



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

Título:

Módulo didáctico innovador para la capacitación continua, cocina magistral, estudio de mercado.

Autor:

José Alexander Falcones Paladines

Tutor:

Lic. Shirley Nataly Zambrano Cedeño

Unidad Académica:

Unidad Académica de Formación Técnica y Tecnológica.

Carrera:

Tecnología Superior en Gastronomía

Julio, 2026

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la extensión SUCRE de la carrera Gastronomía de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Titulación bajo la autoría del estudiante **José Alexander Falcones Paladines**, legalmente matriculado/a en la carrera de Gastronomía, período académico PI 2026, cumpliendo el total de 96 horas, cuyo tema del proyecto es **"Módulo didáctico innovador para la capacitación continua, cocina magistral, estudio de mercado"**

El presente trabajo de titulación ha sido desarrollado en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Bahía de Caráquez, 7 agosto de 2026.

Lo certifico,

A handwritten signature in blue ink, reading "Shirley Nataly ZC". The signature is stylized with a large loop at the beginning and a flourish at the end.

Lic. Shirley Nataly Zambrano Cedeño. Mgtr.

Docente Tutor(a)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe la presente:

José Alexander Falcones Paladines

Estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, declaro bajo juramento que el presente proyecto integrador cuyo título: **“Modulo didáctico innovador para la capacitación continua, cocina magistral, estudio de mercado”** previa a la obtención del Título de Tecnólogo Superior en Gastronomía, es de autoría propia y ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros y consultando las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Bahía de Caráquez, julio del 2026.



José Alexander Falcones Paladines

APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Titulación con modalidad Proyecto Integrador, titulado: **“Modulo didáctico innovador para la capacitación continua, cocina magistral, estudio de mercado”** de su autor, **José Alexander Falcones Paladines** y como Tutor del Trabajo el, **Lic. Zambrano Cedeño Shirley Nataly. Mg.**

Bahía de Caráquez, julio del 2026

Ing. Víctor Nevarez Barberan

DECANO

Lic. Shirley Nataly Zambrano Cedeño, Mg.

TUTOR

Dr. Vladimir Álvarez Ojeda

PRIMER MIEMBRO TRIBUNAL

Ing. Francisco Bolaños de la Torre

SEGUNDO MIEMBRO TRIBUNAL

S.E. Ana Zambrano Loor

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios porque él fue mi ente principal para que pueda llegar a culminar mis estudios con su protección y sabiduría.

A mi madre, por haberme proporcionado la mejor educación de la vida, quien me ha brindado su constante e incondicional apoyo en mi vida y principalmente durante mis años de carrera profesional, sin ella no hubiese sido posible culminar mi profesión, también a mis tías por darme la fortaleza de seguir adelante.

Gracias a mis formadores quienes me guiaron y me enseñaron con sus persistencias, paciencias y me motivaron a continuar con mi formación.

Expreso mi profunda gratitud a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez y a sus autoridades, por brindarme la oportunidad de adquirir mi título.

Gratitud a mi tutora de tesis, Lic. Shirley Nataly Zambrano Cedeño, por proveer de sus conocimientos, darme sus orientaciones académicas durante todo el periodo de tiempo en el desarrollo de mi tesis.

DEDICATORIA

En primer lugar, se lo dedico a Dios por ser el que me guía, porque gracias a él tengo todo lo que me hace feliz.

Dedico con todo mi corazón mi trabajo de titulación a mi familia es para mí una gran satisfacción poder dedicarles este trabajo a ellos, que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo me lo he ganado.

A mi madre, porque ella es la motivación de mi vida, mi orgullo de ser lo que soy, porque gracias al apoyo de ella pude alcanzar mis metas.

A mis hermanos, Luis y Valeria porque son la razón de sentirme tan orgulloso de culminar mis metas y poder ser una guía para ellos, gracias por confiar en mí.

A mis compañeros, que son personas muy comprensivas, entusiastas, porque aprendí de cada uno de ellos.

Finalmente, a mis docentes quienes me orientaron y guiaron durante todo mi periodo de estudios en la carrera para ser profesional.

Hoy puedo decir; he llegado al final de uno de muchas etapas de mi vida, con mucho sacrificio y dedicación, con risas, con llantos, pero puedo decir lo logre y esto es dedicado a todos ustedes.

Índice

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	III
APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN	IV
AGRADECIMIENTO.....	5
DEDICATORIA.....	6
Resumen.....	9
Abstract.....	10
CAPÍTULO I	11
1. Introducción.....	11
1.1. Planteamiento del problema	12
1.2. Justificación	13
1.3. Objetivo general	13
1.4. Objetivos específicos	13
1.5. Metodología.....	14
CAPÍTULO II	15
MARCO TEÓRICO.....	15
2. Antecedentes.....	15
2.1. Módulo didáctico	16
2.2. Innovación educativa.....	16
2.3. Capacitación continua	17
2.4. Cocina magistral	17
2.5. Competencias profesionales	18
2.6. Estudio de mercado	18
2.7. Investigación de mercados.....	19
2.8. Innovación gastronómica	20
CAPÍTULO III	21
PROPUESTA	21

3. Título de la propuesta	21
3.1. Descripción de la propuesta	21
3.2. Desarrollo de la propuesta	21
3.3. Etapas De Implementación	23
3.4. Presupuesto referencial	24
3.5. Resultados esperados basados en los objetivos	24
3.6. Impacto esperado de la propuesta	25
CAPÍTULO IV	26
Conclusiones	26
Recomendaciones	27
Referencias	28
ANEXOS	29

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar un módulo didáctico innovador para fortalecer la capacitación continua en cocina magistral mediante la integración de herramientas de estudio de mercado en la formación de los estudiantes de Gastronomía de la ULEAM Extensión Sucre. La propuesta responde a la necesidad de mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje frente a las exigencias de un sector gastronómico caracterizado por la innovación, la competitividad y los constantes cambios en las preferencias de los consumidores.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un diseño no experimental, de tipo aplicado y nivel descriptivo. Para la recolección de información se emplearon encuestas dirigidas a estudiantes y entrevistas semiestructuradas a docentes de la carrera de Gastronomía, lo que permitió identificar las necesidades de capacitación y obtener información para el diseño del módulo didáctico.

El sustento teórico se basó en los aportes de diversos autores relacionados con la innovación educativa, la capacitación continua, la cocina magistral, el aprendizaje significativo, las competencias profesionales y el estudio de mercado. Estos fundamentos permitieron establecer la importancia de integrar metodologías activas con herramientas de investigación de mercados para fortalecer la formación académica y favorecer el desarrollo de competencias orientadas a la innovación y la gestión gastronómica.

Como resultado de la investigación se diseñó un módulo didáctico organizado en cinco unidades de aprendizaje que articulan contenidos de cocina magistral, estudio e investigación de mercados, desarrollo de productos gastronómicos y elaboración de proyectos aplicados. La propuesta incorpora clases demostrativas, talleres, estudios de caso e investigaciones de mercado, promoviendo la aplicación práctica de los conocimientos y el aprendizaje basado en competencias.

Se concluye que la implementación del módulo didáctico constituye una alternativa para fortalecer las competencias técnicas, investigativas y emprendedoras de los estudiantes, favoreciendo la integración entre la práctica culinaria y el análisis del mercado.

Palabras clave: módulo didáctico, cocina magistral, capacitación continua, estudio de mercado, innovación educativa, gastronomía, competencias profesionales.

Abstract

This research aimed to design an innovative didactic module to strengthen continuing education in culinary arts by integrating market research tools into the training of Gastronomy students at ULEAM Sucre Extension. The proposal addresses the need to improve teaching and learning processes in response to the demands of a gastronomic sector characterized by innovation, competitiveness, and constant changes in consumer preferences.

The research was conducted using a mixed-methods approach, with a non-experimental, applied, and descriptive design. Data collection involved surveys administered to students and semi-structured interviews with Gastronomy faculty, allowing for the identification of training needs and the gathering of information for the design of the didactic module.

The theoretical framework was based on the contributions of various authors related to educational innovation, continuing education, master cooking, meaningful learning, professional competencies, and market research. These foundations established the importance of integrating active methodologies with market research tools to strengthen academic training and foster the development of competencies geared toward innovation and gastronomic management.

As a result of the research, a didactic module was designed, organized into five learning units that integrate content from master cooking, market research, gastronomic product development, and the creation of applied projects. The proposal incorporates demonstration classes, workshops, case studies, and market research, promoting the practical application of knowledge and competency-based learning.

It is concluded that the implementation of the didactic module constitutes an alternative for strengthening students' technical, research, and entrepreneurial competencies, fostering the integration of culinary practice and market analysis.

Keywords: didactic module, masterclass, continuing education, market research, educational innovation, gastronomy, professional competencies.

CAPÍTULO I

1. Introducción

Hoy en día, la formación profesional en la rama de gastronomía demanda procesos de enseñanza que integran conocimientos teóricos, habilidades, técnicas, pero sobre todo competencias orientadas a responder las necesidades de un mercado que cada día es más dinámico y altamente competitivo. En este contexto, la capacitación continua constituye un elemento esencial para el fortalecimiento del desempeño en el área profesional, porque favorece la actualización permanente de conocimientos, técnicas culinarias y tendencias del sector alimentario.

Díaz, (2020), menciona que la innovación educativa ha impulsado el desarrollo de metodologías activas que sitúan al estudiante como protagonista del proceso de aprendizaje. El autor también menciona que, las estrategias didácticas innovadoras favorecen el desarrollo de competencias mediante experiencias prácticas, colaborativas y contextualizadas. En la formación gastronómica, estas metodologías permiten integrar el aprendizaje técnico con la resolución de problemas reales del entorno profesional.

La cocina magistral representa una estrategia de enseñanza basada en la demostración práctica de técnicas culinarias por parte de un instructor especializado, facilitando la adquisición de competencias mediante la observación, la experimentación y la retroalimentación continua. De acuerdo con Walker (2021), la formación práctica constituye uno de los pilares fundamentales de la educación gastronómica, debido a que permite desarrollar habilidades técnicas, creatividad y criterios de calidad en la elaboración de alimentos.

Por otra parte, el estudio de mercado constituye una herramienta indispensable para identificar las necesidades, preferencias y comportamientos del consumidor, permitiendo diseñar productos y servicios gastronómicos acordes con las tendencias del mercado. Kotler y Keller, (2022) sostienen que el estudio de mercado proporciona información estratégica para la toma de decisiones, la innovación de productos y el desarrollo de ventajas competitivas.

En este contexto, la presente investigación propone el diseño de un módulo didáctico innovador para la capacitación continua en cocina magistral, incorporando contenidos relacionados con el estudio de mercado como eje para fortalecer las competencias profesionales de los estudiantes de Gastronomía. La propuesta busca contribuir a la formación integral de futuros profesionales capaces de responder a las

exigencias del sector gastronómico mediante la aplicación de metodologías activas, innovación culinaria y análisis del mercado.

1.1. Planteamiento del problema

El sector gastronómico experimenta constantes cambios impulsados por la innovación culinaria, las nuevas tendencias de consumo y la transformación de los modelos de negocio. En consecuencia, las instituciones de educación superior enfrentan el desafío de formar profesionales capaces de responder a estas exigencias mediante competencias técnicas, administrativas y comerciales.

Sin embargo, en muchos programas académicos de Gastronomía predominan metodologías tradicionales que limitan la integración entre la práctica culinaria y el análisis del mercado. Esta situación dificulta que los estudiantes comprendan la relación existente entre la creación de productos gastronómicos y las necesidades reales de los consumidores.

Asimismo, la capacitación continua en cocina magistral suele centrarse en el desarrollo de habilidades técnicas, dejando en un segundo plano aspectos relacionados con el estudio de mercado, la innovación de productos y la toma de decisiones basada en información del consumidor. Como resultado, los futuros profesionales pueden presentar limitaciones para diseñar propuestas gastronómicas competitivas y adaptadas a las tendencias del mercado.

Frente a esta problemática, surge la necesidad de diseñar un módulo didáctico innovador que articule la cocina magistral con herramientas de estudio de mercado, fortaleciendo el aprendizaje significativo y el desarrollo de competencias profesionales orientadas a la innovación y la gestión gastronómica.

1.2. Justificación

La presente investigación se justifica por su relevancia académica, práctica y social. Desde el ámbito académico, permitirá fortalecer los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante la incorporación de metodologías didácticas innovadoras que integren la práctica culinaria con el análisis del mercado, favoreciendo el desarrollo de competencias profesionales.

Desde la perspectiva práctica, el diseño del módulo didáctico proporcionará una herramienta metodológica para docentes y estudiantes de Gastronomía, facilitando la actualización permanente de conocimientos y la aplicación de estrategias de cocina magistral orientadas a la innovación gastronómica y la comprensión de las preferencias del consumidor.

En el ámbito social y económico, la investigación contribuirá a formar profesionales con mayores capacidades para responder a las demandas del sector gastronómico, favoreciendo la creación de propuestas culinarias innovadoras, el emprendimiento y la competitividad de los establecimientos gastronómicos. Además, promoverá una cultura de aprendizaje continuo y adaptación a las tendencias del mercado, aspectos fundamentales para el desarrollo sostenible del sector.

1.3. Objetivo general

- Diseñar un módulo didáctico innovador para fortalecer la capacitación continua en cocina magistral mediante la integración de herramientas de estudio de mercado en la formación de estudiantes de Gastronomía en la ULEAM Extensión Sucre.

1.4. Objetivos específicos

- Identificar las metodologías didácticas utilizadas en la enseñanza de la cocina magistral.
- Analizar la importancia del estudio de mercado en el diseño de productos y servicios gastronómicos.
- Diseñar un módulo didáctico innovador que integre contenidos teóricos y prácticos sobre cocina magistral y estudio de mercado.

1.5. Metodología

- La investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, ya que combinará procedimientos cuantitativos y cualitativos para comprender las necesidades de capacitación y diseñar una propuesta didáctica.
- El estudio será de tipo aplicada, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. La población estará conformada por docentes y estudiantes de la carrera de Gastronomía.
- Las técnicas de recolección de información serán la encuesta, dirigida a los estudiantes mediante un cuestionario estructurado con escala de Likert, y la entrevista semiestructurada aplicada a docentes especializados en gastronomía.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. Antecedentes

La formación gastronómica ha experimentado importantes transformaciones a nivel internacional mediante la incorporación de metodologías activas y módulos didácticos orientados al desarrollo de competencias profesionales. Walker (2021), señala que la cocina magistral fortalece el aprendizaje práctico al permitir que los estudiantes desarrollen habilidades técnicas mediante la demostración y la práctica supervisada. Asimismo, la UNESCO (2021) destaca que la innovación educativa basada en competencias favorece una enseñanza más dinámica, colaborativa y centrada en el estudiante.

En el ámbito del marketing y la gestión gastronómica, Kotler y Keller (2022), sostienen que el estudio de mercado constituye una herramienta esencial para comprender las necesidades del consumidor y diseñar productos gastronómicos competitivos. Por su parte, Armstrong y Kotler (2021), indican que la investigación de mercados facilita la toma de decisiones mediante el análisis del comportamiento del consumidor, las tendencias del mercado y las estrategias de la competencia.

En Ecuador, la educación superior ha impulsado la actualización de los programas de Gastronomía mediante el fortalecimiento de competencias técnicas y administrativas. El Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES, 2023), promueve procesos de mejora continua que incorporan metodologías activas y el desarrollo de competencias profesionales orientadas a responder a las necesidades del entorno productivo.

Asimismo, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2022), destaca que la gastronomía constituye un eje estratégico para el desarrollo turístico nacional, por lo que resulta indispensable fortalecer la formación de profesionales capaces de innovar, gestionar establecimientos gastronómicos y responder a las nuevas tendencias del mercado.

Por otra parte, investigaciones desarrolladas en universidades ecuatorianas evidencian que la incorporación de módulos didácticos, cocina magistral y herramientas de análisis de mercado favorecen el aprendizaje práctico, fortalecen las competencias profesionales y mejoran la capacidad de los estudiantes para diseñar productos

gastronómicos acordes con las necesidades de los consumidores (Pico, 2021; Cruz, 2025).

2.1. Módulo didáctico

Un módulo didáctico en gastronomía es un bloque o unidad de aprendizaje autónoma y estructurada que tiene como objetivo desarrollar competencias, habilidades técnicas y conocimientos teóricos específicos en el arte y la ciencia de los alimentos. En la enseñanza gastronómica moderna, este tipo de herramientas pedagógicas se fundamenta en un modelo de conocimiento transdisciplinar y multisensorial, donde convergen la técnica culinaria, la cultura, la ciencia de los alimentos y la administración.

Según Díaz Barriga, (2020), un módulo didáctico es un recurso pedagógico estructurado que organiza de manera sistemática los contenidos, objetivos, estrategias metodológicas, actividades de aprendizaje y procedimientos de evaluación, con el propósito de facilitar el desarrollo de competencias y promover un aprendizaje significativo.

Por su parte, Tobón, (2023), define el módulo didáctico como una unidad de formación organizada en torno a competencias específicas, que integra conocimientos, habilidades y actitudes mediante actividades prácticas orientadas a la resolución de problemas reales en un contexto determinado.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, los módulos didácticos constituyen herramientas educativas que favorecen procesos de enseñanza-aprendizaje flexibles, centrados en el estudiante y orientados al desarrollo de competencias para responder a las necesidades sociales, profesionales y tecnológicas actuales (UNESCO, 2021).

2.2. Innovación educativa

La innovación educativa en gastronomía consiste en la incorporación de metodologías, estrategias pedagógicas, recursos tecnológicos y experiencias de aprendizaje que mejoran la formación de los estudiantes, promoviendo el desarrollo de competencias técnicas, creativas, investigativas y de gestión requeridas por el sector gastronómico. Su propósito es adaptar los procesos de enseñanza a las nuevas tendencias culinarias, a las exigencias del mercado laboral y a los avances científicos y tecnológicos relacionados con la alimentación y la restauración.

La innovación educativa implica transformar los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante enfoques centrados en el estudiante, favoreciendo el pensamiento crítico, la creatividad, la resolución de problemas y el aprendizaje colaborativo. En el ámbito gastronómico, estos principios se traducen en la utilización de metodologías activas como la cocina magistral, el aprendizaje basado en proyectos, la simulación de entornos profesionales y el uso de tecnologías digitales para fortalecer la formación integral.

En definitiva, la innovación educativa en gastronomía no solo implica la incorporación de nuevas tecnologías o recursos didácticos, sino también la transformación de las metodologías de enseñanza para formar profesionales competentes, capaces de adaptarse a un entorno gastronómico dinámico y en constante evolución (UNESCO, 2021).

2.3. Capacitación continua

Chiavenato, (2021) sostiene que, la capacitación continua en gastronomía es un proceso permanente de actualización y fortalecimiento de conocimientos, habilidades y competencias que permite a los profesionales del sector adaptarse a los avances culinarios, tecnológicos, sanitarios y de gestión propios de la industria gastronómica. Su finalidad es mejorar el desempeño laboral, promover la innovación y garantizar servicios de calidad que respondan a las necesidades y expectativas de los consumidores.

De la misma manera, el autor hace referencia a que la capacitación continua constituye un proceso sistemático de aprendizaje mediante el cual las personas adquieren y perfeccionan conocimientos, destrezas y actitudes necesarias para desempeñar sus funciones de manera eficiente y contribuir al logro de los objetivos organizacionales. En el ámbito gastronómico, este proceso favorece la actualización permanente en técnicas culinarias, inocuidad alimentaria, administración de establecimientos, atención al cliente y uso de nuevas tecnologías.

2.4. Cocina magistral

La cocina magistral es una estrategia de enseñanza-aprendizaje utilizada en la formación gastronómica que consiste en la demostración práctica de técnicas culinarias por parte de un instructor o chef especializado. Durante este proceso, el docente explica y ejecuta procedimientos relacionados con la preparación de alimentos, mientras los estudiantes observan, analizan y posteriormente reproducen las técnicas aprendidas bajo supervisión. Esta metodología favorece el desarrollo de competencias técnicas,

creatividad, trabajo en equipo y capacidad para resolver problemas propios del entorno culinario.

La cocina magistral constituye una metodología fundamental en la educación gastronómica porque permite transmitir conocimientos técnicos mediante la demostración directa de procesos culinarios, facilitando la comprensión de técnicas de preparación, manipulación de alimentos, presentación de platos y organización del trabajo en cocina. Además, promueve el aprendizaje experiencial, donde el estudiante adquiere habilidades a partir de la observación, la práctica y la retroalimentación.

2.5. Competencias profesionales

Las competencias profesionales en gastronomía comprenden el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores que permiten a los profesionales desempeñarse de manera eficiente en la planificación, preparación, gestión y comercialización de productos y servicios gastronómicos. Estas competencias integran aspectos técnicos, administrativos, comunicativos y éticos, favoreciendo una actuación responsable y adaptada a las necesidades del sector de alimentos y bebidas.

Las competencias profesionales son actuaciones integrales que permiten resolver problemas del contexto mediante la articulación de conocimientos, habilidades, actitudes y valores, con criterios de calidad y compromiso ético. En el ámbito gastronómico, este enfoque implica que el profesional no solo domine las técnicas culinarias, sino que también sea capaz de gestionar procesos, tomar decisiones y responder a las exigencias del mercado (Tobón, 2023).

2.6. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recopilación, análisis e interpretación de información sobre los consumidores, la competencia y el entorno comercial, con el propósito de apoyar la toma de decisiones relacionadas con el desarrollo de productos, la prestación de servicios y la planificación de estrategias empresariales. Su aplicación permite identificar oportunidades de negocio, conocer las preferencias del mercado y reducir la incertidumbre en la gestión organizacional.

Según Kotler y Keller, (2022), el estudio de mercado consiste en la obtención y análisis de información relevante sobre clientes actuales y potenciales, competidores y tendencias del entorno, con el fin de comprender las necesidades y expectativas del consumidor y diseñar estrategias de marketing que generen valor. En el sector gastronómico, esta herramienta facilita la creación de ofertas culinarias acordes con los

hábitos de consumo y las preferencias del público objetivo. El autor destaca que este proceso proporciona información objetiva que permite fundamentar decisiones sobre productos, precios, promoción, distribución y posicionamiento.

En el ámbito gastronómico, el estudio de mercado constituye un instrumento esencial para identificar tendencias de consumo, evaluar la aceptación de nuevos productos, analizar el comportamiento de los clientes y conocer las estrategias de la competencia. Esta información permite planificar la oferta gastronómica de manera más eficiente, mejorar la experiencia del consumidor y fortalecer la competitividad de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Desde una perspectiva de gestión, el estudio de mercado también contribuye a la planificación de la producción, la estimación de la demanda, la segmentación de clientes y la selección de estrategias comerciales. Estos elementos son fundamentales para optimizar el uso de los recursos, mejorar la rentabilidad y garantizar la sostenibilidad de los establecimientos gastronómicos.

En consecuencia, el estudio de mercado constituye una herramienta estratégica para la gestión gastronómica, ya que proporciona información confiable para la toma de decisiones, favorece la innovación de productos y servicios, mejora la competitividad empresarial y contribuye a satisfacer las necesidades de los consumidores en un entorno cada vez más dinámico y exigente.

2.7. Investigación de mercados

La investigación de mercados es un proceso sistemático y científico orientado a la recopilación, análisis e interpretación de información relacionada con los consumidores, la competencia, el entorno y las variables que influyen en el comportamiento del mercado. Su finalidad es proporcionar información confiable que facilite la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones, reduciendo la incertidumbre y mejorando la planificación de productos, servicios y estrategias comerciales.

En el ámbito gastronómico, la investigación de mercados permite identificar tendencias de consumo, analizar el perfil de los clientes, evaluar la aceptación de nuevos productos, conocer las estrategias de la competencia y determinar oportunidades para innovar en la oferta culinaria. Además, proporciona información útil para la planificación de menús, la fijación de precios, la selección de canales de distribución y el desarrollo de estrategias de promoción adaptadas a las características del mercado objetivo (Armstrong y Kotler, 2021).

2.8. Innovación gastronómica

La innovación gastronómica es el proceso de creación, adaptación o mejora de productos, servicios, técnicas culinarias y modelos de gestión que generan valor para los consumidores y fortalecen la competitividad de los establecimientos gastronómicos. Este concepto integra la creatividad culinaria con el uso de nuevas tecnologías, la sostenibilidad, la investigación y el conocimiento de las tendencias del mercado, permitiendo responder a las cambiantes necesidades y preferencias de los clientes.

Desde la perspectiva de la formación profesional, el autor destaca que la innovación gastronómica requiere el desarrollo de competencias técnicas, creatividad, pensamiento crítico y capacidad para experimentar con nuevas técnicas culinarias sin descuidar la calidad, la inocuidad y la satisfacción del cliente. En este sentido, la educación gastronómica desempeña un papel clave al fomentar metodologías activas que estimulen la investigación, la experimentación y el aprendizaje continuo.

En consecuencia, la innovación gastronómica constituye un proceso integral que combina creatividad, conocimiento técnico, investigación y gestión para desarrollar productos y servicios de mayor valor agregado. Su incorporación en la formación de los futuros profesionales de Gastronomía fortalece la capacidad para responder a las tendencias del mercado, mejorar la competitividad de los establecimientos y contribuir al desarrollo sostenible del sector gastronómico.

2.9. Formación gastronómica

La formación gastronómica es un proceso educativo integral orientado al desarrollo de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores necesarios para el desempeño profesional en el sector de alimentos y bebidas. Esta formación combina fundamentos científicos, técnicos, administrativos y culturales, permitiendo a los estudiantes adquirir competencias para la preparación de alimentos, la gestión de establecimientos gastronómicos, la innovación culinaria y la prestación de servicios de calidad.

Asimismo, la Organización Mundial del Turismo, destaca que la formación gastronómica desempeña un papel estratégico en el fortalecimiento de la competitividad del sector turístico, ya que contribuye al desarrollo de profesionales capaces de ofrecer experiencias culinarias de calidad, promover la identidad cultural y satisfacer las expectativas de consumidores cada vez más informados y exigentes (OMT, 2022).

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3. Título de la propuesta

- Módulo Didáctico Innovador para la Capacitación Continua en Cocina Magistral mediante la Integración del Estudio de Mercado en la Formación de Estudiantes de Gastronomía de la ULEAM Extensión Sucre.

3.1. Descripción de la propuesta

La presente propuesta consiste en el diseño e implementación de un módulo didáctico innovador dirigido a estudiantes de la carrera de Gastronomía, cuyo propósito es fortalecer las competencias profesionales mediante la integración de contenidos de cocina magistral y estudio de mercado. El módulo incorpora metodologías activas de aprendizaje, demostraciones culinarias, análisis de casos, investigación de mercados, talleres prácticos y elaboración de proyectos gastronómicos, permitiendo que los estudiantes desarrollen competencias técnicas y empresariales para responder a las necesidades actuales del sector gastronómico. La propuesta surge como respuesta a la necesidad de complementar la formación culinaria tradicional con herramientas de análisis del consumidor, identificación de tendencias y diseño de productos gastronómicos orientados al mercado.

3.2. Desarrollo de la propuesta

El módulo didáctico estará estructurado en cinco unidades de aprendizaje.

Unidad #1. Fundamentos de Cocina Magistral

Objetivo: Fortalecer las competencias culinarias mediante demostraciones prácticas.

Contenidos

- Técnicas culinarias
- Mise en place
- Organización de cocina
- Buenas prácticas de manufactura
- Presentación gastronómica

Actividad

- Clase demostrativa con preparación de platos.

Unidad #2. Introducción al Estudio de Mercado

Objetivo: Comprender la importancia del estudio de mercado en gastronomía.

Contenidos

- Concepto de mercado
- Segmentación
- Perfil del consumidor
- Competencia
- Tendencias gastronómicas

Actividad

- Análisis de restaurantes locales.

Unidad #3. Investigación de Mercados

Objetivo: Aplicar herramientas de investigación para identificar necesidades del consumidor.

Contenidos

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación
- Análisis FODA
- Análisis de competencia

Actividad

- Aplicación de encuestas a consumidores.

Unidad #4. Desarrollo de Productos Gastronómicos

Objetivo: Diseñar productos culinarios basados en los resultados del estudio de mercado.

Contenidos

- Innovación gastronómica
- Costeo
- Diseño del menú
- Presentación comercial
- Valor agregado

Actividad

- Creación de un nuevo producto gastronómico.

Unidad #5. Presentación del Proyecto Final

Objetivo: Integrar los conocimientos adquiridos.

Actividad

Cada grupo elaborará un proyecto gastronómico que incluya:

- Investigación de mercado
- Diseño del producto
- Costos
- Estrategia de comercialización
- Presentación culinaria

3.3. Etapas De Implementación

Etapas	Actividades
Diagnóstico	• Aplicación de encuestas y entrevistas para identificar necesidades de capacitación.
Planificación	• Elaboración del módulo didáctico y diseño de actividades.

Desarrollo	Ejecución de clases teóricas y prácticas de cocina magistral y estudio de mercado.
Aplicación	Desarrollo de investigaciones de mercado y elaboración de productos gastronómicos.
Evaluación	Valoración del aprendizaje mediante proyectos y evaluación de expertos.

3.4. Presupuesto referencial

Concepto	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
Manuales impresos	20	\$0.50 c/u	\$10.00
Material didáctico	20	\$1.50 c/u	\$30.00
Materias primas culinarias	20	\$1.00 c/u	\$20.00
Impresión de encuestas	20	\$0.05 c/u	\$1.00
Certificados	20	\$1.00 c/u	\$20.00

Total estimado: \$81.00

3.5. Resultados esperados basados en los objetivos

- Se identificarán las principales fortalezas y necesidades de formación de los estudiantes, proporcionando información para adaptar los contenidos del módulo didáctico a las competencias requeridas por el sector gastronómico.
- Los estudiantes comprenderán la utilidad del estudio de mercado como herramienta para identificar necesidades del consumidor, analizar tendencias y diseñar propuestas gastronómicas con mayor aceptación comercial.
- Se dispondrá de un módulo didáctico estructurado con contenidos, actividades, recursos y estrategias de evaluación que integren la práctica culinaria con herramientas de investigación de mercados, fortaleciendo el aprendizaje basado en competencias.

- Los expertos emitirán criterios sobre la pertinencia, coherencia, aplicabilidad y calidad del módulo didáctico, permitiendo incorporar ajustes que fortalezcan su implementación en programas de formación gastronómica.

3.6. Impacto esperado de la propuesta

La implementación del módulo didáctico contribuirá al fortalecimiento de las competencias técnicas, investigativas y emprendedoras de los estudiantes de Gastronomía. Asimismo, favorecerá la integración entre la cocina magistral y el estudio de mercado, promoviendo el diseño de productos gastronómicos innovadores, orientados a las necesidades del consumidor y respaldados por información objetiva. Con ello se espera mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje, incrementar la capacidad de innovación de los futuros profesionales y fortalecer su preparación para responder a las demandas del sector gastronómico y turístico.

CAPÍTULO IV

Conclusiones

- El diseño del módulo didáctico innovador evidencia la importancia de integrar la cocina magistral con el estudio de mercado para fortalecer la formación de los estudiantes de Gastronomía. Esta articulación favorece el desarrollo de competencias técnicas, analíticas y profesionales que responden a las necesidades actuales del sector gastronómico.
- La información recopilada mediante las encuestas y entrevistas permitió identificar la necesidad de incorporar metodologías activas que complementen la enseñanza tradicional. En este sentido, la propuesta contribuye a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje al combinar actividades prácticas con herramientas de análisis del consumidor y del mercado.
- La implementación del módulo didáctico representa una alternativa viable para fortalecer la capacitación continua de los estudiantes de Gastronomía de la ULEAM Extensión Sucre, promoviendo el aprendizaje significativo, la innovación culinaria y la capacidad para diseñar productos y servicios gastronómicos acordes con las tendencias y demandas del mercado.

Recomendaciones

- Implementar el módulo didáctico en la carrera de Gastronomía de la ULEAM Extensión Sucre, realizando un seguimiento continuo que permita evaluar su impacto en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes.
- Capacitar periódicamente a los docentes en metodologías activas, cocina magistral e investigación de mercados, con el propósito de fortalecer la calidad del proceso de enseñanza y mantener actualizados los contenidos impartidos.
- Fomentar la realización de proyectos prácticos en los que los estudiantes apliquen herramientas de estudio de mercado para diseñar e innovar productos gastronómicos, fortaleciendo el vínculo entre la formación académica y las necesidades reales del sector productivo.

Referencias

- Armstrong y Kotler. (2021). *Marketing: An Introduction (14th ed.)*. Mexico: Pearson.
- Ausubel, D. (01 de Febrero de 2021). La Teoría del Aprendizaje Significativo de David Ausubel. (A. Torres, Ed.) 12-15. Recuperado el 13 de Julio de 2026
- Chiavenato. (23 de Enero de 2021). *Capacitaciòn continua en gastronomia* . Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-EstrategiasDeInduccionYCapacitacionDePersonalOpera-7930098.pdf
- Díaz Barriga. (2020). Capacitación Continua en Cocina Magistral. *SECUENCIAS DIDÁCTICAS EN NIVEL MEDIO*, 5-8. Recuperado el 12 de Julio de 2026
- Díaz Barriga. (12 de Agosto de 2020). *Concepto mòdulo didàctico*. Obtenido de <https://www.uv.mx/dgdaie/files/2012/11/cpp-dc-diaz-barriga-estrategias-de-ensenanza.pdf>
- Kotler y Keller. (2022). *Dirección de marketing*. MEXICO: PEARSON. Obtenido de <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- OMT. (12 de Diciembre de 2022). *Global Report on Gastronomy Tourism*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=Organizaci%C3%B3n+Mundial+del+Turismo+%28OMT%29.+%282022%29.+Global+Report+on+Gastronomy+Tourism.+OMT.&rlz=1C1FKPE_enEC1175EC1175&oq=Organizaci%C3%B3n+Mundial+del+Turismo+%28OMT%29.+%282022%29.+Global+Report+on+Gastronomy+T
- Tobón. (25 de Mayo de 2023). *Formación integral y competencias. Pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación*. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/Tob%C3%B3n%202013%20Formacion%20integral%20y%20competencias.pdf
- UNESCO. (25 de Junio de 2021). *Aprendizaje digital y transformación de la educación*. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/digital-education>
- UNESCO. (30 de 12 de 2021). *Reimaginar juntos nuestros futuros: Un nuevo contrato social para la educación*. Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379381_spa
- Walker. (2021). INNOVACIONES PEDAGÓGICAS EN EL CAMPO DE LA GASTRONOMÍA. *Revista Científica Multidisciplinaria ULEAM Bahía Magazine* , 1-5.

ANEXOS



ANEXO

ESTRUCTURA DEL MÓDULO DIDÁCTICO INNOVADOR PARA LA CAPACITACIÓN CONTINUA EN COCINA MAGISTRAL MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Dirigido a: Estudiantes de Gastronomía – ULEAM Extensión Sucre



ESTRUCTURA DEL MÓDULO DIDÁCTICO

UNIDAD	CLASES QUE RECIBIRÁN LOS ESTUDIANTES	CONTENIDOS PRINCIPALES	ACTIVIDAD PRINCIPAL	HORAS
UNIDAD 1 FUNDAMENTOS DE COCINA MAGISTRAL 	Clase 1: Introducción a la Cocina Magistral	- Concepto y objetivos - Organización de la cocina - Mise en place - Normas de higiene y BPM	Clase demostrativa y organización de estaciones de trabajo	4
	Clase 2: Técnicas culinarias básicas	- Cortes y preparaciones básicas - Métodos de cocción - Manipulación segura de alimentos - Presentación de platos	Elaboración de preparaciones básicas	4
UNIDAD 2 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO 	Clase 3: Conceptos básicos del estudio de mercado	- Qué es el estudio de mercado - Importancia en gastronomía - Información para la toma de decisiones	Análisis de casos de restaurantes locales	4
	Clase 4: Segmentación del mercado	- Segmentación de mercado - Perfil del consumidor - Necesidades y deseos - Tendencias gastronómicas	Identificación del cliente objetivo	4
UNIDAD 3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 	Clase 5: Técnicas de investigación	- Encuestas - Entrevistas - Observación - Análisis de la competencia	Diseño y aplicación de una encuesta	4
	Clase 6: Análisis de resultados	- Tabulación de datos - Interpretación de información - Identificación de oportunidades de mercado	Elaboración de gráficos y conclusiones	4
UNIDAD 4 DESARROLLO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS 	Clase 7: Innovación y desarrollo de productos	- Innovación gastronómica - Diseño de productos - Costeo y fijación de precios - Valor agregado	Creación de un nuevo producto gastronómico	4
	Clase 8: Diseño del menú	- Estructura del menú - Diseño y presentación - Precio y rentabilidad - Estrategias de promoción	Desarrollo de una propuesta gastronómica	4
UNIDAD 5 PROYECTO INTEGRADOR 	Clase 9: Integración de conocimientos	- Integración cocina magistral y estudio de mercado - Planificación del proyecto gastronómico	Desarrollo del proyecto gastronómico en grupos	4
	Clase 10: Presentación y evaluación final	- Presentación del producto - Sustentación del proyecto - Retroalimentación	Exposición y evaluación del proyecto final	4

METODOLOGÍAS

- Cocina magistral (demostraciones)
- Aprendizaje basado en proyectos
- Estudios de caso
- Investigación de mercados
- Trabajo colaborativo
- Talleres prácticos

RECURSOS



Cocina industrial



Utensilios e insumos



Computadora y proyector



Guías didácticas



Cuestionarios



Material audiovisual

EVALUACIÓN



- Participación en clases
- Talleres prácticos
- Investigación de mercado
- Diseño de producto gastronómico
- Presentación y sustentación del proyecto final

DURACIÓN TOTAL DEL MÓDULO: 40 HORAS ACADÉMICAS

Autor: José Falcones

ENCUESTA A ESTUDIANTES DE GASTRONOMÍA

Módulo Didáctico Innovador para la Capacitación Continua en Cocina Magistral
 mediante la Integración del Estudio de Mercado

Objetivo: Conocer la percepción de los estudiantes sobre la integración de cocina magistral y estudio de mercado en su formación profesional.

INSTRUCCIONES: Lea cada pregunta y marque con una (X) la opción que mejor represente su opinión.

ESCALA DE RESPUESTA:

1 Totalmente en desacuerdo **2** En desacuerdo **3** Ni de acuerdo ni en desacuerdo **4** De acuerdo **5** Totalmente de acuerdo

1	¿Considera que la cocina magistral fortalece sus habilidades prácticas en gastronomía?	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
2	¿Considera importante incorporar el estudio de mercado en la formación gastronómica?	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
3	¿Las metodologías innovadoras facilitan su aprendizaje durante las clases?	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
4	¿Considera que un módulo didáctico mejoraría el desarrollo de sus competencias profesionales?	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
5	¿Le gustaría recibir capacitación continua mediante un módulo que combine cocina magistral y estudio de mercado?	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐

Autor: José Falcones

Resultados de la encuesta realizada a los estudiantes

Pregunta 1

¿Considera que la cocina magistral fortalece sus habilidades prácticas en gastronomía?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	6	40.0	40.0	40.0
Totalmente de acuerdo	9	60.0	60.0	100.0
Total	15	100.0	100.0	

- **Interpretación:** El 100 % de los estudiantes manifestó una percepción positiva sobre la utilidad de la cocina magistral para fortalecer sus habilidades prácticas.

Pregunta 2

¿Considera importante incorporar el estudio de mercado en la formación gastronómica?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6.7	6.7	6.7
De acuerdo	5	33.3	33.3	40.0
Totalmente de acuerdo	9	60.0	60.0	100.0
Total	15	100.0	100.0	

- **Interpretación:** El 93.3 % considera importante integrar el estudio de mercado en la formación profesional.

Pregunta 3

¿Las metodologías innovadoras facilitan su aprendizaje durante las clases?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	7	46.7	46.7	46.7
Totalmente de acuerdo	8	53.3	53.3	100.0
Total	15	100.0	100.0	

- **Interpretación:** Todos los estudiantes consideran que las metodologías innovadoras favorecen el proceso de aprendizaje.

Pregunta 4

¿Considera que un módulo didáctico mejoraría el desarrollo de sus competencias profesionales?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	5	33.3	33.3	33.3
Totalmente de acuerdo	10	66.7	66.7	100.0
Total	15	100.0	100.0	

- **Interpretación:** El 100 % de los estudiantes considera que un módulo didáctico fortalecería sus competencias profesionales.

Pregunta 5

¿Le gustaría recibir capacitación continua mediante un módulo que combine cocina magistral y estudio de mercado?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	4	26.7	26.7	26.7
Totalmente de acuerdo	11	73.3	73.3	100.0
Total	15	100.0	100.0	

- **Interpretación:** La totalidad de los estudiantes manifestó interés en participar en un programa de capacitación continua que integre cocina magistral y estudio de mercado.

Resumen general de los resultados

Los resultados evidencian una valoración altamente favorable por parte de los 15 estudiantes hacia la propuesta del módulo didáctico. En las cinco preguntas predominan las respuestas "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo", alcanzando niveles de aceptación entre el 93.3 % y el 100 %. Estos datos indican que los estudiantes perciben la cocina magistral y el estudio de mercado como componentes importantes para fortalecer su formación profesional, respaldando la pertinencia de implementar el módulo didáctico propuesto en la carrera de Gastronomía.