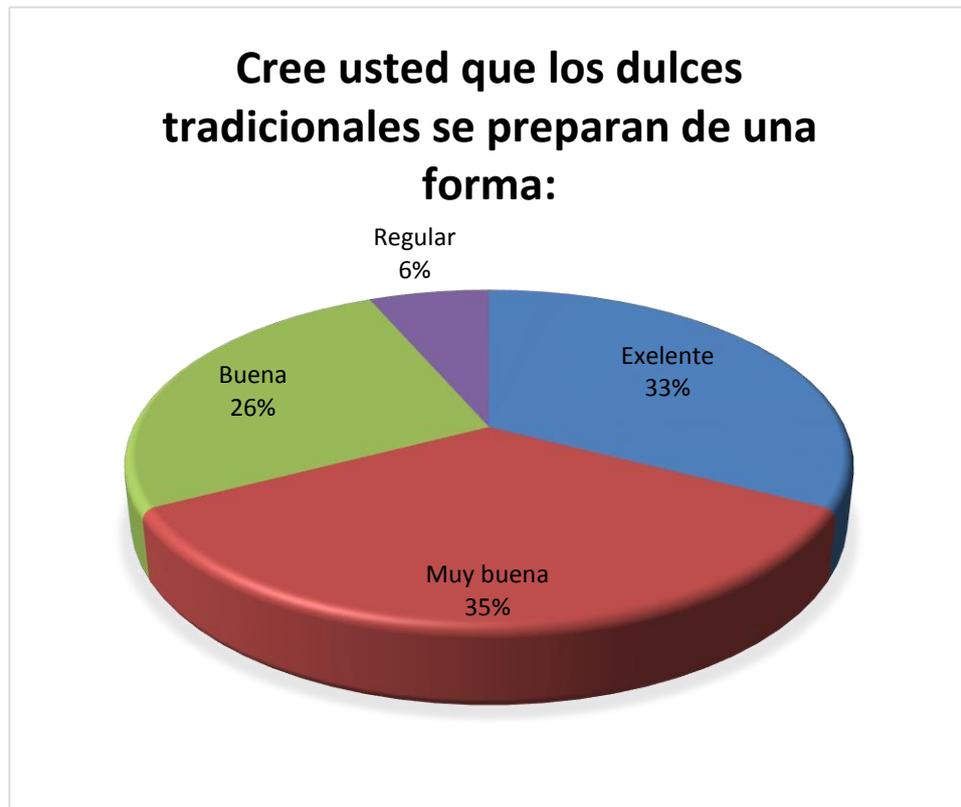


GRÁFICO N° 9 (TABULACIÓN 5)

Análisis cualitativo:

El sabor de estos dulces es exquisito pero hay paladares muy exigentes que dicen que falta un poco mejor el sabor y la preparación de los dulces, los artesanos trabajan día a día para mejorar el sabor y así incrementar sus ventas.

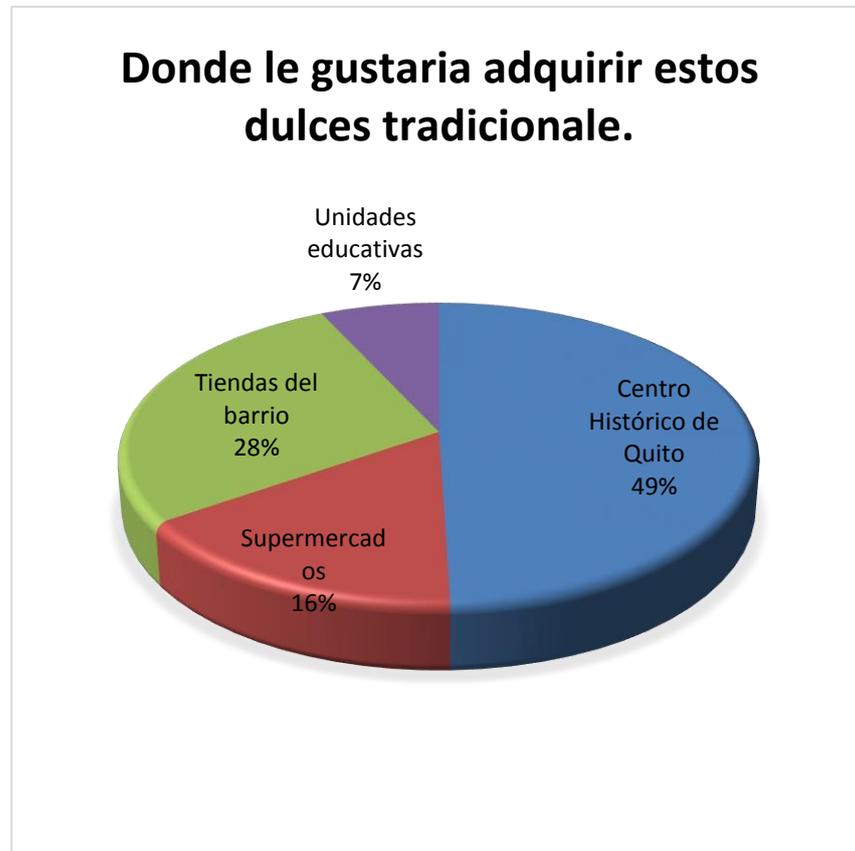


GRÁFICO N° 10 (TABULACIÓN 6)

Análisis cualitativo:

Las personas quieren conservar los dulces al igual que el lugar donde se los prepara por tal motivo las personas deciden comprar sus dulces tradicionales en el Centro Histórico de Quito.



GRÁFICO N° 11 (TABULACIÓN 7)

Análisis cualitativo:

Las personas de Quito dicen que los dulces no son valorados con un 73 % de las respuestas, por este motivo se realizó el presente proyecto para que la minoría que si valora los dulces se convierta en el 100 %.

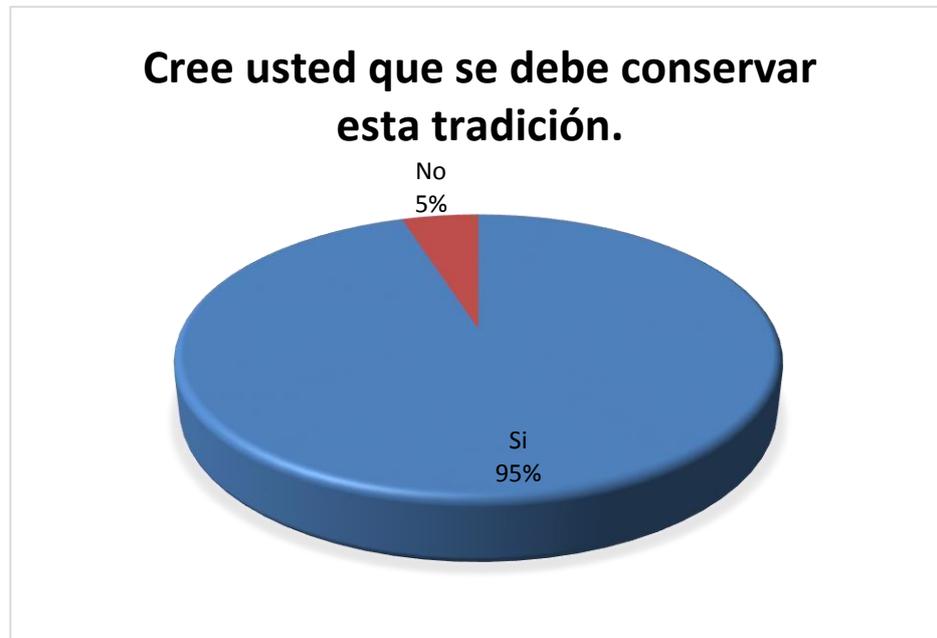


GRÁFICO N° 12 (TABULACIÓN 8)

Análisis cualitativo:

Los quiteños al amar su cultura y tradición dicen que la misma se debe conservar y no dejar que esta se pierda, que se guarde y se mantenga para que generaciones nuevas conozcan la tradición.

Si estos dulces tradicionales se fabrican con todas las normas de higiene y registro sanitario, usted los compraría.

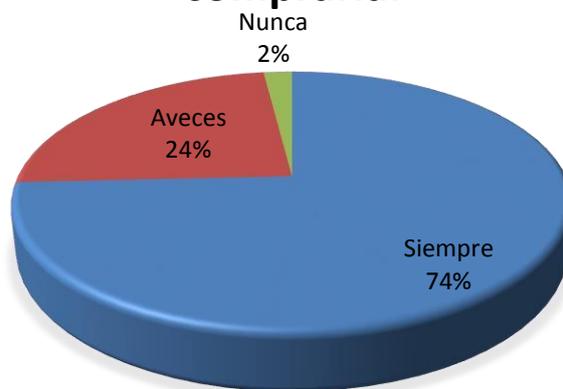


GRÁFICO N° 13 (TABULACIÓN 9)

Análisis cualitativo:

Si estos dulces son preparados de una manera correcta las personas han tomado la decisión de consumirlos más a diario, la decisión tomada es porque con normas de higiene son más confiables y más seguros para el consumo.

5.1.4. Instrumentos de investigación.

Encuesta:

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. (Walker, 2013)

Entrevista:

La entrevista puede tener una finalidad periodística y desarrollarse para establecer una comunicación indirecta entre el entrevistado y su público. En este sentido, la entrevista puede registrarse con un grabador para ser reproducida en radio o como archivo de audio, grabarse con filmadora para captarla en vídeo o transcribirse en un texto. (Walker, 2013)

5.2. Descripción de la herramienta.

Un Plan de Revalorización de los dulces tradicionales del Centro Histórico de Quito es una propuesta muy útil para recuperar las costumbres y tradiciones culinarias de la ciudad para que los quiteños y los visitantes tengan más conocimiento, respeten y den el valor que se merecen estas golosinas tradicionales, con el único objetivo de que nuestros dulces sean conocidos y valorados en un 100 % a través de material con información específica de los mismos.



46

Despegable:

Tamaño: 40 cm x 25 cm

Imágenes: 80 %

Texto: 20 %

Redes sociales:

La creación de un fans page en Facebook y Twitter con las imágenes de cada uno de los dulces tradicionales de la ciudad, con los ingredientes de cada uno, la historia que tiene cada uno y diferente información relacionada con los dulces.

5.3. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.

- Convenios con agencias de viajes para la distribución del material publicitario.
- Convenio con el municipio de la ciudad para la promoción de los dulces.
- Distribución del material publicitario por medio del Ministerio de Turismo.
- Distribución del material publicitario en el Museo de la Defensa Casa de Sucre.

Video:

Cortometraje de 3 minutos aproximadamente.

Imágenes y tomas hechas por el investigador.

Capítulo VI

6.1 Recursos.

Talento Humano:

Investigador.	Bryan Escobar.
Tutor.	Carlos Ortiz
Lector.	Karla Ulloa
Directora de escuela.	Friktzia Mendoza

Tabla N° 5 (Talento humano)

Materiales:

Papel
Esferos
Marcadores
Libros
Revistas
Videos

Tabla N° 6 (Materiales) Tecnológicos:

48

Laptop
Tablet
Celular
Cámara

Tabla N° 7 (Tecnológicos)

Económico:

\$ 235.00

Tabla N° 8 (Económicos) Tiempo:

6 meses

Tabla N° 9 (Tiempo)

6.2. Presupuesto.

Transporte del investigador	\$ 15.00
Transporte de distribución	\$ 10.00
Alimentación	\$ 20.00
Copias	\$ 15.00
Internet	\$ 20.00
Anillados	\$ 5.00
Empastados	\$ 40.00



Banner	\$ 30.00
Trípticos	\$ 30.00
Folletos	\$ 50.00

Tabla N° 10 (Presupuesto)



6.3. Cronograma.

	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Presentación del tema	X					
Aprobación del tema		■				
Capítulo 1			■			
Capítulo 2			■			
Capítulo 3				■		
Capítulo 4					■	
Capítulo 5						■
Capítulo 6						■
Capítulo 7						■

Tabla N° 11 (Cronograma)

PLAN DE REVALORIZACIÓN DE LOS DULCES TRADICIONALES DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO.

Capítulo 7.

7.1. Conclusiones.

- La tradición, por lo tanto, es algo que se hereda y que forma parte de la identidad Quiteña, al igual que su tradición culinaria.
- Si algo caracteriza las tradiciones de la ciudad de Quito son los dulces que la representan influenciados por los españoles pero muy propios, esto hace que el presente proyecto enseñe a reconocer lo tradicional y a valorar lo que le pertenece a la ciudad.
- Para concluir los dulces tradicionales no se han perdido, se los ha olvidado pero con el esfuerzo de todos se recuperaran.

7.2. Recomendaciones.

- Se debe dar mayor valor a los dulces tradicionales, incluyendo a los artesanos que los preparan.
- Es de suma importancia que las entidades gubernamentales apoyen al desarrollo de este proyecto con la finalidad que los dulces tradicionales no sean olvidados.
- Para la promoción de dichos dulces se deberá tomar en cuenta a los artesanos con el fin de que se sientan incluidos en este proceso.

Bibliografía

Aviles, X. V. (2007). Compilacion de recetas de dulces y podtresd de Quito. En *Compilacion de recetas de dulces y podtresd de Quito* (pág. 20). Quito.

Cabanilla.R, C. A. (2008). Evolución, fusión y formas de cocción de la gastronomía de la ciudad de Quito. . En C. A. Cabanilla.R, *Evolución, fusión y formas de cocción de la gastronomía de la ciudad de Quito*. (págs. 15,16,17,18,19,20). Quito.

Copyright. (23 de julio de 2008). *definicion.de*. Obtenido de

<http://definicion.de/investigacion/>

definicion.de. (25 de abril de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/plan/>

Edukanda. (12 de enero de 2014). *mediatecaweb*. Obtenido de

http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page_07.htm

Escobar, B. (11 de marzo de 2015). Quito, Pichincha , Ecuador.

FODA, M. (24 de junio de 2011). *Matriz FODA*. Obtenido de

https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0CCoQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.matrizfoda.com%2F&ei=TrTGVImxCiWwggT2pYS4BA&usg=AFQjCNGVB00OewhgbOzTICFwcaPkg-__gQ&sig2=_QizCOMVkdIB3OvQUZ3PBg&bvm=bv.84349003,d.eXY

microsoft corporation. (03 de mayo de 2013). *microsoft*. Obtenido de

<http://potencialpyme.azurewebsites.net/post/2012/07/20/191;Para-que-sirveuna-investigacion-de-mercado.aspx>

Ortiz, C. (11 de marzo de 2015). Plan de Revalorización. (B. Escobar, Entrevistador)

universo, e. (Dirección). (2013). *Tradicion Quiteña* [Película].

Walker, E. y. (2013). Fundamentos de Marketing. En E. y. Walker, *Fundamentos de Marketing* (pág. 212). stanton. webmaster. (10 de enero de 2015). *Psicología y Empresa*. Obtenido de <http://psicologiayempresa.com/>

ANEXOS:

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA ENCUESTA SOBRE: “DULCES TRADICIONALES DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO”

1. De los siguientes ¿Qué dulce típico conoce?

Maní de Dulce. Mistelas. Colaciones. Maíz de dulce (caca de perro).

2. Consume usted estos dulces tradicionales dentro de la ciudad.

A veces. Nunca.

Siempre.

3. De los dulces mencionados anteriormente en que frecuencia los consume

Una vez x semana. Una vez cada mes. Una vez cada 15 días. Ninguno.

4. Se preparan en su casa estos dulces tradicionales.

Frecuentemente. Nunca.

Siempre.

5. Cree usted que los dulces tradicionales se preparan de una forma:

Excelente. Buena. Muy buena.

Regular.

6. Donde le gustaría adquirir estos dulces tradicionales:

Centro Histórico de Quito. Tiendas del barrio.

Supermercados. Unidades Educativas.

7. Cree usted que nuestros dulces tradicionales son valorados:

Sí. No.

8. Cree usted que se debe conservar esta tradición:

Sí.

No.

9. Si estos dulces tradicionales se fabrican con todas las normas de higiene y registro sanitario, usted los compraría.

Siempre.

Nunca.

A veces.



Anexo 1: Maní de dulce (Escobar, 2015)



Anexo 2: Habas confitadas. (Escobar, 2015)



Anexo 3: Turrónes de maní (Escobar, 2015)



Anexo 4: Colaciones. (Escobar, 2015)



Anexo 5: Turrónes de maní dulces de guayaba. (Escobar, 2015)



Anexo 6: Golosinas quiteñas. (Escobar, 2015)



Anexo 7: Colaciones. (Escobar, 2015)



Anexo 8: Dulces tradicionales. (Escobar, 2015)