



ESCUELA DE NEGOCIOS

ESTUDIO DE PERTINENCIA EN LA CREACIÓN DE LA CARRERA DE GASTRONOMÍA PARA SU APLICACIÓN EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA COMO APOORTE A LA SOBERANÍA ALIMENTARIA Y AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA DEL PAÍS

Autora

Friktzia Catherine Mendoza Jaramillo

Año
2018



ESCUELA DE NEGOCIOS

ESTUDIO DE PERTINENCIA EN LA CREACIÓN DE LA CARRERA DE
GASTRONOMÍA PARA SU APLICACIÓN EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUPERIOR CORDILLERA COMO APOORTE A LA SOBERANÍA ALIMENTARIA
Y AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA DEL PAÍSA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Magister en Administración
de Empresas

Profesora Guía
Mgt. Kelly Bettina Di Sante Villa

Autora
Friktzia Catherine Mendoza Jaramillo

Año
2018

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo de Estudio de Pertinencia en la creación de la Carrera de Gastronomía para su aplicación en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera como aporte a la soberanía alimentaria y al desarrollo de la Matriz Productiva del País, a través de reuniones periódicas con la estudiante Frikzia Catherine Mendoza Jaramillo, en el semestre 17-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones que regulan los trabajos de Titulación”.

Kelly Bettina Di Sante Villa
Master en Gestión Empresarial
C.I.75758681-1

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

"Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes".

Friktzia Catherine Mendoza Jaramillo
C.I. 170909913-7

AGRADECIMIENTOS

Al Instituto Cordillera y sus Autoridades por permitirme continuar mis estudios y motivarme en la Educación para elaborar el presente proyecto. A Kelly Di Sante, excelente profesional incondicional que aportó a mi trabajo para obtener los mejores resultados. A Dios por darme la fortaleza y sabiduría necesarias para cumplir cada objetivo de mi vida.

Friktzia C. Mendoza J.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi amada Madre yace en el cielo, a mis hijos adorados que me apoyaron en cada instancia de este proceso, a mi esposo que estuvo a mi lado en mis noches de desvelo, a mi familia, y a mi país que necesita de proyectos educativos innovadores para sacar adelante a los jóvenes de la sociedad.

Friktzia C. Mendoza J.

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en determinar la factibilidad de la Creación de la Carrera de Gastronomía para el Instituto Tecnológico Superior Cordillera con el fin de desarrollar su implementación en el año 2018. Una vez aplicados todos los escenarios sociales, físicos y económicos requeridos para su ejecución, se ha determinado la viabilidad de la propuesta. se logró cumplir los objetivos de la investigación encaminados en presentar una propuesta innovadora, fresca y aplicable considerando el entorno actual, la oferta y la demanda de profesionales en el Área Gastronómica, de la misma manera se realizó un análisis de las instituciones que ofertan Carreras similares con el fin de identificar la ventaja competitiva de la Institución en relación al resto y evidenciando las alternativas de inserción laboral, emprendimiento y convenios con franquicias que serán una alternativa laboral para el profesional en esta rama. Así también considerando siempre la importancia de la formación Tecnológica que forma profesionales que saben hacer las cosas con capacidad y don de liderar y de resolver problemas y conflictos de manera oportuna y eficiente.

La demanda de postulantes e interesados en formarse en la Tecnología Gastronómica cada vez crece más lo cual permitirá que la propuesta académica presentada por el ITSCO tenga un crecimiento razonable en los 5 primeros semestres.

Sin lugar a dudas la Educación es un derecho irrenunciable que forma seres humanos con capacidad de defenderse en la vida, vivirla feliz y con dignidad, y para este objetivo fundamental está el Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

ABSTRACT

The present project focuses on determining the feasibility of the creation of the Gastronomy Career for the Technological Institute High Cordillera in order to develop its implementation in 2018. Once all the social, physical and economic scenarios required for its implementation have been applied, the viability of the proposal has been determined. It was possible to fulfill the objectives of the research aimed at presenting an innovative, fresh and applicable proposal considering the current environment, the supply and demand of professionals in the Gastronomic Area, in the same way an analysis of the institutions that offered similar with the purpose of identifying the competitive advantage of the Institution in relation to the rest and evidencing the alternatives of labor insertion, entrepreneurship and agreements with franchises that will be a labor alternative for the professional in this branch. Also always considering the importance of the technological training that forms professionals who know how to do things with capacity and the ability to lead and solve problems and conflicts in a timely and efficient manner.

The demand for applicants and interested in training in Gastronomic Technology is growing more and more, which will allow the academic proposal submitted by ITSCO to have reasonable growth in the first 5 semesters.

Undoubtedly Education is an inalienable right that forms human beings with the capacity to defend themselves in life, live it happily and with dignity, and for this fundamental objective is the Technological Institute High Cordillera.

INDICE

1.- CAPITULO I. INTRODUCCIÒN	1
1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema.....	1
1.2. Razones por las cuales se escogió el tema	2
1.3. Diagnóstico del entorno actual.....	3
1.4. Conclusiones del capitulo.....	5
2. CAPITULO II. REVISIÒN DE LA LITERATURA ACADÉMICA DEL	5
2.1. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente y hallazgos de la revisión de la literatura académica	5
2.2. Conclusiones del capítulo	6
3. CAPITULO III. ESTRATEGIA GENÉRICA Y MERCADO	6
3.1. Naturaleza y filosofía del negocio	6
3.2. Estilo corporativo, imagen.....	8
3.3. Enfoque social, impacto en la comunidad.....	9
3.4. Misión, visión.....	9
3.5. OBJETIVOS DE CRECIMIENTO Y FINANCIEROS	10
3.6. INFORMACIÓN LEGAL.....	11
3.6.1. Naturaleza Jurídica	11
3.6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	12
3.6.3. Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades. Gobierno corporativo. Organigrama. Justificación de la estructura organizacional	12
3.7. UBICACIÓN.....	14
3.8. Lugar donde se ubica la empresa	14

3.9. Subsidiarias y su ubicación.....	16
3.10. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	16
3.10.1. ENTORNO MACROECONÓMICO Y POLÍTICO.....	16
3.10.2. ANÁLISIS DE SECTOR.....	16
3.10.3 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	20
3.10.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	22
3.10.5. ANÁLISIS FODA.....	25
3.10.6. ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	27
3.11. CONCLUSIONES.....	41
4. CAPÍTULO IV. OPERACIONES.....	42
4.1. ESTADO DE DESARROLLO.....	42
4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	42
4.3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	44
4.4. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	48
4.5. PLAN DE COMPRAS.....	49
4.6. KPI´s DE DESEMPEÑO DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	51
4.6.1. Definición de los KPI'S DEL PROCESO DE SERVICIO DEL PROYECTO.....	51
4.7. CONCLUSIONES DEL CAPITULO.....	51
5. CAPITULO V. PLAN FINANCIERO.....	52
5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.....	52
5.2. Estados Financieros Proyectados.....	52
5.2.1. Estado de Resultados.....	52
5.2.2. Balance General Proyectado.....	53
5.2.3. Estado de Flujos de Caja Proyectados.....	53
5.2.4. Análisis de relaciones financieras, índices aplicables a la empresa e industria, VAN, TIR, PRI, y análisis de punto de equilibrio.....	54
5.2.5. IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL, AMBIENTAL.....	58

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
6.1. CONCLUSIONES	59
6.2. RECOMENDACIONES.....	59
REFERENCIAS	60
ANEXOS	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logotipo Carrera de Gastronomía.....	8
Figura 2 Logotipo Cordillera	8
Figura 3 Organigrama Institucional	12
Figura 4 Edificio Matriz.....	14
Figura 5 Campus 1	14
Figura 6 Campus 2.....	15
Figura 7 Campus 3.....	15
Figura 8 Campus 4.....	15
Figura 9 Código de Actividad	17
Figura 10 Distribución de franquicias Ecuador.....	19
Figura 11 Fuerzas de Porter.....	25
Figura 13 Punto de Equilibrio	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estadísticas de Hombres y Mujeres Norte de Quito.....	21
Tabla 2 Cuadro Corporativo de la Competencias en trayectoria y estudiantes.....	23
Tabla 3 Análisis FODA.....	26
Tabla 4 Malla Curricular Carrera de Gastronomía.....	29
Tabla 5 Cuadro Corporativo de la Competencia.....	34
Tabla 6 Cuadro Comparativo de las Carreras del ITSCO.....	34
Tabla 7 Presupuesto de Marketing Carrera Tecnología en Gastronomía (ITSCO).....	40
Tabla 8 Proyección de Ventas Carrera de Tecnología en Gastronomía (ITSCO).....	41
Tabla 9 Requerimiento de Mobiliario de Laboratorios.....	46
Tabla 10 Costos de Personal.....	47
Tabla 11 Plan de Producción.....	48
Tabla 12 Plan de Compras.....	50
Tabla 13 Estado de Resultados.....	52
Tabla 14 Balance General Proyectado.....	53
Tabla 15 Estado de Flujos de Caja Proyectados.....	54
Tabla 16 Cálculo TIR y VAN.....	55
Tabla 17. Cálculo del PRI.....	56

1.- CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema

La Educación Superior en el Ecuador es un tema que más allá de darle un interés político se debería dar la importancia moral que se requiere, ya que detrás de esto tenemos seres humanos en busca de conocimientos y con deseos de aplicar sus destrezas en instituciones ya sean estas públicas o privadas de nuestro país.

En el año 2014 la Secretaria de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), conjuntamente con el Ministerio de Educación, llegaron al acuerdo que los estudiantes de tercero de bachillerato que estén interesados en ingresar a las Universidades públicas del Ecuador deberían rendir el Examen Nacional de Educación Superior (ENES), lo cual direccionaba a que solamente los puntajes más altos serían acreedores al gran derecho de la Educación, motivando a pocos y desmotivando a muchos al ver que las alternativas de ingresos se complicarían cada vez más por la demanda de estudiantes graduados año a año, mismos que son aproximadamente 170.000 bachilleres, y las universidades tienen cupo para 140.000, lo manifestó el Subsecretario de Educación Superior Augusto Espinoza.

A nivel nacional contamos con 15 Universidades públicas, 20 Universidades Privadas, y 47 Institutos Técnicos y Tecnológicos debidamente acreditados por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior CEAACES, en publicación realizada el 18 de mayo del 2016, a lo que René Ramírez, Secretario Nacional de Educación Superior (2015), manifestó que “El nivel de formación técnica y tecnológica es el más importante a nivel país”

Dentro de los Institutos Tecnológicos acreditados está el Instituto Tecnológico Superior Cordillera (ITSCO), fundado en mayo de 1993, con una visión moral de formar a seres humanos competitivos y cabales, mismo que ha graduado a miles de profesionales a través de los años, sembrando en ellos la capacidad de trabajadores intelectuales, basado en el Modelo de Perfiles por Desempeño y la “Pedagogía del Amor”, creadas por su fundador Dr. Cristóbal Flores Cisneros

La realidad actual económica y social del país ha obligado a las personas a enfocarse en nuevas alternativas de crecimiento profesional, que permitan enrumbarse hacia una calidad de vida con trabajos dignos y estables, propuesta en la que el ITSCO; a través de la creación de la Carrera de Gastronomía, busca ser parte de la evolución, el cambio y la dinámica del país como resultado de una dinámica evolutiva del pensamiento educativo, considerando la transformación o modificaciones constantes y rápidas de las estructuras sociales y de la vida, todo con una planificación sostenida, articulada y comprometida con los planes de desarrollo nacional, que permita llegar a alternativas sobre futuros nacionales que impulsen la acción social directa en un enfoque local, sectorial y nacional de largo alcance.

1.2. Razones por las cuales se escogió el tema

En un país de diversidad geográfica, étnica y cultural como el Ecuador, la formación tecnológica es la única alternativa para el desarrollo y el bienestar de todos.

Al percibir la necesidad de los jóvenes de un cambio positivo hacia obtener una actividad laboral que les permita vivir dignamente, aplicar sus conocimientos en áreas de su interés, y sobre todo abrirles la mente en proyectos de emprendimiento que se direccionen en el desarrollo económico del país y ser fuentes generadoras de empleo, se ha visto la oportunidad de presentar ofertas académicas prácticas, a través de la cual se logre fomentar la formación profesional y el emprendimiento del individuo integral que sea capaz de generar alternativas positivas en la economía del país. Promover la cultura gastronómica para el mantenimiento de las raíces e impulsar las mismas en las actividades turísticas del Ecuador. Además porque se forma al profesional para desarrollar proyectos incluyentes y comunitarios direccionados hacia temas que busquen la satisfacción de las exigencias actuales del mercado como la correcta nutrición, manipulación de alimentos, buenas prácticas de manufactura, entre otros.

A su vez este profesional organiza y administra empresas vinculadas al Área gastronómica, por lo que tiene en sus manos las herramientas para brindar

estándares de calidad más elevados y competitivos, logrando eficacia, eficiencia y efectividad en el sector económico.

Pertinencia del tema a desarrollar

A través de la creación de la Carrera de Gastronomía en el (ITSCO), se apunta a formar tecnólogos superiores provistos de una amplia concepción humanística, científica, técnica y social base del Modelo Pedagógico de la Institución, que comprometido con la sociedad sean capaces de crear y desarrollar iniciativas gastronómicas que ayuden al sector turístico en el país teniendo en cuenta las necesidades del turista nacional como internacional y a la sociedad en general.

1.3. Diagnóstico del entorno actual

Uno de los segmentos más afectados en la reestructuración económica en el ámbito laboral han sido los jóvenes, a pesar de que la educación debería convertirse en la mejor arma para lograr una exitosa inserción laboral en el mercado, lamentablemente requerimientos cada vez más estrictos por los organismos de control, Consejo de Educación Superior (CES), (CEAACES) (SENESCYT) de alguna forma han logrado desmotivar al bachiller, con sueños de futuro profesional a continuar por la vida académica formándose en actividades que realmente sean su destreza, al verse en la dura realidad de elegir carreras que simplemente les permiten culminar una etapa académica más no especializarse en sus aptitudes. Dadas estas circunstancias, es un deber moral y social aportar con alternativas que les permita abordar opciones prácticas e innovadoras para lograr una vida digna a través de trabajos dignos, tal cual lo propone el Objetivo 9 del Plan Nacional del Buen Vivir, que impulsa a “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” el Objetivo # 3 “Mejorar la calidad de Vida” Objetivo # 4 “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía” Objetivo # 5 “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013/2017)

La Tecnología en gastronomía busca aplicar la explotación del patrimonio culinario de distintas sociedades, relacionada íntimamente con el turismo, actividad que según el Plan Estratégico de Turismo Sostenible para Ecuador

(PLANDETUR 2020) representa el tercer rubro en importancia por su generación de divisas directas por detrás del banano y camarón, y lo importante es que con respecto al 2014 se registra un incremento de ingresos de 1.485 millones de USD a 1.557 millones de dólares en el 2015, demostrando así ser una actividad considerada uno de los pilares económicos más importantes de nuestro país, el Turismo ofrece un abanico de posibilidades laborales a los profesionales en esta rama que abre las puertas al mundo, reuniendo las culturas en un mismo ambiente sin necesidad de movilizarse de un país a otro, innovando con creativas alternativas como la cocina molecular, en la cual los expertos en la rama gastronómicas exploran innovadoras posibilidades culinarias con herramientas de laboratorio de ciencias y los ingredientes de la industria alimentaria, además combina la física y química en busca de sabores y texturas que transforman a los alimentos en una alternativa exquisita que ha tenido una gran aceptación en los comensales de todo el mundo por su apariencia muy particular.

Se busca obtener el perfil profesional de un Tecnólogo en gastronomía con competencias cognitivas, procedimentales y actitudinales que le permitan desempeñarse en funciones integrales y polivalentes de las empresas gastronómicas, con conocimientos nutricionales, administrativos y técnicos que les permiten aplicar en ofertas laborales dentro de Hoteles, Restaurantes, Cruceros, Empresas de Catering, Proyectos de Nutrición. Proyectos Comunitarios, entre otros.

En este orden de ideas, en el Distrito Metropolitano de Quito la oferta de la Carrera en Gastronomía está a la orden del día tanto por Universidades y de Institutos como el Instituto Tecnológico Internacional (ITHI), Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería (CENESTUR), Instituto Superior Mariano Moreno (ISMM) también se ofertan cursos de Arte Culinario como Culinary Trainer School (CTS), Escuela Gastronómica Ecuador, Escuela de Arte Culinario (GEAC), Culinary Art School, entre otros, todos ubicados en la ciudad de Quito y para los cuales existe una alta demanda alta de jóvenes que busca formarse en el área gastronómica, según los han manifestado las encuestas realizadas a 600 estudiantes que actualmente se preparan en la carrera de

Turismo del (ITSCO), de los cuales el 50% continuarían sus estudios en la especialización del Área Gastronómica, así también en los registros obtenidos de Secretaría General de la Institución en donde se determina que de cada 100 personas interesadas por ingresar al Instituto el 40% se interesa por la Carrera de Gastronomía, ya que ven en esta disciplina la oportunidad de aprender fortalezas culinarias nacionales e internacionales y así también emprender sus propios negocios que permitan ser generadores de fuentes de empleos.

1.4. Conclusiones del capítulo

Se manifiesta en este capítulo la gran importancia que tiene el formar profesionales en campo gastronómico, ya que no sólo se ve la oportunidad de insertarse laboralmente en actividades turísticas gastronómicas que aporten al desarrollo económico del país, sino también poner en práctica la creatividad, innovación y el conocimiento para lograr emprender negocios exitosos que permitan crear fuentes de empleo.

El ITSCO, a través de su Modelo por Perfiles de Desempeño y al ser parte de la formación de tecnólogos profesionales, abre las puertas a nuevas iniciativas académicas que permitan aportar al desarrollo de la sociedad actual, porque se cree que la educación es la formación de ciudadanos y ciudadanas con categoría de seres cabales, buenos como personas y excelentes como profesionales, aptos para insertarse y desempeñarse bien en el mundo social y de la producción, el desarrollo y el bienestar.

2. CAPITULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADÉMICA DEL AREA

2.1. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente y hallazgos de la revisión de la literatura académica

Domínguez Román, Mayra de Fátima en su trabajo de titulación Investigación de la Gastronomía Quiteña y la tendencia de su consumo en Quito, para la Universidad de las Américas, (Domínguez, 2016) resalta las Políticas de Estado en relación al apoyo a la Cocina Nacional, información relevante para la presente investigación.

Del proyecto de Escuela de Gastronomía para la Universidad de las Américas, (Jervis Isch, 2004) se puede considerar los objetivos específicos muy bien definidos que permiten aportar en el presente proyecto, también identificar la distribución y el equipamiento de los laboratorios de cocina en los cuales los estudiantes realizarán sus prácticas reales.

En el Proyecto de Creación de la Carrera en Tecnología Superior en Turismo de (Mendoza, Carrera de Tecnología Superior en Turismo del Instituto Cordillera, 2017), nos permite evidencia la estrategia de considerar el perfil profesional de un tecnólogo de acuerdo a los requerimientos y exigencias del mercado, para que a partir de esta instancia se puedan complementar los demás pilares de la Malla Curricular.

Otra información relevante tomada del proyecto de Rediseño de la Carrera de Marketing de la Universidad Metropolitana del Ecuador. (Mendoza, Rediseño Curricular de la Carrera de Marketing de la Universidad Metropolitana del Ecuador, 2014) es identificar como aporta cada asignatura al objetivo final de la propuesta, es decir a las competencias del profesional.

En el proyecto de Diseño del Proyecto de Factibilidad para la Creación de las Carreras de Ingeniería en Alimentos, Hotelería y Turismo, Gastronomía, Diseño Gráfico y Licenciatura En Educación Física; Para la Escuela Politécnica del Ejército Sede Latacunga (Cando Santo) se rescata un desarrollo de FODA bastante amplio, que permite determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de una manera más explícita y concreta a la vez.

2.2. Conclusiones del capítulo

El apoyarse en proyectos relacionados permite ampliar más las alternativas de estudio e investigación y poder comparar y verificar las mejores opciones que se relacionan con la elaboración del presente proyecto

3. CAPITULO III. ESTRATEGIA GENÉRICA Y MERCADO

3.1. Naturaleza y filosofía del negocio

El ITSCO nace en Quito en Mayo de 1993 por una idea del Dr. Ernesto Cristóbal Flores Cisneros, su fundador y actual Presidente del Consejo

Gubernativo, quien siempre estuvo preocupado por las deficiencias en la Educación y buscó a través de la Creación del ITSCO aportar a la formación de damas y caballeros con capacidad intelectual, éticos y cabales, capaces de poder enfrentar los retos del mundo con conocimientos y actitud positiva, con una Educación aplicada a través de la Pedagogía del Amor, y es así, que hoy por después de 24 años, nuestra responsabilidad moral es formar a casi 6000 estudiantes que día a día luchan por la esperanza de un futuro mejor y con el sueño de vivir felices.

“Llegar a ser humanos, es un deber moral para construir un mundo mejor” - Grahan Greene- y es esa la responsabilidad que la sociedad ha encargado a la educación para la formación moral, cultural y científica de los individuos para ser, trabajar, producir y vivir con dignidad, trascendente tarea que comparten la familia y la escuela, cuando el Estado, en cumplimiento de las disposiciones constitucionales decida y declare a la Educación como la principal política de ineludible responsabilidad oficial.

La soberanía de la persona está en la exigencia de ver y sentir al otro en su presencia soberana, es algo situado más allá de la voluntad arbitraria del tú, es algo trascendente en un trasfondo ético de soberanía de la persona que no viene de ti ni de mí, que es anterior a nosotros y que se fundamenta en un valor superior, en un ser personal. Tomar en serio al otro, reconocerlo incondicional, concreta y eficazmente es reconocer la realidad del misterio del ser humano y que lo constituye precisamente en su soberanía y dignidad inviolables. Bajo estos principios, el Instituto Cordillera se ha esforzado por:

- Construir y ejecutar un Modelo Educativo propio que, sin apartarse de las corrientes universales del pensamiento, sea la respuesta que el país exige para la formación de las nuevas generaciones.
- Demostrar en la práctica educativa su compromiso de cumplimiento profesional de las responsabilidades que establece la Constitución de la República, bajo claros indicadores de servicio en un ambiente de equidad, igualdad de género y de atención prioritaria a los derechos humanos.
- Eliminar patrones culturales y estereotipos educativos alienantes.

- Desarrollar un espíritu cívico de conciencia deontológica participativa, solidaria y de libertad en comunión con los otros seres humanos para sentirse autores de la nueva historia comunitaria, firmemente comprometidos con los valores superiores del espíritu humano.
- Resaltar la imagen de respeto y dignidad corporativa de la clase docente.
- Ir a la vanguardia en la definición del destino social de las nuevas generaciones de ecuatorianos y ecuatorianas, superando la gravedad de la crisis moral, social y económica del pueblo y actuar en función de ella.
- Aprovechar el calendario cívico nacional para que en todos los lugares donde exista un profesional graduado en el ITSCO se renueve la esperanza por un Ecuador para vivir mejor.
- Promover la vida en democracia, de compromiso y renovación ciudadana, en todo lugar donde exista un profesional graduado en el ITSCO “Fundamento Filosófico ITSCO” (Flores Cisneros , 2016)

3.2. Estilo corporativo, imagen

El ITSCO, se representa por su color verde que significa sabiduría, experiencia, innovación, juventud, esperanza, y su imagen corporativa representa a un individuo de brazos abiertos, presto a recibir todas las cosas buenas que la Educación le pueden brindar y en el logotipo de la Carrera de Gastronomía resalta el color rojo que significa poder, acción, vitalidad y pasión por lo que se hace.



Figura 1 Logotipo Carrera de Gastronomía



Figura 2 Logotipo Cordillera

Tomado de la página web del instituto cordillera

De esta manera los objetivos Institucionales van acorde con su imagen corporativa al reflejar a través de la misma, el trabajo responsable por la juventud en busca de sabiduría, con una luz de esperanza para adquirir la experiencia que les permita enfrentar los retos futuros.

3.3. Enfoque social, impacto en la comunidad

Dentro del enfoque social el Instituto Tecnológico Superior Cordillera busca implantar en la vida Institucional los principios de la responsabilidad como un compromiso voluntario con la sociedad, así también se direcciona hacia el desarrollo de alianzas estratégicas de cooperación inter institucional con empresas públicas como el Municipio de Quito, Quito Turismo, empresas privadas como Grupo Hanaska, Hotel Dann Carlton, Swisshotel, entre otros, con quienes se en la actualidad se mantiene convenios empresariales con el fin de generar proyectos de desarrollo productivo e innovación tecnológica, actividades de prácticas profesionales y de vinculación con la sociedad que tengan impacto positivo en el desarrollo socioeconómico de la comunidad, como por ejemplo Planes de Nutrición en Comunidades como Shaguangal, Canchagua, Ambuela, Atahualpa, en donde la Institución ha generado actividades de vinculación y proyectos de desarrollo comunitario, con proyección a realizar capacitaciones a sus habitantes en temas de manipulación y procesamiento de alimentos, buenas prácticas de manufacturas, servicio al cliente entre otros temas.

3.4. Misión, visión

Misión

Formar profesionales de calidad, con valores, principios éticos y humanistas, basados en el modelo de educación por perfiles de desempeño, mediante una gestión comprometida con la responsabilidad social.

Visión

Ser a corto plazo un referente en la Educación Superior Tecnológica del País, bajo parámetros de excelencia y calidad académica, organizacional e innovación tecnológica con carácter humanista, científico y respeto a la

diversidad étnica y cultural respondiendo a los múltiples desafíos de la sociedad en términos competitivos.

Valores Institucionales

Respeto

Integridad

Servicio

Trabajo en Equipo

Innovación

Eficiencia

Solidaridad

Lealtad

Equidad

3.5. OBJETIVOS DE CRECIMIENTO Y FINANCIEROS

El Instituto Tecnológico Superior Cordillera al ser un ente Educativo con 25 años de trayectoria formando jóvenes tecnólogos que aporten al desarrollo económico del país y se formen como profesionales éticos y cabales, ha identificado los objetivos institucionales en pro del crecimiento y desarrollo Organizacional tanto administrativo como económico. En primera instancia la Academia que es la esencia y corazón de la parte Educativa; El aporte a la sociedad ha sido claramente evidenciado ya que en sus inicios el Instituto abrió sus puertas con tan sólo 14 estudiantes, al transcurrir del tiempo y hoy por hoy con 25 años de existencia el Instituto Cordillera cuenta con 6975 estudiantes es todas sus ofertas académicas, 5 campus propios, dejando en claro la satisfacción académica recibida y la constancia del compromiso de formar profesionales éticos, responsables y exitosos, misma que ha sido el aporte a la sociedad y el medio motivador para que el Instituto siga creciendo en espacio, en calidad y en convierta en una fuente generadora de empleo de 360 personas, entre personal directivo, docentes, administrativos y personal de servicios. El Desarrollo físico, tecnológico y

administrativo que se enfoca en modernizar la administración institucional, armonizando la integración del personal en equipos de trabajo.

Dentro de los Objetivos Financieros se mantiene la importancia de mantener siempre los precios más bajos del mercado, realizando un incremento cada dos años en referencia al índice de inflación.

Semestralmente la Institución realiza inversión en la infraestructura como son el mantenimiento de edificios, construcciones de laboratorios y espacios que son requeridos para el correcto desenvolvimiento de nuestros estudiantes, así como también la compra de equipos informáticos para el equipamiento de los laboratorios que utilizan nuestros futuros Tecnólogos.

Ver Anexo 1

3.6. INFORMACIÓN LEGAL

3.6.1. Naturaleza Jurídica

El Instituto Superior Cordillera de la Ciudad de Quito, fue creado por el Ministerio de educación mediante acuerdo Nro. 1999 de 19 de abril de 1993, modificado con Resolución Nro. 1987 de 22 de julio de 1993; y elevado a la categoría de Tecnológico mediante Resolución Nro. 3557 de 7 de agosto de 1996.

El Consejo Nacional de Educación Superior CONESUP, conforme a lo dispuesto en la décima tercera Disposición transitoria de la Ley Orgánica de Educación Superior, registró al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, con el número 17-030 de 10 de octubre de 2000. El Instituto Superior Tecnológico Cordillera fue creado mediante acuerdo ministerial del Ministerio de Educación, y posteriormente reconocido por el CONESUP y actualmente por la SENESCYT. Es una institución de educación superior de nivel tecnológico sin fines de lucro, que se caracteriza por la formación de profesionales a quienes se les reconoce en el mercado laboral porque SABEN-HACER, y ese es su principal ventaja competitiva que los permite escalar exitosos resultados empresariales. Las ventajas del Tecnólogo son consideradas ya que su tiempo de formación es de 3 años, tiempo después del cual pueden incorporarse en el sector productivo y económico del país, su costo es más accesible que una

Ingeniería que tiene un tiempo de duración de no menos de 5 años y sus costos son más elevados.

Así también es importante analizar las limitaciones que tiene un Tecnólogo en la vida laboral y profesional, y es que su formación intermedia en la mayoría de los casos nos les permite ubicarse en posiciones jerárquicas de decisión de una empresa, por lo que lo ideal es continuar con su preparación o especialización.

Sus promotores son: Ernesto Cristóbal Flores Cisneros, Ernesto Voroshilov Flores Córdova y Marcia Antonela Flores Córdova, Se encuentra regida por la Constitución, Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) y su Reglamento y los reglamentos que publica la SENESCYT y el CEAACES.

3.6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.6.3. Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades. Gobierno corporativo. Organigrama. Justificación de la estructura organizacional

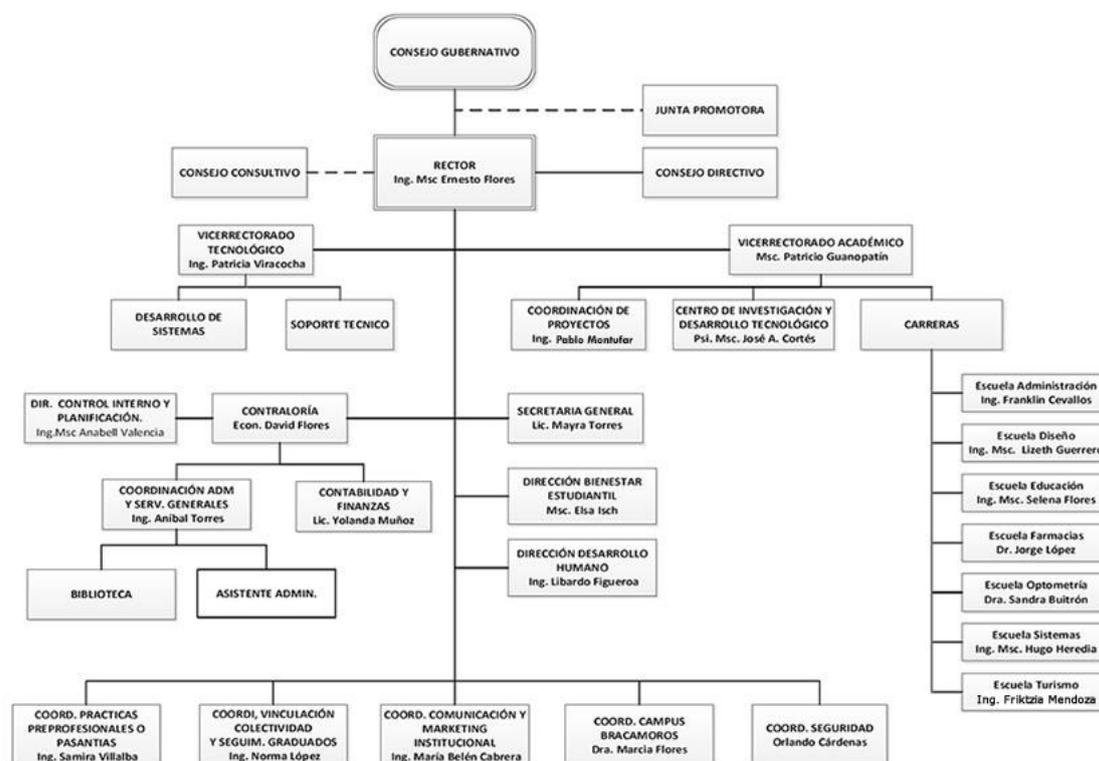


Figura 3 Organigrama Institucional

Tomado de la página web del Instituto Cordillera

El Consejo Gubernativo y sus integrantes se encargan de la permanente actualización de los Reglamentos y Políticas que rigen a las Instituciones de Educación Superior con el fin de asignar a los responsables se difunda la información con el fin de cumplir las normativas vigentes y alcanzar las metas y objetivos Institucionales.

Los Cargos Directivos se enfocan en el crecimiento eficiente y oportuno de cada una de sus Áreas, brindando a la comunidad Institucional la atención que esta requiera en los menores tiempos establecidos y con la calidad que les debe caracterizar. Su función va enfocada directamente al Área Administrativa.

Las Direcciones de Carrera tienen a su cargo el Área Académica, involucrándose directamente con docentes y estudiantes, trasmitiendo las directrices necesarias para el cumplimiento de la Educación de Calidad, realizando el seguimiento respectivo en cada una de las actividades docentes y estudiantiles.

El objetivo fundamental va enfocado en la formación de profesionales que contribuyan al desarrollo del país, predominando su liderazgo, capacidad y compromiso con la Institución y con la sociedad.

Las Coordinaciones se enfocan en actividades relacionadas directamente con los estudiantes y la colectividad, gestionando convenios con empresas públicas y privadas que permitan a los estudiantes realizar sus prácticas profesionales, así también realizar un seguimiento de su inserción laboral y el aporte que la Institución puede brindar a la comunidad.

3.7. UBICACIÓN

3.8. Lugar donde se ubica la empresa



Figura 4 Edificio Matriz

Tomado de la página web del Instituto Cordillera

El Instituto Tecnológico Superior Cordillera se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, al Norte de la Ciudad de Quito y tiene su Edificio Matriz en la Avenida de la Prensa N45-268 y Logroño. Todos los campus se encuentran localizados en la provincia de Pichincha, cantón Quito, al Norte de la Ciudad de Quito, en las siguientes direcciones:

El Campus 1 se ubica en la Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa esquina.



Figura 5 Campus 1

Tomado de la página web del Instituto Cordillera

El Campus 2 está ubicada en la Bracamano N15-163 y Yacuambí



Figura 6 Campus 2

Tomado de la página web del Instituto Cordillera

El Campus 3 en la Av. Brasil N46-45 y Zamora



Figura 7 Campus 3

Tomado de la página web del Instituto Cordillera

El Campus 4 en la Yacuambí Oe 2-36 y Av. de la Prensa



Figura 8 Campus 4

Tomado de la página web del Instituto Cordillera

El proyecto se lo llevará a cabo en el campus 3 Av. Brasil N46-45 y Zamora, ya que la actualidad contamos con laboratorios de cocina debidamente equipados, con capacidad para 475 personas, mismos que actualmente son utilizados en turnos distribuidos por los estudiantes de la Carrera de Turismo, y dependiendo de la demanda de estudiantes de la nueva propuesta académica se verá la opción de incrementar 2 laboratorios más.

3.9. Subsidiarias y su ubicación

El Instituto Tecnológico Superior Cordillera no cuenta con subsidiarias, ya que estas son consideradas entidades que se encuentran bajo el control de una empresa separada.

3.10. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3.10.1. ENTORNO MACROECONÓMICO Y POLÍTICO

Después de realizado el análisis financiero del Ciclo Económico 2016, se prevén buenas expectativas de recuperación económica para el país evidenciando una senda de crecimiento.

El (PIB) Producto Interno Bruto en 2016 tuvo un decrecimiento en todas sus variables: exportaciones, formación bruta de capital fijo, consumo de hogares y consumo de gobierno, estos resultados son mejores a las provisiones que anteriormente presentó en Banco Central del Ecuador (BCE), es por esto que el PIB se ajustó a -1.7% a -1.5%.

Para el 2017 se prevé un crecimiento de 11.9% en las exportaciones, lo que explicaría según (BCE) el crecimiento del 1.42% proyectados para la economía en 2017. (Banco Central del Ecuador, Producto Interno Bruto, 2016)

3.10.2. ANÁLISIS DE SECTOR

El código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU, al que corresponde el desarrollo de actividades del negocio y en el que se basa el estudio, y se detalla en la figura No 9.

CODIGO CIIU	DESCRIPCIÓN
P8522.01	ENSEÑANZA TÉCNICA Y PROFESIONAL DE NIVEL INFERIOR A LA SUPERIOR, CAPACITACION PARA GUIAS TURISTICOS, COCINEROS Y OTRO PERSONAL DE HOTELES Y RESTAURANTES

Figura 9 Código de Actividad

Fuente: Clasificación Nacional de Actividades Económicas

Al enfocarse en el mercado educativo gastronómico se debe mencionar que en la actualidad la gastronomía ha tomado una importancia relevante en el mercado turístico, ya que anclados van logrando un aporte a la matriz productiva y a la economía del país.

Los cambios a pasos agigantados que ha vivido nuestra sociedad a nivel económico, político, cultural y laboral, obligar a realizar innovaciones urgentes en la formación profesional de los jóvenes de hoy que buscan un futuro cierto para el mañana, enfocándose en las exigencias del mercado actual y apuntando a la revalorización y preservación del patrimonio gastronómico con un visión sustentable que permite reconocer el origen de histórico de nuestros ingredientes culinarios, así como las respectivas técnicas de elaboración, con el fin de insertarse en un contexto que aporte en el desarrollo local de la sociedad.

La Gastronomía como servicio busca encajarse en una de las Carreras Productivas que ofrece la Academia con el fin de que sus profesionales puedan desempeñarse en cargos relevantes como Chefs, emprendedores de sus propio negocios, colaboradores en empresas de Servicios de Alimentos y bebidas, y a través de estos puedan demostrar con habilidad, innovación y creatividad, la riqueza gastronómica que oferta el Ecuador, sus regiones y países del mundo entero.

3.10.2.1. TAMAÑO DE LA INDUSTRIA

Al realizar la investigación y análisis sectorial de establecimientos de alimentos y bebidas del país, por lo que el (INEC) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos determina que el 36.9% de los establecimientos del país se dedican a esta actividad, la elaboración de productos relacionados con alimentos y bebidas representa el 7.7% del (VAB) Valor agregado bruto dentro del (PIB) Producto Interno Bruto.

Dentro de división manufacturera prevalece la elaboración de productos de panadería y en los servicios predominan los establecimientos dedicados a servicios de restaurante. A escala provincial el porcentaje de establecimientos de alimentos y bebidas en Guayaquil es de 24.7%, Pichincha el 19.5% y Manabí el 7.5% y se convierte en una alternativa laboral que genera fuentes de empleo a profesionales de la rama gastronómica aportando de esta manera al desarrollo económicos y social del país. (INEC, 2012).

A principios del siglo 20 los ecuatorianos seguimos el gusto por la comida francesa, en el siglo XVI por la comida española por temas de conquista, en la actualidad el Ecuador busca trascender con gastronomía propia, con productos que nos permitan ser reconocidos como el País de los Sabores a nivel mundial, y es así que se busca incluir en nuestras preparaciones los productos que caracterizan a nuestro país como el camarón, chocolate, maíz, atún, el banano, ají entre otros.

La gastronomía ecuatoriana se caracteriza por una gran variedad de sabores y aromas los cuales se funden en un elemento esencial llamado calidad. (Ministerio de Turismo, 2014).

Esta oferta se ha incrementado en vista de que “el Ecuador ha sido posicionado como destino gastronómico, promoviendo la diversidad de los productos nacionales y la tradición culinaria del país que emerge con nuevos sabores para el paladar de los turistas en el mundo” (MINISTERIO DE TURISMO, 2015)

Es una razón importante para que el mercado gastronómico se vea rodeado de profesionales de calidad, con actitud proactiva y con capacidad de lograr emprendimientos exitosos que aporten al desarrollo económico del país y que

permitan sacar a flote la riqueza gastronómica del Ecuador a través de sus sabores y aromas.

Las franquicias son una excelente alternativa empresarial para el profesional en Tecnología Superior en Gastronomía que busquen emprender a una bajo presupuesto con el fin de fomentar el progreso de pequeñas y medianas empresas del país. Según informe de la Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana las franquicias en gastronomía llegan al 36% y se cuenta con 146 franquicias en total, 22 Nacionales y 124 Internacionales y son reguladas y controladas por (AEFRAN) Asociación Ecuatoriana de Franquicias. En su gran mayoría son franquicias de estados unidos en un 46%, seguido de empresas ecuatorianas en un 17% y finalmente por empresas colombianas en un 15%. (Perfil de Mercados de Franquicias en Ecuador, 2012)

En la Figura No. 10 se detalla el listado de las franquicias ya posicionadas en el país.

LISTADO DE FRANQUICIAS			LISTADO DE FRANQUICIAS		
Franquicia	Ciudad	Origen	Franquicia	Ciudad	Origen
AMERICAN DELI	Quito	Venezuela	POLLO TROPICAL	Guayaquil	EE.UU.
APPLEBEE'S	Quito	EE.UU.	RADISSON	Quito	EE.UU.
ARCHIE'S	Quito	Colombia	QUIZNOS	Quito	EE.UU.
ASTRID Y GASTON	Quito	Perú	SAKE RESTAURANTS	Quito	Ecuador
BASKIN ROBBINS	Quito	EE.UU.	SEGUNDO MUELLE	Quito	Perú
BEST WESTERN	Quito	EE.UU.	SHERATON FOUR POINTS	Quito	Colombia
BOP PAN	Guayaquil	Ecuador	SNOBIZ	Guayaquil	EE.UU.
BURGUER KING	Guayaquil	EE.UU.	SOLO EMPANADAS	Quito	Argentina
CEVICHES DE LA RUMIÑAHUI	Quito	Ecuador	SUBWAY	Quito	EE.UU.
CHINA WOK	Guayaquil	Perú	SUPER COFFEE	Quito	Colombia
CHURRIN CHURRON	Guayaquil	Ecuador	SUSHI ITTO	Quito	México
COFFEE NEWS	Quito	Canadá	SWISS HOTEL	Quito	Suiza
CREPES & WAFLES	Quito	Colombia	T.G.I. FRIDAY'S	Quito	EE.UU.
DOMINOS PIZZA	Quito	EE.UU.	TACO BELL	Quito	EE.UU.
DUNKIN' DONUTS	Guayaquil	EE.UU.	TONY ROMA'S	Quito	EE.UU.
ESPRESSO AMERICANO	Quito	EE.UU.	TROPI - BURGUER	Quito	Venezuela
GET NUTS	Quito	Costa Rica	YOGURT PERSA	Guayaquil	Ecuador
HILTON	Quito	EE.UU.	HOLYDAY INN	Quito	EE.UU.
HOWARD JHONSON INN HOTELES	Guayaquil	EE.UU.	KOKTELITOS	Guayaquil	Ecuador
J.W.MARRIOTT AMAZONAS HOT	Quito	EE.UU.	LA CANOA	Guayaquil	Ecuador
JUAN CHICHERO	Guayaquil	Venezuela	YOGURTITO	Guayaquil	Ecuador
KFC	Quito	EE.UU.	CAFÉ TOSTION	Quito	Colombia
MCDONALD'S	Guayaquil	EE.UU.	CHILLI'S	Guayaquil	EE.UU.
MIMOS	Quito	Colombia	JUAN VALDEZ	Quito	Colombia
MINI MELTS	Quito	EE.UU.	HAMBURGUESAS EL CORRAL	Quito	Colombia
PAPA JOHN'S	Quito	EE.UU.			
PIMS	Quito	Ecuador			
PIZZA HUT	Quito	EE.UU.			
POLLO CAMPERO	Quito	Guatemala			

Figura 10 Distribución de franquicias Ecuador

Fuente: Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana

Como se puede verificar la gran mayoría son empresas de alimentos, bebidas y hospedaje, es un claro ejemplo del crecimiento que ha tenido el sector gastronómico en el país, lo cual es un impacto favorable para los profesionales formados en esta disciplina ya que se presentan alternativas de inserción laboral y emprendimiento

3.10.2.2. CICLOS ECONÓMICOS

La Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía comprenderá de 5 semestres, que deberán ser tomados de manera presencial con horarios que se acoplan a la necesidad del estudiante, horario matutino de 08h00 a 12h00 o en el horario nocturno de 18h00 a 22h00 de lunes a viernes.

Los ciclos semestrales se dividen en dos periodos estratégicamente analizados, el primero inicia a mediados del mes de abril y concluye a mediados de mes de septiembre, se puede considerar que es este es un periodo con movimiento y demanda normal. El siguiente ciclo inicia a mediados del mes de octubre y concluye a mediados del mes de marzo, este es el período que más demanda de estudiantes se tiene ya que se contempla como estudiantes potenciales a todos aquellos que han concluido sus estudios de bachillerato en el mes de agosto y han rendido sus pruebas de aplicación a Universidades del estado en el mes de Septiembre.

3.10.3 ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado internacional cada vez abre más las puertas a los sabores ecuatorianos, es así que existen varios Chefs emprendedores que se motivaron por trasladar la riqueza culinaria ecuatoriana hacia otros lugares del mundo, lo cual motiva a los jóvenes que gustan y ver en la gastronomía una forma de vida aplicando una alternativa creativa e innovadora. Las propuestas gastronómicas no sólo se quedan en América, avanzan ya por el mercado europeo y hasta Shangai-China donde hace poco el Chef Julio Monar abrió las puertas de restauran Wawa Mama en donde se puede degustar la cocina nacional ecuatoriana con estándares y calidad internacional. (Veintimilla , 2017)

El mercado objetivo para la propuesta de la creación de la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía estará enfocado principalmente al segmento comprendido de hombres y mujeres bachilleres entre 17 y 25 años, radicados en el contexto geográfico de la Capital de la República, de un nivel socioeconómico medio-bajo que persigan una formación académica que permita insertarse en el ámbito laboral tomando en cuenta que estas Carreras Tecnológicas de mandos medios abren un péndulo de acción concordante con el cambio de la Matriz Productiva. El desafío que propone este mundo globalizado apunta hacia la competitividad de profesionales con una formación académica de alto nivel cuyos postulados se orienten al desarrollo armónico del Ecuador.

De un total de 17.000 estudiantes que concluyen su bachillerato a nivel nacional aproximadamente el 40% corresponden a Pichincha y el 12.5% de ellos se matricula en nuestra Institución en el primer nivel de cualquiera de nuestras 10 ofertas académicas, es decir entre 850 y 870 estudiantes ya sea en jornada matutina y nocturna.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), al Censo realizado al 2010 se verifica que el número de jóvenes entre 19 y 25 años que habitan al Norte de Quito, mismos que serán considerados nuestros potenciales clientes, se apunta hacia jóvenes del norte de Quito, en base a los datos de referencia de matriculados en todas las carreras en los semestres anteriores. Ver tabla No. 1.

Tabla 1
Estadísticas de Hombres y Mujeres Norte de Quito

BARRIO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Cotocollao	3090	3530	6620
Ponceano	5159	5651	10810
Comité del Pueblo	4022	4053	8075
Condado	6093	6214	12307
Carcelén	4354	4489	8843
Pomasqui	2126	2167	4293
San Antonio	2144	703	2847
Nono	177	156	333
Calacalí	357	346	703
	27522	27309	54831

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010

Del total de 54831 jóvenes de entre 19 y 25 años que habitan al norte de Quito aproximadamente el 1.55% es decir 850 personas serían la posible demanda a inscribirse en el Instituto Cordillera sobre todo considerando el historial de estudiantes que al momento estudian otras carreras en la Institución y habitan en este sector, de ese porcentaje aproximadamente el 0.1% es decir 55 estudiantes en la Carrera de Gastronomía en el primer semestre, según datos de referencia tomados de otras instituciones que ofertan esta carrera y a información recogida de la Institución en donde se confirma que un 99.9% de estudiantes actuales habitan en el norte de Quito y sus alrededores.

3.10.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En la ciudad de Quito la oferta Académica de tercer nivel enfocada al Área gastronómica es muy amplia, se cuenta con Instituciones como la Universidad Tecnológica Equinoccial, Universidad de las Américas, Universidad San Francisco, Universidad Internacional, Universidad de Especialidades Turísticas, Universidad de los Hemisferios; y así también la oferta Tecnológica de los Institutos ITHI, Cenestur, Instituto Superior Mariano Moreno (ISMM) también se ofertan cursos de Arte Culinario como Culinary Trainer School (CTS), Escuela Gastronómica Ecuador, Escuela de Arte Culinario (GEAC), Culinary Art School, entre otros, todos ubicados en la ciudad de Quito, por lo que se ha realizado un estudio comparativo de los servicios que brinda la competencia en relación a nuestra Institución tanto en precios, servicios, trayectoria y demás. Ver tabla No. 2

Tabla 2
Cuadro Corporativo de la Competencias en trayectoria y estudiantes

INSTITUCIÓN	VALOR SEMESTRAL	MENSUALIDADES	FORMAS DE PAGO	DURACIÓN	TÍTULO OTORGADO	TIEMPO EN EL MERCADO	UBICACIÓN	NRO. ESTUDIANTES GASTRONOMÍA	PROMEDIO POR NIVEL
Instituto Tecnológico Internacional ITHI	\$ 1.061,00	\$ 176,80	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	3 AÑOS	TECNÓLOGO EN GASTRONOMIA	15 AÑOS	NORTE	340	57
Instituto Tecnológico Superior de Turismo y Hotelería CENESTUR	\$ 850,00	\$ 141,66	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	3 AÑOS	TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE ARTE CULINARIO	30 AÑOS	SUR	320	53
Culinary Trainer School CTS	\$ 720,00	\$ 120,00	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	2 AÑOS Y MEDIO	CERTIFICACIÓN CHEF (SETEC)	15 AÑOS	CENTRO	390	78
Escuela de Arte Culinario GEAC	\$ 725,00	\$ 120,80	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	1 AÑO/5 MODULOS	CERTIFICACIÓN CHEF (SETEC)	9 AÑOS	NORTE	410	82
Instituto Tecnológico Superior Cordillera (ITSCO)	\$ 655,20	\$ 109,20	EFFECTIVO	2 AÑOS Y MEDIO	TECNÓLOGO SUPERIOR EN GASTRONOMIA+CERTIFICACIÓN SETEC	25 AÑOS	NORTE	55 PRIMER SEMESTRE	55

Se puede determinar en la información anterior que en su gran mayoría la competencia tiene una amplia trayectoria en el mercado educativo ofertando la Carrera de Gastronomía, también se puede evidenciar que los servicios adicionales a la culminación de la carrera no complementan la satisfacción total del estudiante, el número de estudiantes por nivel van acorde a la expectativa del ITSCO para el inicio de sus actividades en primer nivel, considerando que esta oferta sería totalmente nueva en la Institución.

Las Fuerzas de Porter es una herramienta que permitirá determinar la competencia existente de una forma global y real, así también permitirá identificar las mejores estrategias para lograr un objetivo eficiente y rentable. Se detalla a continuación las 5 fuerzas de Porter aplicados al Instituto Cordillera con la nueva oferta Académica de Gastronomía.

Amenazas Nuevos Entrantes.- Una de las amenazas que se han considerado es la Creación de las Universidades Tecnológicas que el gobierno actual tiene como propuesta es su plan, ya que existe la posibilidad de que los estudiantes se inclinen por dichas Instituciones que son gratuitas.

Competidores Actuales.- Se refiere a las Instituciones Tecnológicas Superiores que se encuentran acreditados por el CEAACES y ofertan la misma alternativa

académica de estudio que el Instituto Cordillera, ya que las condiciones y beneficios son similares a los nuestros, sin embargo de esta competencia se puede aprovechar para crear una ventaja competitiva en relación a los demás con el fin de marcar una diferenciación en el mercado, misma que son los precios de inversión, los años de trayectoria, el reconocimiento a nivel nacional y la calidad educativa reconocida.

Clientes.- La situación económica actual direcciona a que muchos estudiantes de bachillerato se enfoquen en la continuidad gratuita de sus estudios superiores, por lo que afectaría directamente a la Institución al disminuir la demanda de los postulantes, sin embargo es importante y fundamental la trayectoria Institucional y sus costos bajos para que los potenciales clientes se decidan por Cordillera.

Proveedores.- Se cuenta al momento con proveedores que ofertan las mejores alternativas de calidad, precio y cumplimiento en cuanto a estrategias publicitarias, de suministros y demás, permanentemente se está buscando las mejores opciones que permitan satisfacer oportunamente los requerimientos. Así también se contará con una planta docente de Profesionales en la rama a tiempo completo, en relación de dependencia, mismo que sólo podrán brindar sus servicios profesionales a la Institución, motivándolos permanentemente con capacitaciones y salarios competitivos en relación al mercado laboral.

Servicios Sustitutos.- En Quito existen varias Instituciones que ofertan cursos rápidos de gastronomía, ofreciendo al estudiante simplemente una certificación en corto tiempo. Ver Figura N°11



Figura 11 Fuerzas de Porter

Elaborado por: Frikizia Mendoza 2017

La competencia enfocada hacia ofertar la Carrera de Gastronomía, Universidades, Institutos, Cursos presenciales cortos, cursos on line, entre otros, son varios.

3.10.5. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es el estudio de la situación de una empresa a través de sus Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades buscando de esta manera planificar estrategias futuras.

Fortalezas

Se consideran a las situaciones positivas de la empresa y tratan de recursos que permiten garantizar el cumplimiento de la gestión y objetivos de la organización.

Debilidades

Se consideran a los obstáculos que impiden que los objetivos se cumplan en los plazos establecidos.

Oportunidades

Se consideran a los elementos o factores externos que apoyan al cumplimiento de los objetivos de la organización.

Amenazas

Se consideran a aquellos elementos que dificultan la ejecución de los objetivos de la organización

Determinación del FODA del ITSCO

Se detalla a continuación el Análisis FODA del ITSCO, enfocado en la propuesta. Ver Tabla No. 3

Tabla 3
Análisis FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES		
ANÁLISIS FODA		Apoyo incondicional por parte de las autoridades de la Institución	Escasos convenios con Instituciones públicas y privadas para la realización de prácticas profesionales	ANÁLISIS INTERNO	
		Campus Brasil cuenta con dos laboratorios de gastronomía	Pocos docentes especializados en el área gastronómica que cubran la demanda de estudiantes		
		Precios accesibles	Se realizará el convenio requerido para que los Tecnólogos en Gastronomía obtengan la Certificación de la Secretaría Técnica de Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación profesional (SETEC), certificación que ya se tiene en otras Carreras de la Institución.		
		Acreditación Institucional reconocido por el Consejo de Educación Superior (CES) y la SENESCYT			
		Malla curricular propuesta acorde a las necesidades actuales del mercado			
		Ser reconocidos a nivel nacional por la trayectoria de 24 años de servicio Institucional			
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS		
	Precios altos de la competencia	Carrera sujeta a aprobación por organismos de Control de Instituciones de Educación Superior (IES)			
	Inserción laboral de nuestros profesionales en empresas privadas	Cambios continuos en el Reglamento Académico de Educación Superior (CES, CEAACES, SENESCYT)			
	Profesionales con alternativas de emprendimiento	Posible creación de las Universidades Tecnológicas por parte del Estado			

DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIAS GENÉRICAS DEL PROYECTO

FA: Las Autoridades de la Institución han brindado su total apoyo y confianza en la nueva propuesta Académica de la Carrera de Tecnología en gastronomía, por lo que gestionarán la certificación de la SETEC, con la que ya se cuenta en otras carreras de la Institución, con el fin de complementar nuestra oferta.

FA: Al proponer una malla curricular acorde a las necesidades del mercado y estar a expensas de la aprobación por los Organismos de Control, podremos seguir verificando las nuevas alternativas que podrían incluirse ante la aprobación definitiva.

DO: Al contar con pocos convenios institucionales para las respectivas prácticas profesionales y enfocándonos a que el profesional Tecnólogo gastronómico se inserte laboralmente en empresas privadas y públicas, se gestionará para llegar a acuerdos que permitan cumplir los dos objetivos.

DA: La ausencia de pocos docentes especializados en el Área gastronómica atado a la posible creación de Universidades Tecnológicas del Estado, permitirá que la demanda de profesionales crezca y nos permita realizar reclutamientos idóneos de calidad.

3.10.6. ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.10.6.1. CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Es importante recordar definiciones que se involucran con el giro del negocio y con el proyecto que se está proponiendo. La educación es un servicio que puede medirse y evaluarse a través de la satisfacción del cliente y el cumplimiento de sus expectativas, así también es considerada aquella acción que se realiza en beneficio de nuestros clientes, en este caso los estudiantes. Dentro de sus principales características están que está asociado a la satisfacción de una necesidad y siempre interviene el cliente en su generación. El nuevo producto anclado del servicio que se ofertará en el ITSCO es la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, para lo cual se ha diseñado la propuesta curricular de acuerdo a las necesidades del mercado actual,

buscando la innovación, la creatividad y el impacto que tendrá en el mundo competitivo laboral, por lo que, el Perfil del Profesional en Tecnología Superior en Gastronomía está enfocado en suplir los requerimientos de servicios gastronómicos que exige el turismo nacional e internacional y las empresas de servicios proveedoras del mismo, por lo que, el Tecnólogo Superior en Gastronomía al finalizar su formación académica contará con capacidades en el ámbito cognitivo es decir todo lo concerniente al conocimiento enfocado al área de su especialidad, procedimientos intelectuales y conductas que emanan procesos; el ámbito procedimental mismas que son las acciones que facilitan el logro del objetivo propuesto basado en los conocimientos del área gastronómica y por último el ámbito actitudinal, que tiene que ver con el comportamiento del individuo al desempeñarse en su entorno laboral. Ver Anexo 2 Perfil del Tecnólogo en Gastronomía.

La Malla Curricular ha sido diseñada bajo un análisis real de las necesidades del entorno laboral, del mercado competitivo y de los requerimientos de la industria gastronómica, así como también la necesidad de conocimiento del estudiante con el fin de desenvolverse de manera exitosa en su Área de formación. Ver Tabla No. 4

Tabla 4

Malla Curricular Carrera de Gastronomía



Gastronomía							
Malla Curricular							
	Período 1	H/semana	TRABAJO DOCENTE	TRABAJO PRÁCTICO	TRABAJO AUTÓNOMO	In Situ	Total Asignatura
BÁSICAS	Inglés I	3	21	42	42	63	105
	Ofimática Básica	2	14	28	28	42	70
	Matemáticas	3	21	42	42	63	105
PROFESIONALES	Manipulación Higiénica de Alimentos y Nutrición	4	28	56	56	84	140
	Cultura Nacional gastronómica	4	28	56	56	84	140
	Bases de Panificación	4	28	56	56	84	140
	Total actividades de aprendizaje	20	140	280	280	420	700
	Prácticas	200					200
	Titulación	0					0
	Total Semestre						900
	Período 2	H/semana	TRABAJO DOCENTE	TRABAJO PRÁCTICO	TRABAJO AUTÓNOMO	In Situ	Total Asignatura
BÁSICAS	Inglés II	3	21	42	42	63	105
	Inteligencia Emocional	2	14	28	28	42	70
	Contabilidad General	3	21	42	42	63	105
PROFESIONALES	Técnicas Culinarias	4	28	56	56	84	140
	Cocina Básica	4	28	56	56	84	140
	Procesamiento Cárnico	4	28	56	56	84	140
	Total actividades de aprendizaje	20	140	280	280	420	700
	Prácticas	200					200
	Titulación	0					0
	Total Semestre						900
	Período 3	H/semana	TRABAJO DOCENTE	TRABAJO PRÁCTICO	TRABAJO AUTÓNOMO	In Situ	Total Asignatura
BÁSICAS	Inglés III	3	21	42	42	63	105
	Fundamentos de la Investigación	2	14	28	28	42	70
	Costos y Presupuestos de A&B	2	14	28	28	42	70
PROFESIONALES	Pastelería y Repostería	3	21	42	42	63	105
	Manipulación Higiénica de Alimentos	2	14	28	28	42	70
	Cocina Nacional	4	28	56	56	84	140
TITULACIÓN	Organización y Gestión de Eventos	4	28	56	56	84	140
	Total actividades de aprendizaje	20	140	280	280	420	700
	Prácticas	200					200
	Titulación	0					0
	Total Semestre						900

	Período 4	H/semana	TRABAJO DOCENTE	TRABAJO PRÁCTICO	TRABAJO AUTÓNOMO	In Situ	Total Asignatura
BÁSICAS	Inglés IV	3	21	42	42	63	105
	Gestión del Talento Humano	2	14	28	28	42	70
	Compras y Adquisiciones	3	21	42	42	63	105
PROFESIONALES	Etiqueta y Protocolo en el Sector de Servicios	4	28	56	56	84	140
	Cocina Latinoamericana	4	28	56	56	84	140
TITULACIÓN	Proyectos	4	28	56	56	84	140
	Total actividades de aprendizaje	20	140	280	280	420	700
	Prácticas	100					100
	Titulación	100					100
	Total Semestre						900
	Período 5	H/semana	TRABAJO DOCENTE	TRABAJO PRÁCTICO	TRABAJO AUTÓNOMO	In Situ	Total Asignatura
BÁSICAS	Inglés V	3	21	42	42	63	105
	Emprendimiento	3	21	42	42	63	105
PROFESIONALES	Enología	3	21	42	42	63	105
	Cocina Europea	4	28	56	56	84	140
	Seguridad Industrial	4	28	56	56	84	140
TITULACIÓN	Marketing de Servicios	3	21	42	42	63	105
	Total actividades de aprendizaje	20	140	280	280	420	700
	Prácticas	60					60
	Titulación	140					140
	Total Semestre						900
	In situ	2100					
	TD	700					
	TP	1400					
	TA	1400					
	TOTAL H/APRENDIZAJE	3500					
	Total Actividades aprendizaje	3500					
	Prácticas	760					
	Trabajo Titulación/Examen Complexivo	240					
	Total Carrera	4500					
	CAMPOS DE FORMACION						
	Adaptación e Innovación tecnológica						
	Integración, saberes y cultura						
	Fundamentos Teóricos						
	Comunicación y Lenguajes						

Adicional a la propuesta curricular innovadora adaptada al mercado nacional, su formación será avalada con la Certificación de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (SETEC), misma que abrirá puertas a mejores oportunidades laborales que permitan insertar en la sociedad profesionales altamente competentes en el área gastronómica y de esta manera potenciar el sector turístico gastronómico del país, la diferenciación de nuestro servicio se enfocará en sus clases presenciales y en entornos virtuales, mismos que permitirán al estudiante actualizarse en medios tecnológicos modernos que exige la sociedad actual.

3.10.6.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

El Instituto Cordillera pensando en el futuro de los profesionales Tecnólogos ha establecido un convenio educativo con la UTPL, mediante el cual los estudiantes podrán culminar sus estudios de Tercer Nivel en Licenciatura en Gastronomía, con los beneficios que aplica el mismo, así también ha concretado un convenio con la Universidad Internacional Rioja (UNIR), con el fin fundamental de incentivar a los estudiantes mejor evaluados y becarlos con sus estudios de Tercer Nivel, así también ampliar este beneficio al personal docente y administrativo de la Institución que se enfoque en continuar sus estudios de Cuarto Nivel.

Los 5 Campus del ITSCO permitirán informar a los posibles estudiantes sobre las alternativas, beneficios, horarios, costos y todo lo referente a la Carrera de Gastronomía, detallando que su Campus de acción será el Edificio Brasil ubicado en las calles Brasil y Zamora, lugar en donde se encuentran las aulas para las clases presenciales y los laboratorios para las clases prácticas.

Contar con canales de distribución estratégicos permite que las empresas de servicios logren una ventaja competitiva y abre las puertas a que el negocio crezca de manera acelerada y eficiente y sobre todo que el cliente identifique claramente al producto, los servicios y sobre donde se lo puede solicitar, para lo cual a través de las estrategias de distribución se detallará claramente la ubicación de la Institución, la vía y los medios adecuados para llegar sin dificultad. Se ubicará una Valla publicitaria esquinera en las calles principales

(Brasil y Zamora) que direcciona hacia el Campus Brasil en donde se desarrollará la Carrera de Gastronomía.

El ITSCO, al ser una empresa que ofrece servicios educativos, se enfoca en la atención y servicio personalizado cuando el posible estudiante acude a nuestra instalaciones en busca de asesoramiento, de igual manera se lo hace telefónicamente brindando al interesado toda la información que requiera, para lo que las personas que tiene el contacto directo con los interesados serán capacitados de manera permanente con el fin de brindar un servicio eficiente y de calidad.

3.10.6.3. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Con el propósito de definir el precio de la nueva oferta académica que lanzará el ITSCO, deberán considerarse ciertos puntos importantes:

- ✓ Factores externos e internos que puedan afectar o beneficiar a la compañía al definir el precio, mismas que permitan ser competitivos en el mercado, se enfoquen a una rentabilidad a corto plazo y que la oferta pueda mantenerse firme en su propósito, se tomará en cuenta la inversión que se realice para iniciar el proyecto, así como los costos y gastos incurridos y el tiempo de recuperación y de rentabilidad.
- ✓ Observar los precios que utiliza la competencia, con el fin de poder realizar una comparación real
- ✓ Ventajas y desventajas

Al determinar los precios que el estudiante deberá invertir en su preparación Tecnológica en la Rama Gastronómica, deberá ser analizado en relación a la inversión que actualmente realizan los jóvenes que se preparan en las distintas Carreras que el ITSCO oferta, su pensión promedio mensual de la Carrera más costosa en la actualidad que es la de Turismo con un valor de usd 109.20 de pensión la cual se debería mantener considerando el uso diario de los laboratorios de gastronomía; Aun así, presentaríamos una oferta académica relativamente conveniente en relación a los precios de la competencia. La ventaja se manifiesta en que se mantendrá la visión de que en el ITSCO se

forman profesionales realizando una inversión relativamente accesible, idea y realidad posicionada en los clientes a través de los años. La desventaja es que manteniendo esta línea, no podemos exceder nuestros precios de manera repentina, ya que puede ocasionar un impacto negativo en los posibles postulantes.

Las formas de pago son accesibles y rápidas ya que se permite el pago mensual en efectivo de aranceles prorrateado a 6 meses, valor que incluye el pago del semestre completo más las asignaturas adicionales optativas. El pago lo habilita el estudiante a través de la página web Institucional con su respectiva clave de acceso y en 24 horas puede acercarse a la Institucional financiera con la que se mantiene el convenio a realizar su pago permitiendo solamente el número de cédula del estudiante para hacerlo efectivo.

En su lugar, la competencia oferta formas de pago del semestre completo, o con tarjeta de crédito incluyendo un 7% de interés adicional, lo cual permite que el ITSCO tenga una alternativa atractiva y cómoda de pago que los estudiantes aprecian y prefieren.

Una de las estrategias institucionales es la facilidad y precios bajos que presenta el ITSCO a sus postulantes con el fin de captar más estudiantes que busquen la oportunidad de continuar con su formación, sobre todo considerando la ventaja competitiva de un Instituto Acreditado al 91% por los Organismos de Control y con una excelente trayectoria Institucional del 24 años de experiencia, lo cual lo hace diferente a los demás; por lo que se ha realizado en análisis comparativo con Instituciones que ofertan la misma carrera, horarios, precios, y demás. Ver Tabla No. 5

Tabla 5
Cuadro Corporativo de la Competencia

INSTITUCIÓN	VALOR SEMESTRAL	MENSUALIDADES	FORMAS DE PAGO	DURACIÓN	TÍTULO OTORGADO	HORARIOS	UBICACIÓN
Instituto Tecnológico Internacional ITHI	\$ 1.061,00	\$ 176,80	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	3 AÑOS	TECNÓLOGO EN GASTRONOMIA	MATUTINO/NOCTUNO	NORTE
Instituto Tecnológico Superior de Turismo y Hotelería CENESTUR	\$ 850,00	\$ 141,66	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	3 AÑOS	TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE ARTE CULINARIO	MATUTINO/NOCTUNO	SUR
Culinary Trainer School CTS	\$ 720,00	\$ 120,00	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	2 AÑOS Y MEDIO	CERTIFICACIÓN CHEF (SETEC)	MATUTINO/NOCTUNO/INTENSIVO	CENTRO
Escuela de Arte Culinario GEAC	\$ 725,00	\$ 120,80	EFFECTIVO/TARJETA CON RECARGO	1 AÑO	CERTIFICACIÓN CHEF (SETEC)	MATUTINO/NOCTURNO	NORTE
Instituto Tecnológico Superior Cordillera (ITSCO)	\$ 655,20	\$ 109,20	EFFECTIVO	2 AÑOS Y MEDIO	TECNÓLOGO SUPERIOR EN GASTRONOMIA+CERTIFICACIÓN SETEC	MATUTINO/NOCTURNO	NORTE

De la misma manera se revisa el cuadro de las Carreras que oferta el ITSCO, con el valor de matrícula y pensión, y se determina que las Carreras con una inversión más alta son las de: Diseño Gráfico, Administración Turística y Hotelera y Optometría por cuanto los estudiantes de las mencionadas carreras cuentan con laboratorios totalmente equipados que permiten realizar actividades prácticas adicionales que complementan su formación tecnológica en su especialidad, lo que no sucede en las otras Carreras, por lo que se mantendrá el mismo valor para los estudiantes de la Carrera de Gastronomía que aplicarían las mismas condiciones y beneficios. Ver Tabla No. 6

Tabla 6
Cuadro Comparativo de las Carreras del ITSCO

CARRERAS ITSCO	NRO. DE ESTUDIANTES	INSCRIPCIÓN	MATRICULA	TOTAL
ANÁLISIS DE SISTEMAS	700	\$ 55,00	\$ 100,00	\$ 70.055,00
DISEÑO GRAFICO	750	\$ 55,00	\$ 109,20	\$ 81.955,00
MARKETING INTERNO Y EXTERNO	750	\$ 55,00	\$ 100,00	\$ 75.055,00
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	900	\$ 55,00	\$ 100,00	\$ 90.055,00
ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA	550	\$ 55,00	\$ 100,00	\$ 55.055,00
ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN	620	\$ 55,00	\$ 100,00	\$ 62.055,00
ADMINISTRACIÓN DE FARMACIAS	500	\$ 55,00	\$ 100,00	\$ 50.055,00
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA	590	\$ 55,00	\$ 109,20	\$ 64.483,00
DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL	900	\$ 55,00	\$ 100,00	\$ 90.055,00
OPTOMETRÍA	450	\$ 55,00	\$ 109,20	\$ 49.195,00
TOTAL ESTUDIANTES	6710			\$ 688.018,00

3.10.6.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Actualmente se promociona un beneficio para los estudiantes que cancelen el valor total del semestre por adelantado del 10% de descuento, sin afectar al ingreso mensual de la Institución ya que son un mínimo porcentaje del 1% del total de los estudiantes (6710), es decir (67) estudiantes que aplican esta alternativa de pago, esta estrategia se convierte atractiva para algunos estudiantes ya que la situación económica de cada persona es diferente y lo que se busca es adaptarse a sus necesidades y posibilidades, alternativa que se mantendría vigente con la nueva Carrera de Gastronomía.

La Institución difundirá a través de los medios promocionales la ventaja que tendrá el estudiante de formar parte de una Institución con 25 años de trayectoria educativa y con Acreditación de Organismos de Control a los precios más bajos del mercado, con la Certificación de SETEC y sobre todo de las innovadoras y cómodas instalaciones que les permitirá desenvolverse en un entorno íntegro y funcional.

3.10.6.5. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

La estrategia de difundir y comunicar a la comunidad sobre esta nueva oferta académica será en primera instancia de boca a boca, ya que en la actualidad contamos con aproximadamente 7000 estudiantes a quienes permanentemente se les informa de las novedades importantes de la Institución, lo cual permitirá insertar jóvenes interesados en la Carrera de Gastronomía.

Al ser un servicio educativo de calidad, no se puede poner en riesgo el prestigio y renombre que ocupa el ITSCO a nivel nacional por lo que se aplicarán mecanismos estratégicos que atraigan a estudiantes hacia la nueva propuesta.

En la página web Institucional, contaremos con un espacio exclusivamente para las novedades, noticias, comentarios y sugerencias relacionadas con la carrera de Gastronomía. Se involucrará a los estudiantes a participar con artículos, fotos, novedades en el “Blog Gastronómico Cordillera” de manera que nos mantengamos informados e informemos a la comunidad las cosas importantes de nuestra Área.

Semestralmente se realizará el “Show Cooking” Show de Cocina , que consiste en la preparación de platos varios frente a los comensales, con el fin de que evidencien sus métodos, estrategias y su sabor, esta actividad será la demostración de los estudiantes que concluyen el nivel de todas las competencias y conocimientos adquiridos durante el semestre, difundiendo estas actividades a padres de familia, amigos y estudiantes de bachillerato de establecimientos educativos del norte de Quito, con el fin de irlos motivando hacia su futura carrera profesional.

La información Institucional que se considera importante se la difunde a través de publicidad below the line, sobre la línea, (BTL), página web, publicidad móvil, vallas publicitarias, anuncios radiales, y prensa escrita, así también material POP como son flyers, plegables, ferias estudiantiles y publicidad visual en cada uno de los Campus del ITSCO buscando atraer jóvenes que se interesen en continuar sus estudios en la carrera de Gastronomía del ITCO, con las ventajas innovadoras que la Institución ofrece.

La página web Institucional, chat, correo electrónico, redes sociales son un apoyo adicional que permite interactuar con el cliente actual y el posible cliente ya que a través de esta herramienta tecnológica nos conectamos con las personas interesadas y se busca satisfacer sus inquietudes y permitirles cubran todas las expectativas generadas en cuanto al servicio.

Esta herramienta debe ser manejada con precaución y cuidado por personas altamente capacitadas, ya que debemos hacer sentir al visitante la sensación de encontrarse físicamente en las instalaciones, al no cumplir los objetivos del cliente potencial en red se corre el riesgo de perder esta negociación.

Las estrategias de comunicación deben ser utilizadas para la correcta difusión y éxito del negocio, para lo cual es necesario identificar las estrategias de penetración y crecimiento del servicio. En primera instancia es importante dar a conocer el nuevo servicio que brindará la Institución, es decir la Carrera de Gastronomía, para lo cual se utilizarán las siguientes:

Material impreso.- Se utilizarán flyers publicitarios, plegables, con toda la información referente a la nueva Carrera, horarios, fecha de inicio, malla curricular, perfil de egreso, campo ocupacional, mismos que serán entregados

a todos los interesados en ingresar al ITSCO y se realizarán volanteos en lugares estratégicos del Sur, Centro y Norte de Quito.

Difusión radial.- Cuñas publicitarias en horarios rotativos y estratégicos en Grupo Canela, que permitan dar conocer de forma masiva las alternativas de estudio del ITSCO, dándole mayor énfasis a la nueva oferta académica.

Material POP.- Es publicidad que genera permanencia de la marca en la mente del consumidor y los más utilizados son Esferográficos, lápices, cartucheras, mochilas y toma todo, que serán entregados a los asistentes a los diferentes eventos de promoción y a los estudiantes inscritos.

Redes Sociales.- Facebook, Instagram, Twitter, Página Web Institucional en donde se difunda la información

Prensa Escrita.- Anuncio en grupo el Comercio en donde se difunda todas las ofertas académicas de la Institución, incluida la nueva, informando acerca de horarios, fechas de inscripción y demás.

Ferias.- Anualmente la Administración de la Mariscal y otras Instituciones organizan las ferias de Universidades que permite dar a conocer a los jóvenes bachilleres todas las opciones, Institutos y Universidades a las que se puede acceder para continuar los estudios superiores, es ahí donde el ITSCO participa con el fin de difundir todas nuestras ofertas académicas.

Publicidad Móvil.- Contratar con la compañía Imaginarios la difusión visual y publicitaria de las Carreras que oferta la Institución, dándole mayor énfasis a la de Gastronomía en unidades de transporte público que circulen por el Sur, Centro y Norte de la Ciudad de Quito con el fin de atraer a futuros estudiantes y padres de familia.

Vallas Publicitarias.- Es una estructura de publicidad exterior que se instalará con la información de la nueva Carrera de Gastronomía del ITSCO, se la ubicará en la Avenida América, por el Sector del Seminario Mayor ya que es un lugar de gran afluencia de personas y llamará la atención de los transeúntes.

Publicidad Edificios.-Las gigantografías son imágenes impresas en lona preferentemente con medidas de acuerdo a la necesidad, en nuestro caso serán de 5m de largo x 4m de ancho y se ubicarán en cada uno de los Edificios de la Institución y permitirán publicitar nuestras ofertas académicas

especialmente la de Gastronomía, fechas de inscripciones, matrículas e inicio de clases.

3.10.6.6. ESTRATEGIAS DE SERVICIO

La calidad y la actitud de servicio es lo que diferencia a una empresa de otra, busca complacer y satisfacer al cliente en sus necesidades, requerimientos y problemas con actitud positiva y con respuestas oportunas.

Existe en el ITSCO el Departamento de Bolsa de Empleos y Seguimiento a Graduados que de manera constante emite información relevante para la oportuna toma de decisiones en los procesos de actualización curricular. En cada periodo académico planifica y ejecuta un encuentro de graduados y con el sector productivo de bienes y servicios en donde se desenvuelven los profesionales tecnólogos del ITSCO. Los resultados en las mesas de trabajo son incorporados en los planes de mejora anuales, cuya ejecución se evalúa permanentemente para alcanzar pertinencia, relevancia y calidad en la formación integral de los estudiantes.

De esta manera también se puede identificar a los Tecnólogos que se han insertado laboralmente acorde a sus competencias y se les oferta la oportunidad de insertarse en empresas que nos solicitan profesionales permanentemente.

La atención del personal administrativo es completamente personalizada y siempre se busca que el ambiente en que se desenvuelven los estudiantes sea de calidad y calidez, con una atención efectiva y oportuna a sus necesidades y requerimientos.

El ITSCO, al ser un Instituto Acreditado por la SENESCYT, con 24 años de trayectoria académica formando profesionales de alto nivel, ha logrado credibilidad y confianza tanto en jóvenes como en padres de familia que han vivenciado el crecimiento de sus hijos al ser formados en nuestra Institución, por lo que, el mantener, y mejorar las estrategias de calidad del servicio a los estudiantes tanto actuales como nuevos, permitirá seguir manejando los estándares de calidad que satisfacen a los mismos, no solamente en el ámbito

educativo académico, sino en todos los servicios que oferta la Institución internamente.

El ir innovando alternativas tecnológicas, que permitan a los postulantes realizar sus requerimientos vía internet, es uno de los más importantes avances en servicio que ha implementado el ITSCO, pensando siempre en la importancia del tiempo de cada individuo y las facilidades de activar sus solicitudes.

El compromiso de su gente, la calidad y calidez que se emana en cada uno de los departamentos logran que las personas internas y externas que visitan la Institución se sientan parte de la familia Cordillera, por lo que de manera semestral se realizaran capacitaciones relacionadas con el cliente, el servicio, la actitud y la resolución de efectiva de problemas que permitan desarrollar las actividades de manera más eficaz y eficiente, de la misma manera se llevar a cabo evaluaciones semestrales de medición de calidad de servicio con el fin de identificar las debilidades y fortalezas y aplicar acciones oportunas.

3.11.6.7. PRESUPUESTO

Se ha realizado un análisis de los requerimientos necesarios para dar inicio al funcionamiento de la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, identificando cada una de estrategias que se utilizarán para un lanzamiento exitoso y perdurable. Ver Tabla No. 7

Tabla 7

Presupuesto de Marketing Carrera Tecnología en Gastronomía (ITSCO)

	AÑO 1		AÑO 2		1/2 AÑO 3			
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN	6to MES	12vo MES	18vo MES	24vo MES	30vo MES	a 30 MESES	%	
MATERIAL IMPRESO	\$ 150,00	\$ 200,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.400,00	\$ 2.750,00	6%	
DIFUSION RADIAL	\$ 250,00	\$ 756,20	\$ 1.100,00	\$ 1.867,80	\$ 2.800,00	\$ 6.774,00	16%	
MATERIAL POP	\$ 150,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 900,00	\$ 2.250,00	5%	
REDES SOCIALES	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 900,00	\$ 1.700,00	4%	
PRENSA ESCRITA	\$ 450,00	\$ 800,00	\$ 1.900,00	\$ 2.100,00	\$ 2.700,00	\$ 7.950,00	19%	
FERIAS	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 1.400,00	3%	
PUBLICIDAD MOVIL	\$ 600,00	\$ 850,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.900,00	\$ 7.350,00	17%	
VALLAS PUBLICITARIAS	\$ 819,88	\$ 1.700,00	\$ 1.500,00	\$ 3.500,00	\$ 2.500,00	\$ 10.019,88	23%	
PUBLICIDAD EDIFICIOS	\$ 150,00	\$ 300,00	\$ 357,20	\$ 300,00	\$ 958,00	\$ 2.065,20	5%	
OTROS	\$ 90,80	\$ 111,20	\$ 92,20	\$ 122,40	\$ 120,00	\$ 536,60	1%	
TOTAL COMUNICACIÓN Y PROMOCION	\$ 2.960,68	\$ 5.517,40	\$ 8.349,40	\$ 11.190,20	\$ 14.778,00	\$ 42.795,68	100%	
ESTRATEGIA DE PRECIOS	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	INCREMENTO ANUAL	%	
MATRÍCULA	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 61,00	\$ 3,00	1,59%	
ARANCEL MENSUAL	\$ 109,20	\$ 109,20	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 121,00	\$ 6,00	1,59%	
DESCUENTOS 10% PAGO ANTICIPADO (1% ESTUDIANTES)	\$ 65,52	\$ 65,52	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 72,60	\$ 341,64	10,00%	
TOTAL ESTRATEGIA DE PRECIOS	\$ 164,20	\$ 164,20	\$ 173,00	\$ 173,00	\$ 182,00	\$ 856,40	3,18%	
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	SECRETARÍA	DIRECTIVOS	DIRECTORES	DOCENTES	ESTUDIANTES	OTROS	TOTAL	
CAMPUS MATRIZ	55%	5%	5%	10%	20%	5%	100%	PORCENTAJE DE ATENCIÓN PERSONALIZADA DE LOS MIEMBROS DE CORDILLERA CON LOS ESTUDIANTES EN CADA CAMPUS
CAMPUS 1 (LOGROÑO)	50%	5%	10%	15%	15%	5%	100%	
CAMPUS 2 (BRACAMORO)	40%	5%	10%	20%	20%	5%	100%	
CAMPUS 3 (BRASIL)	40%	2%	13%	20%	20%	5%	100%	
CAMPUS 4 (YACUAMBI)	40%	15%	10%	15%	15%	5%	100%	
TOTAL ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	45%	32%	48%	80%	90%	25%	100,00%	
PRESUPUESTO VENTAS	\$ 39.061,00	\$ 71.020,00	\$ 106.530,00	\$ 142.040,00	\$ 187.000,00	\$ 545.651,00		
PRESUPUESTO MKT 8%	\$ 3.124,88	\$ 5.681,60	\$ 8.522,40	\$ 11.363,20	\$ 14.960,00	\$ 43.652,08		
	AÑO 1		AÑO 2		1/2 AÑO 3			

3.11.6.8. PROYECCIONES DE VENTAS

Las ventas son proyectadas en base a la información recabada en los puntos de inscripción, donde se determinó que siempre el segundo semestre de cada año es el que más demanda de estudiantes tiene ya que los nuevos bachilleres se gradúan en el mes de Julio y Agosto y se insertan inmediatamente a la preparación Tecnológica, e inician su semestre en Octubre. Se ha considerado un incremento optimista de 58 estudiantes promedio por semestre, sumándole a este los estudiantes inscritos en niveles anteriores, estudiantes repetidos (1%) y los que desertaron de la Carrera (4%), mismos que serán distribuidos en jornada matutina y nocturna para iniciar actividad en las dos jornadas establecidas. Ver Tabla No. 8

Tabla 8

Proyección de Ventas Carrera de Tecnología en Gastronomía (ITSCO)

Semestres	4% Deserción- Estudiantes	Estudiantes repetidos 1%	Nuevos Inscritos	Estudiantes matriculados	Valor matrícula por estudiante	Valor total matricula	Valor pensión mensual	Valor anual pensión	Valor total pensión y matricula
Ab18/Sep18	2	0		55	\$55,00	\$3.025,00	\$109,20	\$36.036,00	\$39.061,00
Oct18/Mar19	4	1	48	100	\$55,00	\$5.500,00	\$109,20	\$65.520,00	\$71.020,00
Ab19/Sep19	6	1	55	150	\$55,00	\$8.250,00	\$109,20	\$98.280,00	\$106.530,00
Oct19/Mar20	8	2	56	200	\$55,00	\$11.000,00	\$109,20	\$131.040,00	\$142.040,00
Abr20/Sept20	10	2	58	250	\$58,00	\$14.500,00	\$115,00	\$172.500,00	\$187.000,00
Oct20/Mar21	12	3	59	300	\$58,00	\$17.400,00	\$115,00	\$207.000,00	\$224.400,00
Abr21/Sept21	14	3	61	350	\$58,00	\$20.300,00	\$115,00	\$241.500,00	\$261.800,00
Oct21/Mar22	16	4	62	400	\$58,00	\$23.200,00	\$115,00	\$276.000,00	\$299.200,00
Abr22/Oct22	18	4	64	450	\$61,00	\$27.450,00	\$121,00	\$326.700,00	\$354.150,00
									\$1.685.201,00

3.11. CONCLUSIONES

Se puede concluir con la importancia de aplicar estrategias de marketing en la ejecución de nuevos proyectos que permitan introducir el producto o el servicio en el mercado dándole un giro de innovador, atractivo y necesario.

4. CAPÍTULO IV. OPERACIONES

4.1. ESTADO DE DESARROLLO

Esta nueva propuesta ha iniciado con la idea de brindar a los jóvenes que buscan un futuro prometedor a través de alternativas de estudio que les permita aplicar su creatividad, innovación y aporte al desarrollo económico del país. El proceso de creación de la Carrera en Tecnología Superior en Gastronomía se encuentra en su fase inicial, realizando el análisis de la competencia, la demanda, los precios, la ubicación y análisis de la malla curricular, pero sobre todo realizando el análisis de los requisitos que solicitan los organismos de Control para presentar una nueva propuesta Académica a Nivel Tecnológico.

4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

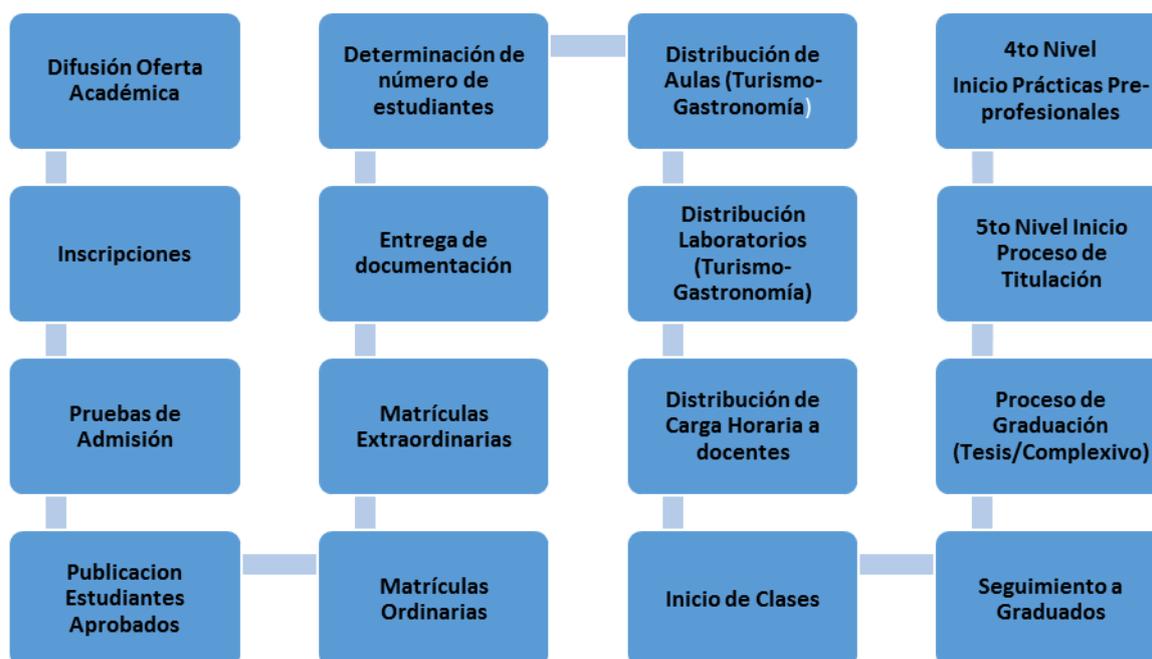


Figura 12 Descripción del Proceso

El Instituto Tecnológico Superior Cordillera es una Institución que brinda servicios de Educación de calidad en busca de la formación de hombres y mujeres cabales y éticos con capacidad intelectual y moral para poder defenderse en la vida.

De acuerdo a la figura N° 12 se detalla el proceso interno.

En primera instancia se difundirá la nueva oferta académica de tecnología Superior en Gastronomía por todos los medios previstos con el fin de llegar a los jóvenes bachilleres que se interesen por continuar sus estudios en esta rama.

Seguido de esto se apertura el período de inscripciones, para lo que los postulantes deberán registrarse a través de los sistemas en línea y cancelar el valor de la misma para aplicar a la prueba de admisión.

Constando ya el estudiante en el listado de postulantes será programada la prueba de admisión, misma que se llevará a cabo en los laboratorios de informática de la Institución.

Inmediatamente a las pruebas y una vez analizados los perfiles de los postulantes por el Vicerrectorado Académico, se publicará el listado de los estudiantes aprobados y admitidos.

Una vez publicada la lista de estudiantes aprobados, se procederá con el inicio del proceso de matrículas ordinarias, para lo que los estudiantes deberán cancelar los valores correspondientes en la cuenta del ITSCO y también entregar un check list (lista de comprobación) de documentos para su carpeta individual. El proceso durará 8 días.

Para los estudiantes aprobados que por distintas razones no pudieron matricularse en las fechas establecidas, se apertura el proceso de matrículas extraordinarias, mismo que durará 4 días y en el cual el estudiante deberá cancelar un valor mínimo adicional.

Una vez que se han matriculado los estudiantes definitivos, se procederá a la distribución de aulas en el Edificio Brasil, en donde funcionará la Carrera de Gastronomía, y mismo que cuenta con 15 aulas que se comparten con la Carrera de Turismo, de las cuales dispondremos de 2.

Así también se realizará la distribución de los 4 laboratorios de gastronomía con los cuales cuenta la Institución en los cuales hay la capacidad de 15 estudiantes por cada uno, mismos que serán compartidos con la Carrera de Turismo

Una vez definido el número de estudiantes se distribuirá la carga horaria a cada docente encargado. El proceso del periodo por iniciar concluye y se da inicio a las clases.

El estudiante una vez concluido el tercer nivel y aprobados los créditos respectivos podrá iniciar sus prácticas profesionales mismas que comprenden 800 horas y se las realizará en empresas públicas y privadas con las que la Institución realizará los convenios respectivos.

El estudiante a inicios del quinto nivel iniciará su proceso de titulación por tesis de grado o examen complejo.

Todo estudiante que culminó de manera exitosa su proceso de titulación sustentará su proyecto o examen complejo en el mes de octubre del 2021.

Se ha considerado un índice de deserción del 4% tomando en cuenta los datos estadísticos de la Carrera de Turismo.

El profesional graduado en la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía será contactado periódicamente con el fin de detectar si logró insertarse laboralmente en su especialidad de formación, de lo contrario el Dpto. de Seguimiento a Graduados y Bolsa de empleo buscarán las mejores alternativas laborales.

4.3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

En la actualidad por encontrarse vigente la Carrera de Turismo, se cuenta con el equipamiento completo de 2 laboratorios de prácticas de gastronomía, a lo que de inicio se instalarán dos laboratorios más que cumplirán con los requisitos necesarios, normas de seguridad e higiene y el equipamiento necesario. La capacidad instalada del taller será para 15 estudiantes máximo, misma que permitirá cubrir las necesidades de las dos Carreras.

Los insumos de laboratorios de gastronomía serán adquiridos al proveedor Institucional Equindeca.

De la misma manera nos proveeremos de 4 docentes profesionales en el Área Gastronómica y 4 docentes generales a tiempo completo con el fin de cumplir el requerimiento de las asignaturas del primer Nivel, de esta manera

semestralmente se provisionará los docentes que se vayan requiriendo de acuerdo al números de estudiantes y números de cursos aperturados.

A continuación se detalla el presupuesto necesario para los requerimientos mencionados mismos que deberán ser adquiridos y realizados al iniciar la actividad académica de la Carrera de Gastronomía. Ver Tabla No.9

Tabla 9

Requerimiento de Mobiliario de Laboratorios

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR MERCADO
20	PLATOS TENDIDOS BLANCOS	\$133,33
20	PLATOS ONDOS	\$133,33
20	PLATOS DE POSTRE	\$83,33
20	PLATOS DE DEMOSTRACIÓN	\$116,67
20	TENEDORES	\$83,33
20	CUCHILLOS	\$83,33
20	CUCHARAS PEQUENAS	\$75,00
20	CUCHILLOS STEAK	\$108,33
2	COCINA MODULO FOGONES PLANCHA-GRILL-LAVABO	\$2.500,00
4	EXTRACTOR DE OLORES	\$1.780,00
2	CAMPANAS	\$600,00
2	DUCTO DE METRO	\$250,00
2	REFRIGERADOR	\$2.640,00
2	HORNO	\$5.160,00
2	LAVABOS	\$800,00
2	ESTANTERIA 4 NIVELES	\$600,00
4	TABLAS DE PICAR	\$40,00
4	CUCHILLOS DE PAN	\$30,00
4	CUCHARONES	\$30,00
4	MOLDES	\$24,00
4	CUCHARETAS	\$26,00
4	ESPATULAS PASTELERAS	\$30,00
4	ESPATULA PLANCHA	\$30,00
4	MESAS DE TRABAJO	\$560,00
2	BOWL PEQUENO	\$6,00
2	BOWL MEDIANO	\$10,00
2	BOWL GRANDE	\$16,00
2	BANDEJA PEQUENA	\$8,00
2	BANDEJA MEDIANA	\$12,00
2	BANDEJA GRANDE	\$22,00
5	OLLAS DE 2 LITROS CON MANGO	\$300,00
5	OLLAS DE 10 LITROS CON MANGO	\$366,67
2	OLLAS DE 12 LITROS CON OREJAS	\$120,00
2	OLLAS DE 10 LITROS CON OREJAS	\$95,00
2	CUCHARONES DE 10 OZ.	\$35,00
2	CUCHARONES DE 8 OZ.	\$30,00
2	MANGAS	\$12,00
2	LICUADORA PEQUENA	\$240,00
2	LICUADORA GRANDE	\$660,00
4	BATIDORES MANUALES METALICOS	\$440,00
4	RALLADORES	\$70,00
4	PINZAS PARA CARNES	\$40,00
2	MARTILLO ABLANDADOR DE CARNES	\$16,00
2	ABRELATAS	\$16,00
2	BOLILLO	\$18,00
4	CUCHARAS DE HELADO	\$30,00
2	LICUADORA DE MANO	\$380,00
2	JARRA METALICA DE 3/8 DE LITRO	\$90,00
2	JARRA PLASTICO DE 1 LITRO	\$30,00
4	COLADORES METALICOS	\$36,00
5	MOLDES DE CUPCAKES	\$75,00
2	MICROONDAS	\$700,00
2	KITCHENAID	\$1.000,00
		\$20.790,33

Se detalla a continuación el requerimiento docente necesario para iniciar con la oferta académica de tecnología Superior en Gastronomía

Tabla 10

Costos de Personal

SEMESTRE ABR-SEPT/18			
CANTIDAD	DOCENTES	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL MENSUAL
1	CHEFS CON TITULO DE CUARTO NIVEL	\$1.050,00	\$1.050,00
1	DOCENTES TIEMPO COMPLETO	\$950,00	\$950,00
2	DECIMO CUARTO	\$375,00	\$62,50
1	DECIMO TERCERO	\$950,00	\$79,17
1	DECIMO TERCERO	\$1.050,00	\$87,50
1	APORTE PATRONAL DOCENTES	115,425	\$115,43
1	APORTE PATRONAL CHEFF	127,575	\$127,58
			\$14.833,00
SEMESTRE OCT 18-MARZO/19			
CANTIDAD	DOCENTES	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL MENSUAL
2	CHEFS CON TITULO DE CUARTO NIVEL	\$1.050,00	\$2.100,00
3	DOCENTES TIEMPO COMPLETO	\$950,00	\$2.850,00
5	DECIMO CUARTO	\$375,00	\$156,25
3	DECIMO TERCERO	\$950,00	\$237,50
2	DECIMO TERCERO	\$1.050,00	\$175,00
3	APORTE PATRONAL DOCENTES	115,425	\$346,28
2	APORTE PATRONAL CHEFF	127,575	\$255,15
			\$36.721,05
SEMESTRE ABR 19-SEP/19			
CANTIDAD	DOCENTES	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL MENSUAL
4	CHEFS CON TITULO DE CUARTO NIVEL	\$1.050,00	\$4.200,00
4	DOCENTES TIEMPO COMPLETO	\$950,00	\$3.800,00
8	DECIMO CUARTO	\$390,00	\$260,00
4	DECIMO TERCERO	\$950,00	\$316,67
4	DECIMO TERCERO	\$1.050,00	\$350,00
1	FONDOS DE RESERVA DOCENTE	\$950,00	\$79,14
1	FONDOS DE RESERVA CHEFF	\$1.050,00	\$87,47
8	APORTE PATRONAL DOCENTES	115,425	\$923,40
8	APORTE PATRONAL CHEFF	127,575	\$1.020,60
			\$66.223,60
SEMESTRE OCT 19-MARZO/20			
CANTIDAD	DOCENTES	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL MENSUAL
5	CHEFS CON TITULO DE CUARTO NIVEL	\$1.100,00	\$5.500,00
5	DOCENTES TIEMPO COMPLETO	\$1.000,00	\$5.000,00
10	DECIMO CUARTO	\$390,00	\$325,00
5	DECIMO TERCERO	\$1.000,00	\$416,67
5	DECIMO TERCERO	\$1.100,00	\$458,33
2	FONDOS DE RESERVA CHEFF	\$1.100,00	\$183,26
3	FONDOS DE RESERVA DOCENTE	\$1.000,00	\$249,90
5	APORTE PATRONAL DOCENTES	121,5	\$607,50
5	APORTE PATRONAL CHEFF	133,65	\$668,25
			\$80.453,46

SEMESTRE ABRIL 20-SEPT./20			
CANTIDAD	DOCENTES	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL MENSUAL
5	CHEFS CON TITULO DE CUARTO NIVEL	\$1.100,00	\$5.500,00
5	DOCENTES TIEMPO COMPLETO	\$1.000,00	\$5.000,00
10	DECIMO CUARTO	\$390,00	\$325,00
5	DECIMO TERCERO	\$1.000,00	\$416,67
5	DECIMO TERCERO	\$1.100,00	\$458,33
4	FONDOS DE RESERVA CHEFF	\$1.100,00	\$366,52
4	FONDOS DE RESERVA DOCENTE	\$1.000,00	\$333,20
5	APORTE PATRONAL DOCENTES	121,5	\$607,50
5	APORTE PATRONAL CHEFF	133,65	\$668,25
			\$82.052,82

4.4. PLAN DE PRODUCCIÓN

Se detalla el proceso de producción a llevarse a cabo. Ver Tabla No. 11

Tabla 11

Plan de Producción

ACTIVIDAD	FECHAS	ESTUDIANTES
Difusión de la nueva oferta Académica	de Abril 2018 a Junio 2018	
Período de Inscripciones	de 20 de Julio al 20 de Septiembre	140 estudiantes
Pruebas de ingreso	de 24 al 26 de Septiembre 2018	100 estudiantes
Publicación estudiantes aprobados	27 de Septiembre 2018	55 estudiantes (capacidad planificada)
Período de matrículas ordinarias	de 01 al 08 de Octubre 2018	40 estudiantes
Período de matrículas extraordinarias	de 09 al 12 de octubre 2018	15 estudiantes
Distribución de aulas	del 12 al 14 de Octubre 2018	4 aulas con capacidad para 30 estudiantes
Distribución de Laboratorios	del 12 al 14 de Octubre 2018	4 laboratorios con capacidad para 15 personas
Carga horaria a docentes	del 12 al 14 de Octubre 2018	6 docentes
Inicio de clases	15 de Octubre 2018	55 estudiantes
Prácticas Profesionales	a partir del 3er Nivel	53 estudiantes/ con índice del 4% de deserción
Culminación de la Carrera	15 de marzo 2021	53 estudiantes
Proyecto de Titulación	del 15 octubre 2020 al 15 marzo 2021	53 estudiantes
Graduación	10 de Octubre de 2021	53 estudiantes
Seguimiento a Graduados	10 de Abril 2022	53 estudiantes
Bolsa de Empleos	10 de Abril 2022	53 estudiantes

Se determinan 55 estudiantes con los que se iniciarán las actividades de la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, mismos que se distribuirán 30 estudiantes en la jornada matutina y 25 estudiantes en la jornada nocturna, de esta manera daremos inicio a dos jornadas establecidas.

4.5. PLAN DE COMPRAS

La Institución y la nueva oferta académica de Gastronomía requerirán de varios insumos para poder iniciar sus actividades, por lo que se contratará los servicios de los proveedores Institucionales referentes a publicidad de medios, prensa escrita y radial, equipos de laboratorio, docentes encargados de varias actividades referente al proceso de ingreso de estudiantes y el reclutamiento de los docentes para la Carrera.

El seguimiento de calidad es parte de la filosofía institucional y se la realiza de manera semestral, verificando si los proveedores cumplieron con los requerimientos dentro de los plazos establecidos y con la eficiencia requerida, de la misma manera semestralmente se realiza la evaluación docente que comprende de autoevaluación, evaluación de pares, coevaluación y heteroevaluación, lo que permite evidenciar la calidad docente y aplicar acciones de mejora oportunas para brindar una educación idónea al estudiante.

El cumplimiento y el compromiso son esenciales y un valor indispensable para la Institución por lo que la contratación de proveedores debe ser muy minuciosa y evaluada. Por lo que, es necesario detallar el Plan de Compras y Proveedores involucrados en la creación de la Carrera de Gastronomía. Ver Tabla No. 12

Tabla 12

Plan de Compras

PROVEEDORES	ACTIVIDAD	IMPORTANCIA EN EL PROCESO	PAGO A PROVEEDORES	CONTROL DE CALIDAD
Medios publicitarios (Radio canela, El Comercio)	Difusión y Publicidad de la Nueva Carrera	80%	Por contrato (semestral)	Evaluación por contrato
Publicidad escrita y material POP. Varios proveedores	Elaboración de flyers, plegables informativos de la Carrera de Gastronomía	100%	Por contrato (semestral)	Evaluación por contrato
Personal de Marketing Institucional	Difusión de la Nueva Carrera	100%	Mensual	Evaluación semestral de la actividad
Personal Administrativo (Secretarías de la Institución)	Información e Inscripciones de nuevos postulantes	100%	Mensual	Evaluación semestral de la actividad
Docentes responsables para la evaluación de ingreso	Toma de prueba de ingreso	100%	Mensual	Evaluación semestral de la actividad
Personal Administrativo de Sistemas	Emitir los resultados de las pruebas de ingreso	100%	Mensual	Evaluación semestral de la actividad
Departamento de Desarrollo Humano	Publicación de requerimientos docentes para la nueva Carrera de Gastronomía	100%	Mensual	Evaluación semestral de la actividad
Departamento de Desarrollo Humano	Reclutamiento, Selección y Contratación de docentes especializados en Gastronomía	100%	Mensual	Evaluación semestral de la actividad
Docentes de Gastronomía	Impartir la docencia a los estudiantes	100%	Mensual	Evaluación semestral de la actividad
Chef City	Uniformes de estudiantes de Gastronomía	100%	Semestral	Evaluación por contrato
Equindecá	Equipo y Mobiliarios de Cocina	100%	Por contrato	Por contrato

4.6. KPI´s DE DESEMPEÑO DEL PROCESO PRODUCTIVO

4.6.1. Definición de los KPI'S DEL PROCESO DE SERVICIO DEL PROYECTO

Las KPI (key performance indicator), son indicadores claves de rendimiento. Los más relevantes del proyecto son:

INVERSIÓN.- Este indicador permitirá verificar el tiempo en el que el monto de la inversión es recuperada, y desde que período se inicia con utilidad para el proyecto. Es importante identificar a través del punto de equilibrio cuantos estudiantes deben estar formalmente matriculados y cuanto valor debe ingresar para no perder ni ganar.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DOCENTE.- Este indicador académico es indispensable ya que busca verificar la calidad docente impartida por los profesionales, misma que se realizará al finalizar de cada semestre y consistirá en autoevaluación con un valor de ponderación del 10%, evaluación de pares 10%, evaluación por directivos 30% y evaluación por estudiantes 30%, de esta manera se identificará las fortalezas y debilidades que permitan ser solucionadas oportunamente. La escala de valoración es: 0-4,5 Deficiente, 5-6,7 Regular, 7-8,9 Bueno y 9-10 Excelente.

RENDIMIENTO ACADÉMICO.- Semestralmente se realizará el análisis del rendimiento académico de los estudiantes identificando las asignaturas en la que los estudiantes tienen mayor dificultad con el fin de reforzar su rendimiento.

DESERCIÓN DE ESTUDIANTES.- Se verificará el porcentaje de estudiantes que se retiran de la Carrera por motivos personales, financieros y demás, de acuerdo a datos referenciales e históricos de carreras afines será el 4% es decir 2 estudiantes aproximadamente por semestre.

4.7. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

Definir los insumos, requerimientos y necesidades primordiales para la ejecución del proyecto es indispensable ya que se tendrá más claro en enfoque hacia el cual va encaminado el objetivo, determinando ciertos indicadores que permitirán verificar si se lo está cumpliendo de manera eficiente, es importante

mencionar que a medida que la demanda de estudiantes incrementa se adecuarán las instalaciones para cubrir las necesidades requeridas.

5. CAPITULO V. PLAN FINANCIERO

5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero

Dentro del Plan financiero se considerarán proyecciones a cinco períodos, tiempo en el cual se verificará la demanda de estudiantes, la recuperación de la inversión inicial y el momento en que se genera utilidad.

Es importante recalcar que la información que permitirá determinar los escenarios financieros, serán la inversión inicial para la ejecución de la presente propuesta, los valores que se invertirán en el presupuesto de marketing, el número de estudiantes que se inscribirán en cada semestre, los valores por costos de ventas, costos fijos y variables, los mismos que permitirán proyectarnos al tiempo determinado de 5 períodos.

5.2. Estados Financieros Proyectados

5.2.1. Estado de Resultados

Tabla 13

Estado de Resultados

CONCEPTO PERIODO	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5
INGRESOS POR VENTAS	\$39,061.00	\$71,020.00	\$ 106,530.00	\$ 142,040.00	\$ 187,000.00
GASTO DE VENTAS	\$ 3,124.88	\$ 5,681.60	\$ 8,522.40	\$ 11,363.20	\$ 14,960.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 35,936.12	\$ 65,338.40	\$ 98,007.60	\$ 153,403.20	\$ 172,040.00
GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 14,833.00	\$ 36,721.05	\$ 66,223.60	\$ 80,453.46	\$ 82,052.82
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
GASTOS SERVICIOS BASICOS	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00
(-) DEPRECIACIÓN BIENES INMUEBLES 10%	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 18,612.03	\$ 41,000.08	\$ 71,002.63	\$ 85,732.49	\$ 87,831.85
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN ANTES DE GASTOS LEGALES 5%	\$ 17,324.09	\$ 24,338.32	\$ 27,004.97	\$ 67,670.71	\$ 84,208.15
GASTOS LEGALES 5%	\$ 866.20	\$ 1,216.92	\$ 1,350.25	\$ 3,383.54	\$ 4,210.41
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16,457.88	\$ 23,121.40	\$ 25,654.72	\$ 64,287.17	\$ 79,997.74
UTILIDAD NETA	\$ 16,457.88	\$ 23,121.40	\$ 25,654.72	\$ 64,287.17	\$ 79,997.74

5.2.2. Balance General Proyectado

En el siguiente cuadro se determina el Balance General del Proyecto al primer semestre una vez la actividad. Ver Tabla No. 14

Tabla 14

Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO			
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA			
CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA			
CUENTAS			
	HISTÓRICO	PORCENTAJE /CANTIDAD	PROYECTADO PRIMER SEMESTRE
ACTIVOS			
CAJA	\$ 40.790,33	\$ 39.061,00	\$ 79.851,33
EQUIPAMIENTO AULAS	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 60.000,00
EDIFICIOS	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 300.000,00
TOTAL	\$ 220.790,33		\$ 439.851,33
PASIVOS			
PROVEEDORES POR PAGAR IESS	\$ 1.458,00	\$ 1.458,00	\$ 2.916,00
TOTAL	\$ 1.458,00		\$ 2.916,00

5.2.3. Estado de Flujos de Caja Proyectados

Se determinará el efectivo generado y utilizado en todas las actividades referentes a la inversión y operación de la propuesta, con una proyección a 5 periodos. Ver Tabla 15

Tabla 15

Estado de Flujos de Caja Proyectados

CONCEPTO PERIODO	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5
INGRESOS					
INGRESOS POR VENTAS	\$39,061.00	\$71,020.00	\$106,530.00	\$142,040.00	\$187,000.00
EGRESOS					
GASTO DE VENTAS	\$ 3,124.88	\$ 5,681.60	\$ 8,522.40	\$ 11,363.20	\$ 14,960.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 14,833.00	\$ 36,721.05	\$ 66,223.60	\$ 80,453.46	\$ 82,052.82
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
GASTOS SERVICIOS BASICOS	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00
(-) DEPRECIACIÓN BIENES INMUEBLES 10%	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN ANTES DE GASTOS LEGALES 5%	\$ 866.20	\$ 1,216.92	\$ 1,350.25	\$ 3,383.54	\$ 4,210.41
Total egresos	\$ 22,603.12	\$ 47,898.60	\$ 80,875.28	\$ 100,479.23	\$ 107,002.26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16,457.88	\$ 23,121.40	\$ 25,654.72	\$ 41,560.77	\$ 79,997.74
IMPUESTO SOBRE LA RENTA 22%	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
UTILIDAD NETA	\$ 16,457.88	\$ 23,121.40	\$ 25,654.72	\$ 64,287.17	\$ 79,997.74
Depreciaciones	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03	\$ 2,079.03
Flujos de Caja	-20790.33	18,536.92	25,200.43	27,733.75	66,366.20
VAN	111,371.02				
TIR	119%				

5.2.3.1. Costos oportunidad y costos hundidos

Los costos hundidos son aquellos valores irre recuperables que no deben afectar las acciones presentes o decisiones futuras; en el presente proyecto se ha considerado costos hundidos los valores utilizados para realizar la investigación requerida, la búsqueda de la información solicitada y necesaria para consolidar y respaldar la presente propuesta, mientras que los costos de oportunidad son aquellos beneficios o ventajas perdidas como resultado de escoger una opción sobre otras, por lo que se ha considerado como costo de oportunidad el valor que la Institución dejó de percibir al crear la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía en lugar de la Tecnología en Enfermería y Primeros Auxilios

5.2.4. Análisis de relaciones financieras, índices aplicables a la empresa e industria, VAN, TIR, PRI, y análisis de punto de equilibrio

El Valor Actual Neto (VAN), es un índice financiero que permite verificar la factibilidad de un proyecto y es el resultado de restar la suma de los flujos

descontados a la inversión inicial. En la presente propuesta el resultado arroja un VAN de \$ 111.371,02, es decir un valor mayor a de la inversión, por lo que se lo considera aceptable se determina viable.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es un indicador financiero que permite evaluar el proyecto y representa la rentabilidad con respecto al capital invertido, es decir el porcentaje en beneficio o pérdida de un proyecto. Si la TIR es mayor a la tasa de interés, se considerará un proyecto factible, por lo que la presente propuesta al tener una TIR de 119% es viable siendo la tasa de interés el 15% considerando la tasa del riesgo país en 6,11% y la tasa libre de riesgo de 1,89%. Ver Tabla No. 16

Tabla 16

Cálculo TIR y VAN

15%	INTERÉS
-\$ 20,790.33	INVERSIÓN
\$ 18,536.92	PERIODO 1
\$ 25,200.43	PERIODO 2
\$ 27,733.75	PERIODO 3
\$ 66,366.20	PERIODO 4
\$ 82,076.77	PERIODO 5

VAN	111,371.02
TIR	119%

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), determina el tiempo en que se tardará recuperar el valor invertido para iniciar con el proyecto. Por lo que al realizar el cálculo correspondiente se determina que la recuperación de la inversión será en el transcurso del primer semestre de operaciones más un mes más del siguiente. Ver Tabla No. 17

Tabla 17

Cálculo del PRI

PRI	
FLUJOS SEMESTRALES	FUJO ACUMULADO
\$ 14.874,93	\$ 14.874,93
\$ 32.257,27	\$47.132,20
\$ 51.331,35	
\$ 89.715,49	
\$ 102.784,35	

INVE.INICIAL	\$20.790,33
ULTIMO FLUJO	\$ 32.257,27
POR RECUPERAR	\$5.915,40
PRI:	0,183381835
PRI:	1,17

El punto de equilibrio es el punto de actividad en que no existe ni utilidad ni pérdida y se determina que los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, es decir las ventas igualan a los costos totales, dando una utilidad de cero. Ver Tabla 18

Tabla 18

Punto de Equilibrio

CONCEPTO	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
VENTAS	\$39.061,00	\$71.020,00	\$106.530,00	\$ 142.040,00	\$ 187.000,00
COSTOS FIJOS	\$20.036,91	\$44.481,68	\$76.825,03	\$93.895,69	\$99.091,85
COSTOS VARIABLES	\$1.700,00	\$2.200,00	\$2.700,00	\$ 3.200,00	\$ 3.700,00
COSTOS TOTALES	\$21.736,91	\$46.681,68	\$79.525,03	\$ 97.095,69	\$ 102.791,85
PUNTO EQUILIBRIO	\$20.948,63	\$45.903,65	\$78.822,79	\$96.059,81	\$101.092,07
PUNTO EQUILIBRIO %	54%	65%	74%	68%	54%

**PUNTO DE
EQUILIBRIO
(VENTAS)**

$$= \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$\begin{aligned} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO (VENTAS)} &= \frac{20.036,91}{1 - \frac{1.700,00}{39.061,00}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO (VENTAS)} &= \frac{20.036,91}{0,956478329} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO (VENTAS)} &= \$ 20.948,63 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO (Q)} &= \frac{\text{PE VTAS}}{\text{PVP}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO (Q)} &= \frac{\$ 20.948,63}{710,20} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO (Q)} &= 29,50 \end{aligned}$$

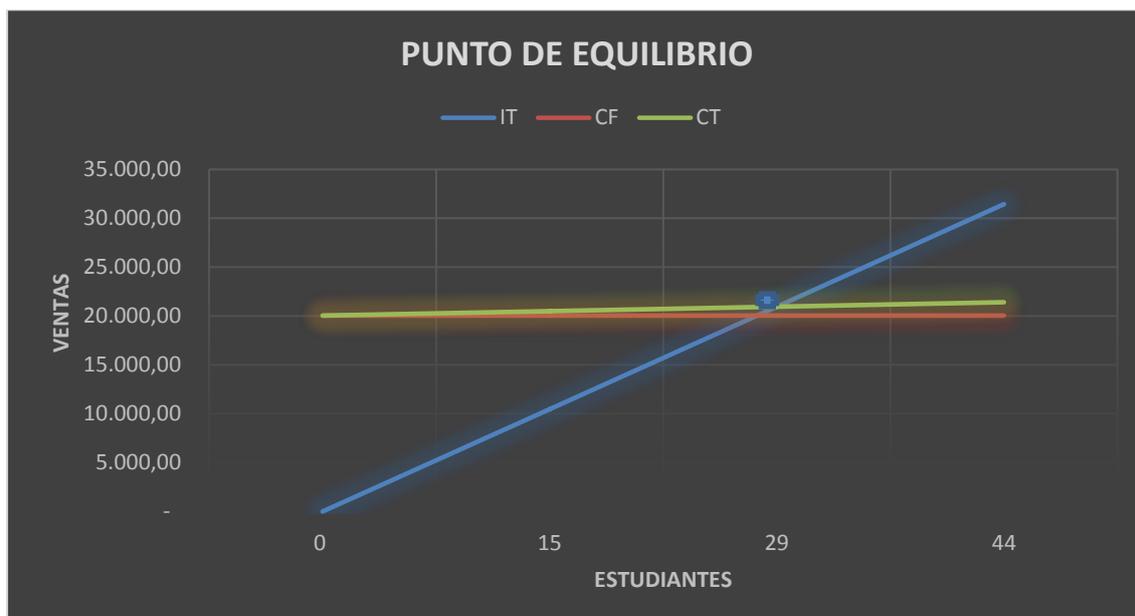


Figura 12 Punto de Equilibrio

Se puede determinar entonces que el punto de equilibrio será una venta de USD 20,948.63, es decir un total de 29 estudiantes matriculados para que se cubran todos los gastos y la Institución ni pierda ni gane.

5.2.5. IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL, AMBIENTAL

Al llevar a cabo el presente proyecto causará un impacto positivo en la economía del país ya que permitirá que los profesionales en esta Área generen iniciativas de emprendimiento de negocios gastronómicos a nivel nacional anclados directamente con la actividad turística, aportando así a la generación de nuevos empleos y aprovechando al máximo la riqueza y diversidad de nuestras regiones.

Institucionalmente se generarán plazas de empleo para docentes profesionales en el Área Gastronómica y sus asignaturas afines.

El ITSCO al ofertar esta nueva Carrera, brindará la oportunidad a varios jóvenes de un nivel socio económico bajo que buscan continuar sus estudios en Instituciones accesibles y de esta manera contribuir con el compromiso moral de la formación de nuevos profesionales que se involucren y aporten en el desarrollo del país.

Alimentarse de manera saludable es lo que el profesional de Gastronomía debe aprender para poder difundirlo a la sociedad y de esta manera promover la salud con el fin de reducir riesgos patológicos derivados de la alimentación, además de generar una educación nutricional que permita establecer actitudes y hábitos correctos.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Una vez concluido el presente proyecto se puede confirmar que aplicar nuevas alternativas que aporten al desarrollo de la educación siempre será una excelente opción, más aun si los resultados están enfocados en el desarrollo del ser humano, de la sociedad y del país.

Existe en la actualidad carreras que se encuentran saturadas en el país, por lo que presentar la propuesta de la Tecnología Superior en Gastronomía descongestionará la formación profesional, encaminando a los jóvenes a prepararse en Áreas prácticas, innovadoras y rentables.

La Tecnología, una formación que permite al estudiante saber hacer las cosas, aportará a los profesionales del futuro ser creadores de su propio bienestar, llevando siempre el lema de que para saber mandar debe saber hacer y eso lo aplica el Tecnólogo de Cordillera.

6.2. RECOMENDACIONES

Es importante recomendar a los estudiantes interesados en continuar sus estudios en la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, que pongan amor y dedicación en todo lo que se propongan ya que ese es el mejor camino al éxito.

Así también se recomienda que las Autoridades del ITSCO consideren la presente propuesta con el fin de brindar una alternativa académica moderna, innovadora y rentable tanto para los estudiantes como para la Institución.

Se recomienda a los profesionales del Área Gastronómica y de las asignaturas afines que de llevarse a cabo el presente proyecto impartan sus conocimientos con vocación, amor y respeto tomando siempre en cuenta que formar profesionales implica un valor moral de responsabilidad que se vincula con la formación de seres humanos listos para la vida personal y la vida laboral.

REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador. (2016). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>
- Cando Santo, S. (s.f.). Diseño del Proyecto de Factibilidad para la Creación de las Carreras de ingeniería en Alimentos, Hotelería y Turismo, Gastronomía, Diseño Gráfico para la Escuela Politécnica del Ejército, Sede Latacunga. 2005. Latacunga, Chimborazo, Ecuador.
- CEPAL. (2016). *Datos acerca de la Cepal*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/acerca-de-la-cepal>
- Cordillera, I. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de www.cordillera.edu.ec
- Domínguez, M. (2016). Investigación de la Gastronomía Quiteña y la tendencia de su consumo en Quito. Quito, Pichincha, Ecuador: Udla.
- El Telegrafo. (2016). *CEPAL prevee crecimiento económico para Ecuador en 2017*. Obtenido de <http://eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/cepal>
- EL Comercio. (31 de Julio de 2017). Inicio de Popstulacion de bachilleres a Universidades.
- Flores Cisneros , E. C. (2016). En *Modelo de Educación por Perfiles de Desempeño* (págs. 42-43). Quito: Don Bosco.
- INEC. (2012). *Anàlisis Sectoriales*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/infoe.pdf>
- Instituto Cordillera. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de www.cordillera.edu.ec
- Instituto Cordillera. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de <http://www.cordillera.edu.ec>
- Instituto Cordillera. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de <http://www.cordillera.edu.ec>

- Instituto Cordillera. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de <http://www.cordillera.edu.ec>
- Instituto Cordillera. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de <http://www.cordillera.edu.ec>
- Instituto Cordillera. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de <http://www.cordillera.edu.ec>
- Instituto Cordillera. (2015). *Rendición de Cuentas*. Obtenido de <http://www.cordillera.edu.ec>
- Instituto Cordillera. (2015). *www.cordillera.edu.ec "Rendición de Cuentas"*.
- Jervis Isch, L. (2004). Creación de la Escuela de Gastronomía para la Universidad de las Américas. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Mendoza, F. C. (2014). Rediseño Curricular de la Carrera de MARKETING de la Universidad Metropolitana del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Mendoza, F. C. (2017). Carrera de Tecnología Superior en Turismo del Instituto Cordillera. Quito, Pichincha, Ecuador.
- METRO ECUADOR. (2017). *Metro Ecuador*.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/todo-el-potencial-gastronomico-del-ecuador-presente-en-latitud-cero/>
- Palomeque, Jaime Andrés. (Noviembre de 2012). *Perfil de Mercados de Franquicias en Ecuador*. Obtenido de Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Perfil%20de%20mercado%20de%20franquicias%20en%20Ecuador.pdf>
- Perspectivas de la Economía Mundial*. (2017). Obtenido de <http://www.imf.org/~media/Files/Publications/WEO/2017/April/Spanish/pdf/texts.ashx>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013/2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>
- Veintimilla , A. (2017). *La gastronomía ecuatoriana se extiende a más continentes*. Obtenido de <http://http://sabores/gastronomia-ecuador-restaurantes-estadosunidos-reinounido.html>

ANEXOS

Anexo 1 OBJETIVOS DE CRECIMIENTO Y FINANCIEROS DE LA INSTITUCIÓN

ACADEMIA

La Academia es la esencia y corazón de la parte Educativa, misma que orgullosamente es representada por docentes con vocación y amor por aportar de una manera responsable en la formación de niños y jóvenes que son el presente y futuro del país aplicando una nueva visión que permita suplir las necesidades enfocadas a la realidad futura, y es así que el ITSCO dentro de sus objetivos fundamentales tiene:

Elaborar el diseño curricular basado en la Plan nacional del Buen Vivir y la Matriz Productiva

Ejecutar acciones para unificar el modelo educativo institucional en las fases de Planificación, Ejecución y Evaluación

Guardar correspondencia de las mallas curriculares con la pertinencia local y nacional

Garantizar la libertad de pensamiento y de cátedra

Definir políticas, líneas y metas de investigación, innovación, desarrollo y transferencia tecnológica (Instituto Cordillera, www.cordillera.edu.ec "Rendición de Cuentas", 2015)

INVESTIGACIÓN

La Institución busca inculcar el hábito de la Investigación tanto en docentes como estudiantes con el fin fundamental de formar personas que se enfoquen al descubrimiento de nuevos conocimientos, desarrollando nuevas ideas y puntos de vista que aporten al desarrollo de la sociedad actual. Por lo que se han determinado como objetivos de Investigación los siguientes:

Definir políticas, líneas y metas de investigación, innovación, desarrollo y transferencia tecnológica (Instituto Cordillera, www.cordillera.edu.ec "Rendición de Cuentas", 2015)

Difundir los resultados de la Investigación a través de medios especializados

Desarrollar eventos de calidad científica y tecnológica (Cordillera, 2015)

VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

Firmes seguidores del cumplimiento de una Responsabilidad Social, la Institución busca transmitir los conocimientos de nuestros profesionales a una sociedad vulnerable, en busca de una mejora de calidad de vida y un trato digno y consiente. Es por eso que los objetivos de la Vinculación son:

Mantener sólidos niveles de relación e intercambio con los sectores productivos, gubernamentales y sociales.

Crear en cada una de las carreras coordinadores de vinculación con la colectividad para atender los convenios de acuerdo a la especialidad y campo de conocimiento (Instituto Cordillera, Rendición de Cuentas, 2015)

BIENESTAR ESTUDIANTIL

Velar por los derechos y obligaciones de los estudiantes, así como por la comunidad institucional y por todas aquellas personas que son parte de la familia Cordillera es una obligación moral que se aplica en el ITSCO aplicando los siguientes objetivos:

Definir reglamentos y políticas que aseguren el respeto a los derechos y obligaciones de los estudiantes

Crear programas de prevención y control del uso de sustancias psicotrópicas y estupefacientes

Garantizar la formación de ciudadanos con conciencia deontológica de damas y caballeros competentes (Instituto Cordillera, Rendición de Cuentas, 2015)

DESARROLLO PROFESIONAL

Una de las necesidades básicas del ser humano es la auto-superación que permite a la Institución compensar el compromiso y el esfuerzo dedicados a

mejorar el nivel de preparación de cada individuo. Por lo que los objetivos primordiales son los siguientes:

Crear e implementar el escalafón del docente ITSCO

Desarrollar programas de capacitación pedagógica y tecnológica

Implementar, instrumentar y desarrollar el plan de seguimiento, control y evaluación académica y administrativa (Instituto Cordillera, Rendición de Cuentas, 2015)

DESARROLLO FÍSICO, TECNOLÓGICO Y ADMINISTRATIVO

La tecnología es una herramienta que día a día avanza con pasos gigantescos y se apodera de todos los procesos administrativos y operativos, por lo que la Institución aplica a los siguientes objetivos:

Modernizar la administración institucional, armonizando la integración del personal en equipos de trabajo.

Diseñar y actualizar la página web Institucional para tener canales de comunicación efectiva

Construir espacios confortables considerando las capacidades especiales de alumno, docentes y administrativos (Instituto Cordillera, Rendición de Cuentas, 2015)

POLÍTICAS INSTITUCIONALES

POLÍTICA DE ACCIÓN AFIRMATIVA

La equidad es un valor Institucional que se aplica a todo nivel, por lo que se busca que:

La acción afirmativa en el Instituto plantea normas encaminadas a eliminar cualquier acto de discriminación hacia los grupos humanos históricamente excluidos, con el propósito de garantizarles condiciones de igualdad, equidad y libre ejercicio de sus derechos y de sus libertades fundamentales (Instituto Cordillera, Rendición de Cuentas, 2015)

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social busca el mejoramiento social, económico y ambiental y es una forma de gestión ética de las empresas.

Compromiso con la sociedad, el instituto se orienta hacia el Bienestar social con la comunidad en todos sus actos, para lo cual emprenderá el mejoramiento de la calidad de vida de la población, especialmente de las más necesitada y vulnerable, estableciendo proyectos de vinculación y de interés social atendiendo a las minorías de capacidades diferentes (Instituto Cordillera, Rendición de Cuentas, 2015)

POLÍTICA DE SEGURIDAD OCUPACIONAL

La Institución busca prevenir los riesgos ocupacionales a través de capacitaciones a empleados y representantes que aporten por el beneficio de la comunidad. Por lo que: La política del Instituto sobre seguridad en el trabajo y Salud Ocupacional es de involucrar a todas las actividades de tipo técnico, administrativas, financieras y académicas, en el mejoramiento de la calidad de vida, teniendo en cuenta la seguridad y salud de su personal, alumnos y la comunidad de su área de influencia, manteniendo un desarrollo sustentable que proteja el medio ambiente. (Instituto Cordillera, Rendición de Cuentas, 2015)

OBJETIVOS FINANCIEROS

Dentro de los objetivos financieros se considera la importancia de mantener siempre los precios más bajos del mercado, realizando un incremento cada dos años en referencia al índice de inflación.

Las 10 ofertas académicas con las que cuenta el ITSCO permiten la formación de al menos 7120 estudiantes cada año, y están distribuidos en las carreras de:

Diseño Gráfico

Análisis de Sistemas

Administración de Recursos Humanos

Marketing Externo e Interno

Administración Turística y Hotelera

Administración Bancaria y Financiera

Administración Industrial y de la Producción

Administración e Boticas y Farmacias

Optometría

Desarrollo del Talento Infantil

Semestralmente la Institución realiza inversión infraestructura como son el mantenimiento de edificios, construcciones de laboratorios y espacios que son requeridos para el correcto desenvolvimiento de nuestros estudiantes, así como también la compra de equipos informáticos para el equipamiento de los laboratorios que utilizan nuestros futuros Tecnólogos.

Anexo 2 PERFIL DE EGRESO DEL TECNOLÓGO SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

Ámbito cognitivo:

- Identificar los valores propios y los valores de los demás como base los derechos humanos para un trato justo con la sociedad.
- Participar en la solución de problemas y en la toma de decisiones con claridad y objetividad cumpliendo con los principios del Modelo Pedagógico Institucional.
- Mantener una comunicación asertiva y oportuna en el entorno laboral con una actitud permanente de colaboración.
- Establecer normas y facilitar herramientas para el trabajo en equipo.
- Reconocer las nuevas tendencias de los requerimientos de la sociedad para un desarrollo continuo.
- Asociar los conceptos técnicos con las exigencias del puesto de trabajo
- Transmitir de manera efectiva soluciones en la variedad de problemas que se producen en el entorno laboral.
- Aplicar con fidelidad y rectitud los conocimientos profesionales, en bien de las personas y de la sociedad en general.
- Respetar los criterios de los demás como una práctica permanente en la cultura corporativa
- Identificar las normas de higiene personal y las causas y prevenciones de las intoxicaciones alimentarias
- Reconocer las etapas y desarrollo de la gastronomía a través del tiempo
- Clasificar los tipos de elaboraciones culinarias básicas, sencillas y elementales para la elaboración de diferentes platos elementales

- Distinguir la gastronomía típica y ancestral de cada una de las regiones a fin de que el profesional desarrolle actividades turísticas en el ámbito gastronómico.
- Reconocer la importancia de la calidad y servicio en la gestión empresarial turística, considerando el rol del cliente en el mercado.
- Comprender la importancia del mercado empleando la creatividad para mejorar la calidad de servicio al cliente.
- Categorizar la gastronomía típica y ancestral de cada región.
- Identificar los diferentes tipos de eventos de carácter masivo, artístico, cultural y corporativo como herramienta de desarrollo de la actividad turística
- Reconocer las técnicas y normas vigentes que rigen en el Ecuador, para la realización de diferentes eventos, estableciendo estándares de calidad que satisfagan la necesidades de los clientes.
- Reconocer los referentes conceptuales de las Cocinas Latinoamericanas.
- Reconocer los referentes conceptuales de las Cocinas Mundiales.
- Identificar los diferentes tipos de eventos de carácter masivo, artístico, cultural y corporativo como herramienta de desarrollo de la actividad turística
- Determinar las técnicas de protocolo en la coordinación de eventos aplicando una gestión efectiva para el éxito de los mismos
- Expresar situaciones cotidianas con expresiones de uso frecuente utilizando vocabulario y gramática básica.
- Argumentar contextos mediante la utilización de estructuras de tiempos básicos en oraciones afirmativas, negativas, preguntas y respuestas.
- Reconocer las formas gramaticales del idioma inglés.
- Estructurar ideas a través del uso adecuado del idioma inglés.
- Comprender diálogos de asuntos cotidianos relacionados con el turismo.
- Expresar pensamientos, sentimientos con oraciones claras y precisas.
- Describir diferentes situaciones cotidianas que reflejen su diario vivir.

- Expresar ideas de temas actuales y asuntos de interés personal o profesional articulando de manera clara.
- Traducir diálogos de uso habitual y cotidiano relacionado con el ámbito turístico-gastronómico.
- Describir productos, ingredientes, recetas gastronómicas a través de documentos escritos.
- Identificar los tiempos gramaticales en una conversación real sobre un tema gastronómico.
- Describir el proceso de elaboración de recetas de manera clara, precisa y fluida.
- Elaborar proyectos con visión de emprendimiento en sus diversas áreas turísticas para la fomentación del desarrollo económico del país.
- Programar la presentación de proyectos innovadores en el ámbito gastronómico.
- Identificar el funcionamiento neurofisiológico y teórico del contagio emocional y del estudio de las emociones e inteligencia emocional
- Describir el funcionamiento del modelo de inteligencia emocional de las cuatro ramas de Mayer y Salovey
- Configurar las principales herramientas y funciones que poseen cada una de las aplicaciones libres y comerciales que manejan texto, hojas de cálculo y diapositivas
- Identificar los elementos del entorno de trabajo del procesador de textos, hojas de cálculo y presentación de diapositivas.
- Identificar la metodología y los procedimientos propios de la investigación científica
- Identificar los recursos bibliográficos y bibliométricos
- básicos y saber utilizarlos adecuadamente
- Identificar los fundamentos, habilidades y riesgos del emprendedor
- Definir con propiedad los elementos conceptuales de la estructura de proyectos
- Identificar los componentes, fases y estructura de un proyecto

Ámbito procedimental:

- Cumplir con la normativa legal para mantener buenas relaciones laborales en la organización.
- Apreciar las diferencias inherentes a la naturaleza humana, a las diferentes culturas, religiones o las maneras de ser o actuar.
- Actuar aplicando los principios deontológicos del Modelo Educativo Institucional de forma transparente tanto en el ámbito social como en el empresarial.
- Demostrar integridad ética y moral con la práctica del buen ejemplo.
- Actuar con todo el esfuerzo necesario brindando calidad y calidez en cada acción para el buen vivir en la sociedad.
- Evaluar los niveles de satisfacción del cliente interno y externo de la organización permitiendo cumplir las expectativas de las personas.
- Aplicar estrategias participativas e integracionistas para el trabajo en equipo
- Aplicar técnicas e incentivos para mejorar el funcionamiento de los equipos de trabajo.
- Adaptar a la realidad del mundo cambiante las iniciativas del tecnólogo, como una forma de contribuir al desarrollo de la sociedad.
- Adaptar propuestas innovadoras en la solución de problemas del desempeño profesional
- Resolver ejercicios cotidianos del entorno laboral.
- Utilizar las herramientas tecnológicas para el mejoramiento de las actividades laborales
- Defender los intereses colectivos en función de los principios comunes.
- Ejecutar protocolos establecidos en contingentes relativos a las personas, utilizando recursos del entorno con seguridad y confianza.
- Mantener la confidencialidad de la información en todos los actos y ámbitos de la vida
- Demostrar compañerismo y certeza ante el trabajo en equipo, para responder a los diferentes retos.

- Tomar decisiones sobre el resultado objetivo y justo del desempeño de sus compañeros
- Demostrar madurez y profesionalismo ante las diferencias individuales de cada persona en los ambientes científicos, culturales y tecnológicos.
- Contribuir con el manejo higiénico de los alimentos a la Salud Familiar y de la población
- Determinar la importancia e influencia económica de la gastronomía en el desarrollo económico del país.
- Diferenciar los puntos críticos en la manipulación de platos sencillos y combinados.
- Utilizar técnicas, cortes, aderezos y preparaciones básicas de la cocina básica con los ingredientes de cada región.
- Ejecutar con eficiencia las actividades operativas en establecimientos turísticos y hoteleros.
- Manipular adecuadamente el servicio en el departamento de alimentos y bebidas.
- Utilizar correctamente la información turística para orientar al huésped o viajero.
- Utilizar técnicas, cortes, aderezos y preparaciones básicas de la cocina ecuatoriana con los ingredientes de cada región.
- Aplicar técnicas y conocimientos de manejo de grupos en diferentes ambientes turísticos.
- Realizar la gestión de logística con empleados, proveedores, auspiciantes y clientes llevando a cabo contrataciones, trámites, entrega de presupuestos y todo lo necesario para el éxito del evento.
- Aplicar las principales técnicas culinarias aprendidas en cocina básica para la elaboración de platos de cocina internacional.
- Ejecutar procesos de preparación y elaboraciones culinarias básicas, complejas y de múltiples aplicaciones, controlando los resultados intermedios y finales derivados de los mismos.
- Aplicar técnicas básicas de comunicación institucional y empresarial dirigidas a las relaciones públicas y organización de eventos.

- Utilizar expresiones gramaticales y vocabulario mediante diálogos.
- Integrar las formas gramaticales para comunicarse de manera eficaz en el ámbito turístico, gastronómico.
- Utilizar las cuatro habilidades básicas del dominio de idiomas; escuchar, hablar, leer y escribir en un nivel básico.
- Estructurar oraciones gramaticalmente correctas utilizando el presente simple, el presente continuo, el pasado simple y el futuro, además expresarse adecuadamente en dichos tiempos.
- Presentar ideas de manera oral y escrita sobre temas de su entorno.
- Utilizar reglas gramaticales en oraciones dentro del ámbito turístico.
- Adaptar ideas en párrafos interrelacionados para descripción de diferentes situaciones.
- Utilizar el idioma en temas de interés social.
- Presentar recetas, con procedimientos de elaboración de manera verbal y escrita
- Utilizar vocabulario técnico en la redacción de documentos gastronómicos.
- Adaptar ideas en debates o conversaciones sobre temas gastronómicos.
- Identificar productos para el desarrollo de microempresas que apunten a la generación de nuevos servicios turísticos-gastronómicos
- Ejecutar las habilidades aprendidas necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Explicar los diferentes modelos de Inteligencia Emocional predominantes en la actualidad
- Identificar del listado de emociones básicas la emoción que predomina en su interior
- Relacionar el comportamiento que realiza con la emoción que siente
- Identificar del listado de emociones básicas la emoción que predomina en su estado emocional
- Identificar las emociones de las personas con las que se relaciona
- Describir los parámetros de configuración de una página del procesador de textos, hoja de cálculo y presentación de diapositivas.

- Elaborar presentaciones empleando las características y propiedades de un editor de presentaciones para presentar la información gráficamente o visualmente.
- Demostrar una comprensión sistemática y el dominio de las habilidades y métodos de investigación
- Dominar el vocabulario básico relacionado con el campo de la investigación
- Realizar una contribución a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento desarrollando un corpus sustancial, del que parte merezca la publicación referenciada a nivel nacional o internacional
- Realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
- Intercambiar conocimientos, hacer propuestas y colaborar en proyectos de investigación con el resto de la comunidad científica de forma cooperativa y multidisciplinar
- Citar adecuadamente las fuentes usadas para el trabajo de investigación
- Elaborar proyectos de investigación utilizando metodologías y procedimientos adecuados.
- Generar ideas de un negocio que brinde oportunidades de desarrollo personal, social y económico
- Organizar la estructura de un plan de negocios y de inversión con fundamentos innovadores
- Diseñar la visión institucional de la empresa
- Diseñar el plan de marketing, el jurídico mercantil, el de recursos humanos y el económico financiero
- Diseñar proyectos de investigación científica, I+D+I o incubadora empresarial de acuerdo a las necesidades del sector productivo para dar solución a las mismas
- Fijar parámetros que orienten a la toma de decisiones para la realización de un proyecto específico

- Medir mediante simulaciones los posibles resultados que podrían presentarse de acuerdo al manejo de determinadas variables que intervienen en un proyecto de inversión

Ámbito actitudinal:

- Tratar adecuadamente a las personas escuchando los fundamentos y puntos de vista individuales, aceptando opiniones y comportamientos del entorno social.
- Actuar con un elevado nivel de madurez ético y profesional en el ejercicio profesional
- Compartir oportunamente información confiable y relevante, contribuyendo a las buenas relaciones interpersonales.
- Desarrollar un liderazgo positivo para la consecución de objetivos comunes.
- Fomentar el espíritu de equipo y la integración de puntos de vista de los demás.
- Cooperar con conocimientos prácticos al crecimiento y desarrollo social en su entorno personal y profesional.
- Actuar con ética intelectual al momento de citar las fuentes bibliográficas y artículos de otros autores
- Asistir en la solución de necesidades y problemas de los demás, en distintos contextos, de manera oportuna y pertinente.
- Apoyar en las necesidades a los demás, en distintos contextos, de manera oportuna y permanente.
- Interactuar de manera armónica con personas de diferentes características, ya sea de género, ideológicas, culturales o de cualquier índole.
- Fortalecer la identidad nacional sobre el patrimonio gastronómico.
- Valorar el patrimonio gastronómico para difundirla con los turistas nacionales y extranjeros.
- Fomentar la utilización de nuestros productos en la elaboración de los distintos platos

- Actuar con integridad en el ejercicio profesional utilizando el reglamento general a la Ley de Turismo.
- Actuar con profesionalismo y ética durante el desempeño de sus funciones.
- Adherir la gastronomía típica y ancestral ecuatoriana a los tiempos actuales, promoviendo cultura e identidad propia.
- Cuidar de la imagen personal, reflejando la calidad profesional y su manera de relacionarse con el mundo de los eventos, aplicando las relaciones y habilidades de tolerancia, respeto y empatía.
- Apreciar la influencia de culturas y técnicas gastronómicas en América.
- Apreciar la influencia de culturas y técnicas gastronómicas en Europa.
- Demostrar sinergia en el desarrollo de las tareas ejecutadas y capacidad de comprensión de las necesidades de los clientes, como una forma de generar eficiencia en el campo laboral.
- Demostrar el dominio del idioma inglés básico en el ámbito turístico-gastronómico
- Valorar las reglas gramaticales para la construcción de oraciones de acuerdo al tiempo.
- Compartir ideas que aporten al aprendizaje grupal
- Cooperar con el trabajo en equipo para desarrollar las habilidades propias del idioma.
- Apreciar la diversidad gastronómica de nuestro país para transmitir al turista extranjero
- Demostrar autonomía hacia el logro en la toma de decisiones y en sus acciones, basada en la ética profesional.
- Valorar la importancia de las emociones en la gestión de sí mismo y de los demás
- Integrar las aplicaciones ofimáticas para la presentación de trabajos de calidad.
- Valorar la importancia de la ética en la investigación científica y practicarla de manera permanente.
- Demostrar integridad en el emprendimiento o innovación de un negocio

- Actuar con integridad en equipos interdisciplinarios para la elaboración de proyectos de investigación, I+D+i o incubadora empresarial.

